	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 1 de 7</b>

26.

<b>FECHA</b>	lunes, 20 de noviembre de 2017
--------------	--------------------------------

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
 BIBLIOTECA  
 Ciudad

<b>UNIDAD REGIONAL</b>	Sede Fusagasugá
------------------------	-----------------

<b>TIPO DE DOCUMENTO</b>	Trabajo De Grado
--------------------------	------------------

<b>FACULTAD</b>	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
-----------------	--

<b>NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO</b>	Pregrado
---	----------


<b>PROGRAMA ACADÉMICO</b>	Contaduría Pública
---------------------------	--------------------

El Autor(Es):

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>	<b>No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN</b>
FRANCO PANQUEBA	NANCY VANESSA	1.013.655.746
CENDALES CASTELLANOS	MARCO JULIAN	1.069.753.002

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 2 de 7</b>

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>
GALVEZ SABOGAL	JEANNE FERNANDA

<b>TÍTULO DEL DOCUMENTO</b>
ESTUDIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA EN EL SUBSECTOR TURISMO DE LOS MUNICIPIOS DE ARBELAEZ Y SAN BERNARDO

<b>SUBTÍTULO</b> (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)


<b>TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:</b> Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
CONTADOR PUBLICO

<b>AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO</b>	<b>NÚMERO DE PÁGINAS</b>
16/11/2017	173

<b>DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS</b> (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
<b>ESPAÑOL</b>	<b>INGLÉS</b>
1.TURIMO	TOURISM
2.OFERTA	OFFER
3.DEMANDA	DEMAND
4.CAPACIDAD	CAPACITY
5.COMPETITIVIDAD	COMPETITIVENESS
6.CRECIMIENTO	GROWTH

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 3 de 7</b>

## RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

### RESUMEN

El presente artículo evidencia diferentes variables sociales y económicas que determinan la capacidad de oferta y demanda turística en los municipios Arbeláez y San Bernardo. Se tomó una metodología exploratoria basada en una revisión documental, dando unos resultados concluyentes que Arbeláez y San Bernardo no cuenta con la capacidad tanto en infraestructura, mallas viales, servicios públicos, factores que desacelera el crecimiento económico en la región de Sumapaz y con él, la calidad de vida de cada uno de los habitantes.

### ABSTRACT

This article demonstrates different social and economic variables that determine the capacity of supply and tourist demand in the municipalities of Arbelaez and San Bernardo. It took an exploratory methodology based on a document review, giving conclusive results than Arbelaez and St. Bernard does not have the capacity in infrastructure, road mesh, public services, factors that slows economic growth in the region of Sumapaz and with it, the quality of life of the inhabitants.



**AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN**

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

<b>AUTORIZO (AUTORIZAMOS)</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no



<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>PAGINA: 5 de 7</b>

contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

**NOTA:** (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

**Información Confidencial:**

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

**SI \_NO \_X\_.**

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

**LICENCIA DE PUBLICACIÓN**

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:



<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>PAGINA: 6 de 7</b>

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).
- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.
- c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.
- e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”
- i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



**MACROPROCESO DE APOYO**  
**PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO**  
**DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL**  
**REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO: AAAR113**  
**VERSIÓN: 3**  
**VIGENCIA: 2017-11-16**  
**PAGINA: 7 de 7**



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.




**Nota:**

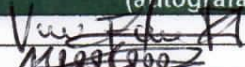

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. ESTUDIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA EN EL SUBSECTOR TURISMO DE LOS MUNICIPIOS DE ARBELAEZ Y SAN BERNARDO.pdf	TEXTO

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> <b>PAGINA: 8 de 8</b>

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
Franco Pampeta Nancy Vanessa Cendales Castellanos Marco Jhon	 

12.1.50



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

MARCO JULIAN CENDALES CASTELLANOS  
NANCY VANESSA FRANCO PANQUEBA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
CONTADURIA PUBLICA  
FUSAGASUGÁ  
2017

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

MARCO JULIAN CENDALES CASTELLANOS  
NANCY VANESSA FRANCO PANQUEBA

JEANE FERNANDA GALVEZ SABOGAL  
DOCENTE INVESTIGADOR

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
CONTADURIA PÚBLICA  
FUSAGASUGÁ  
2017

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma

---

Firma

---

Firma

## CONTENIDO

TABLA DE ILUSTRACIONES.....	7
TABLA DE TABLAS.....	8
1. AREA Y LINEA DE INVESTIGACION.....	14
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
2.1. Planteamiento Del Problema.....	15
3. OBJETIVOS.....	16
3.1. Objetivo General.....	16
3.2. Objetivos Específicos.....	16
4. JUSTIFICACION.....	17
5. MARCO REFERENCIAL.....	18
ANTECEDENTES.....	18
REFERENTES.....	19
5.1. MARCO TEÓRICO.....	20
5.2. MARCO CONCEPTUAL.....	22
5.3. MARCO LEGAL.....	24
5.4. MARCO GEOGRAFICO.....	25
IDENTIFICACIÓN DEL MUNICIPIO.....	25
IDENTIFICACIÓN DEL MUNICIPIO.....	27
6. RECURSOS.....	30
7. CRONOGRAMA.....	31
8.1 Marco Metodológico.....	32
9. OFERTA ARBELAEZ.....	33
10. DEMANDA EN ARBELAEZ.....	71
11. OFERTA SAN BERNARDO.....	105
12. DEMANDA SAN BERNARDO.....	134
13. ESQUEMA TEMATICO.....	167
14.IMPACTOS.....	168
14.1 Impacto Social.....	168
14,2 Impacto Económico.....	168
14.3 Impacto Cultural.....	168

14.4 Impacto Ambiental.....	169
14. CONCLUSIONES .....	170
15. RECOMENDACIONES .....	171
REFERENCIAS .....	172

## TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Escudo Arbelaez.....	16
Ilustración 2 Bandera Arbelaez .....	16
Ilustración 3 Mapa Arbelaez.....	18
Ilustración 4 Escudo San Bernardo .....	18
Ilustración 5 Bandera San Bernardo .....	19
Ilustración 6 Mapa San Bernardo.....	19

## TABLA DE TABLAS

Tabla 1 Recursos Humanos .....	30
Tabla 2 Recursos Materiales .....	30
Tabla 3 Recursos Físicos .....	30
Tabla 4 Cronograma.....	31
Tabla 5 oferta Arbeláez edad.....	33
Tabla 6 oferta Arbeláez genero .....	33
Tabla 7 oferta Arbeláez cargo .....	34
Tabla 8 oferta Arbeláez numero de hijos .....	34
Tabla 9 oferta Arbeláez estado civil.....	35
Tabla 10 oferta Arbeláez nivel educativo .....	36
Tabla 11 oferta Arbeláez profesion.....	36
Tabla 12 oferta Arbeláez estrato .....	37
Tabla 13 oferta Arbeláez estudio del turismo.....	37
Tabla 14 oferta Arbeláez propietario.....	38
Tabla 15 oferta Arbeláez dominio de ingles .....	38
Tabla 16 oferta Arbeláez dominio en ingles en lectura.....	39
Tabla 17 oferta Arbeláez domino en ingles en escritura .....	40
Tabla 18 oferta Arbeláez licencia de funcionamiento .....	40
Tabla 19 oferta Arbeláez cámara de comercio .....	41
Tabla 20 oferta Arbeláez clase de personas.....	41
Tabla 21 oferta Arbeláez servicios del establecimiento .....	42
Tabla 22 oferta Arbeláez año de apertura .....	42
Tabla 23 oferta Arbeláez único dueño .....	43
Tabla 24 oferta Arbeláez certificaciones nesesarias .....	43
Tabla 25 oferta Arbeláez inventarió.....	44
Tabla 26 oferta Arbeláez número de empleados .....	44
Tabla 27 oferta Arbeláez tipo de contrato .....	45
Tabla 28 oferta Arbeláez contratación de nuevos empleados .....	45
Tabla 29 oferta Arbeláez capacitación de empleados .....	46
Tabla 30 oferta Arbeláez quien dicta la capacitaciones .....	46
Tabla 31 oferta Arbeláez tipo de capacitaciones .....	47
Tabla 32 oferta Arbeláez mecanismo .....	48
Tabla 33 oferta Arbeláez programa faltantes .....	48
Tabla 34 oferta Arbeláez visitas 2015.....	49
Tabla 35 oferta Arbeláez porcentaje de visitas 2015 .....	49
Tabla 36 oferta Arbeláez porcentaje de visitas extranjeras .....	50
Tabla 37 oferta Arbeláez precio de hospedaje 2015.....	50
Tabla 38 oferta Arbeláez precios de servicios .....	51
Tabla 39 oferta Arbeláez visitas 2016 .....	51
Tabla 40 oferta Arbeláez porcentaje de visitas 2016 .....	52
Tabla 41 oferta Arbeláez porcentaje de visitas extranjeras del 2016 .....	52

Tabla 42 oferta Arbeláez tiempo de estadía .....	53
Tabla 43 oferta Arbeláez precios del hospedaje 2016 .....	53
Tabla 44 oferta Arbeláez precios de servicios 2016 .....	54
Tabla 45 oferta Arbeláez residencia de los turistas .....	54
Tabla 46 oferta Arbeláez lugar de residencia de los extranjeros.....	55
Tabla 47 oferta Arbeláez número de turistas entre semana .....	55
Tabla 48 oferta Arbeláez numero de turistas del fin de semana .....	56
Tabla 49 oferta Arbeláez numero de turistas en puentes y festivos .....	56
Tabla 50 oferta Arbeláez numero de turistas en semana santa.....	57
Tabla 51 oferta Arbeláez número de turistas en las vacaciones de junio .....	57
Tabla 52 oferta Arbeláez número de turistas en las vacaciones de diciembre.....	58
Tabla 53 oferta Arbeláez número de turistas en las ferias y fiestas .....	58
Tabla 54 oferta Arbeláez % de turistas entre semana .....	59
Tabla 55 oferta Arbeláez % de turistas del fin de semana .....	59
Tabla 56 oferta Arbeláez % de los turistas en diciembre.....	60
Tabla 57 oferta Arbeláez % de turistas en ferias y fiestas .....	60
Tabla 58 oferta Arbeláez % porcentaje de turistas extranjeros en todo el año .....	61
Tabla 59 oferta Arbeláez edad de los turistas .....	62
Tabla 60 oferta Arbeláez política de comercialización .....	62
Tabla 61 oferta Arbeláez instrumentos de publicidad .....	63
Tabla 62 oferta Arbeláez servicios adicionales .....	63
Tabla 63 oferta Arbeláez posventa.....	64
Tabla 64 oferta Arbeláez afiliación de gremios .....	64
Tabla 65 oferta Arbeláez actores de red turística .....	65
Tabla 66 oferta Arbeláez contactos con ellos .....	65
Tabla 67 oferta Arbeláez tipo de contacto .....	66
Tabla 68 oferta Arbeláez entidades que apoyan .....	66
Tabla 69 oferta Arbeláez recibe beneficios del estado .....	67
Tabla 70 oferta Arbeláez debilidades .....	67
Tabla 71 oferta Arbeláez fortaleza.....	68
Tabla 72 oferta Arbeláez amenazas.....	69
Tabla 73 oferta Arbeláez oportunidades .....	69
Tabla 74 oferta Arbeláez factores que den beneficios al turismo.....	70
Tabla 75 oferta Arbeláez atractivos .....	71
Tabla 76 demanda en Arbeláez departamento de nacimiento .....	71
Tabla 77 demanda en Arbeláez municipio de nacimiento .....	72
Tabla 78 demanda en Arbeláez departamento de residencia.....	72
Tabla 79 demanda en Arbeláez municipio de residencia.....	73
Tabla 80 demanda en Arbeláez edad de los turistas encuestados .....	74
Tabla 81 demanda en Arbeláez genero de los turistas .....	74
Tabla 82 demanda en Arbeláez actividad laboral.....	75
Tabla 83 demanda en Arbeláez estado civil .....	76



Tabla 84 demanda en Arbeláez N de hijos .....	76
Tabla 85 demanda en Arbeláez nivel educativo .....	77
Tabla 86 demanda en Arbeláez estrato.....	78
Tabla 87 demanda en Arbeláez ingresos .....	78
Tabla 88 demanda en Arbeláez motivo del viaje .....	79
Tabla 89 demanda en Arbeláez medio en que se entero.....	80
Tabla 90 demanda en Arbeláez realizo reservación.....	80
Tabla 91 demanda en Arbeláez tiempo de antelación de la reservación .....	81
Tabla 92 demanda en Arbeláez medio de la reserva .....	81
Tabla 93 demanda en Arbeláez N de personas que lo acompañan .....	82
Tabla 94 demanda en Arbeláez tipo de acompañante .....	82
Tabla 95 demanda en Arbeláez edad de los acompañantes .....	83
Tabla 96 demanda en Arbeláez medio de transporte .....	84
Tabla 97 demanda en Arbeláez tipo de alojamiento .....	85
Tabla 98demanda en Arbeláez noches que se quedaron o se quedan .....	85
Tabla 99 demanda en Arbeláez N de veces que visita al año .....	86
Tabla 100 demanda en Arbeláez dinero que gasto o gastara .....	87
Tabla 101 demanda en Arbeláez actividades turísticas.....	87
Tabla 102 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en alimentación .....	88
Tabla 103 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en comercio .....	89
Tabla 104 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en hospedaje.....	90
Tabla 105 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en lugares turísticos.....	90
Tabla 106 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en espectáculos .....	91
Tabla 107 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en transporte del municipio.....	92
Tabla 108 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en ocio .....	93
Tabla 109 demanda en Arbeláez grados de satisfacción de servicios médicos.....	94
Tabla 110demanda en Arbeláez grados de satisfacción en conservación de monumentos....	95
Tabla 111 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en señalizaciones turísticas .....	95
Tabla 112demanda en Arbeláez grados de satisfacción en aseo del municipio .....	96
Tabla 113 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en seguridad del municipio .....	97
Tabla 114 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en preservación de los recursos naturales .....	97
Tabla 115 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en la malla vial .....	98
Tabla 116 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en movilidad .....	99
Tabla 117 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en la amabilidad de los habitantes ...	99
Tabla 118 demanda en Arbeláez grados de satisfacción del viaje .....	100
Tabla 119 demanda en Arbeláez aspectos positivos .....	101
Tabla 120 demanda en Arbeláez aspectos negativos .....	101
Tabla 121 demanda en Arbeláez estaría dispuesto a volver .....	102
Tabla 122 demanda en Arbeláez fechas que volvería .....	103
Tabla 123 demanda en Arbeláez recomendaría este destino .....	103
Tabla 124 demanda en Arbeláez que le gustaría encontrar de nuevo o mejor.....	104

Tabla 125 demanda en Arbeláez palabra que describe el municipio .....	104
Tabla 126 demanda en Arbeláez municipio que le gustaría conocer .....	105
Tabla 127 oferta san Bernardo edad .....	106
Tabla 128 oferta san Bernardo género .....	106
Tabla 129 oferta san Bernardo cargo .....	107
Tabla 130 oferta san Bernardo N de hijos.....	107
Tabla 131 oferta san Bernardo estado civil.....	108
Tabla 132 oferta san Bernardo nivel educativo .....	108
Tabla 133 oferta san Bernardo profesión.....	109
Tabla 134 oferta san Bernardo estrato .....	110
Tabla 135 oferta san Bernardo estido del turismo .....	110
Tabla 136 oferta san Bernardo propietario .....	111
Tabla 137 oferta san Bernardo dominio en ingles .....	111
Tabla 138 oferta san Bernardo dominio de ingles en lectura .....	112
Tabla 139 oferta san Bernardo dominio de inglés en escritura .....	112
Tabla 140 oferta san Bernardo licencia de funcionamiento .....	113
Tabla 141 oferta san Bernardo cámara de comercio .....	113
Tabla 142 oferta san Bernardo clase de persona .....	114
Tabla 143 oferta san Bernardo registro nacional del turismo.....	115
Tabla 144 oferta san Bernardo servicio del establecimiento .....	115
Tabla 145 oferta san Bernardo único dueño.....	116
Tabla 146 oferta san Bernardo certificaciones necesarias .....	116
Tabla 147 oferta san Bernardo inventario .....	117
Tabla 148 oferta san Bernardo N de empleados .....	117
Tabla 149 oferta san Bernardo contratación .....	118
Tabla 150 oferta san Bernardo contrato de nuevos empleados.....	118
Tabla 151 oferta san Bernardo capacitación a empleados.....	119
Tabla 152 oferta san Bernardo quien dicta las capacitaciones .....	119
Tabla 153 oferta san Bernardo tipo de capacitación .....	120
Tabla 154 oferta san Bernardo programas faltantes .....	121
Tabla 155 oferta san Bernardo visitas del 2015.....	121
Tabla 156 oferta san Bernardo % turistas del 2015 .....	122
Tabla 157 oferta san Bernardo % de turistas extranjeros en el 2015 .....	122
Tabla 158 oferta san Bernardo tiempo de estadía.....	123
Tabla 159 oferta san Bernardo precios del hospedaje 2015.....	123
Tabla 160 oferta san Bernardo precios de los servicios 2015.....	124
Tabla 161 oferta san Bernardo municipio de donde vienen los turistas.....	124
Tabla 162 oferta san Bernardo lugares donde vienen los extranjeros .....	125
Tabla 163 oferta san Bernardo visitas 2016 .....	126
Tabla 164 % de los turistas nacionales en el 2016 .....	126
Tabla 165 oferta san Bernardo % de turistas extranjeros .....	127
Tabla 166 oferta san Bernardo edades de los turistas hombre y mujer.....	128

Tabla 167 oferta san Bernardo políticas de comercialización.....	128
Tabla 168 oferta san Bernardo instrumentos de publicidad.....	129
Tabla 169 oferta san Bernardo servicios adicionales .....	129
Tabla 170 oferta san Bernardo entidades que apoyan .....	130
Tabla 171 oferta san Bernardo debilidades.....	130
Tabla 172 oferta san Bernardo fortaleza .....	131
Tabla 173 oferta san Bernardo amenaza .....	131
Tabla 174 oferta san Bernardo oportunidades .....	132
Tabla 175 oferta san Bernardo factores que beneficia al municipio.....	133
Tabla 176 oferta san Bernardo atractivos.....	133
Tabla 177 demanda san Bernardo departamento de nacimiento .....	134
Tabla 178 oferta san Bernardo municipio de nacimiento.....	134
Tabla 179 oferta san Bernardo departamento de residencia.....	135
Tabla 180 oferta san Bernardo municipio de residencia .....	136
Tabla 181 oferta san Bernardo edad .....	136
Tabla 182 oferta san Bernardo genero .....	137
Tabla 183 oferta san Bernardo actividad laboral .....	138
Tabla 184 oferta san Bernardo estado civil .....	138
Tabla 185 oferta san Bernardo N de hijos.....	139
Tabla 186 oferta san Bernardo nivel educativo .....	140
Tabla 187 oferta san Bernardo estrato .....	140
Tabla 188 oferta san Bernardo rangos de ingresos.....	141
Tabla 189 oferta san Bernardo motivo del viaje.....	141
Tabla 190 oferta san Bernardo medio que se entero.....	142
Tabla 191 oferta san Bernardo realizo reservación .....	142
Tabla 192 oferta san Bernardo N de personas que lo acompañan.....	143
Tabla 193 oferta san Bernardo tipo de acompañantes .....	143
Tabla 194 oferta san Bernardo edad de los acompañantes.....	144
Tabla 195 oferta san Bernardo medio de transporte .....	145
Tabla 196 oferta san Bernardo tipo de alojamiento .....	145
Tabla 197 oferta san Bernardo noques que se quedaran o se quedaron .....	146
Tabla 198 oferta san Bernardo N de veces que visita el municipio.....	147
Tabla 199 oferta san Bernardo dinero que gastara o gasto .....	147
Tabla 200 oferta san Bernardo actividades turísticas.....	148
Tabla 201 oferta san Bernardo grado de satisfacción de alimentación .....	149
Tabla 202 oferta san Bernardo grado de satisfacción de comercio.....	149
Tabla 203 oferta san Bernardo grado de satisfacción de hospedaje.....	150
Tabla 204 oferta san Bernardo grado de satisfacción de lugares turísticos.....	151
Tabla 205 oferta san Bernardo grado de satisfacción de espectáculo .....	152
Tabla 206 oferta san Bernardo grado de satisfacción de transporte hacia el municipio .....	153
Tabla 207 oferta san Bernardo grado de satisfacción de ocio .....	154
Tabla 208 oferta san Bernardo grado de satisfacción de los servicios médicos.....	154

Tabla 209 oferta san Bernardo grado de satisfacción de conservación de los monumentos .....	155
Tabla 210 oferta san Bernardo grado de satisfacción de señales turísticas .....	156
Tabla 211 oferta san Bernardo grado de satisfacción del aseo del municipio.....	157
Tabla 212 oferta san Bernardo grado de satisfacción de seguridad del municipio .....	157
Tabla 213 oferta san Bernardo grado de satisfacción de preservación de los recursos naturales .	158
Tabla 214 oferta san Bernardo grado de satisfacción de la malla vial.....	159
Tabla 215 oferta san Bernardo grado de satisfacción de movilidad.....	159
Tabla 216 oferta san Bernardo grado de satisfacción de amabilidad de los habitantes.....	160
Tabla 217 oferta san Bernardo grado de satisfacción del viaje .....	161
Tabla 218 oferta san Bernardo aspectos positivos .....	161
Tabla 219 oferta san Bernardo aspectos negativos .....	162
Tabla 220 oferta san Bernardo estaría dispuesto a volver .....	163
Tabla 221 oferta san Bernardo que fecha volvería .....	163
Tabla 222 oferta san Bernardo recomendaría este destino .....	164
Tabla 223 oferta san Bernardo que le gustaría encontrar nuevo o mejor .....	165
Tabla 224 oferta san Bernardo palabra que describe el municipio .....	165
Tabla 225 oferta san Bernardo que municipio le gustaría conocer .....	166

## **1. AREA Y LINEA DE INVESTIGACION**

Basados en las áreas y líneas establecidas desde la facultad de ciencias administrativas económicas y contables de la universidad de Cundinamarca en la dirección de la investigación el presente proyecto se acoge a el área Turismo Y Sociedad bajo la línea Desarrollo Turístico con el fin de enmarcar el Estudio sobre la demanda y la oferta turística de los municipios de Arbeláez y San Bernardo y su aporte a la región de Sumapaz.

## 2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la capacidad de oferta y demanda de los municipios de Arbeláez y San Bernardo en relación con la prestación de los servicios turísticos?

### 2.1. Planteamiento Del Problema

El turismo es un factor fundamental en el desarrollo de una sociedad actual, todo esto basado con lo que se puede observar en diferentes lugares del mundo y su desarrollo económico con este mismo eslabón, el turismo es crucial para la determinación de evolución de una economía, El turismo también se encarga de mostrar que el producto se promocioe, se venda y se posicione esto con el fin de darle un valor agregado a la hora de escoger un destino turístico. por eso es necesario realizar un estudio detallado en Cundinamarca y en la región del Sumapaz.

A través del tiempo Arbeláez y San Bernardo surgen con la necesidad de implementar un estudio que visualice de manera correcta el estado con el que cuenta a nivel del sector turístico esto con el fin de obtener sugerencias o recomendaciones que apoyen el crecimiento y la generación o mejora de nuevos establecimientos dentro de los mismos.

La deficiencia en la calidad de los servicios básicos, varían de manera negativa el confort y satisfacción de las necesidades de los turistas que poco a poco dejan de utilizar los municipios y abandonan la posibilidad de disfrutar

Todo esto se hará de una manera sistemática, con un corte de acción participativa donde se halle dar la palabra tanto a la comunidad, para vincular a la mayoría de los comerciantes, y otros habitantes que den pie a la generación del turismo. También se podrá realizar una caracterización que de exactitud en cuanto al estado de los municipios.

Finalmente, el poco interés que se ha dado a la parte investigativa que tome como base el estudio de nuevos potenciales turísticos de la zona y que a través de ellos se generen propuestas interesantes que motiven al turista y al visitante local a conocer y participar de la cultura y naturaleza del entorno.

La oferta en contextos regionales a nivel Colombia ha intentado mejorar su capacidad en factores importantes para el turismo; tales como: hoteles, parques, mallas viales, ferias y fiestas, entre otros; sin embargo en municipios como Arbeláez y San Bernardo, no se cuenta con un análisis de la demanda y oferta de turistas que se pueden llegar a incentivar, teniendo en cuenta la importancia que tiene el Turismo en Colombia ya que el mismo aporta a nivel nacional el 6.1% dentro del PIB, por ello es necesario conocer las fortalezas o debilidades dentro el subsector turismo para el desarrollo de la región y así del país.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. Objetivo General**

Caracterizar la oferta y demanda del turismo de los municipios Arbeláez y San Bernardo

#### **3.2. Objetivos Específicos**

Identificar la oferta del turismo en los municipios de Arbeláez y San Bernardo.

Determinar los factores claves en la demanda hacia los municipios de Arbeláez y San Bernardo.

Analizar la infraestructura básica en la prestación de los servicios públicos y su infraestructura vial.

#### 4. JUSTIFICACION

Como punto de partida en el desarrollo investigativo y la necesidad de estudiar el crecimiento económico se inicia un estudio detallado sobre la oferta y la demanda en el sector turístico de los municipios de Arbeláez y San Bernardo.

Donde puede haber un impacto dentro de la región del Sumapaz; donde el turismo genere nuevos ingresos corrientes para el municipio con el fin de obtener los recursos para la inversión social y así los habitantes mejoren la calidad de vida, además de hacer que conocer sus necesidades, falencias, y virtudes que ofrecen cada uno de estos municipios, concientizando a los interesados de viajar dándoles otras opciones en destinos turísticos que pueden ser más económicos, cercanos, de fácil acceso y al mismo tiempo igual de agradables.

Lo que esto puede implicar en municipios con baja demanda en turistas, para evaluar la relación socioeconómica dentro de la región del Sumapaz y así determinar una solución o soluciones para los posibles problemas que presenten estos municipios como Arbeláez y San Bernardo y así garantizar la posibilidad del incremento de turista a nivel del país o del exterior.



## 5. MARCO REFERENCIAL

### ANTECEDENTES

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

Cumpliendo con las diferentes fuentes de información se encontró un estudio realizado por la universidad Javeriana el Centro de investigación y Monitoreo Ambiental Páramo del Sumapaz<sup>1</sup>. Con el fin de incentivar el turismo en el páramo de Sumapaz dando a entender que es unos más grandes paramos que hay en el mundo con la idea de crear caminatas ecológicas, observación de aves y otras cosas para así financiar la investigación y dar a entender lo importante que es la naturaleza.

Se incorpora el plan de competitividad para la provincia de Sumapaz hecho por la cámara de comercio de Bogotá en el año 2010<sup>2</sup>. Da una clara idea de todo lo que tienen que saber de la provincia desde sus amenazas hasta fortalezas.

En el trabajo de grado el turismo como factor de competitividad en el desarrollo del municipio de la dorada<sup>3</sup> se evidencia las decisiones y la ejecución en las acciones que debe tener este municipio para innovar con propuestas de evolución al desarrollo en el tema de la competitividad.

En el plan de competitividad para la provincia del Sumapaz, se puede verificar la importancia del aporte al PIB desde la región y para ser explícitos del aporte que da en un 5,3% y 6,0% los proyectos que hay por desarrollar en diversos municipios, y la necesidad de dar una correcta destinación a los recursos partiendo desde la planificación hasta su ejecución.<sup>4</sup>

Incorporando al tema oferta y demanda se referencia la monografía planteada por Martínez Adriana en el año 2011 para la universidad Cooperativa de Colombia<sup>5</sup> donde se contempla el estudio que se les hace a las ciudades poco reconocidas en el país con el énfasis del tan sonado redes sociales y cómo influyen estas en casa uno de los turistas, que ha medida de que va pasando el tiempo se vuelve más imprescindible la tecnología en los lugares menos visitados.

---

<sup>1</sup> (Camacho Vidal , 2009)

<sup>2</sup> (Camara de comercio , 2010)

<sup>3</sup> (Navarro, 2011)

<sup>4</sup> (Camara de comercio , 2010)

<sup>5</sup> (Adriana, 2011)

Cada uno de estos trabajos e investigaciones son fundamentales para el desarrollo de la investigación con el material empleado e histórico se fundamentan bases para el correcto camino de la misma.

## REFERENTES

Según los empresarios del sector turístico de Fusagasugá, Silvana, Arbeláez y otros municipios, a través de FUNCOP - Fundación de operadores y prestadores de servicios turísticos de Sumapaz - proponen alianza público-privada para administrar y liderar el Parque San Rafael, como un proyecto con grandes oportunidades para potencializar el turismo regional en la provincia de Sumapaz, consolidando productos eco turísticos y ambientales de mayor impacto<sup>6</sup>. El contenido de la cámara de comercio de Bogotá esa sería una gran apuesta para el turismo en la región de Sumapaz por la diversidad de flora y fauna que hay en el sector dando a entender que no solo en el parque San Rafael si no toda la región del Sumapaz por la diversidad de clima.

El turismo comunitario de las autoras Martha Nubia Cardona Prieto y Rosalía Burgos Doria Maestrante<sup>7</sup>. Incluye nuevas ideas sobre el turismo de la región de Sumapaz que es las diversidades animales como el cóndor, el águila real y el oso de anteojos que está en peligro de extinción por la caza y la destrucción de su ecosistema ya que son los más representativos de la región por ese motivo es unas las atracciones más llamativas de la región.

Senderos eco turísticos en el municipio de san Bernardo de los autores Martha Nubia, Cardona Prieto, Rosalía Burgos y Doria Maestrante<sup>8</sup>. Otro de los atractivos son los senderos turísticos donde tiene la posibilidad de conocer toda la fauna del municipio de san Bernardo donde podrán pasar por el salto de chiriguaco, la piedra de rappel, laguna negra y el mirador de portones.

ruta eco turística entre los municipios de Arbelaz y Pandi de la autora María Elcy Briñez Diaz<sup>9</sup>. Informa otra posibilidad en la región del Sumapaz de una caminata ecológica con el fin de conocer rutas alternas con el fin de concientizar a las personas lo impórtate de estos espacios con el objetivo que cuiden el medio habiente.

Aplicación del método sinergia seguimiento a la planificación y gestión ambiental en los municipios que conforman la provincia del Sumapaz, departamento de Cundinamarca, en el periodo de gobierno 2012-2015 de la autora Ángela maría castillo Pérez<sup>10</sup>. Aporta a una clara idea de que están haciéndolos municipios con el medio habiente para fortalecer ese sector dándonos a entender la importancia

---

<sup>6</sup> (Camara de comercio , 2010)

<sup>7</sup> (Prieto, 2015)

<sup>8</sup> (Prieto, 2015)

<sup>9</sup> (Diaz E. B., 2016)

<sup>10</sup> (perez, 2015)

gracias a la ley 99 que fue creada con fin de apoyar todo lo que tienen que ver con el medio ambiente.

## 5.1. MARCO TEÓRICO

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”<sup>11</sup>

Una forma bastante clara y contundente de mostrar la férrea relación del paisaje con el turismo se da a partir de la simple constatación que la motivación fundamental para el viaje turístico es la necesidad de romper con la rutina. Para muchos, la mejor forma de conseguir esta ruptura es a través del cambio físico de lugar; actitud que forma parte de la esencia del turismo. Al hacerlo el turista encontrará en el "paisaje" el elemento que mejor le indicará esa tan deseada ruptura con la percepción visual de lo nuevo y lo diferente en el transcurso de su experiencia de viaje.<sup>12</sup>

La relación clima turismo ha sido abordada en el marco geográfico desde dos campos muy diferentes: la geografía del turismo y la climatología. La geografía del turismo ha realizado numerosas reflexiones en torno a la consideración clima-turismo. Estas reflexiones, sin embargo, se han ordenado según tres posturas diferenciadas. La primera considera que la atracción del clima, como elemento del medio natural, es suficiente para explicar la mayor parte de centros y flujos turísticos. La segunda, en cambio, sostiene, con CHADEFAUD (1988) a la cabeza, que todo clima es potencialmente turístico. La tercera, a medio entre las dos anteriores y defendida principalmente por BESANCENOT (1991), pone en evidencia el papel de los factores climáticos en los comportamientos turísticos y a la vez, manifiesta la necesidad de evaluar el potencial de atracción de los diferentes climas de un territorio<sup>13</sup>

En la actualidad, en Colombia, hay una demanda inexistente o muy pequeña de destinos ecoturísticos, como los parques nacionales naturales, que podría aumentarse gracias a estrategias de mercadeo de lugares, las cuales deberían buscar la preservación de los lugares ecoturísticos y al mismo tiempo incrementar los beneficios a los diferentes grupos de interés.<sup>14</sup>

Colombia tiene la ventaja de ser el segundo país en el total de especies conocidas, el quinto en recursos naturales y el doceavo en número de áreas protegidas. Al

---

<sup>11</sup> (SANCHO, 2008)

<sup>12</sup> (Pires, 2011)

<sup>13</sup> (GOMEZ, 1999)

<sup>14</sup> (Milton Ricardo Ospina Diaz, 2013)

combinar su naturaleza prístina, lugares míticos, saberes ancestrales y la hospitalidad de su gente, la industria turística puede marcar la diferencia a nivel mundial, consolidando una oferta especializada, diferenciada, y competitiva.<sup>15</sup>

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

Turista, viajeros y visitantes forman parte de la demanda turística y, tras este término se encuentra un grupo heterogéneo de personas; un agregado de personalidades e intereses con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias.<sup>16</sup>

La oferta turística es Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición de usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.<sup>17</sup>

El enfoque de la planificación turística ha ido, asimismo. Variando a lo largo de los años. Así, de una preocupación exclusiva por la planificación física de las facilidades turísticas y por su promoción posterior, se ha pasado a un enfoque más amplio, que toma en consideración las necesidades tanto de las empresas, como de los propios turistas y de la comunidad receptora de formar cada vez existe una mayor preocupación por crear sinergias entre el turismo y el entorno social, económico y medio ambiental.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> (RAMIREZ, 2016)

<sup>16</sup> (SANCHO, 2008)

<sup>17</sup> (SANCHO, 2008)

<sup>18</sup>(SANCHO, 2008)

## 5.2. MARCO CONCEPTUAL

Las diferencias entre los diferentes conceptos que ofrecen cada uno de los temas económicos que se interrelacionan para un resultado más preciso a la hora de entrar hablar en la investigación son:

### **Demanda**

Se puede definir como las diferentes cantidades que los consumidores estarán dispuestos y en condiciones de adquirir, en función de los diferentes niveles de precios posibles, en determinado tiempo.<sup>19</sup>

### **Demanda**

La relación que muestra las diversas cantidades de un bien o servicio que el consumidor está dispuesto y en posibilidades de comprar o de disfrutar a diversos precios durante un tiempo determinado permaneciendo todas las demás variables. (gustos, preferencias, modas, etc.) Constantes.<sup>20</sup>

### **Ecoturismo**

“Aquella modalidad turística ambiental responsable de viajar o visitar áreas naturales sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí. A través de un proceso que promueva la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales”<sup>21</sup>

Esto infiere a la responsabilidad social que abarca a fines ambientales, en la cual se quiere desarrollar la conciencia ambiental en los turistas, y en las ciudades y países en los que se maneje Ecoturismo. Como una nueva modalidad de turismo

### **Oferta**

Puede ser definida como las diferentes cantidades que los productores estarán dispuestos y aptos a ofrecer en el mercado en función de los distintos niveles de precios posibles, en determinado tiempo.<sup>22</sup>

### **Oferta**

---

<sup>19</sup> (Rossetti, 1991)

<sup>20</sup> (Rodas, 2011)

<sup>21</sup> (Iascurain, 1993)

<sup>22</sup> (Rossetti, 1991)

La relación que muestra las diferentes cantidades de un artículo o producto que el oferente (productor) desea llevar al mercado y poner en disponibilidad de venta a un determinado precio en un período, se denomina oferta.<sup>23</sup>

### **Turismo**

Aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros motivos.<sup>24</sup>

### **Turista**

cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino. También se consideran turistas internacionales los pasajeros de cruceros y los colombianos residentes en el exterior de visita en Colombia.<sup>25</sup>

El Turismo definido por la OMT 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.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> (Rodas, 2011)

<sup>24</sup> (OMT, 1991)

<sup>25</sup> (Organización Mundial del Turismo, 2015)

<sup>26</sup> (Organización Mundial del Turismo, 2015)

### 5.3. MARCO LEGAL

#### NORMAS

Ley 300 1996	Decreto 2590 de 2009	ley 558 de 2012	Decreto 2133 de 2013	Decreto 1820 de 2015
<p>"En la que se expide la ley general del turismo en ella se expone la relevancia de la industria turística en Colombia en varios de los subsectores del turismo, en donde también se evidencia las obligaciones y los derechos de los demandantes y ofertantes de servicios turísticos" Primera ley guía en el ejercicio de la investigación planteada hacia el estudio de la oferta y demanda en los municipios turísticos.</p>	<p>"Por la cual se reglamenta las leyes 300 de 1996 y 1101 de 2006 en la cual expresa los parámetros en servicios de viviendas/ apartamentos turísticos, naturaleza de contratos entre otros temas". Demuestra el nuevo funcionamiento con los servicios turísticos en cuando a hospedaje se refiere, articulando la ley 300 de 1996</p>	<p>"Por la cual se modifica la ley 300 de 1996 y la ley 1101 de 2006. Esta ley tiene por objeto el desarrollo y competitividad y regulación del sector turístico" Actualizando cada vez la norma respecto a las necesidades que se presentan la ley 558 del 2012 presente maximizar y prestar un tema de control en el sector turístico</p>	<p>"Por el cual se regulan las estadísticas inmersas al sector turístico y se determina el DANE, además de otras disposiciones". Mediante este decreto se solidifica de una manera más formal al DANE con el fin de tener valores más aproximados y exactos dentro del sector turístico.</p>	<p>"Por el cual se dictan medidas dentro del estado de emergencias para incentivar la actividad económica y la creación de empleo que pretende impulsar un programa de desarrollo empresarial que pueda crear empresas y activar las existentes". Mecanismos en los cuales se pretende una aceleración económica con el ánimo de contribuir el desarrollo social impactando la economía de manera positiva.</p>

## 5.4. MARCO GEOGRAFICO

### IDENTIFICACIÓN DEL MUNICIPIO:

**Nombre Del Municipio:** ARBELÁEZ

**NIT:** 800.093.386-8

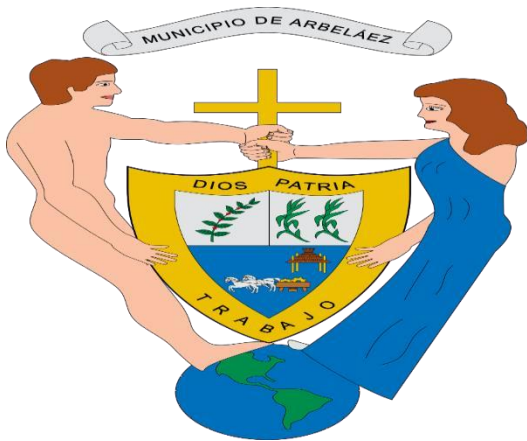
**CODIGO DANE:** 25053

**GENTILICIO:** Arbelaence

**OTROS NOMBRES QUE HA RECIBIDO EL MUNICIPIO:** Hato Grande

### SIMBOLOS

#### ESCUDO



Escudo de forma. Acorazonado rematado en la parte superior por una cruz y dividido en tres cuarteles, sostenido de los lados por un hombre desnudo y una mujer vestida de túnica larga, de pies sobre el hemisferio mostrando el continente americano. Lleva en sus bordes las palabras DIOS - PATRIA - TRABAJO, Y arriba la leyenda MUNICIPIO DE ARBELAEZ. (ALCALDIA DE ARBELAEZ, 2017)

*Ilustración 1 Escudo Arbeláez*  
*Fuente Alcaldía de Arbeláez*

#### BANDERA



"En 1973 se adoptó la bandera de tres franjas horizontales, con los siguientes colores:

Una primera franja de color verde.

Una segunda franja de color blanco.

Y la franja inferior de color verde.

En la franja del centro está el escudo del municipio. colores son la confirmación de la fertilidad de sus campos, y la esperanza de toda su gente en un mejor mañana. Igualmente, de la paz que todos anhelan."

*Ilustración 2 Bandera Arbeláez*  
*Fuente Alcaldía de Arbeláez*



## **GEOGRAFIA**

La ubicación geográfica del Municipio de ARBELAEZ según las coordenadas respecto al meridiano de Greenwich son: Latitud: 4° 17' y longitud 74° 26', pertenece al Departamento de Cundinamarca y hace parte de la provincia de SUMAPAZ. Ese encuentra localizado en la parte suroeste del departamento de Cundinamarca, como partícipe de la denominada Provincia del Sumapaz, distanciada de la capital de la república 82 Km.

El municipio tiene una extensión de 151 km<sup>2</sup> (15.216 ha), representadas en un territorio urbano y diez (10) veredas a saber: El Salitre, Hato Viejo, San Antonio, San José, San Luis, San Miguel, San Patricio, San Roque, Santa Bárbara y Santa Rosa. (Figura 3). Con una temperatura media de 20°C, localizado a una altitud media de 1.417 m.s.n.m; la población está distribuida de la siguiente forma: 3.109 habitantes en la parte urbana y 15.436 en la rural, con una densidad promedio de 122,12 habitantes por kilómetro cuadrado (hab/km<sup>2</sup>), equivalentes a 1,22 habitantes / hectárea (hab/há), correspondientes a 37,01 hab/há en la parte urbana y 1,02 en la rural. (ARBELAEZ, ALCALDIA DE ARBELAEZ, 2017)

### **Límites Del Municipio**

Se ubica al Sudoeste de Bogotá, Región del Sumapaz. Limita al Norte con Fusagasugá del que se encuentra separado por los ríos Guavio y Cuja y con el municipio de Pasca y el Distrito Capital, al Oriente con Pasca y el Distrito Capital, por el Sur con los municipios de San Bernardo y Pandi y el Departamento del Tolima y al Occidente con Pandi del que se encuentra separado por el río Negro y Sumapaz, se presentan en el Mapa No. 1 de jurisdicción, límites territoriales y división vereda. (ARBELAEZ, ALCALDIA DE ARBELAEZ, 2017)

#### **Extensión total:**

152.16 Km<sup>2</sup>

#### **Extensión área urbana:**

0.84 Km<sup>2</sup>

#### **Extensión área rural:**

151.32 Km<sup>2</sup>

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

1417 msnm

#### **Temperatura media:**

20 °C° C

#### **Distancia de referencia:**

82 km de Bogotá

#### **Mapa del Municipio**

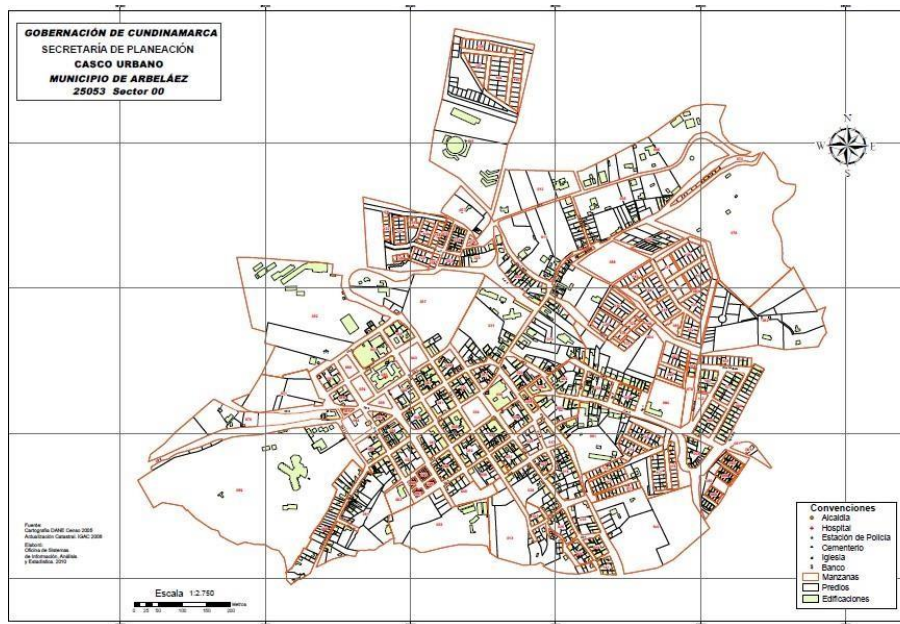


Ilustración 3 Mapa Arbeláez  
Fuente Alcaldía de Arbeláez

## IDENTIFICACIÓN DEL MUNICIPIO

**Nombre Del Municipio** Municipio de San Bernardo

**Nit** 800.093.437-5

**Código Dane:** 25649

**Gentilicio:** Sanbernardinós

## SIMBOLOS

### Escudo



Fue adoptado por concurso.

Escudo de forma española, cortado verticalmente en dos mitades y oblicuamente por una divisa con la leyenda **TRABAJO - PAZ - PROGRESO** en letras negras, que indican tres cualidades de sus moradores.

*Ilustración 4 Escudo San Bernardo*  
*Fuente Alcaldía de San Bernardo*

## Bandera



"Conformada por tres franjas horizontales del mismo tamaño, repartida en color azul claro, blanco y verde.

El azul representa el agua que baña el territorio.

El blanco son las sanas costumbres y sentimientos nobles de los hijos de San Bernardo.



El verde es la fertilidad de la tierra y la esperanza de sus moradores."

*Ilustración 5 Bandera San Bernardo.*  
*Fuente Alcaldía de San Bernardo*

### **Descripción Física:**

**LOCALIZACIÓN:** El Municipio de San Bernardo se encuentra ubicado al Sur - oriente del Departamento de Cundinamarca en la Provincia del Sumapaz.

### **Límites del municipio:**

Límites Limita por el Norte con el Municipio de Arbeláez, por el Oriente con Bogotá D. C., por el Sur con el Municipio de Venecia y el municipio de Cabrera, y por el Occidente con el Municipio de Pandi.

### **Extensión total:**

248.98 Km<sup>2</sup> Km<sup>2</sup>

### **Extensión área urbana:**

0.6 Km<sup>2</sup>

### **Extensión área rural:**

248.38 Km<sup>2</sup>

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

1.600 msnm

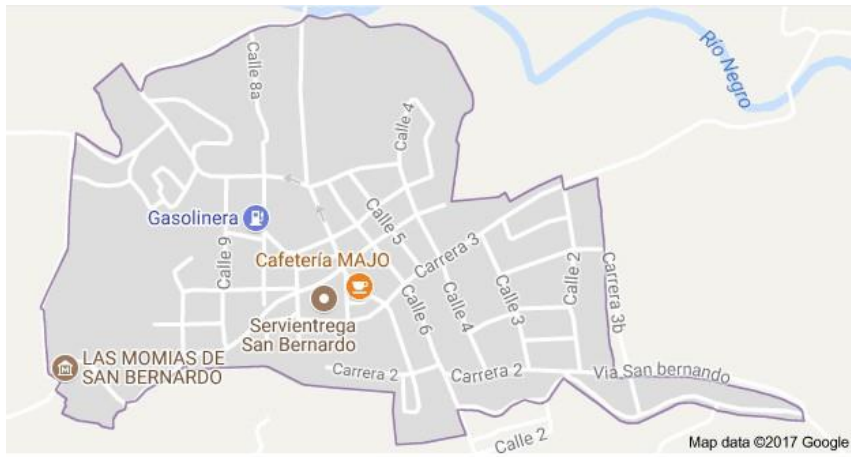
### **Temperatura media:**

20°C° C

### **Distancia de referencia:**

99 Km de Bogotá, D.C.

### **MAPA DEL MUNICIPIO**



San Bernardo, Cundinamarca  
*Ilustración 6 Mapa San Bernardo Fuente Google Maps*

## 6. RECURSOS

Recursos Humanos			
Nombre	Número de Horas	costo de hora	total
Marco Julián Cendales	60	3.000	180.000
Nancy Vanessa Franco	60	3.000	180.000
<b>Total</b>			<b>360.000</b>

*Tabla 1 Recursos Humanos  
Fuente Propia*

Recursos Materiales			
Materiales	Cantidad	Consumo	Total
Papelería	200	50	10.000
Esferos	3	1.000	3.000
Alimentación	4	8.000	32.000
Fletes	8	3.000	24.000
<b>Total</b>			<b>69.000</b>

*Tabla 2 Recursos Materiales  
Fuente Propia*

Otros Recursos			
	Cantidad	Tiempo/ días	Consumo
Computador	2	15	30.000

*Tabla 3 Recursos Físicos  
Fuente Propia*

## 7. CRONOGRAMA

2017																				
ACTIVIDAD	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
Aplicación de los instrumentos																				
Elaboración informe con los resultados de los instrumentos utilizados																				
Análisis de resultados																				
Elaboración Del Ante Proyecto																				
Comparación ante proyecto y resultados con instrumentos utilizados																				
Procesamiento de la información																				
Asesoría docente investigador																				
Consulta bibliográfica																				
Presentación Ponencias																				
Presentación Informe Final																				
Presentación Articulo para revista indexada																				

Tabla 4 Cronograma

## 8. MARCO ESTADISTICO

### 8.1 Marco Metodológico

**Área de estudio:** Municipio de Arbeláez y San Bernardo

**Enfoque y Tipo de Investigación:**

El enfoque empleado en la investigación es mixto en el cual se aplicará un enfoque cuantitativo y cualitativo

**Cualitativo** Buscando opciones y cualidades de la sociedad su relación con el turismo y el ecosistema.

**Cuantitativo** Por medio de los instrumentos estadísticos para determinar los factores económicos.

**Población y Muestra**

Para la Oferta se determinó una población de 30 establecimientos de comercio convenidos por la alcaldía de cada municipio.

Para la Demanda se determinó una población de 30 turistas.

**Técnicas e instrumentos para recolección de la información**

En la evolución de este proyecto de investigación, se tienen en cuenta los instrumentos de encuestas y la tabulación de las mismas para el desarrollo y exactitud de los resultados todo con el fin de suplir las necesidades que tienen los municipios.

En las encuestas se encuentran una serie de preguntas que facilitaran con el estudio de la situación actual de los municipios.

## 9. OFERTA ARBELAEZ

### 1) Edad

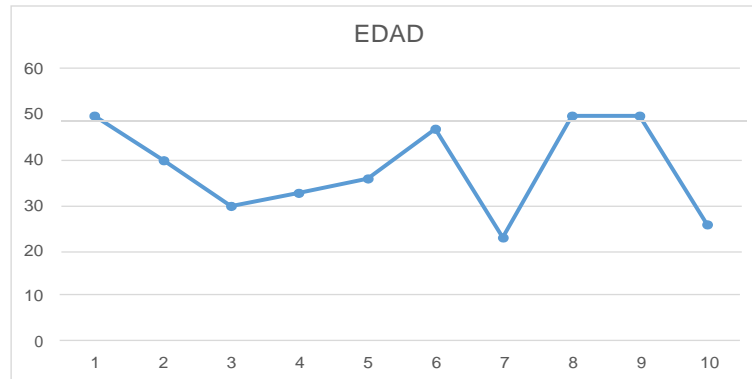


Tabla 5 oferta Arbeláez edad

Elaboración Propia

Se encuestaron a diez (10) personas todas mayores de edad entre 22 a 50 años, por lo que se encuentran 3 personas con 50 años, 5 personas entre 30 a 48 años y dos personas entre 22 a 27 años. Esto nos muestra que la población es medio heterogénea.

Hombres	50%
Mujeres	50%

### 2) Genero

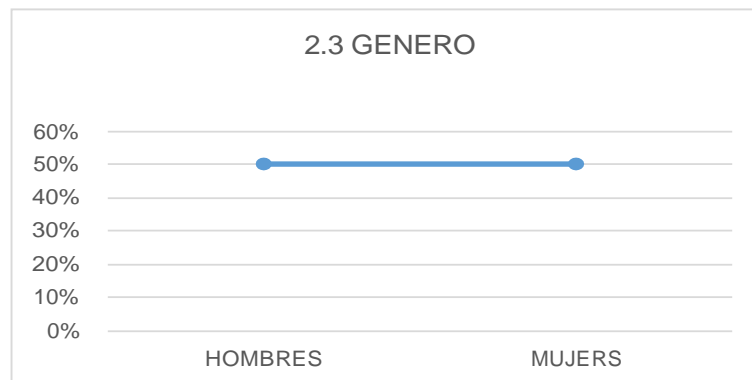


Tabla 6 oferta Arbeláez genero

Elaboración Propia

Las personas que fueron encuestadas se tomaron por igual de condiciones, por lo que 5 de ellas fueron mujeres siendo ellas un 50% de la población y el otro 50% de la población fueron hombres lo que corresponde a 5 hombres.



Administrador	60%
Propietario	10%
Empleado	30%

### 3) Cargo

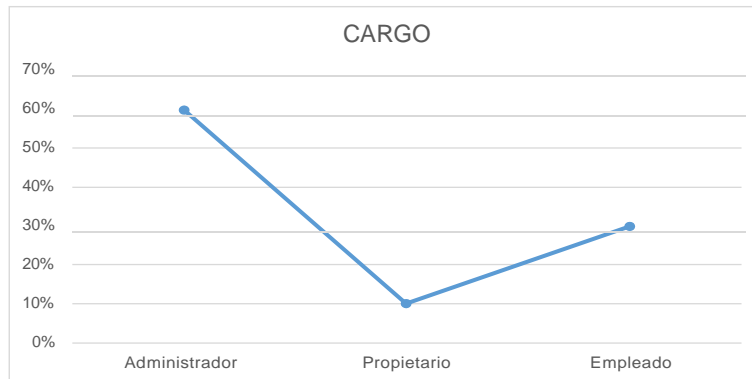


Tabla 7 oferta Arbeláez cargo

Elaboración Propia

Los cargos que ejercen las personas son ejecutados en establecimientos por lo que varía sus funciones, siendo la mayoría de ellos administradores los cuales son un 60% de la población equivalente a seis (6) personas, tan solo uno (1) de ellos es propietario del establecimiento lo que solo corresponde a un 10% de la población, los restantes de las personas son empleadas lo cual atañe a tres (3) personas siendo ellos un 30% de la población.

### 4) Número de hijos

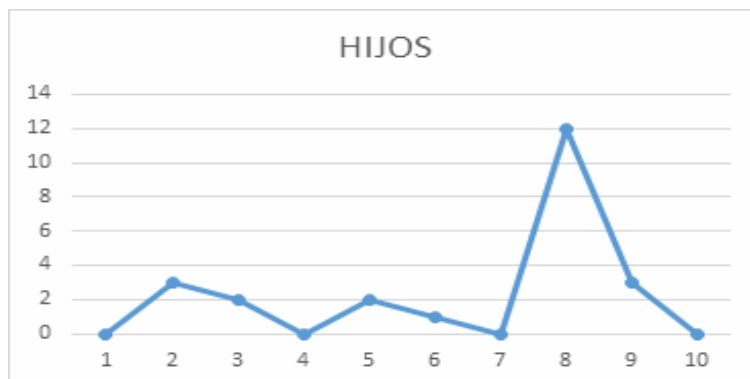


Tabla 8 oferta Arbeláez numero de hijos

Elaboración Propia

Del 100% de la población un 40% no tienen hijos, el otro 60% de la población tienen hijos por lo se divide en un 20% con tres (3) hijos, otro 20% tienen dos (2) hijos, un 10% con un (1) hijo y otro 10% de la población presenta el mayor índice con hijos teniendo doce (12) hijos.

### 5) Estado civil

casado	60%
soltero	30%
divorciado	10%

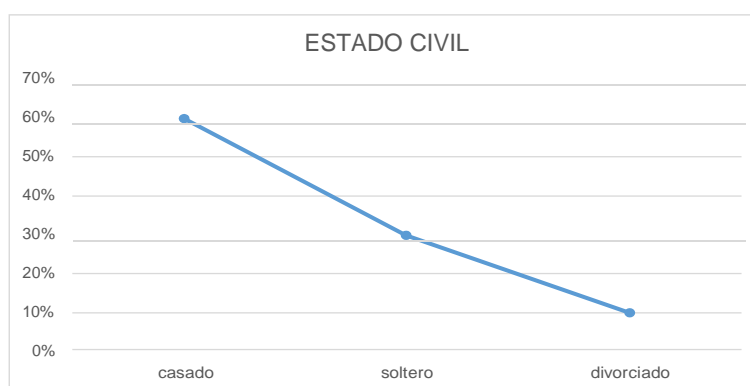


Tabla 9 oferta Arbeláez estado civil

En el cual se evidencia que el 60% de la población cuenta con un estado civil que corresponde al nombre de casado, mientras el 30% corresponde a soltero y tan solo el 10% a divorciado.

### 6) Nivel educativo

Universitario	10%
Técnico	20%
Bachiller	60%
Primaria	10%

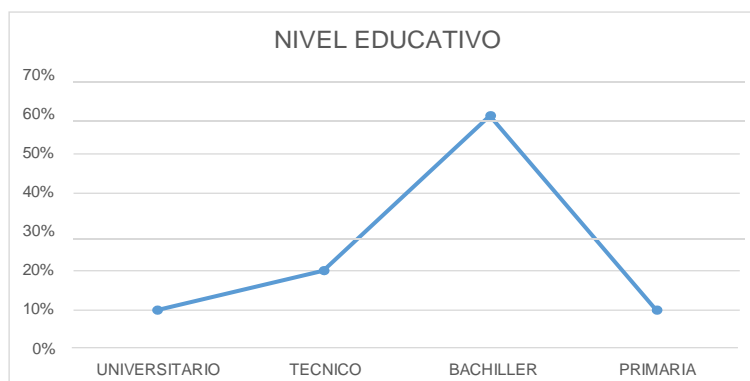


Tabla 10 oferta Arbeláez nivel educativo

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

## 7) Profesión

Aux De Enfermería	10%
Turismo	10%
Empleado	70%
Administrador	10%

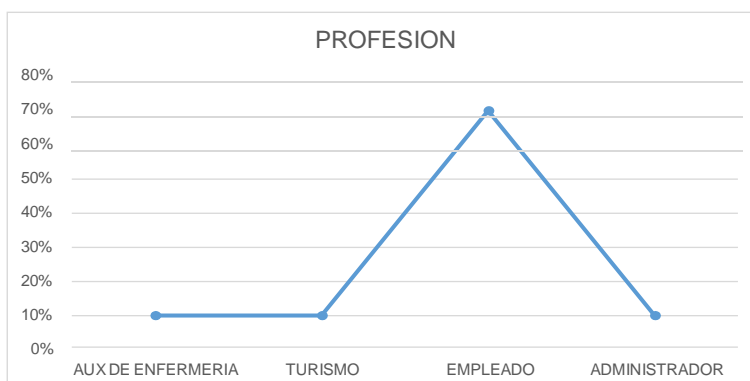


Tabla 11 oferta Arbeláez profesion

El 30% de la población que realizó estudios superiores un 10% se especializó en auxiliar de enfermería, otro 10% en turismo y el otro 10% se especializó en administración. El 70% de la población restante no tienen una profesión definida debido al nivel educativo en el que finalizaron.

## 8) Estrato

Estrato 3	50%
Estrato 2	50%

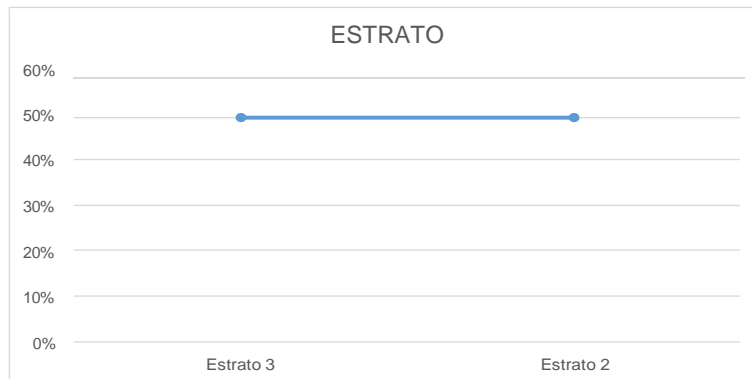


Tabla 12 oferta Arbeláez estrato

El estrato que tienen las personas es muy homogéneo ya que un 50% de la población está en un estrato dos (2) correspondiente a 5 personas y las otra 5 persona están en estrato tres (3) equivalente al otro 50% de la población. Esto quiere decir que la población está en un estado socioeconómico bajo y medio-bajo.

### 9) Estudio en turismo

SI	10%
No	90%



Tabla 13 oferta Arbeláez estudio del turismo

La mayoría de la población podríamos decir que se mueve en el medio bajo el empirismo ya que tan solo el 10% en decir una (1) persona se capacito para trabajar

con el turismo, el 90% de la población no se ha capacitado ni técnica ni profesionalmente.

Si	50%
No	50%

### 10) Propietario



Tabla 14 oferta Arbeláez propietario

Cinco (5) de las personas entrevistadas son propietarios de los establecimientos lo cual corresponde a un 50%, el restante de la población es decir el otro 50% tan solo conforman parte del equipo de los establecimientos.

### 11) Dominio de ingles

Habla 0%	60%
Habla 5%	10%
Habla 10%	10%
Habla 20%	20%

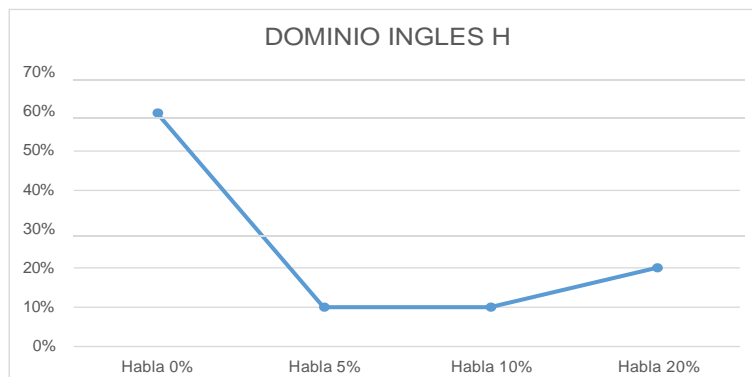


Tabla 15 oferta Arbeláez dominio de ingles

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

### 12) Dominio en ingles en lectura

Lee 40%	10%
Lee 10%	20%
Lee 0%	70%

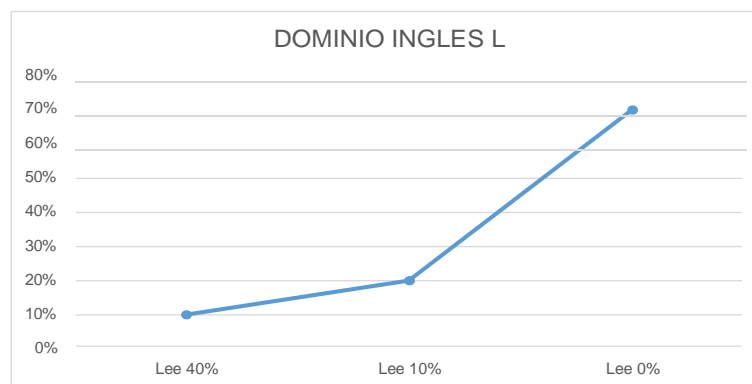


Tabla 16 oferta Arbeláez dominio en ingles en lectura

Siete (7) personas estiman que no saben leer ni interpretar el inglés, dos (2) personas consideran que leen e interpretan en un 10% el inglés y tan sola una (1) persona estima que lee e interpreta el inglés en un 40%.

### 13) Dominio de inglés en escritura

Escribe 40%	10%
Escribe 10%	10%
Escribe 3%	10%
Escribe 0%	70%

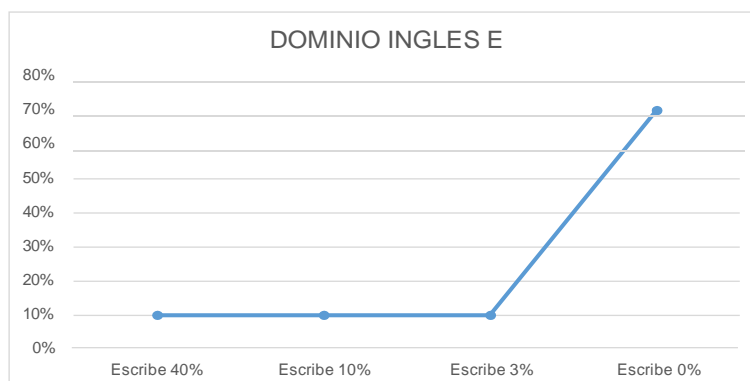


Tabla 17 oferta Arbeláez domino en ingles en escritura

Tan solo una (1) persona considera que escribe ingles en un 40%, otra persona estima que escribe ingles en un 10%, una (1) persona considera que escribe ingles en un 3% y el restante de la población estimada en 7 personas considera que no escribe nada (0%) en inglés.

#### 14) Licencia de funcionamiento

Si	100%
No	0%

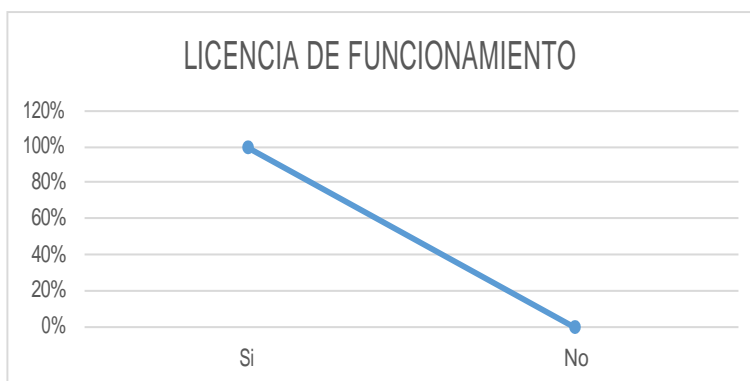


Tabla 18 oferta Arbeláez licencia de funcionamiento

Todas las entidades tienen licencia de funcionamiento por lo que el 100% de estas son aptas para poder prestar algún servicio.

#### 15) Cámara de comercio

Si	100%
No	0%

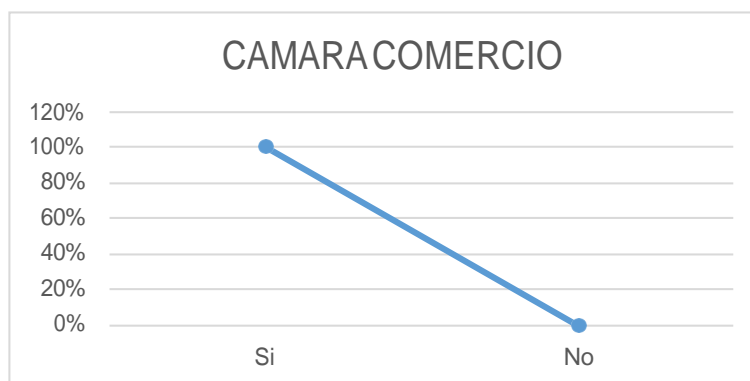


Tabla 19 oferta Arbeláez cámara de comercio

El 100% de las entidades están inscritas en la cámara de comercio por lo que estas tienen derecho a la publicidad y los efectos jurídicos que la ley señala.

### 16) Clase de persona

Persona Natural	90%
No	10%

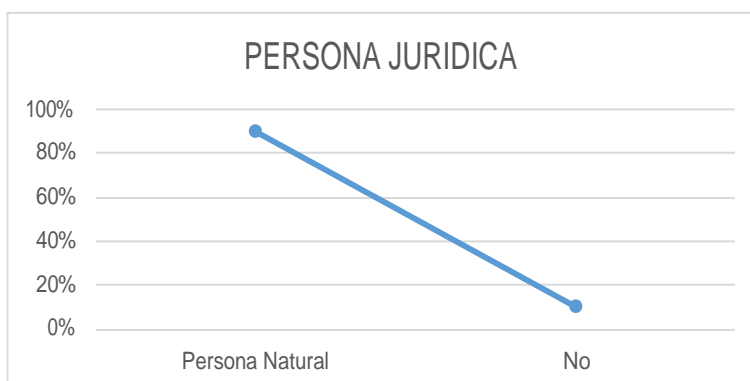


Tabla 20 oferta Arbeláez clase de personas

Tan solo una 10% no está contemplado como persona natural, no cuenta con un RUT para demostrar que es una persona natural en la cual se identifique o se ubique en alguna entidad. Mientras que un 90% de la población si se encuentra registrada en ese sistema.

### 17) Servicio del establecimiento

Heladería	20%
Hospedaje	10%
Restaurante	30%
Comidas Rápidas	10%



Bar	10%
Panadería	10%
Billar	10%

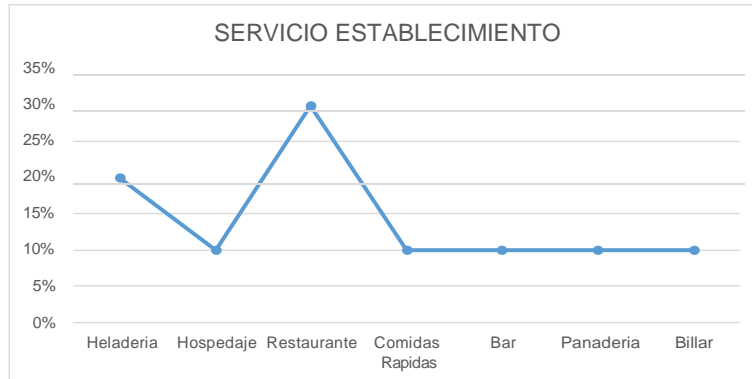


Tabla 21 oferta Arbeláez servicios del establecimiento

Los establecimientos tratan de ofrecer diferentes servicios para el turista, pero hay mayor cobertura en los restaurantes ya que cubren un 30% de todos los servicios, sigue la heladería con un 20% por lo que la comida o aperitivos tienen más demanda en estos sitios. Los demás servicios responden a un 10% de cobertura del mismo.

### 18) Año de apertura



Tabla 22 oferta Arbeláez año de apertura

Cada entidad fue inaugurada en diferentes años por lo que la primera en realizar la apertura oficial fue en el año 1990, por lo que luego fueron surgiendo nuevas entidades más seguidas ya que durante el 2000 y el 2005 dieron apertura cinco (5) nuevas entidades y del 2010 al 2016 han surgido tres (3) nuevas entidades.

### 19) Único dueño

Si	60%
----	-----

No	40%
----	-----

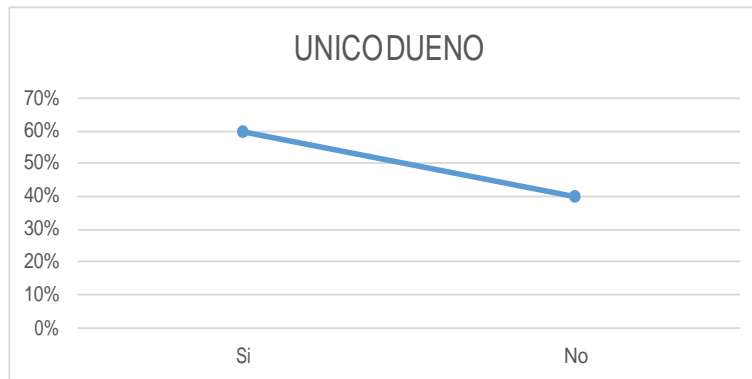


Tabla 23 oferta Arbeláez único dueño

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

## 20) Certificaciones necesarias

Si	90%
No	10%



Tabla 24 oferta Arbeláez certificaciones nesesarias

El 10% de las entidades no se encuentra certificado es decir que no tiene un reconocimiento de su capacidad para realizar su función como entidad. Mientras que el 90% de ellas si cumplen dicho requerimiento.

## 21) Inventario

Sillas	10	20
--------	----	----

Camas	23	
Mesas	3	20
Habitaciones	13	
Vitrinas	1	6
Neveras	6	
Mesas de Billar	1	

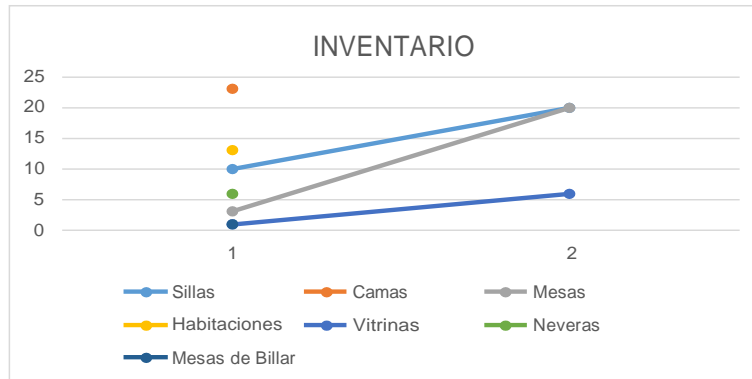


Tabla 25 oferta Arbeláez inventarió

Los recursos con lo que cuentan las entidades son sillas las cuales están en un rango entre 10 a 20 unidades, mesas entre 3 a 20, vitrinas entre 1 a 6 unidades. Los demás recursos como camas, habitaciones, neveras, mesas de billar están en la cantidad ya expresadas.

## 22) Números de empleados



Tabla 26 oferta Arbeláez número de empleados

El número de empleados que han tenido las personas en sus entidades varían entre sí, por lo que un 30% de ellos emplearon a 1 persona cada uno, un 40% empleo a 2 personas, un 10% de ellos empleo a 3 personas y el 20% empleo a 4 personas cada uno. Es decir que el 100% de las personas emplearon un total de 22 sujetos.

### 23) Tipo de contrato

Indefinido	5%
Fijo	6%
Horas	28%
Días	61%



Tabla 27 oferta Arbeláez tipo de contrato

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

### 24) Contratación de nuevos empleados

Si	0%
No	100%

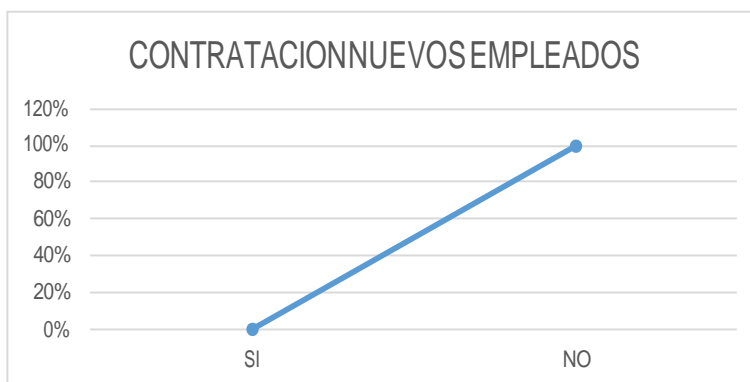


Tabla 28 oferta Arbeláez contratación de nuevos empleados

Las entidades no generan nuevas vacantes de empleo, puesto que ya tiene definido en un 100% su equipo de trabajo y empleados.

### 25) Capacita a los empleados

Si	70%
No	30%

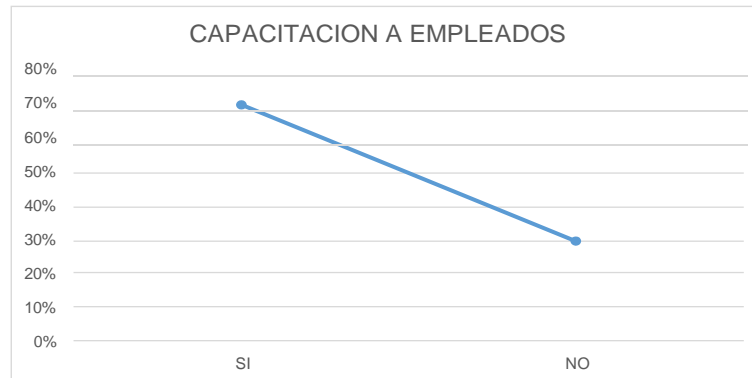


Tabla 29 oferta Arbeláez capacitación de empleados

Las entidades están capacitando a sus empleados en las áreas específicas, para poder brindar un mejor servicio al demandante. Aunque las capacitaciones no se dan en su totalidad ya que en un 30% no se realizan las capacitaciones correspondientes.

### 26) ¿Quién capacita a los empleados?

Sena	60%
Otras entidades	40%

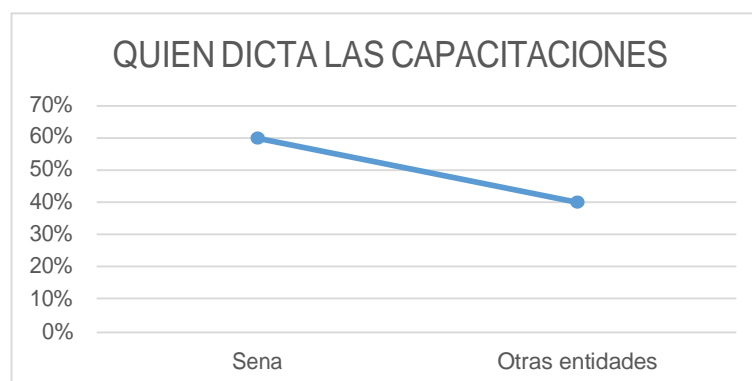


Tabla 30 oferta Arbeláez quien dicta la capacitaciones

Las entidades realizan convenios que diferentes institutos, tanto públicos como privados. El SENA capacita en un 60% los diferentes cursos con los cuales se haya realizado convenio y el otro 40% de las capacitaciones son prestadas por diferentes institutos.

### 27) Tipo de capacitaciones

Servicio al Cliente	20%
Turismo	10%
Manipulación de Alimentos	30%
Ninguno	40%

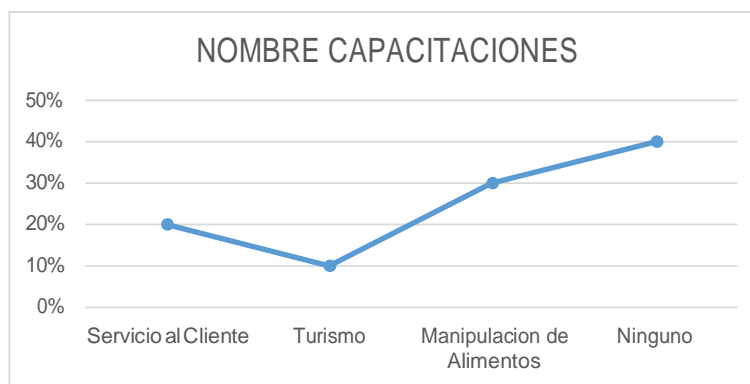


Tabla 31 oferta Arbeláez tipo de capacitaciones

Las capacitaciones que se realizan en su mayoría se dan en manipulación de alimentos puesto que es lo que más demanda genera en estas entidades cubriendo un 30% de estas, se brindan capacitaciones en servicio al cliente en un 20% y tan solo un 10% en turismo.

### 28) Mecanismo de capacitación

Charlas	10%
Cursos	90%

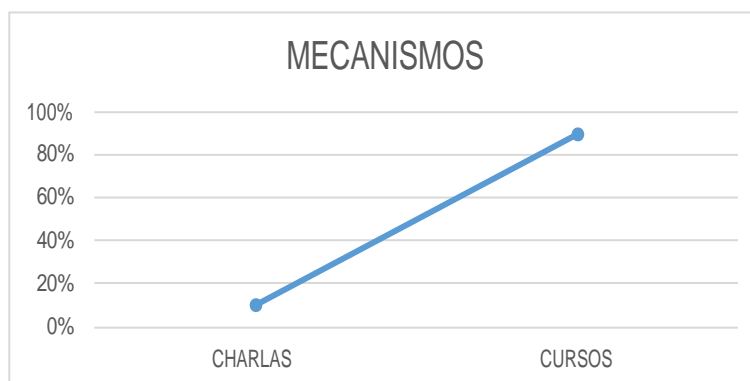


Tabla 32 oferta Arbeláez mecanismo

Los mecanismos que se utilizan para que se tomen las capacitaciones están dadas en un 90% en cursos que lleven a la práctica del mismo y un 10% de enseñanza es dado por charlas.

### 29) Programas faltantes

Gastronomía	20%
Contabilidad	30%
Mesa y Bar	20%
Cocina	30%

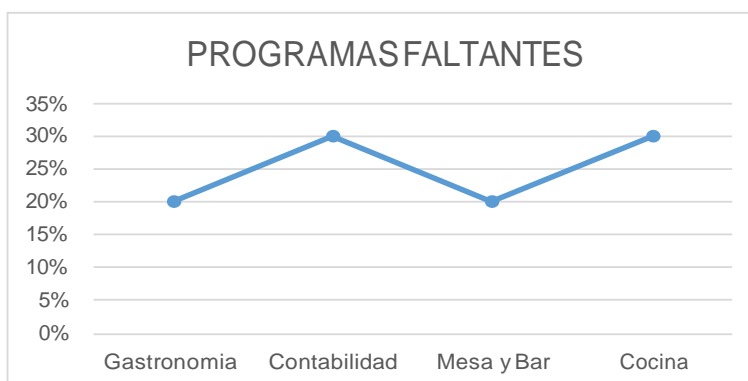


Tabla 33 oferta Arbeláez programa faltantes

Se considera que para una mejor capacitación en el personal se deben incluir programas como gastronomía, mesa y bar en un 20% cada una ya que son ámbitos en los cuales se genera mayor demanda, esto adicionando capacitación en cocina en un 30%. Se considera que se debe capacitar en un 30% en el área de contaduría para poder generar una mejor planeación y control de la parte económica de la entidad.

### 30) Número de visitas en el 2015

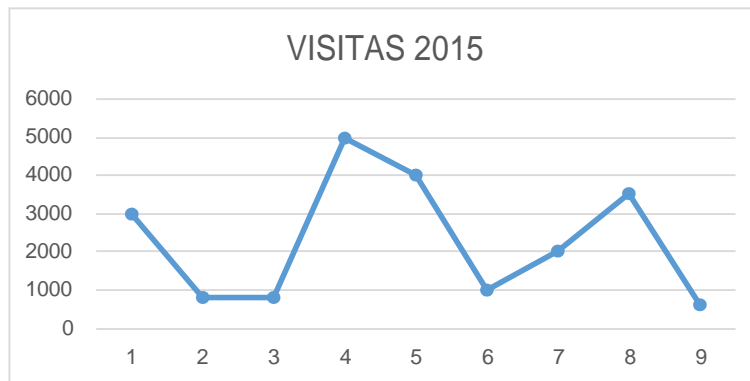


Tabla 34 oferta Arbeláez visitas 2015

Esta grafica representa el número de visitantes que obtuvo cada entidad durante el año, por lo que la entidad número 4 tuvo la mayor cantidad de visitantes con 5000 personas, por otro lado, están las entidades número 2, 3, 6 y 9 las cuales no obtuvieron más de 1000 personas durante el año, las entidades 1, 5, 7, 8 obtuvieron entre 2000 a 4000 visitantes.

### 31) Porcentaje de visitantes del 2015



Tabla 35 oferta Arbeláez porcentaje de visitas 2015

El porcentaje de visitas es muy homogéneo para todas las entidades ya que están entre el 80% y 100% de los visitantes, todas las entidades están dentro de este rango.

### 32) Porcentaje de visitas extranjeras del 2015





Tabla 36 oferta Arbeláez porcentaje de visitas extranjeras

El porcentaje de visitantes extranjeros presenta una tasa muy baja ya que muchas de las entidades no presentaron ninguna visita, por otro parte la entidad número 1 la cual fue la que presentó un mayor índice de visita con tan solo un 0,2% y la entidad número 4 también presentó 0,05% de visitas extranjeras.

### 33) Precio del hospedaje de 2015

Hospedaje	Semana	Fin de Semana
Noche	\$30	\$40

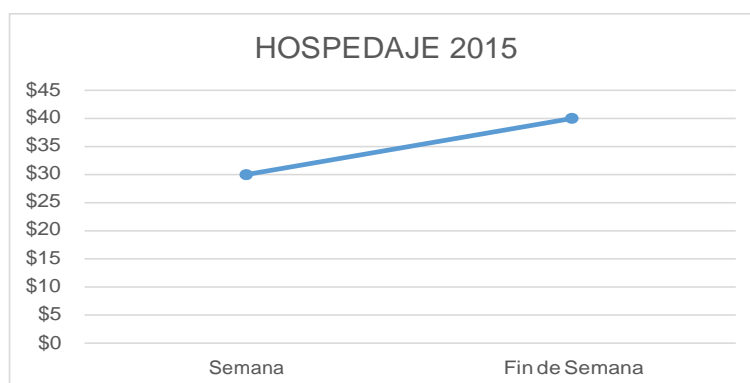


Tabla 37 oferta Arbeláez precio de hospedaje 2015

El hospedaje tiene una tarifa determinada una para los días entre semana y otra tarifa para los fines de semana, siendo la tarifa de los fines de semana por \$40mil ya que por ser días con más demanda se incrementan los precios a comparación con los días entre semana ya que el valor es de \$30mil.

### 34) Precios de los servicios del 2015

Almuerzos	7000	15000
-----------	------	-------

Heladería	1500	7000
Otros	1000	5000

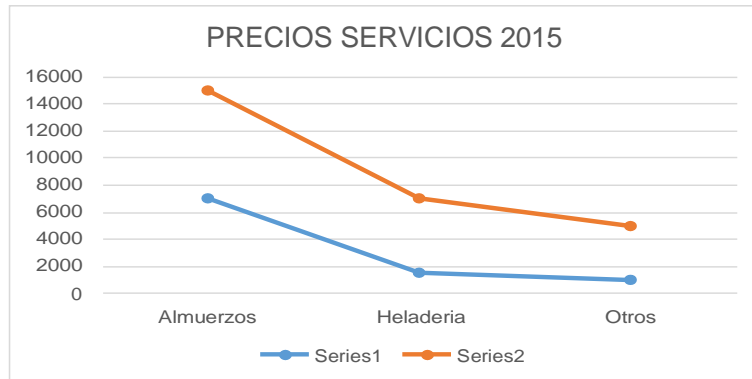


Tabla 38 oferta Arbeláez precios de servicios

Los servicios que prestan las entidades varían según el producto y en los días de la semana en que se esté, ya que los precios se incrementan en los días sábados, domingos y festivos puesto que se presenta mayor demanda en el consumo de los productos. Mientras que los días entre semana se maneja las tarifas más mínimas

### 35) Número de visitas del 2016

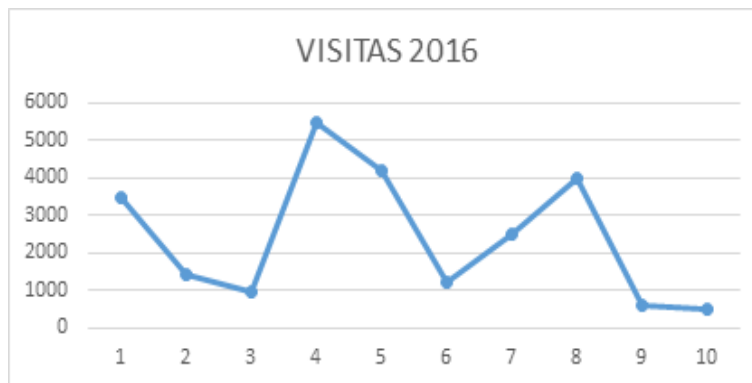


Tabla 39 oferta Arbeláez visitas 2016

Para el año 2016 incrementa el número de entidades y el número de visitantes también, la entidad número 4 por su parte mantiene el rango más alto y aumento el número de visitantes a más de 5000 personas, por otra parte, la entidad nueva el número 10 fue la que presento menor número de visitantes junto con la entidad número 3 y 9. Las entidades 1, 2, 5, 7 y 8 manejan un rango de visitantes muy heterogéneo ya que la visitas oscilan entre 1000 a 4000 personas.

### 36) Porcentaje de visitantes del 2016



Tabla 40 oferta Arbeláez porcentaje de visitas 2016

El porcentaje de visitantes para todas las entidades es muy homogéneo, siendo la entidad número 1 con el menor rango correspondiendo a un 0.8% y las entidades con el mayor porcentaje es del 1% lo que no se aleja mucho de la entidad número 1.

### 37) Porcentaje de visitas extranjeras del 2016

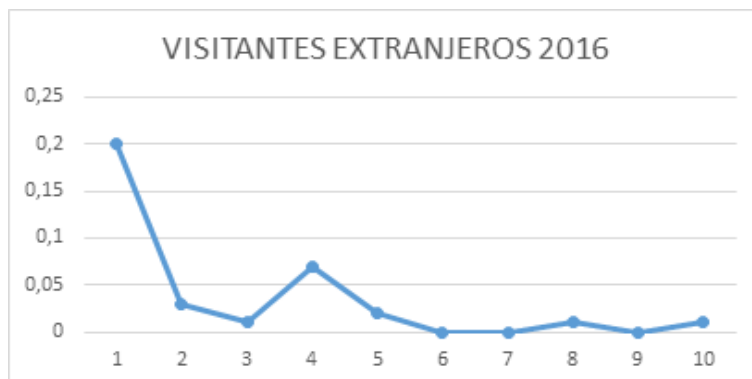


Tabla 41 oferta Arbeláez porcentaje de visitas extranjeras del 2016

El número de extranjeros visitantes aun para el año 2016 se considera muy bajo, la única entidad que incremento el número de visitantes extranjero fue la numero 4 alcanzando un 0,07% de personas. Por otra parte, la entidad número 1 mantiene el mayor rango de visitantes, pero no incremento el número de personas.

### 38) Tiempo de estadía

1 Día	90%
6 Meses	10%



Tabla 42 oferta Arbeláez tiempo de estadía

La estadía en estos establecimientos se presenta más en transcurros cortos ya que el 80% de las personas que toman estadía allí solo lo toman por días, aunque hay un 20% de las personas que toman estadía por un tiempo más prolongado hasta 6 meses.

### 39) Precio del hospedaje de 2016

Hospedaje	Semana	Fin de Semana
Noche	\$30	\$50

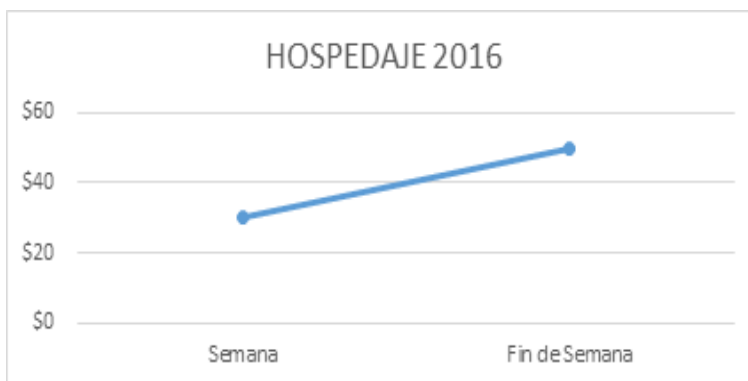


Tabla 43 oferta Arbeláez precios del hospedaje 2016

El hospedaje es un servicio más que presta las entidades, por tanto, el precio de éste también varía según los días de la semana, el valor del hospedaje durante los fines de semana varía en \$20mil con respecto a los días entre semana.

### 40) Precios de los servicios del 2016

Almuerzos	8000	15500
Heladería	2000	8000

Otros	1500	6000
-------	------	------

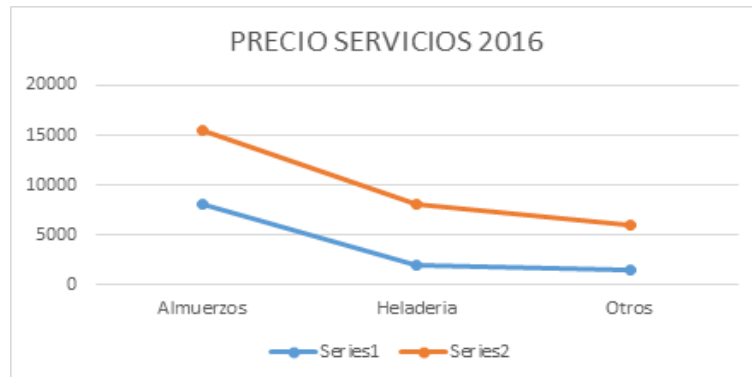


Tabla 44 oferta Arbeláez precios de servicios 2016

Los precios del 2016 con respecto al 2015 son incrementados en un bajo valor debido a los incrementos de los impuestos, pero las tarifas no cambian con respecto a los días entre semana y los fines de semana.

#### 41) Lugar de residencia de los turistas

Bogotá	60%
Fusa	30%
Ibagué	10%

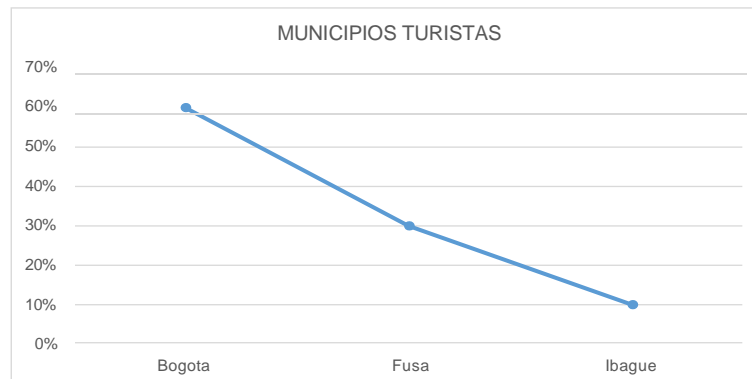


Tabla 45 oferta Arbeláez residencia de los turistas

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

#### 42) Lugar de residencia de los turistas extranjeros

Estados Unidos	50%
Venezuela	40%
España	10%

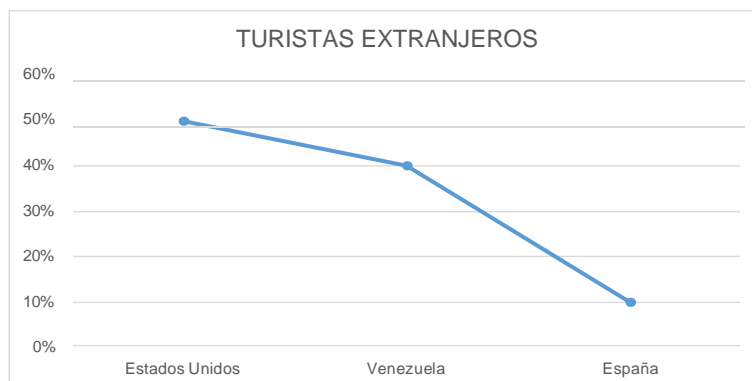


Tabla 46 oferta Arbeláez lugar de residencia de los extranjeros

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

#### 43) Número de turistas entre semana

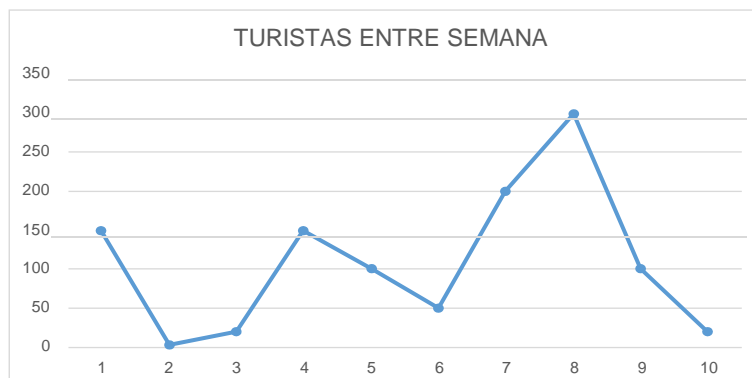


Tabla 47 oferta Arbeláez número de turistas entre semana

Los turistas que reciben las entidades entre semana son muy heterogéneos ya que varía mucho entre estas. La entidad número 8 por su parte es quien más recibe turistas obteniendo 300 pasantes. La entidad por su parte no obtuvo turistas entre semana y las entidades número 3, 5, 6, 9 y 10 no obtuvieron más de 100 turistas. Las demás entidades mantienen un rango entre 100 a 200 turistas entre semana.

#### 44) Número de turistas del fin de semana

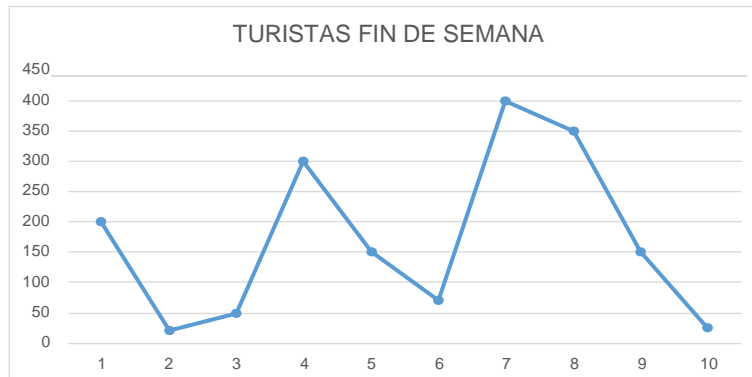


Tabla 48 oferta Arbeláez numero de turistas del fin de semana

La entidad número 7 incrementa el doble de turistas con respecto a los días entre semana además esta es quien presenta el mayor número de turistas con 400 personas. Las entidades 1, 3 y 10 por su parte no incrementan el número de turista los fines de semana de una forma considerable. La entidad número 1, 4, 5, 8 y 9 incrementan en promedio 50 personas con respecto a los días entre semana.

#### 45) Número de turistas en los puentes y festivos



Tabla 49 oferta Arbeláez numero de turistas en puentes y festivos

El número de turista para los puentes y días festivos tan solo incrementan en la entidad número 6 aumentando en promedio 25 personas con respecto a los fines de semana. Por otra parte, las demás entidades manejan el mismo rango de turistas los fines de semana con respecto a los fines de semana que son puente y días festivos.

#### 46) Número de turistas de la semana santa

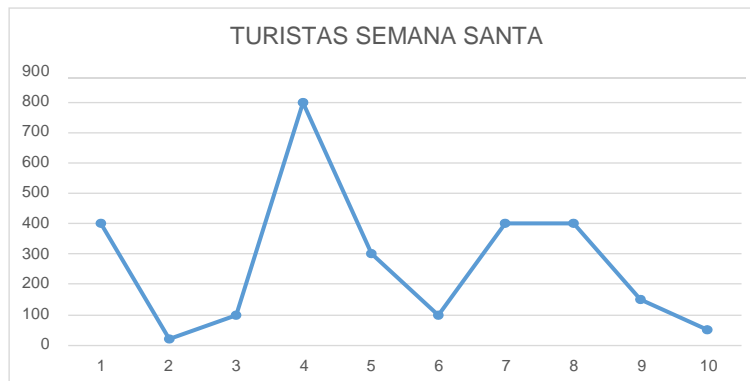


Tabla 50 oferta Arbeláez número de turistas en semana santa

Para la semana santa la entidad incrementa de manera considerable el número de turista obteniendo 800 personas, doblando el número de personas con respecto a las entidades número 1, 7, y 8. Las entidades 3 y 5 incrementan el doble de personas con respecto a los fines de semana obteniendo la 3 100 persona y la 5 300 personas. Por otra parte, las entidades 2, 6, 9 y 10 manejan un mismo rango de personas con respecto a los fines de semana.

#### 47) Número de turistas en las vacaciones de junio

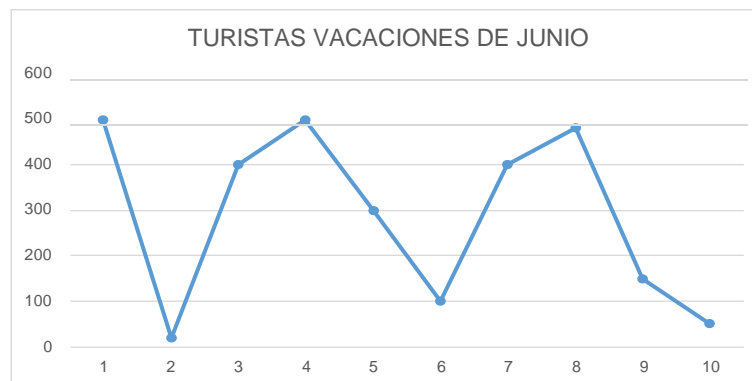


Tabla 51 oferta Arbeláez número de turistas en las vacaciones de junio

Para estas vacaciones la entidad número 3 incrementa el número de turista en 300 personas con respecto a semana santa. Las entidades 1 y 8 aumentas el número de turista en 100 personas y las entidades 2, 5, 6, 7, 9 y 10 manejan el mismo rango frente a la semana santa. La entidad número 4 obtiene 500 personas disminuyendo en 300 personas con respecto a semana santa.

#### 48) Número de turistas en las vacaciones de diciembre





Tabla 52 oferta Arbeláez número de turistas en las vacaciones de diciembre

Mientras la entidad número 2 no obtiene turistas en diciembre la entidad número 4 obtiene 900 personas. La entidad 5 y 9 incrementan el número de visitantes en 100 a 50 personas en promedio, por otra parte, la entidad número 3 disminuyó en 200 personas con respecto a las vacaciones de junio. Las demás entidades siguen manejando el mismo rango de personas.

#### 49) Número de turistas en las ferias y fiestas

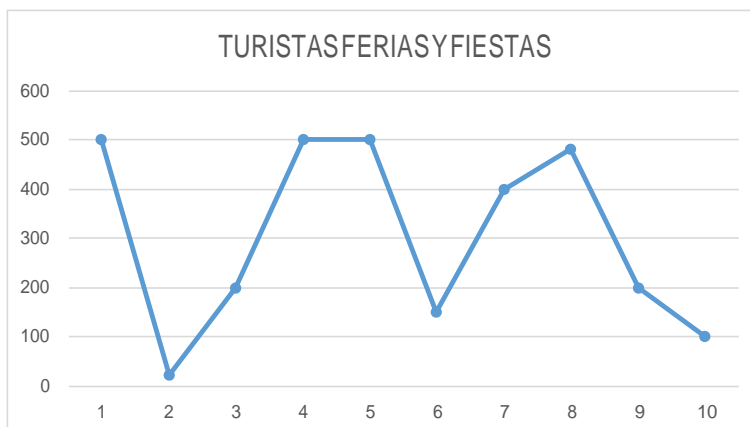


Tabla 53 oferta Arbeláez número de turistas en las ferias y fiestas

Los turistas que frecuentaron en diciembre en la entidad número 4 disminuyó a 500 personas, por otra parte, las demás entidades siguen manejando el mismo rango de personas con respecto a las vacaciones de diciembre.

#### 50) Porcentaje de turistas entre semana



Tabla 54 oferta Arbeláez % de turistas entre semana

La entidad número 4 maneja el mayor porcentaje con respecto a las demás obteniendo un 0,4% de turistas. La entidad número 2, 6, 7 y 8 manejan un mismo porcentaje correspondiendo a un 0,1%, manejando un porcentaje un poco mayor equivalente a 0,15% se encuentra la entidad 1 y 5. Las entidades 3, 9 y 10 no manejan un porcentaje de turistas considerable.

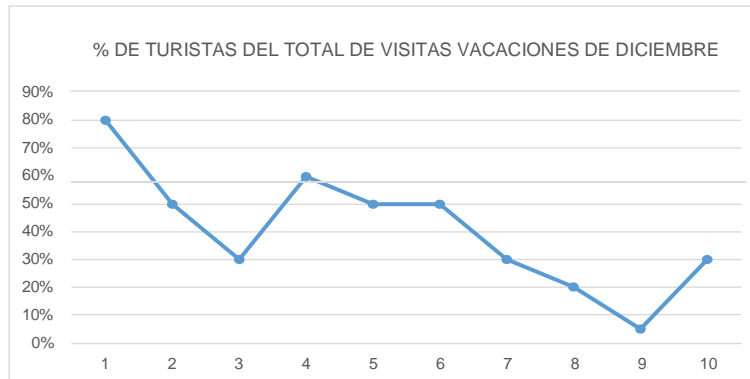
### 51) Porcentaje de turistas del fin de semana



Tabla 55 oferta Arbeláez % de turistas del fin de semana

Las entidades 1 y 4 manejan el mayor porcentaje de visitante con respecto a las demás entidades manejando un rango entre 0,5% y el 0,1%. Las demás entidades manejan un porcentaje menor al 0,5%.

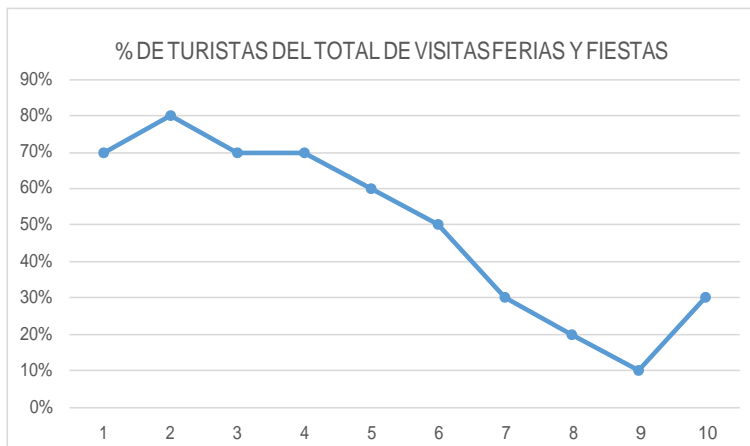
### 52) Porcentaje de turistas en vacaciones de diciembre



*Tabla 56 oferta Arbeláez % de los turistas en diciembre*

Las entidades número 1 y 9 manejan un rango de porcentaje muy heterogénea puesto que la entidad número 1 maneja un rango de diferencia del 0,8% con respecto a la numero 9. Las demás entidades majen un porcentaje entre el 0,2% y el 0,6% de los turistas.

### 53) Porcentaje de turistas en ferias y fiestas



*Tabla 57 oferta Arbeláez % de turistas en ferias y fiestas*

Las entidades número 2 y 3 aumentaron en un 0,3% y un 0,4% de los turistas con respecto a las visitas en diciembre. Las entidades 1, 4 y 5 aumentaron en un 0,1% de los turistas y las demás entidades manejan un mismo rango de porcentaje todo con respecto a las visitas en diciembre.

### 54) Porcentaje de turistas extranjeros en todo el año

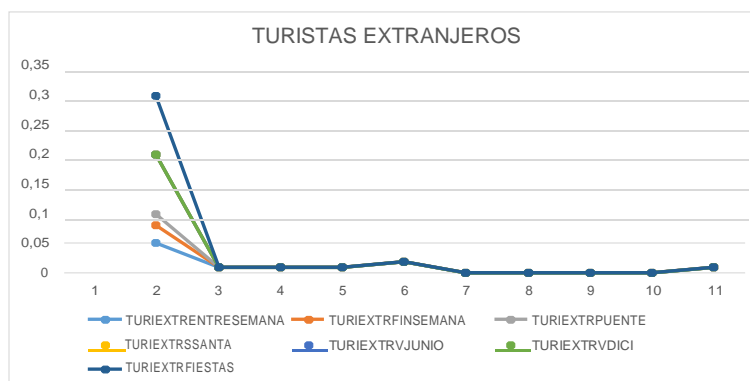


Tabla 58 oferta Arbeláez % porcentaje de turistas extranjeros en todo el año

La entidad número 2 maneja el mayor porcentaje de turista en la mayoría de las temporadas del año, manejando un 0,2% de la población en la temporada de diciembre. Para las temporadas de puentes y festivos, fines de semana y días entre semana maneja un porcentaje menor a 0,1% de la población. Manejando el porcentaje más alto durante las ferias y fiestas correspondiendo al 0,3% mientras las demás entidades no manejan un porcentaje significativo de la población durante las ferias y fiestas.

### 55) Edad promedio de los turistas de mujeres y hombres

Edad I	Edad F
40	60
20	60
5	25
60	60
20	65
13	30
18	60
12	60
18	60
10	40

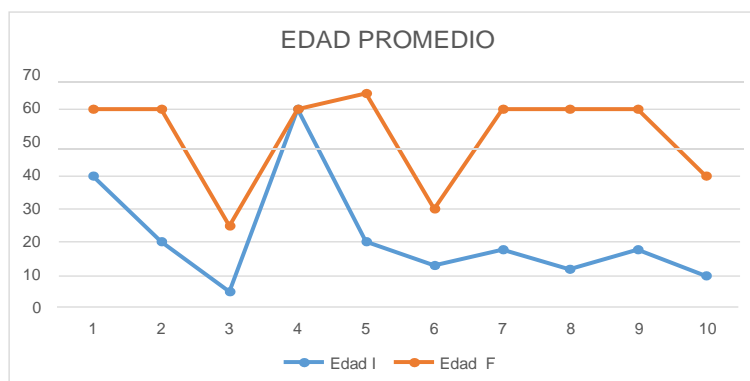


Tabla 59 oferta Arbeláez edad de los turistas

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

### 56) Política de comercialización

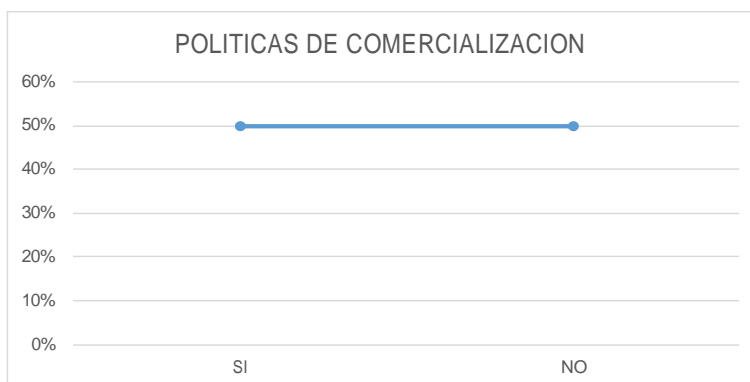


Tabla 60 oferta Arbeláez politica de comercializacion

El 50% de las entidades manejan las políticas de comercialización que determina donde pretende ofrecer un servicio por el cual obtiene un mayor conocimiento de la demanda que se presenta allí, mientras el otro 50% no manejan la política de comercialización.

### 57) Instrumentos de publicidad

Avisos	30%
Página Web	10%
Redes Sociales	30%

Voz Voz	30%
---------	-----

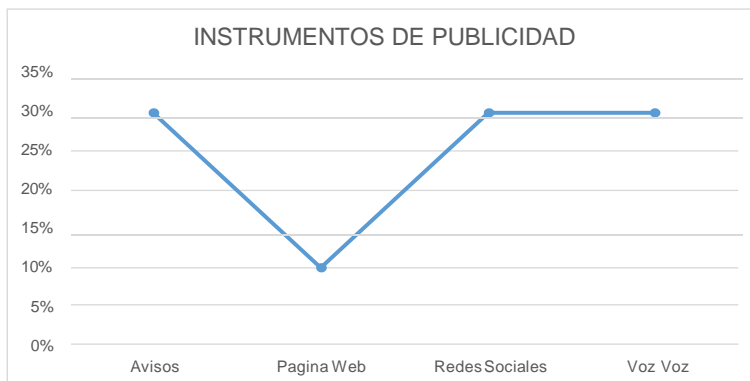


Tabla 61 oferta Arbeláez instrumentos de publicidad

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

### 58) Servicios adicionales

SI	20%
No	80%

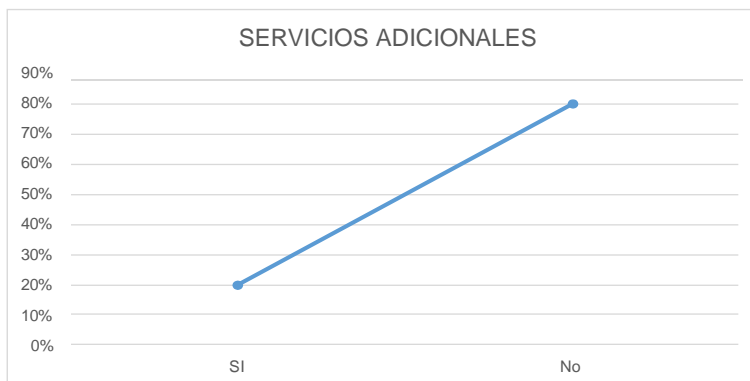


Tabla 62 oferta Arbeláez servicios adicionales

El 80% de las entidades no manejan ningún tipo de servicio adicional, mientras el otro 20% de las personas que dan servicio adicional ofrecen DOMICILIOS.

### 59) Hacen posventa

SI	30%
NO	70%

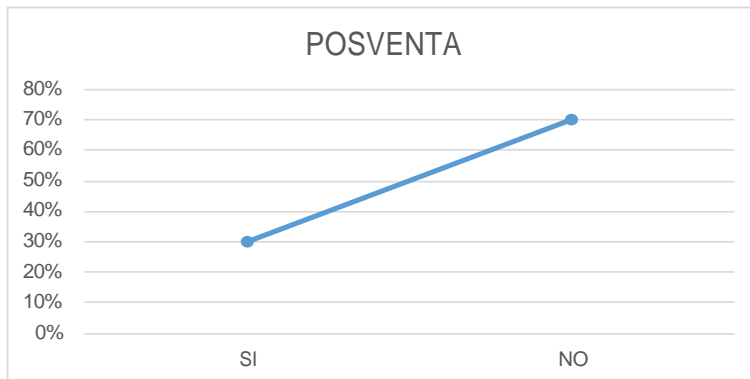


Tabla 63 oferta Arbeláez posventa

El 30% que se genera en posventa se da a través de eventos, el otro 70% no se genera ningún tipo de posventa.

#### 60) Afiliación a gremios

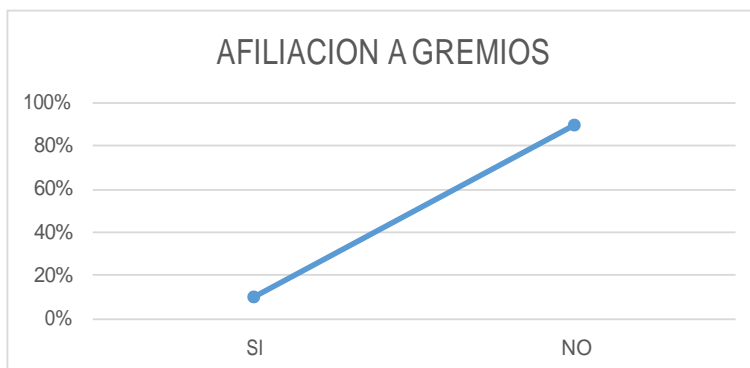


Tabla 64 oferta Arbeláez afiliación de gremios

Tan solo el 10% se encuentra afiliación a la asociación de comerciantes, mientras el 90% de la población no tienen ningún tipo de afiliación.

#### 61) Actores de la red turística

NS/NR	60%
SENA	40%

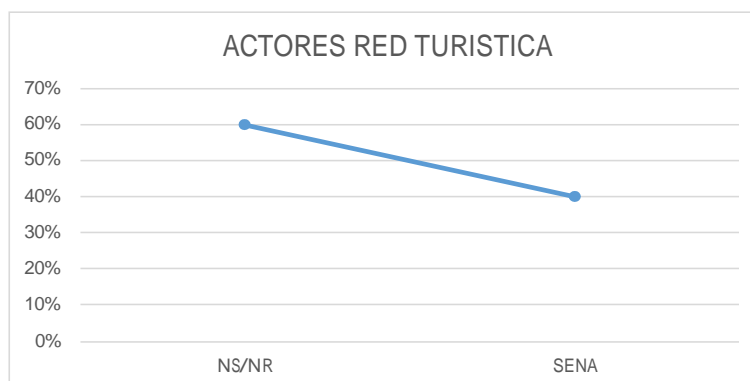


Tabla 65 oferta Arbeláez actores de red turística

El SENA es uno de los institutos que más ha favorecido en varios aspectos para las entidades, entre ellos este es un actor de la red turística en un 40%, aunque un 60% de la población no sabe o no responde ante cuales puedan ser los posibles actores del mismo.

### 62) Tiene contactos con ellos

Si	20%
No	80%



Tabla 66 oferta Arbeláez contactos con ellos

El 20% de la población tienen contacto con el SENA, mientras que un 80% no tienen ningún tipo de contacto.

### 63) Tipo de contacto

Cursos	40%
Ninguno	60%





Tabla 67 oferta Arbeláez tipo de contacto

El único contacto que se les brinda a las personas para alguna capacitación está dado en un 40% por cursos, es decir que no se satisfacen en un 60% este requerimiento ya que no se ofrece nada.

#### 64) Entidades que apoyan

Sena	30%
Alcaldía	30%
Ninguna	30%
Cultura Y turismo	10%

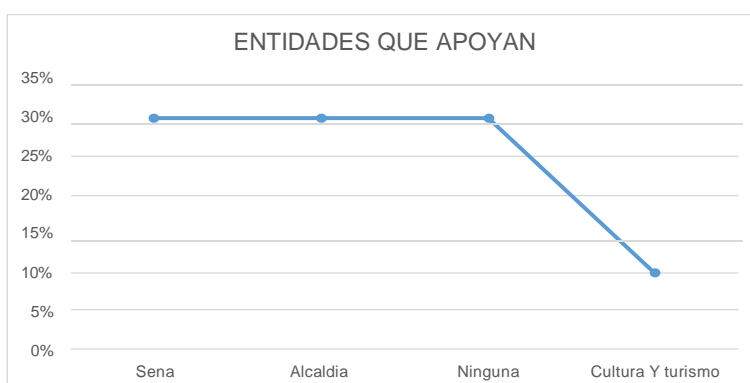


Tabla 68 oferta Arbeláez entidades que apoyan

Las entidades que patrocinan a esta sociedad son entes públicos los cuales apoyan por medio de eventos, aunque en un 30% no son apoyados por ningún tipo de entidad.

#### 65) Recibe beneficios del estado para el desarrollo del turismo

SI	20%
No	80%



Tabla 69 oferta Arbeláez recibe beneficios del estado

El estado no ofrece ningún tipo de beneficio en un 80% para el desarrollo del turismo. El 20% de apoyo que ofrece el estado se recibe por medio de Capacitaciones.

### 66) Debilidades

Razonamiento Agua	20%
Letreros	10%
Lejanía	10%
Infraestructura	30%
Pocos empleados	10%
Lugar	10%

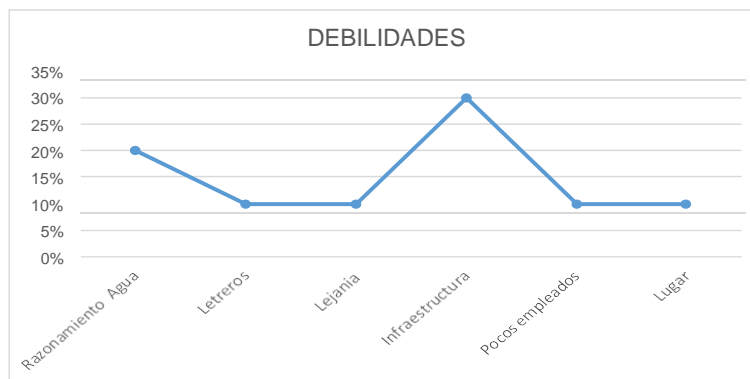


Tabla 70 oferta Arbeláez debilidades

Uno de los factores que más afecta el turismo en los establecimientos es la infraestructura que se tiene allí ya que influye en un 30%, el razonamiento de agua es otro factor importante que se mira a la hora de residir algún lugar lo cual afecta en un 20%. Los letreros de los establecimientos son una debilidad ya que algunos

no tienen u otros no son visibles por lo que afecta en un 10% su reconocimiento. El lugar y la distancia en la que se encuentran los establecimientos afecta en un 20% y por ultimo otro factor que se considera es la falta de empleados para poder ofrecer un mejor servicio.

### 67) Fortaleza

Ubicación	30%
Buen Servicio	20%
Calidad	30%
Sabor	10%
Valor Agregado	10%

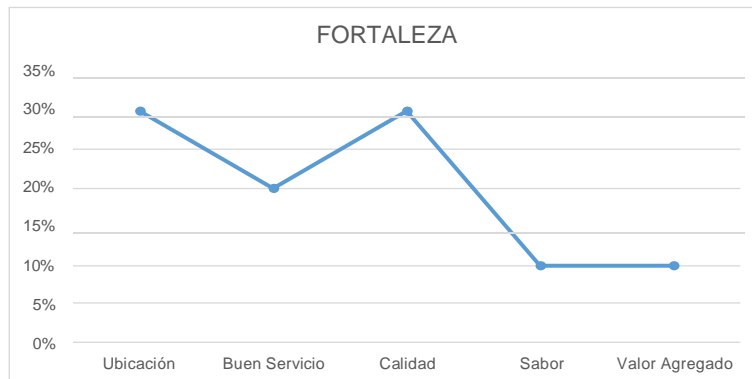


Tabla 71 oferta Arbeláez fortaleza

Para varios establecimientos una de sus mayores fortalezas es la ubicación y la calidad de servicio que se presta allí puesto que estas favorecen en un 60% al mismo. Otro factor que se considera importante es el buen servicio que se puede llegar a prestar a los visitantes por lo que este fortalece en un 20%, el sabor y valor agregado que se le da a cada establecimiento favorece en un 20%.

### 68) Amenazas

Clima	20%
Fincas	10%
Malla vial	40%
Competencia	30%

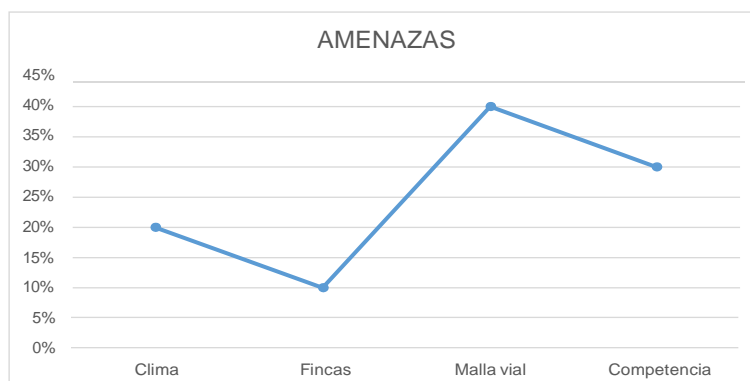


Tabla 72 oferta Arbeláez amenazas

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

### 69) Oportunidades

ubicación	30%
Variedad de productos	10%
Valor agregado	10%
Turismo	40%
Crecimiento	10%



Tabla 73 oferta Arbeláez oportunidades

El turismo sin duda es la mayor oportunidad que se da, ya que es al turista a quienes se pretende prestar los servicios que se ofrecen, la ubicación es una oportunidad ya que el fácil acceso a la misma favorece la llegada de más visitantes. La variedad

de productos, el valor agregado que se le da a los establecimientos y el crecimiento que está teniendo el municipio favorecen en un 30% a los mismos.

### 70) Factores que den beneficios al turismo

Malla Vial	50%
Publicidad	10%
Inversión	40%

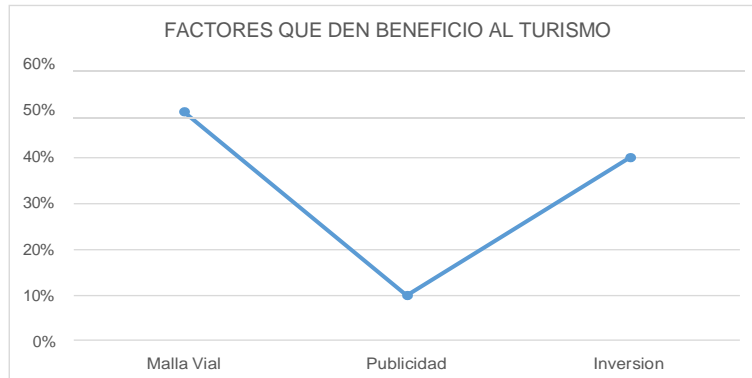


Tabla 74 oferta Arbeláez factores que den beneficios al turismo

La malla vial es un factor que beneficia el turismo en un 50% ya que la vía permite el fácil acceso hasta los establecimientos, la inversión que se hace a cada uno de ellos hace que se mejore el mismo y atraiga más turista. La publicidad debería ser el factor más benéfico para los establecimientos, pero este solo aporta en un 10% lo cual quiere decir que quizá esté no se está empleando o dando a conocer de la mejor manera.

### 71) Atractivos

Clima	30%
Tradiciones	10%
Ferias y Fiestas	20%
Ciclo montañismo	20%
Naturaleza	10%
Amabilidad	10%

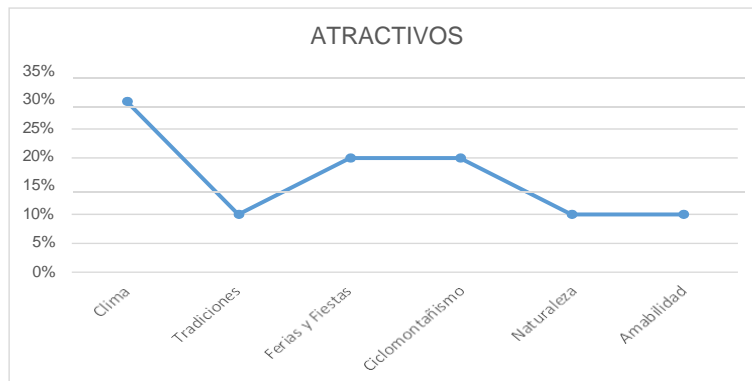


Tabla 75 oferta Arbeláez atractivos

Los aspectos que llaman más la atención a los turistas en su mayoría es el clima en un 30% ya que este es agradable para muchos y además permite realizar varias actividades. Las distracciones como las ferias y fiestas, el ciclo montañismo son un atractivo para las personas ya que estas permiten el esparcimiento de muchos de ellos. Las cosas propias del municipio como las tradiciones, la naturaleza y la amabilidad de las personas permiten en un 30% ser más llamativos para el turista.

## 10. DEMANDA EN ARBELAEZ

### 1) Departamento de nacimiento

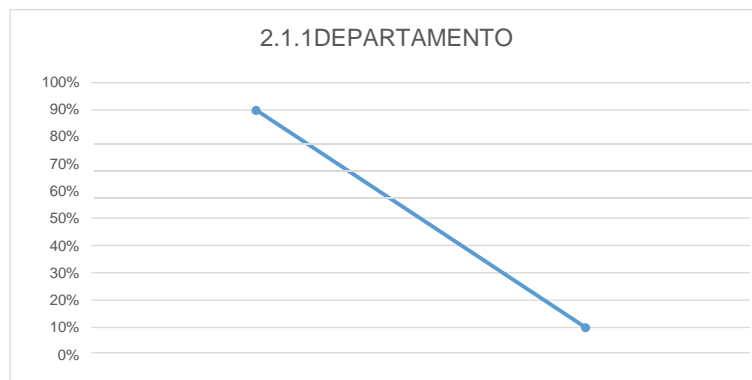


Tabla 76 demanda en Arbeláez departamento de nacimiento

CUNDINAMARCA	90%
ANTIOQUIA	10%

En esta grafica se muestra que el 90% de los turistas encuestados son nacidos en el departamento de Cundinamarca tan solo el 10 % de los encuestados son de Antioquia.

## 2) Municipio de nacimiento

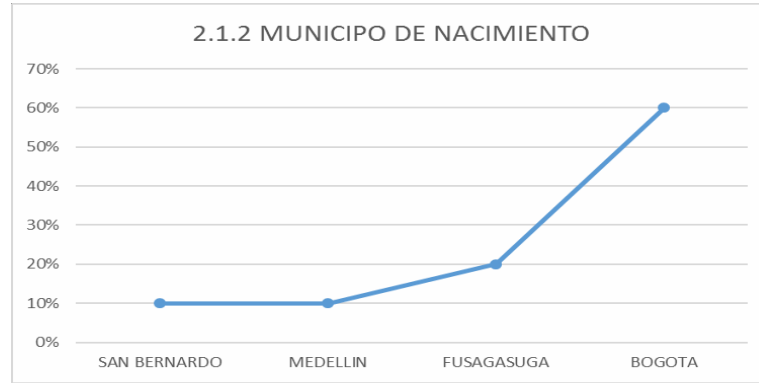


Tabla 77 demanda en Arbeláez municipio de nacimiento

BOGOTA	60%
FUSAGASUGA	20%
MEDELLIN	10%
SAN BERNARDO	10%

En esta grafica se muestra que el 60% de los turistas encuestados son nacidos en Bogotá y el 40% están dispersos entre Medellín, San Bernardo, Fusagasugá.

## 3) Departamento de residencia



Tabla 78 demanda en Arbeláez departamento de residencia

CUNDIANAMARCA (1)	100%
-------------------	------

En esta grafica se muestra que los turistas encuestados el 100% están viviendo en el departamento de Cundinamarca por motivos laborales o familiares.

#### 4) Municipio de residencia

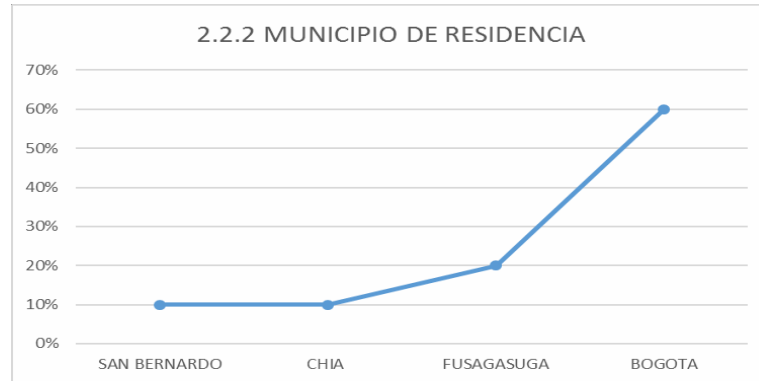


Tabla 79 demanda en Arbeláez municipio de residencia

BOGOTA	60%
FUSAGASUGA	20%
CHIA	10%
SAN BERNARDO	10%

En esta grafica se muestra que el 60% de los turistas están viviendo en Bogotá y el 40% están dispersos en Chía, San Bernardo y Fusagasugá.

#### 5) Edad de los turistas encuestados



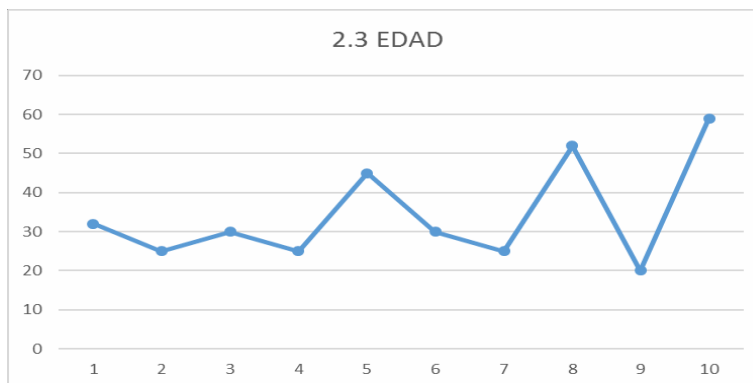


Tabla 80 demanda en Arbeláez edad de los turistas encuestados

32
25
30
25
45
30
25
52
20
59

En esta grafica se muestra que el 80% de los turistas encuestados estan entre las edades de 20 a 40 años y el 20% son mayores de los 40 años esto quiere decir que todos los turistas encuestados son mayores de edad.

## 6) Genero de los turistas

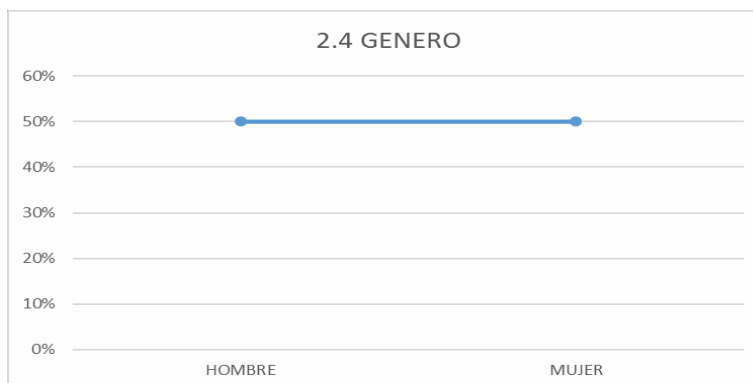


Tabla 81 demanda en Arbeláez genero de los turistas

HOMBRE	50%
MUJER	50%

En esta gráfica se muestra que el 50% de los turistas encuestados son hombres y el 50% son mujeres.

## 7) Actividad laboral

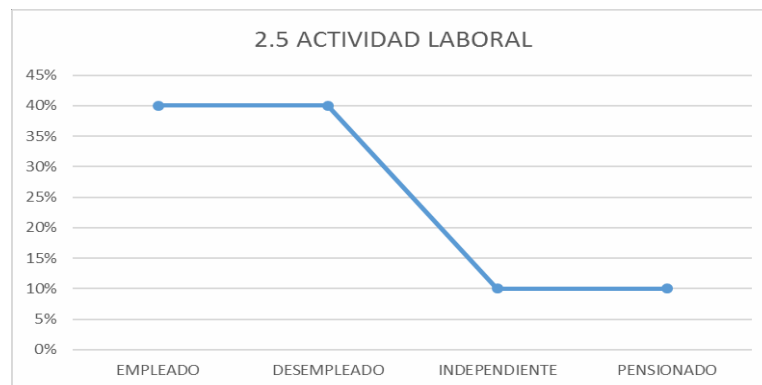


Tabla 82 demanda en Arbeláez actividad laboral

EMPLEADO	40%
DESEMPLEADO	40%
INDEPENDIENTE	10%
PENSIONADO	10%

En esta grafica se muestra que el 40% de los turistas encuestados son empleados, el 40% desempleado, el 10% son independiente y el 10 % son pensionado eso quiere decir que en el municipio de Arbeláez van personas de toda clase.

## 8) Estado civil

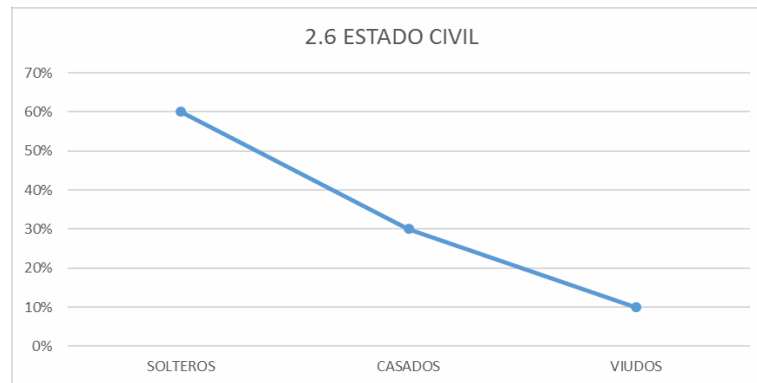


Tabla 83 demanda en Arbeláez estado civil

SOLTEROS	60%
CASADOS	30%
VIUDOS	10%

En esta grafica se muestran que los turistas encuestados el 60% son solteros, el 30% son casados y el 10% son viudas eso quiere decir que la mayoría de los turistas viajan con amigos o familiares.

### 9) Números de hijos

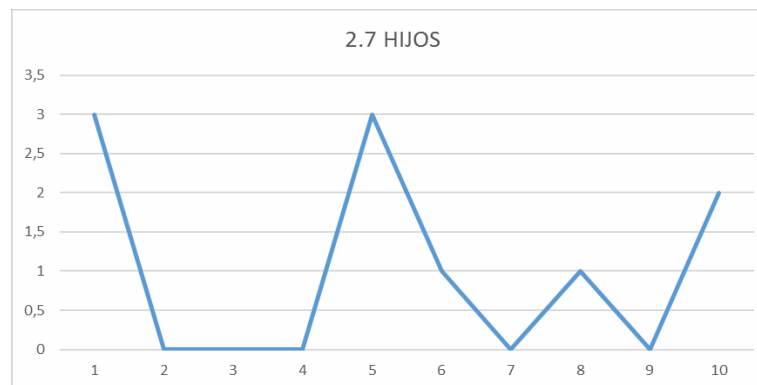


Tabla 84 demanda en Arbeláez N de hijos

3
0
0
0
3
1
0
1
0
2

En esta grafica que los turistas encuestados el 50% no tiene hijos y el otro 50% están entre uno tres hijos

### 10) Nivel educativo

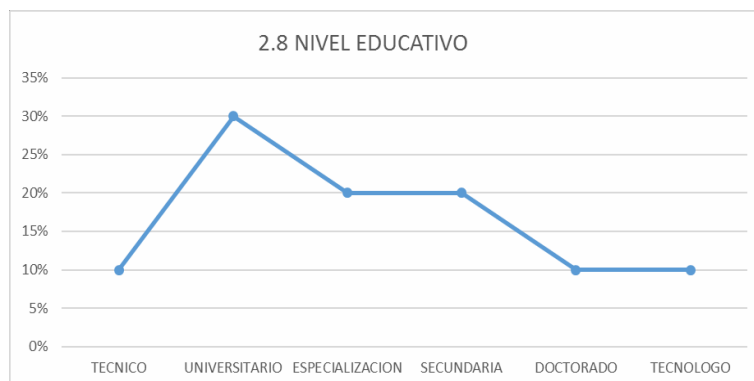


Tabla 85 demanda en Arbeláez nivel educativo

TECNICO	10%
UNIVERSITARIO	30%
ESPECIALIZACION	20%
SECUNDARIA	20%
DOCTORADO	10%
TECNOLOGO	10%

En esta grafica se muestra que los turistas que van en el municipio de Arbeláez han estudiado desde secundaria hasta doctorado y especialización.

## 11) Estrato



Tabla 86 demanda en Arbeláez estrato

ESTRATO 3	30%
ESTRATO 4	70%

En esta grafica se muestra que el 30% de los turistas encuestados son de estrato tres y el 70% son de estrato cuatro eso quiere decir que la mayoría de los turistas que vienen al municipio tienen una vida estable con algunos privilegios.

## 12) Nivel de los ingresos de los turistas

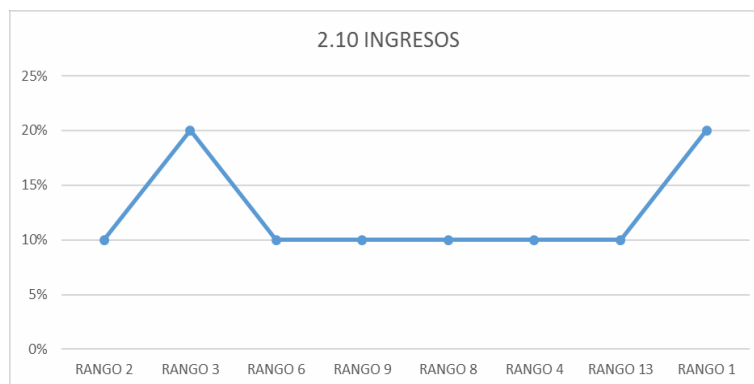


Tabla 87 demanda en Arbeláez ingresos

RANGO 2	10%
---------	-----

RANGO 3	20%
RANGO 6	10%
RANGO 9	10%
RANGO 8	10%
RANGO 4	10%
RANGO 13	10%
RANGO 1	20%

En esta grafica se muestra que los turistas encuestados hay de toda clase de ingresos no hay un rango definido constante.

### 13) Motivo del viaje



Tabla 88 demanda en Arbeláez motivo del viaje

	OPCION 1 (SERIE 1)	OPCION 2 (SERIE 2)
FAMILIA	10%	0%
TRABAJO	10%	0%
DESCANSO	80%	0%
CONOCER	0%	10%
VISITA	0%	20%

En esta grafica se muestra que el 80% de los turistas encuestados van al municipio a descansar y el 20% van de visita familiar o de trabajo y la segunda opción es por conocer y visitar.

### 14) Medio del que se entero

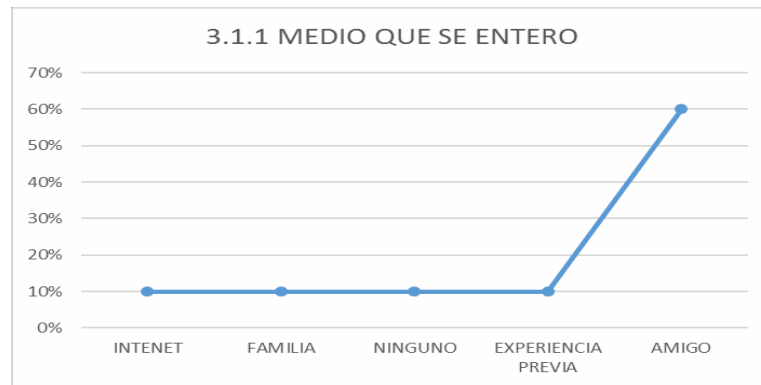


Tabla 89 demanda en Arbeláez medio en que se entero

INTERNET	10%
FAMILIA	10%
NINGUNO	10%
EXPERIENCIA PREVIA	10%
AMIGO	60%

En esta grafica se muestra que el 60% de los turistas se enteró por los amigos y 40% se enteró mediante la familia, experiencia previa, internet y ninguno.

### 15) Realizo reservación



Tabla 90 demanda en Arbeláez realizo reservación

SI	10%
NO	90%

En esta grafica se muestra que solo el 10 % de los turistas encuestados hizo reservación mientras que el 90% que no hizo creyó que no era necesario.

### 16) Tiempo de antelación de la reservación

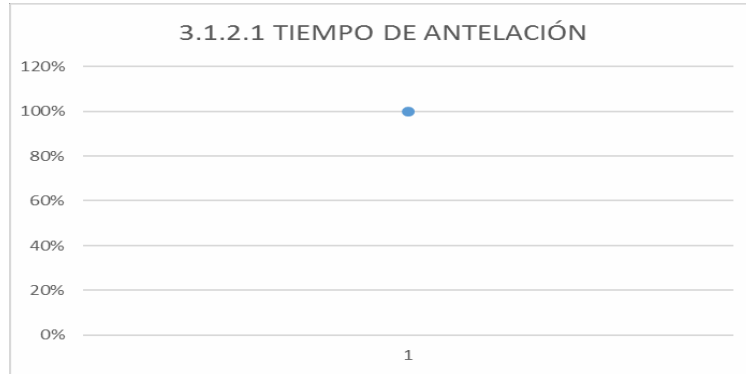


Tabla 91 demanda en Arbeláez tiempo de antelación de la reservación

3 DIAS (1)	100%
------------	------

En esta grafica es un complemento de la gráfica 15 donde se da a entender los que hicieron reservación lo hicieron tres días antes de anticipado.

### 17) Medio que realizo la reservación



Tabla 92 demanda en Arbeláez medio de la reserva

CONSIGNACIÓN (1)	100%
------------------	------



En esta grafica es un complemento de la gráfica 15 donde se da a entender los que hicieron reservación lo pagaron por medio de una consignación.

### 18) Número de personas que lo acompañan

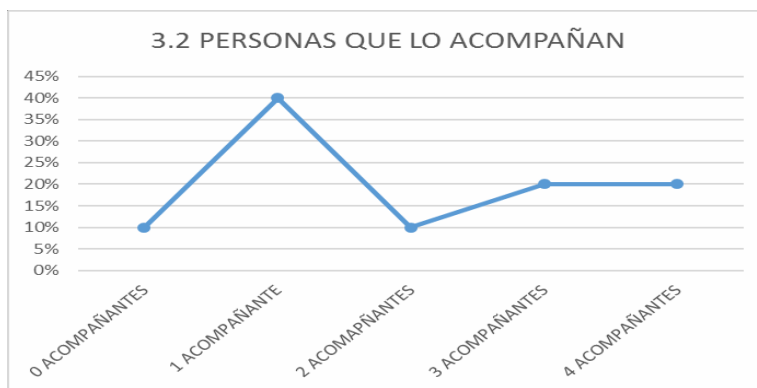


Tabla 93 demanda en Arbeláez N de personas que lo acompañan

0 ACOMPAÑANTES	10%
1 ACOMPAÑANTE	40%
2 ACOMPAÑANTES	10%
3 ACOMPAÑANTES	20%
4 ACOMPAÑANTES	20%

En esta grafica se muestra que el 40% iban con un acompañante y el 60% se divide entre ningún acompañante, dos acompañantes, tres acompañantes y cuatro acompañantes.

### 19) Tipo de acompañante

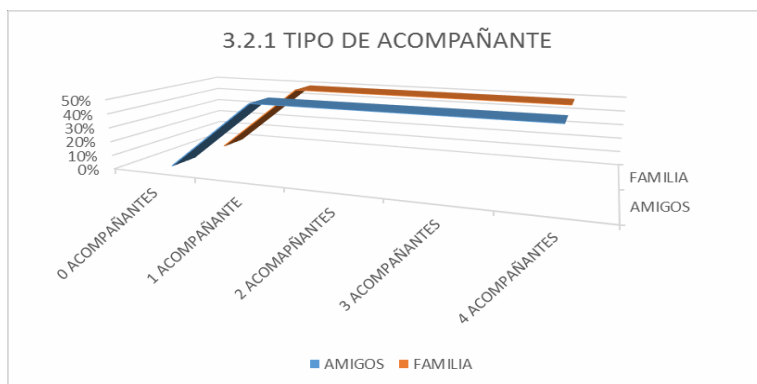


Tabla 94 demanda en Arbeláez tipo de acompañante

	AMIGOS	FAMILIA
0 ACOMPAÑANTES	0%	0%
1 ACOMPAÑANTE	50%	50%
2 ACOMPAÑANTES	50%	50%
3 ACOMPAÑANTES	50%	50%
4 ACOMPAÑANTES	50%	50%

En esta grafica es un acompañante de la gráfica anterior donde nos da a entender que cuando van con un acompañante el 50% es familia y el 50% son amigos, con dos acompañantes el 50% de los encuestados son familia y el otro 50% es familia, con tres acompañantes los encuestados escribieron que el 50% son amigos y el otro 50% son familia y cuando son cuatro acompañantes el 50% son amigos y el 50% son familia.

## 20) Edad de los acompañantes

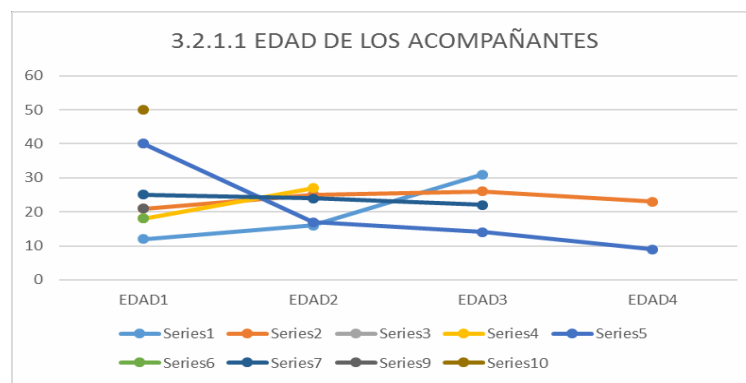


Tabla 95 demanda en Arbeláez edad de los acompañantes

	EDAD1	EDAD2	EDAD3	EDAD4
PERSONA 1 (SERIE 1)	12	16	31	
PERSONA 2 (SERIE 2)	21	25	26	23
PERSONA 3 (SERIE 3)	40			
PERSONA 4 (SERIE 4)	18	27		
PERSONA 5 (SERIE 5)	40	17	14	9
PERSONA 6 (SERIE 6)	18			

PERSONA 7 (SERIE 7)	25	24	22	
PERSONA 8 (SERIE 8)				
PERSONA 9 (SERIE 9)	21			
PERSONA 10 (SERIE 10)	50			

En esta grafica se muestra las edades de los acompañantes donde se a entender que los visitantes pueden ser pequeños como viejos, aunque la mayoría son jóvenes.

## 21) Medio de transporte

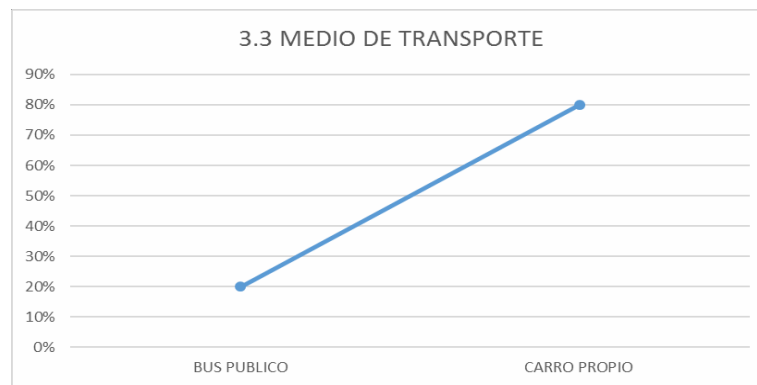


Tabla 96 demanda en Arbeláez medio de transporte

BUS PUBLICO	20%
CARRO PROPIO	80%

En esta grafica se muestra que el 80% de los turistas encuestados van al municipio en su carro mientras que tan solo el 20% van en bus por motivo de comodidad.

## 22) Tipo de alojamiento

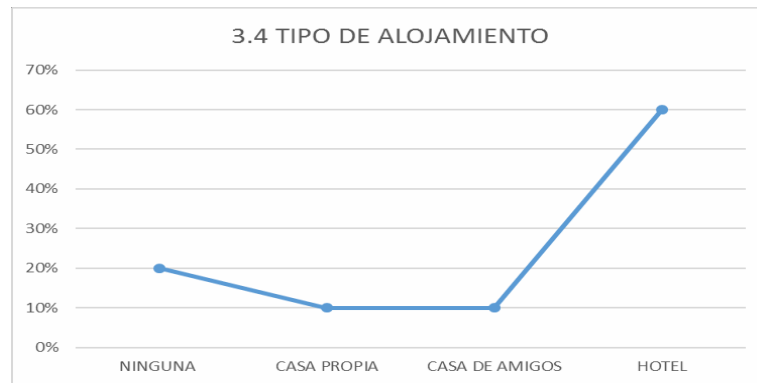


Tabla 97 demanda en Arbeláez tipo de alojamiento

NINGUNA	20%
CASA PROPIA	10%
CASA DE AMIGOS	10%
HOTEL	60%

En esta grafica se muestra que el 60% de los turistas piensan o se quedaron en hoteles, el 20% restante se quedan en casa propia de amigos y el 20% restante no piensan quedarse en el municipio.

### 23) Noches que se quedan o quedaron

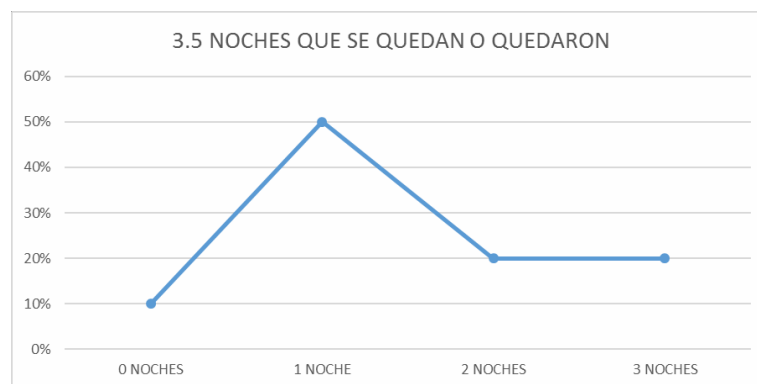


Tabla 98 demanda en Arbeláez noches que se quedaron o se quedan

0 NOCHES	10%
1 NOCHE	50%
2 NOCHES	20%

3 NOCHES	20%
----------	-----

En esta grafica se muestra que el 50% de los turistas encuestados se quedan en el municipio una noche, el 40% se queden dos, tres y noches y el 10% restante no se piensan quedar en el municipio si no prefieren descansar en otro.

## 24) Número de veces que visita el municipio al año

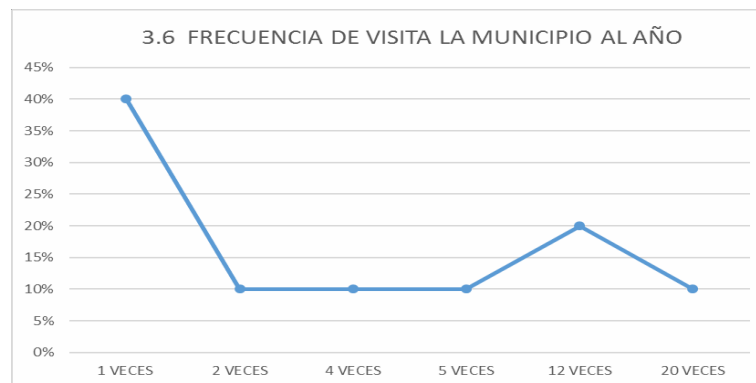


Tabla 99 demanda en Arbeláez N de veces que visita al año

1 VECES	40%
2 VECES	10%
4 VECES	10%
5 VECES	10%
12 VECES	20%
20 VECES	10%

En esta grafica se muestra que los turistas encuestados el 40% piensan visitar una vez al año y el 60% están dispersos entre 2, 4, 5, 12 y 20 veces de ir al municipio.

## 25) Dinero que gasto o gastara

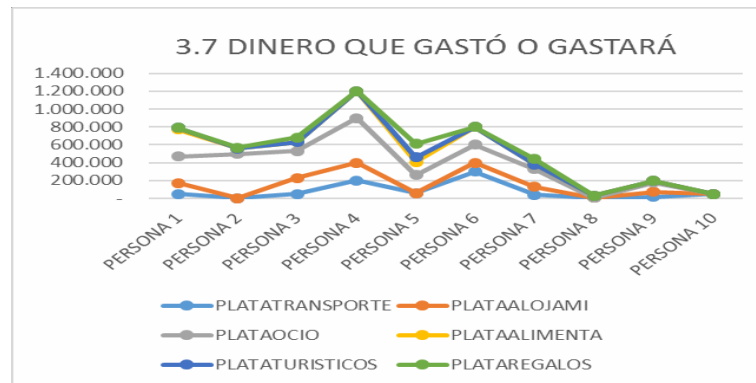


Tabla 100 demanda en Arbeláez dinero que gasto o gastara

	PLATATRANSPORTE	PLATAALOJAMI	PLATAOCIO	PLATAALIMENTA	PLATATURISTICOS	PLATAREGALOS
PERSONA 1	50.000	120.000	300.000	300.000	20.000	-
PERSONA 2	-	-	500.000	60.000	-	10.000
PERSONA 3	50.000	180.000	300.000	100.000	-	50.000
PERSONA 4	200.000	200.000	500.000	300.000	-	-
PERSONA 5	60.000	-	200.000	150.000	50.000	150.000
PERSONA 6	300.000	100.000	200.000	200.000	-	-
PERSONA 7	40.000	90.000	200.000	50.000	-	60.000
PERSONA 8	8.000	-	-	20.000	-	-
PERSONA 9	15.000	60.000	100.000	20.000	-	-
PERSONA 10	50.000	-	-	-	-	-

En esta grafica se muestra que los turistas encuestados se van a gastar o se gastaron más en la parte de ocio con un total de 2.300.000 pesos en todos los encuestados y lo que se va a gastar menos es lo que tiene que ver con cosas del turismo con un total de 70.000 pesos.

## 26) Actividades turísticas que piensan realizar o realizaron

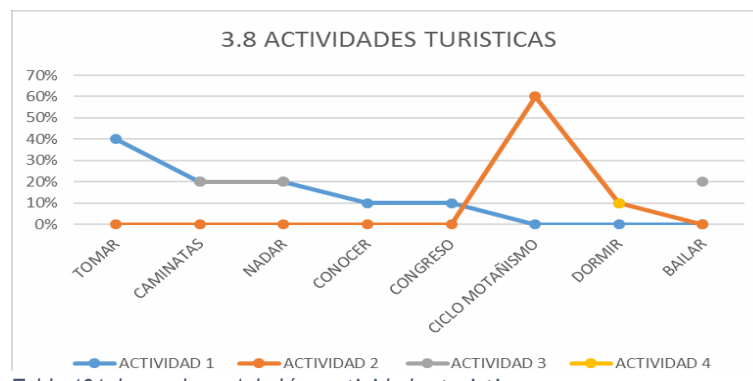


Tabla 101 demanda en Arbeláez actividades turísticas

	ACTIVIDAD 1	ACTIVIDAD 2	ACTIVIDAD 3	ACTIVIDAD 4
TOMAR	40%	0%		
CAMINATAS	20%	0%	20%	
NADAR	20%	0%	20%	
CONOCER	10%	0%		
CONGRESO	10%	0%		
CICLO MOTAÑISMO	0%	60%		
DORMIR	0%	10%		10%
BAILAR	0%	0%	20%	

En esta grafica se muestra que un 40% de los turistas van con el fin tomarse algo con la familia o los amigos y el 60% van es a caminatas, nadar, conocer y a un congreso es lo primero que piensan hacer cuando llegan al municipio y la segunda opción con un 60% es el ciclo montañismo y el restante dormir y bailar.

## 27) Grados de satisfacción en la cuestión de la alimentación

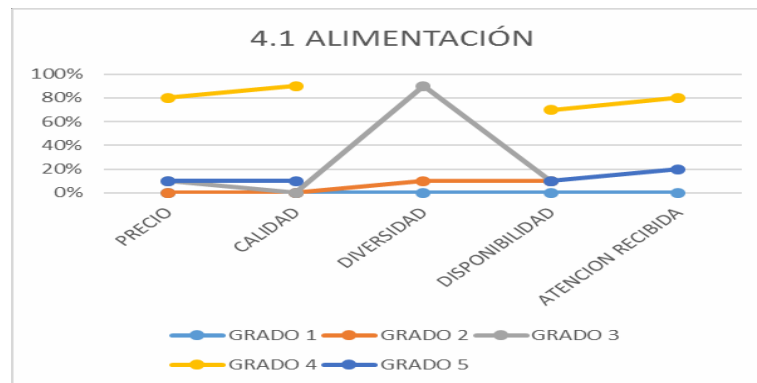


Tabla 102 demanda en Arbeléiz grados de satisfacción en alimentación

ALIMENTACION						
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCIÓN RECIBIDA	
GRADO 1	0%	0%	0%	0%	0%	
GRADO 2	0%	0%	10%	10%		
GRADO 3	10%	0%	90%	10%		
GRADO 4	80%	90%		70%	80%	
GRADO 5	10%	10%		10%	20%	

En esta grafica se muestran que en la parte de la alimentación los turistas encuestados escribieron más del 50% en grado cuatro y cinco en lo que tiene que ver en precios, calidad, disponibilidad y atención recibida

## 28) Grados de satisfacción en la cuestión del comercio

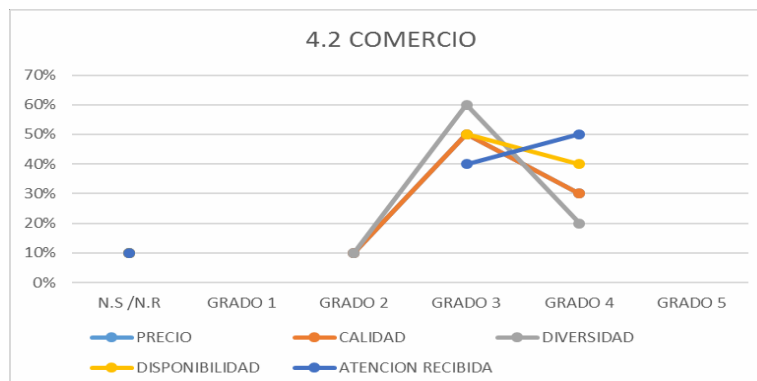


Tabla 103 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en comercio

COMERCIO					
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCIÓN RECIBIDA
N.S./N.R.	10%	10%	10%	10%	10%
GRADO 1	0%	0%	0%	0%	0%
GRADO 2	10%	10%	10%	0%	0%
GRADO 3	50%	50%	60%	50%	40%
GRADO 4	30%	30%	20%	40%	50%
GRADO 5	0%	0%	0%	0%	0%

En esta grafica se muestra que los turistas encuestados por la parte del comercio la mayoría colocaron grado tres esto quiere decir que el comercio de Arbeláez es aceptable.

## 29) Grados de satisfacción en la cuestión del hospedaje



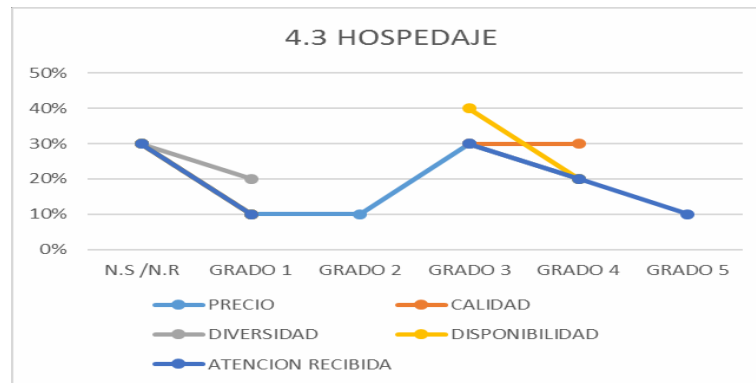


Tabla 104 demanda en Arbeléiz grados de satisfacción en hospedaje

HOSPEDAJE					
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCIÓN RECIBIDA
N.S./N.R.	30%	30%	30%	30%	30%
GRADO 1	10%	10%	20%	10%	10%
GRADO 2	10%	10%	20%	10%	10%
GRADO 3	30%	30%	30%	40%	30%
GRADO 4	20%	30%	20%	20%	20%
GRADO 5	10%	10%	10%	10%	10%

En esta grafica se muestra la diversidad de las respuestas de los turistas en relación con el hospedaje ya que con la tabla de los resultados se ve que no hay un costaste.

### 30) Grados de satisfacción en la cuestión de los lugares turísticos

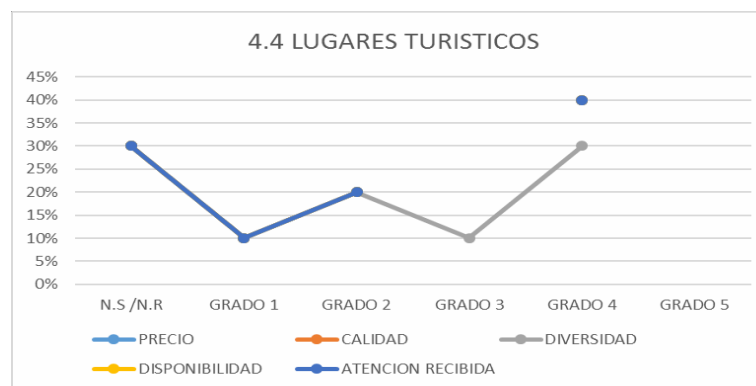


Tabla 105 demanda en Arbeléiz grados de satisfacción en lugares turísticos

LUGARES TURISTICOS					
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCIÓN RECIBIDA
	O	D	D	D	RECIBIDA

N.S /N.R	30%	30%	30%	30%	30%
GRAD O 1	10%	10%	10%	10%	10%
GRAD O 2	20%	20%	20%	20%	20%
GRAD O 3			10%		
GRAD O 4	40%	40%	30%	40%	40%
GRAD O 5					

En esta grafica se muestra que el 40% de los turistas encuestado colocaron grado cuatro en precio, calidad, disponibilidad y atención recibida y es el mayor de los porcentajes.

### 31) Grados de satisfacción en la cuestión de los espectáculos

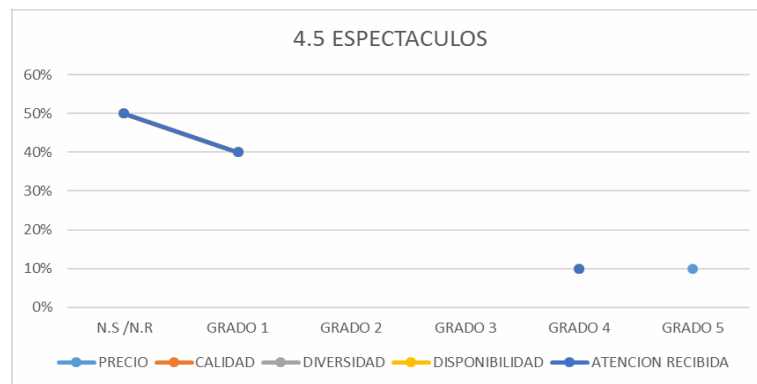


Tabla 106 demanda en Arbeléiz grados de satisfacción en espectáculos

ESPECTÁCULOS					
	PRECI O	CALIDA D	DIVERSIDA D	DISPONIBILIDA D	ATENCIÓN RECIBIDA
N.S /N.R	50%	50%	50%	50%	50%
GRAD O 1	40%	40%	40%	40%	40%
GRAD O 2					

GRADO 3					
GRADO 4		10%	10%	10%	10%
GRADO 5	10%				

En esta grafica se muestra que los turistas encuestados el 50% no saben/ no responde, 40% escribió grado uno en la parte de precios, calidad, diversidad, disponibilidad y atención recibida.

### 32) Grados de satisfacción en la cuestión del transporte hacia el municipio

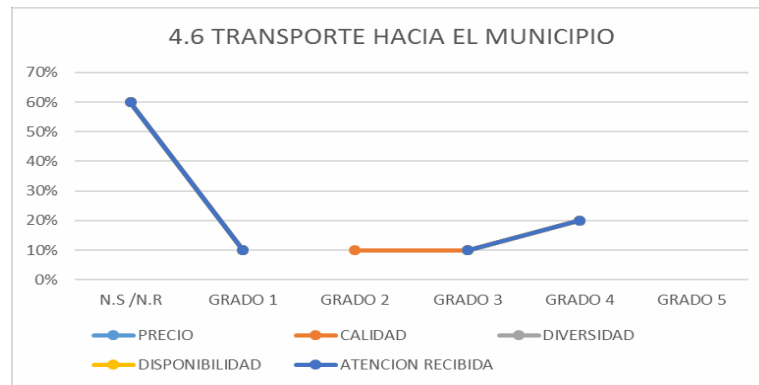


Tabla 107 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en transporte del municipio

TRANSPORTE HACIA EL MUNICIPIO					
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCIÓN RECIBIDA
N.S./N.R.	60%	60%	60%	60%	60%
GRADO 1	10%		10%	10%	10%
GRADO 2		10%			
GRADO 3	10%	10%	10%	10%	10%
GRADO 4	20%	20%	20%	20%	20%
GRADO 5					

En esta grafica se muestran que el 60% de los turistas encuestados no sabían nada del tema en el transporte público por lo tanto no sabían precios, calidad, diversidad, disponibilidad, atención recibida ya que la mayoría de los turistas tenían carro propio.

### 33) Grados de satisfacción en la cuestión del ocio

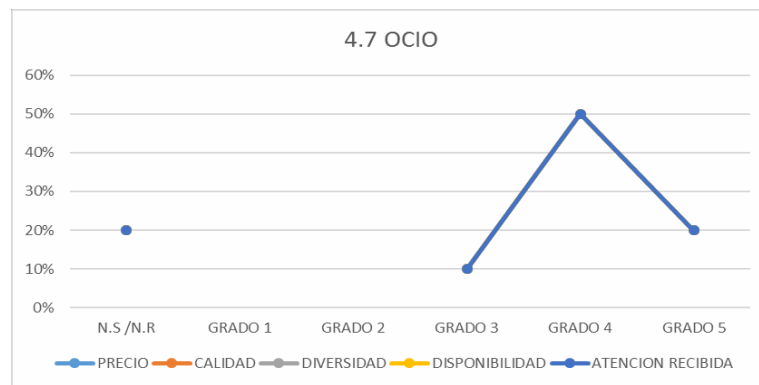


Tabla 108 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en ocio

OCIO					
	PRECI O	CALIDA D	DIVERSIDA D	DISPONIBILIDA D	ATENCIÓN RECIBIDA
N.S /N.R	20%	20%	20%	20%	20%
GRAD O 1					
GRAD O 2					
GRAD O 3	10%	10%	10%	10%	10%
GRAD O 4	50%	50%	50%	50%	50%
GRAD O 5	20%	20%	20%	20%	20%

En esta grafica se muestran que en la parte de ocio los turistas encuestados escribieron más del 50% en grado cuatro y cinco en lo que tiene que ver en precios, calidad, disponibilidad y atención recibida

### 34) Grados de satisfacción en la cuestión de los servicios médicos

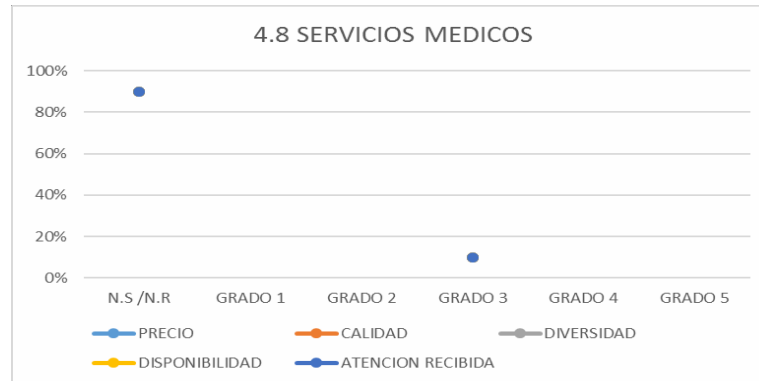


Tabla 109 demanda en Arbeláez grados de satisfacción de servicios médicos

SERVICIOS MEDICOS					
	PRECI O	CALIDA D	DIVERSIDA D	DISPONIBILIDA D	ATENCION RECIBIDA
N.S /N.R	90%	90%	90%	90%	90%
GRAD O 1					
GRAD O 2					
GRAD O 3	10%	10%	10%	10%	10%
GRAD O 4					
GRAD O 5					

En esta grafica se muestran que el 90% de los turistas encuestados no sabían nada del tema de los servicios médicos por lo tanto no sabían precios, calidad, diversidad, disponibilidad, atención recibida

### 35) Grados de satisfacción en la cuestión de la conservación de los monumentos

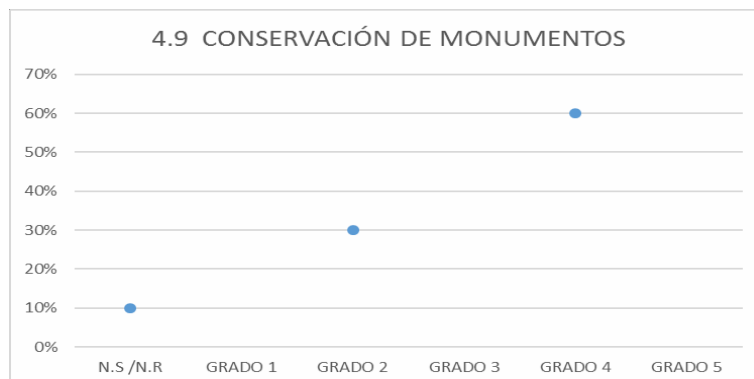


Tabla 110 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en conservación de monumentos

N.S /N.R	10%
GRADO 1	
GRADO 2	30%
GRADO 3	
GRADO 4	60%
GRADO 5	

En esta grafica se muestra que en la parte de conservación de monumentos los turistas encuestados colocaron 60% en grado cuatro, 30% grado dos y un 10% no se/ no respondo.

### 36) Grados de satisfacción en la cuestión de la señalización turística

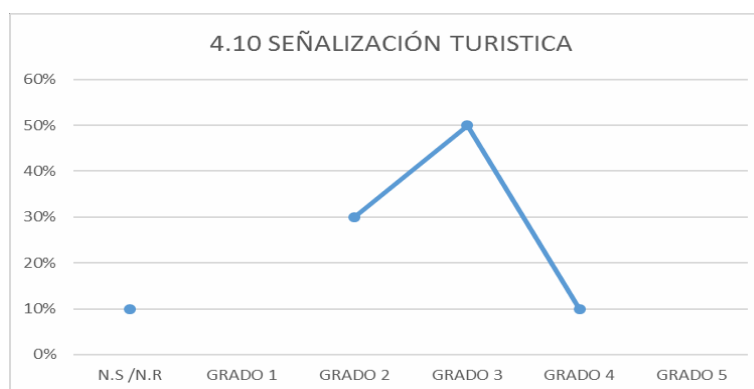


Tabla 111 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en señalizaciones turísticas

N.S /N.R	10%
GRADO 1	
GRADO 2	30%
GRADO 3	50%
GRADO 4	10%
GRADO 5	

En esta grafica se muestra que el 50% de los turistas encuestados escribieron grado tres en la parte de señalización turística y el restante 50% están dispersos en no se/ no respondo, grado dos, tres y cuatro.

### 37) Grados de satisfacción en la cuestión del aseo



Tabla 112demanda en Arbeléiz grados de satisfacción en aseo del municipio

N.S /N.R	
GRADO 1	
GRADO 2	
GRADO 3	
GRADO 4	70%
GRADO 5	30%

En esta grafica se muestra que el 100% de los turistas encuestados escribieron grado cuatro y cinco esto quiere decir que el aseo del municipio es muy bueno.

### 38) Grados de satisfacción en la cuestión de la seguridad del municipio

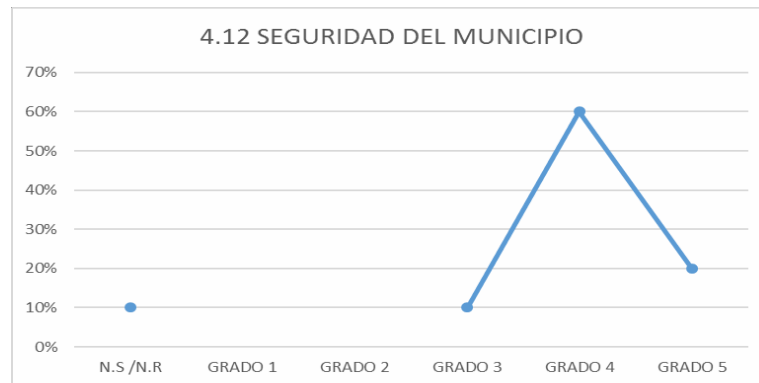


Tabla 113 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en seguridad del municipio

N.S /N.R	10%
GRADO 1	
GRADO 2	
GRADO 3	10%
GRADO 4	60%
GRADO 5	20%

En esta grafica se muestra que el 80% de la población está dividida en grado cuatro y cinco de satisfacción mientras que un 20% coloco grado tres y no sabe/ no responde eso quiere decir que los turistas encuestados dicen que el municipio es seguro.

### 39) Grados de satisfacción en la cuestión de la preservación de los recursos naturales

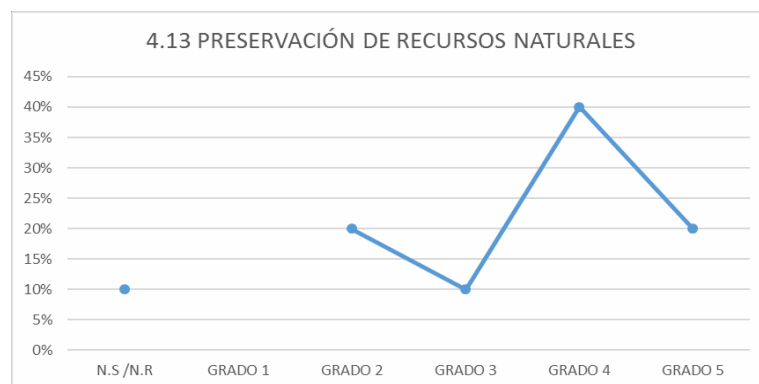


Tabla 114 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en preservación de los recursos naturales



N.S /N.R	10%
GRADO 1	
GRADO 2	20%
GRADO 3	10%
GRADO 4	40%
GRADO 5	20%

En esta grafica se muestra que el 60% de los turistas encuestados escribieron grado cuatro y cinco de la preservación de los recursos naturales, el 30% restante están en grado dos y tres y solo el 10% no saben cómo están.

#### 40) Grados de satisfacción en la cuestión de la malla vial

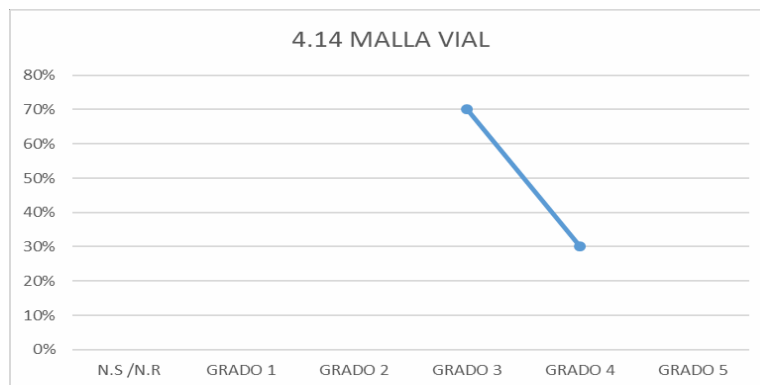


Tabla 115 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en la malla vial

N.S /N.R	
GRADO 1	
GRADO 2	
GRADO 3	70%
GRADO 4	30%
GRADO 5	

En esta grafica se muestra que el 70% de la población está en grado tres de satisfacción de la malla vial mientras que un 30% colocó grado cuatro de satisfacción eso quiere decir que los turistas encuestados creen que la malla vial está aceptable del municipio.

#### 41) Grados de satisfacción en la cuestión de la movilidad

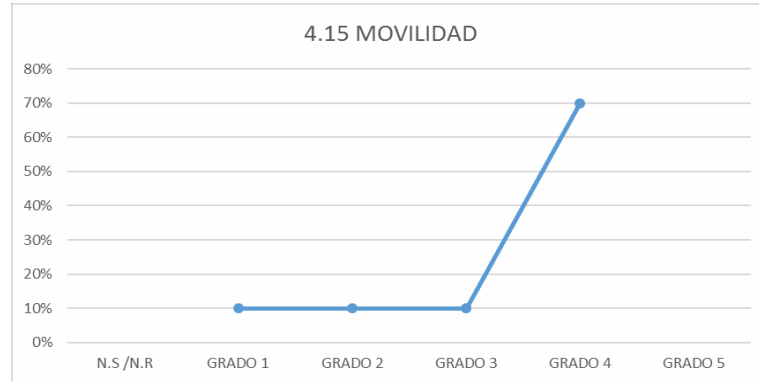


Tabla 116 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en movilidad

N.S /N.R	
GRADO 1	10%
GRADO 2	10%
GRADO 3	10%
GRADO 4	70%
GRADO 5	

En esta grafica se muestra que el 70% de la población está en grado cuatro de satisfacción del viaje mientras que un 30% coloco están divididos entre grado uno, dos y tres de satisfacción eso quiere decir que los turistas encuestados le gusto la movilidad viaje al municipio.

#### 42) Grados de satisfacción en la cuestión de la amabilidad de los habitantes

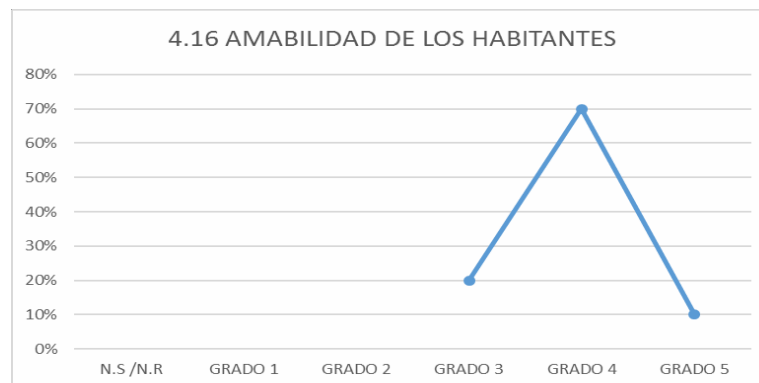


Tabla 117 demanda en Arbeláez grados de satisfacción en la amabilidad de los habitantes

N.S /N.R	
GRADO 1	
GRADO 2	
GRADO 3	20%
GRADO 4	70%
GRADO 5	10%

En esta grafica se muestra que el 80% de la población está dividida en grado cuatro y cinco de satisfacción del viaje mientras que un 20% coloco grado tres de satisfacción eso quiere decir que los turistas encuestados le gusto la amabilidad de los habitantes al municipio.

### 43) Grados de satisfacción del viaje



Tabla 118 demanda en Arbeláez grados de satisfacción del viaje

N.S /N.R	
GRADO 1	
GRADO 2	
GRADO 3	20%
GRADO 4	70%
GRADO 5	10%

En esta grafica se muestra que el 80% de la población está dividida en grado cuatro y cinco de satisfacción del viaje mientras que un 20% coloco grado tres de satisfacción eso quiere decir que los turistas encuestados le gusto el viaje al municipio.

#### 44) Aspectos positivos del municipio

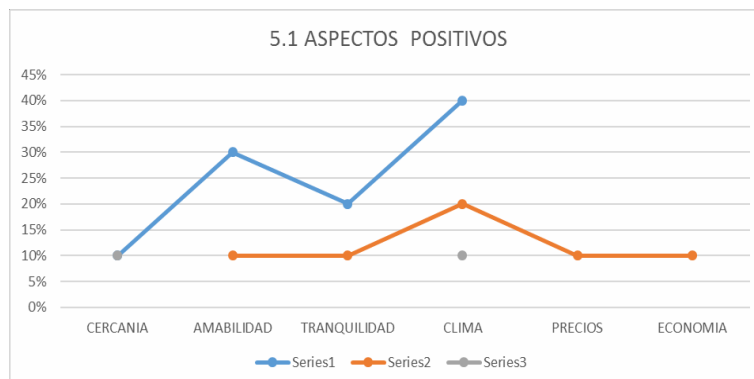


Tabla 119 demanda en Arbeláez aspectos positivos

CERCANIA	10%		10%
AMABILIDAD	30%	10%	
TRANQUILIDAD	20%	10%	
CLIMA	40%	20%	10%
PRECIOS		10%	
ECONOMIA		10%	

En esta grafica se demuestra que los aspectos positivos señalados por los turistas el que la mayoría coloco fue el clima y el menos fue precios y economía.

#### 45) Aspectos negativos del municipio

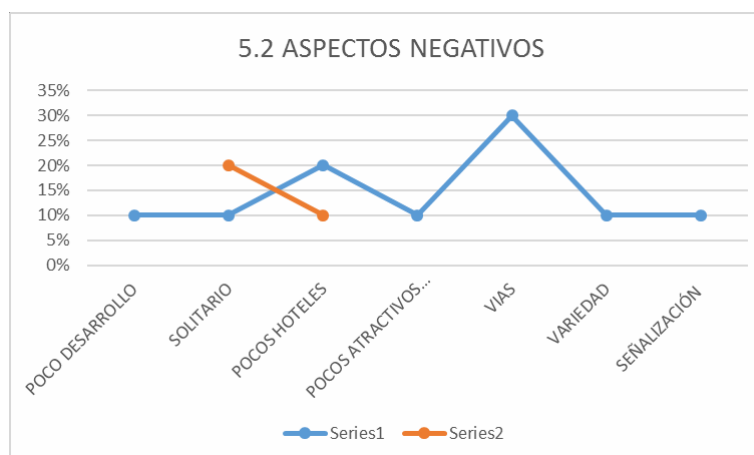


Tabla 120 demanda en Arbeláez aspectos negativos

POCO DESARROLLO	10%	
SOLITARIO	10%	20%
POCOS HOTELES	20%	10%
POCOS ATRACTIVOS TURISTICOS	10%	
VIAS	30%	
VARIEDAD	10%	
SEÑALIZACIÓN	10%	

En esta grafica se demuestra que el primer aspecto negativo señalado por los turistas son las vías dañadas con un 30% mientras que el 70 % están dispersos entre poco desarrollo, solitario, pocos hoteles, pocos atractivos turísticos, variedad señalización; mientras que la segunda opción era solitaria con un 20%, y pocos hoteles con un 10%.

#### 46) Estaría dispuesto a volver

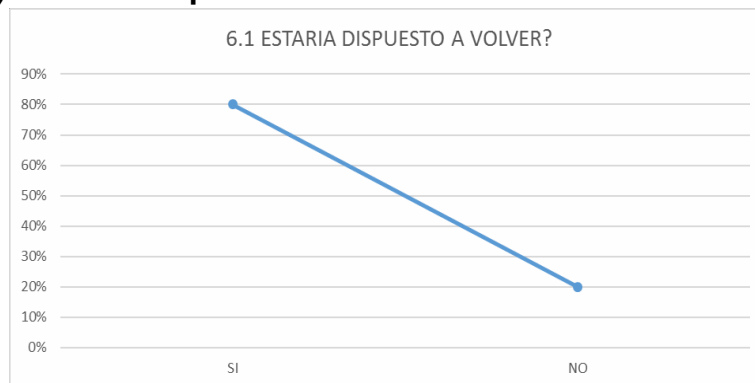


Tabla 121 demanda en Arbeláez estaría dispuesto a volver

SI	80%
NO	20%

En esta grafica se demuestra que el 80% de los turistas estarían dispuestos a volver mientras que el 20% no desean volver.

#### 47) Que fechas volverías

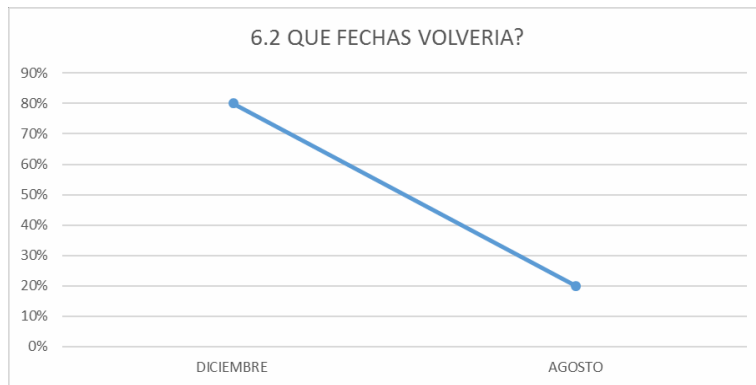


Tabla 122 demanda en Arbeláez fechas que volvería

DICIEMBRE	80%
AGOSTO	20%

En esa grafica se muestra que el 20% de los turistas preferían volver en agosto por el motivo de las ferias y fiestas mientras que el 80% de los turistas prefieren ir en diciembre por los alumbrados y los eventos que hace el municipio.

#### 48) Recomienda este destino

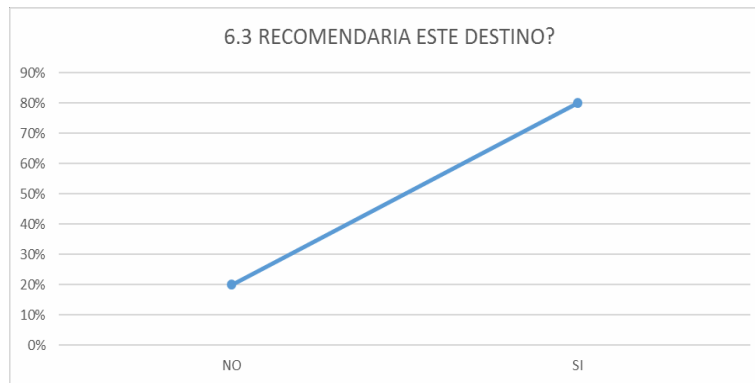


Tabla 123 demanda en Arbeláez recomendaría este destino

NO	20%
SI	80%

En esta grafica se muestra que los turistas si recomendaría este municipio con un 80% mientras que un 20% contestaron no al recomendar este destino turístico en la región de Sumapaz.

**49) Que le gustaría encontrar nuevo o mejor en su próxima visita**

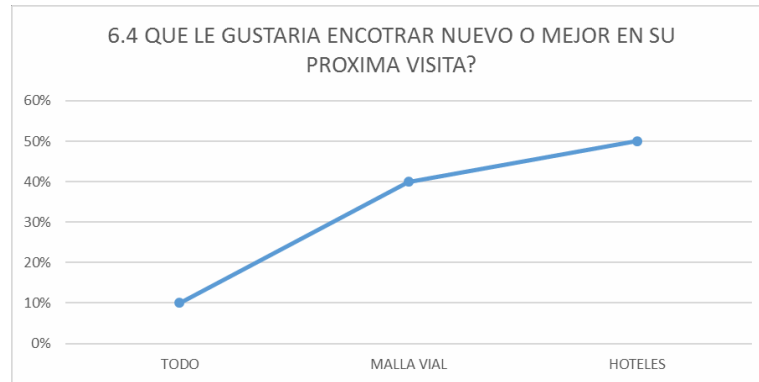


Tabla 124 demanda en Arbeláez que le gustaría encontrar de nuevo o mejor

TODO	10%
MALLA VIAL	40%
HOTELES	50%

En esta grafica se muestra que 50% de los turistas hace referencia de encontrar de nuevo o mejor los hoteles mientras el 40% dicen que desearía ver mejor la malla vial y un 10% desearían cambiar todo.

**50) Palabra que describe el municipio**



Tabla 125 demanda en Arbeláez palabra que describe el municipio

TRANQUILO	50%
-----------	-----

AMABILIDAD	10%
COMODO	10%
LEJOS	10%
CALIDO	10%
BONITO	10%

En esta grafica se muestra que el 50% de los turistas describe el municipio como tranquilo y el otro 50% están dispersos en las palabras amabilidad, cómodo, lejos, cálido y bonito.

### 51) Qué municipio le gustaría conocer

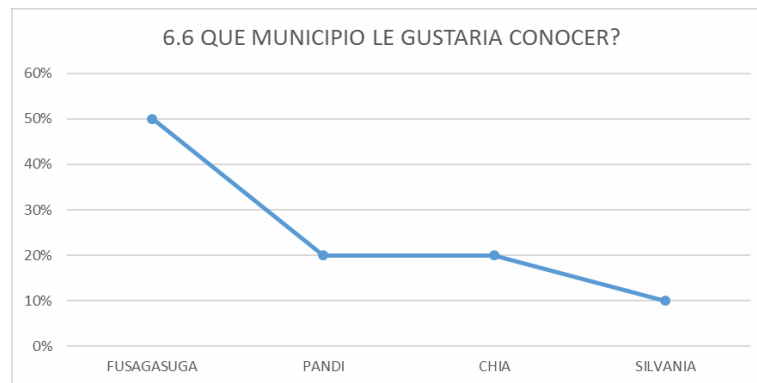


Tabla 126 demanda en Arbeláez municipio que le gustaría conocer

FUSAGASUGA	50%
PANDI	20%
CHIA	20%
SILVANIA	10%

En esta grafica podemos ver que el 50% de los turistas le gustaría conocer bien Fusagasugá mientras que el otro 50% están dispersos entre Pandi, Chia y Silvania.

## 11. OFERTA SAN BERNARDO

### 1) Edad



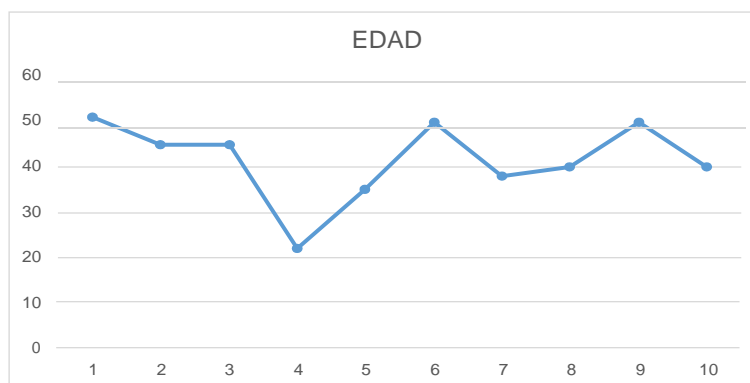


Tabla 127 oferta san Bernardo edad

Se encuestaron a diez (10) personas todas mayores de edad entre 21 a 53 años, Se puede evidenciar la variedad en las edades. Esto nos muestra que la población es medio heterogénea.

## 2) Genero

Hombres	60%
Mujeres	40%

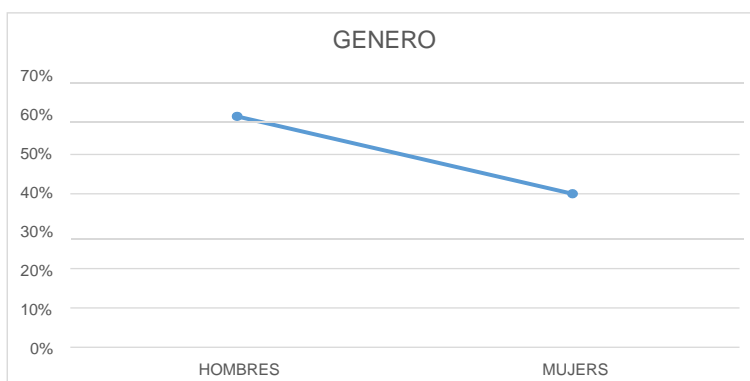


Tabla 128 oferta san Bernardo género

Las personas que fueron encuestadas se tomaron por igual de condiciones, por lo que 4 de ellas fueron mujeres siendo ellas un 40% de la población y el otro 60% de la población fueron hombres lo que corresponde a 6 hombres. Lo que determina que el género masculino lidera las encuestas practicadas

## 3) cargo

Administrador	50%
Propietario	10%
Empleado	30%

Guía Turística | 10%

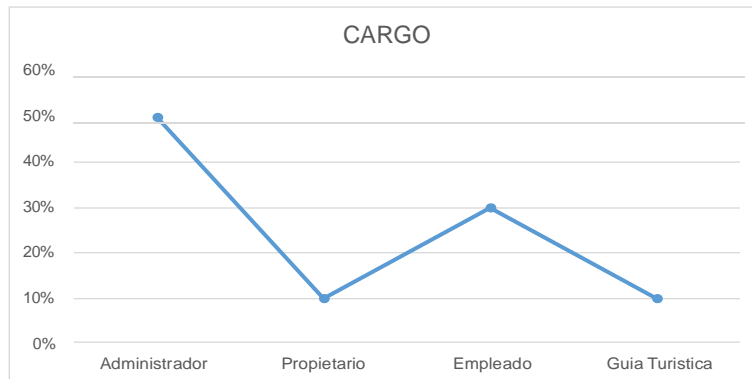


Tabla 129 oferta san Bernardo cargo

Los cargos que ejercen las personas son ejecutados en establecimientos por lo que varía sus funciones, siendo la mayoría de ellos administradores los cuales son un 50% de la población equivalente a cinco (5) personas, tan solo uno (1) de ellos es propietario del establecimiento lo que solo corresponde a un 10% de la población, las restantes personas son empleadas lo cual atañe a tres (3) personas siendo ellos un 30% de la población y un 10% de la Guía Turística entrevistada en el mausoleo.

#### 4) Número de hijos

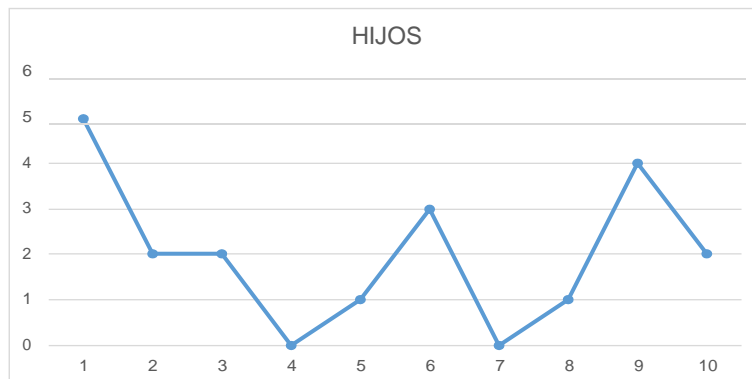


Tabla 130 oferta san Bernardo N de hijos

Del total de la población se puede evidenciar que el rango de hijos esta entre un hijo con un máximo de 5 hijos indicando que la cantidad familiar se no está dentro de los parámetros regulares.

#### 5) Estado civil

casado	50%
soltero	40%
divorciado	10%

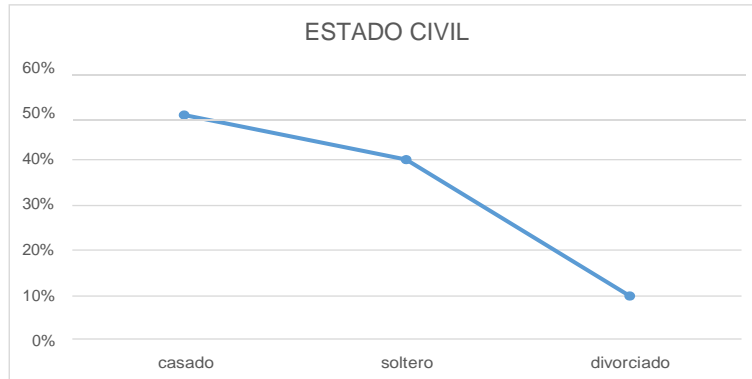


Tabla 131 oferta san Bernardo estado civil

El 50% de la población cumple con la condición de casado mientras que el divorcio ocupa el 10%, y el estado civil soltero corresponde al segundo porcentaje con un 40%, posible problema dentro de las familias disfuncionales y sus núcleos todo dentro del total de la población encuestada.

## 6) Nivel educativo

Universitario	10%
Técnico	10%
Bachiller	70%
Primaria	10%

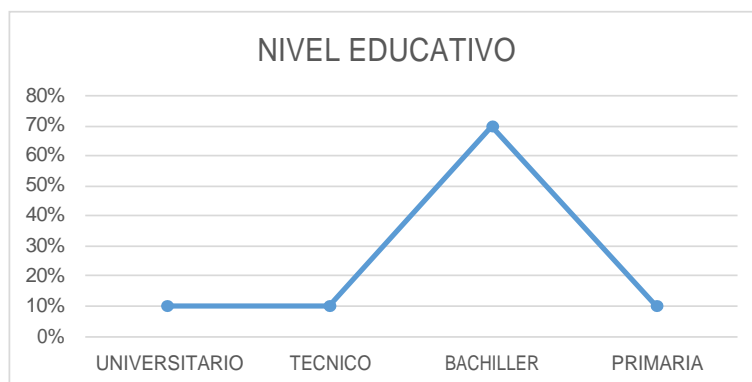


Tabla 132 oferta san Bernardo nivel educativo

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

### 7) Profesión

Agente de Información	10%
Gastronomía	20%
Ninguna	70%

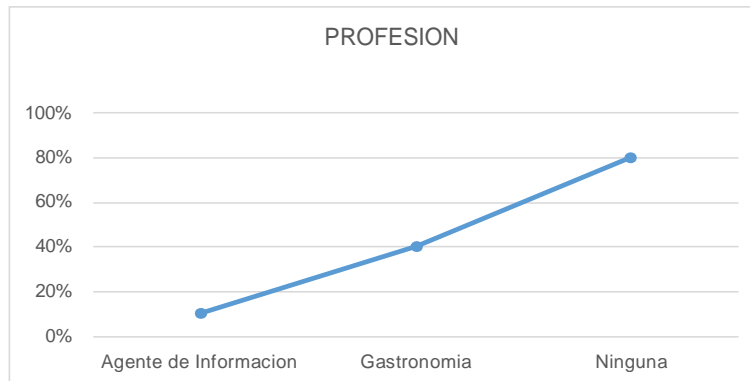


Tabla 133 oferta san Bernardo profesión

Se evidencio que el 70% no tienen ninguna profesión mientras el 20% han estudiado gastronomía y el 10% Como agentes de información, lo cual evidencia que el nivel de estudio es bajo en relación con otros municipios.

### 8) Estrato

Estrato 3	20%
Estrato 2	80%



Tabla 134 oferta san Bernardo estrato

El estrato que tienen las personas es muy homogéneo ya que un 80% de la población está en un estrato dos (2) el resto de la población equivalente al 20% de la población. Esto quiere decir que la población está en un estado socioeconómico bajo y medio-bajo.

### 9) Estudio en turismo

SI	10%
No	90%



Tabla 135 oferta san Bernardo estado del turismo

Se evidencia que la mayoría por un 90% de la población en la oferta no ha realizado ningún estudio con respecto al turismo, tema que se puede atribuir a la falta de cursos y de inversión por parte del estado.

### 10) Propietario

SI	50%
----	-----

No	50%
----	-----

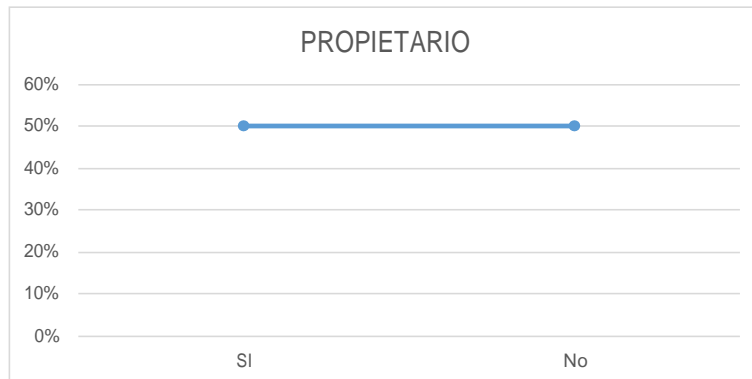


Tabla 136 oferta san Bernardo propietario

La mitad de las personas entrevistadas son propietarios de los establecimientos lo cual corresponde a un 50%, el restante de la población es decir el otro 50% tan solo conforman parte del equipo de los establecimientos.

### 11) Dominio de ingles

Habla 0%	90%
Habla 35%	10%



Tabla 137 oferta san Bernardo dominio en ingles

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

### 12) Dominio en ingles en lectura

Lee 60%	10%
Lee 0%	90%

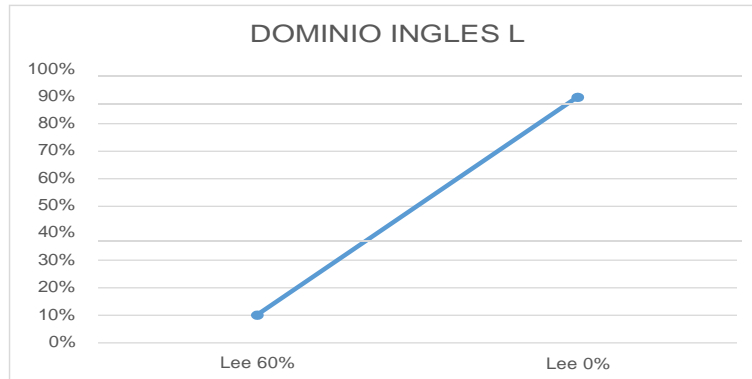


Tabla 138 oferta san Bernardo dominio de ingles en lectura

En cuanto a la lectura en ingles no cambia notablemente, debido a que personas que leen el inglés en un 60% también corresponden a un 10% teniendo en cuenta que solo esa cantidad entiende un poco más de la mitad el idioma inglés.

### 13) Dominio de inglés en escritura

Escribe 50%	10%
Escribe 0%	90%



Tabla 139 oferta san Bernardo dominio de inglés en escritura

En cuanto a lo escrito del inglés el 10% de la población escribe en un porcentaje de 50% el idioma inglés, como conclusión entre el idioma Ingles, las personas del

municipio de Arbeláez cuenta con un porcentaje mínimo de habla, lectura y escritura de inglés.

#### 14) Licencia de funcionamiento

Si	100%
No	0%

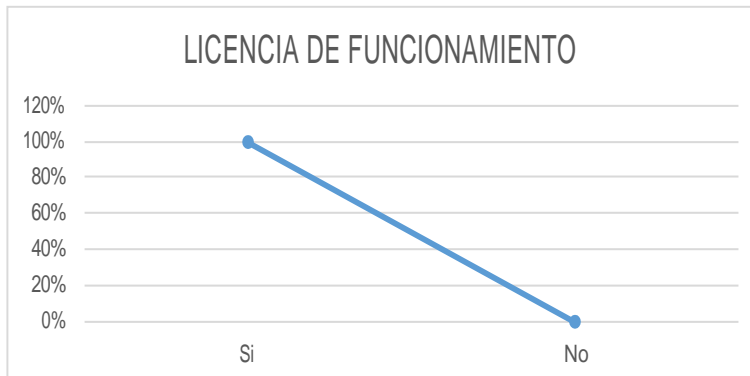


Tabla 140 oferta san Bernardo licencia de funcionamiento

El 100% de las personas encuestadas, cuentan con una licencia de funcionamiento, quiere decir que los establecimientos de comercio del municipio de San Bernardo cuentan con ítems legales en regla. Como este que es fundamental para el funcionamiento de los establecimientos.

#### 15) Cámara de comercio

Si	100%
No	0%

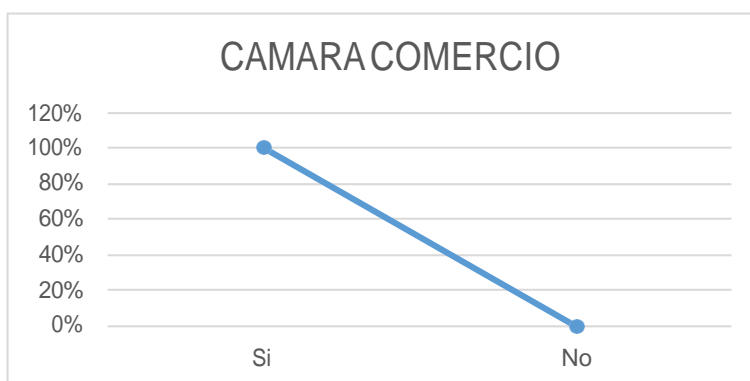


Tabla 141 oferta san Bernardo cámara de comercio



El 100% de los comerciantes del municipio de San Bernardo cuenta con Cámara y comercio, ítem positivo para el desarrollo de las actividades comerciales y turísticas, además de factor positivo para el municipio ya que cumplen con los parámetros necesarios y legales establecidos.

### 16) Clase de persona

Persona Natural	90%
Régimen Especial	10%

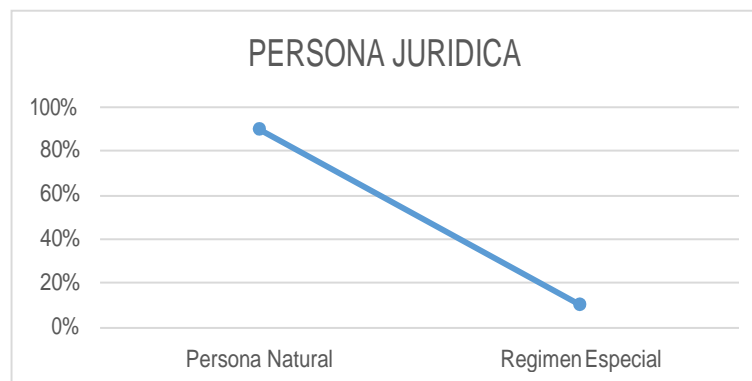


Tabla 142 oferta san Bernardo clase de persona

El 90% de las personas encuestadas atribuyen que están constituidos como persona natural, bajo régimen simplificado, debido a sus ingresos. Tan solo el 10% corresponde a Régimen especial, por cuestiones del mausoleo perteneciendo a la iglesia del municipio de San Bernardo.

### 17) Registro nacional del turismo

SI	0%
No	100%



Tabla 143 oferta san Bernardo registro nacional del turismo

El 100% de los encuestados no cuenta con un registro nacional de turismo un motivo general, es que las personas desconocen de dicho registro, y donde conseguirlo.

### 18) Servicio del establecimiento

Mausoleo	10%
Hospedaje	10%
Restaurante	40%
Cafetería	30%
Panadería	10%

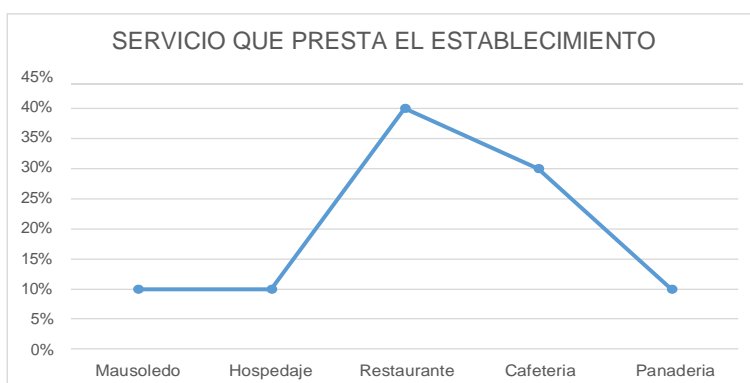


Tabla 144 oferta san Bernardo servicio del establecimiento

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

### 19) Único dueño

Si	80%
No	20%

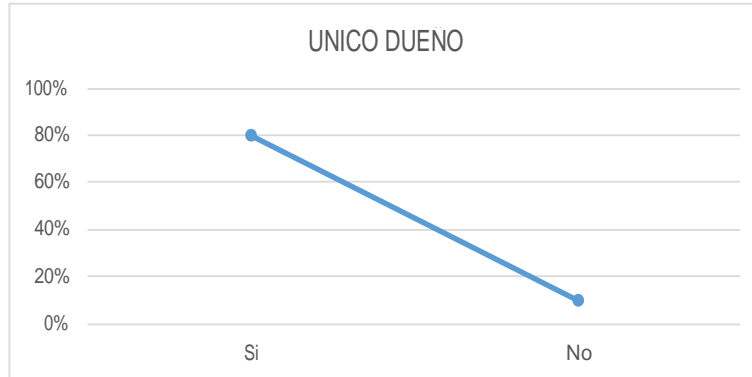


Tabla 145 oferta san Bernardo único dueño

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

## 20) Certificaciones necesarias

SI	60%
NO	40%



Tabla 146 oferta san Bernardo certificaciones necesarias

Una parte positiva son las certificaciones con las que cuentan los establecimientos de comercio, los cuales cuentan en un 60% con certificaciones como lo son las de cámara de comercio. Los restantes no han hecho ningún tipo de certificaciones.

## 21) Inventario

Sillas	28	100
--------	----	-----

Camas	18	
Mesas	4	10
Habitaciones	13	
Estufas	1	3
Neveras	6	
Ataúd	15	

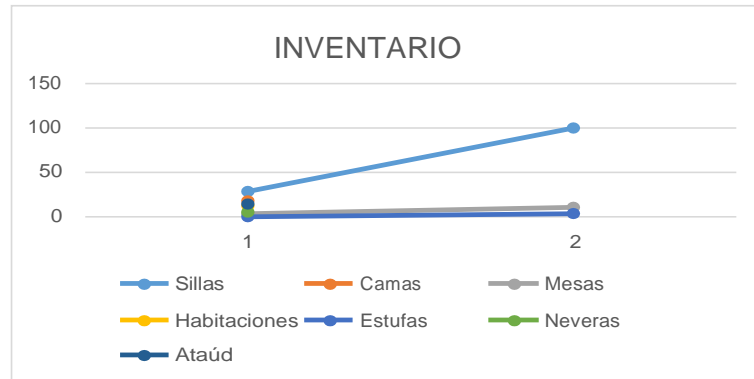


Tabla 147 oferta san Bernardo inventario

La infraestructura, en algunos de los bienes y enseres de los establecimientos de comercio son relativamente bajos, para la oferta que podrían llegar a manejar en fechas especiales, en vacaciones, o en fines de semana. Varían ítems como sillas desde las 28 a las 100.

## 22) Número de empleados



Tabla 148 oferta san Bernardo N de empleados

El 20% de los establecimientos no cuenta con empleados, son los mismos propietarios quien atienden estos establecimientos, tan solo el 10% de los encuestados tienen 4 empleados que es el número mayor de empleados. El 50%

de los empleados cuentan con dos empleados. Donde se evidencia que el rango esta entre dos y tres empleados.

### 23) Tipo de contratación

horas	29%
Días	80%



Tabla 149 oferta san Bernardo contratación

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

### 24) Contrata nuevos empleados

Si	0%
No	100%

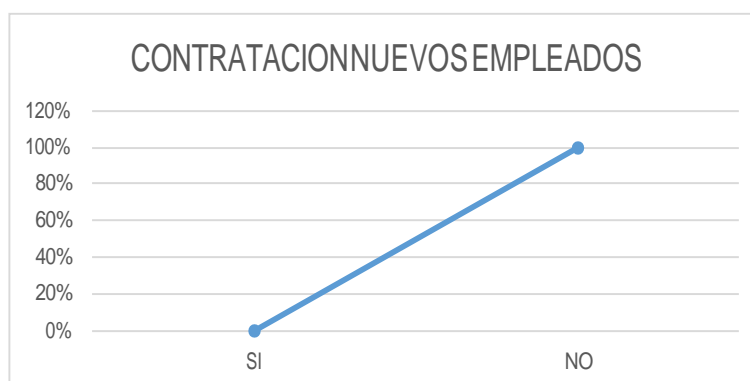


Tabla 150 oferta san Bernardo contrato de nuevos empleados

En este municipio no se han contratado nuevos empleados en este año. Un 100% de la población no ha hecho una contratación nueva de empleados, lo que indica que hay un estancamiento en la economía y no hay una generación de empleo.

### 25) Capacita a sus empleados

Si	70%
No	30%

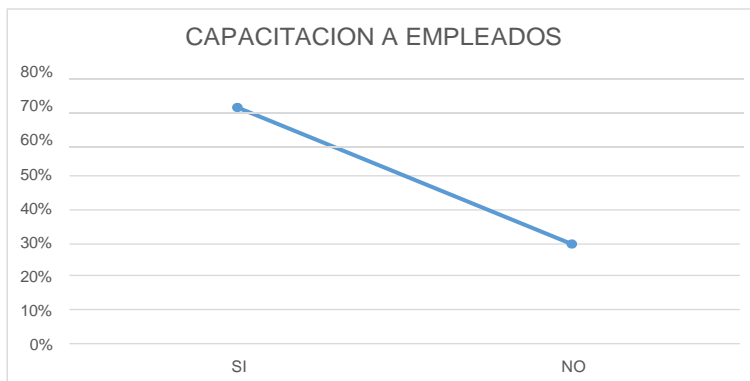


Tabla 151 oferta san Bernardo capacitación a empleados

El 70% de los empleadores realizan capacitaciones o se auto capacitan en áreas de su razón social. Mientras que el 30% no han realizado ningún tipo de capacitaciones.

### 26) Quien dicta las capacitaciones

Sena	30%
NS/NR	70%

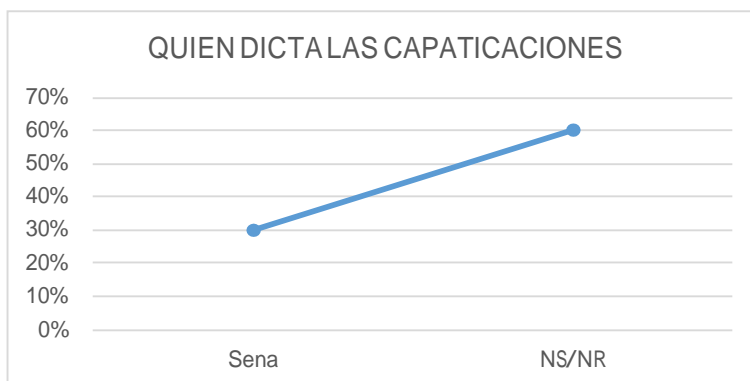


Tabla 152 oferta san Bernardo quien dicta las capacitaciones

Dentro de las capacitaciones que se han realizado el 100% son por medio del Sena, dentro de la gráfica anterior; y con respecto del 30% que no sean capacitado, No saben, no responden quien dicta capacitaciones. La desinformación esta como ítem latente dentro del municipio.

### 27) Tipo de capacitación

Manipulación de Alimentos	30%
Ninguno	70%

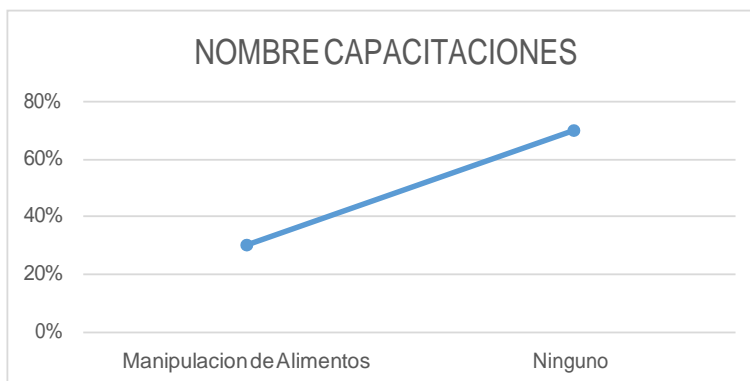


Tabla 153 oferta san Bernardo tipo de capacitación

Las capacitaciones que se han encargado de realizar son la de Manipulación de Alimentos con un 30% mientras que el 70% no tienen relación con los establecimientos de comercio. Los mecanismos que se han realizado estas capacitaciones han sido por medio de cursos.

### 28) Programas faltantes

Gastronomía	30%
Ns/ Nr	40%
Capacitaciones	20%
servicio al cliente	10%

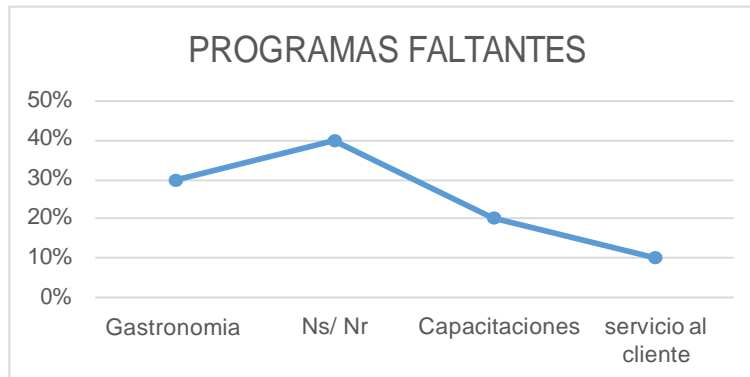


Tabla 154 oferta san Bernardo programas faltantes

Los encuestados sugieren una serie de programas para sentirse más competitivos, el 30% sugiere gastronomía, el 20% sugiere más capacitaciones dentro del municipio, un 10% servicio al cliente, y el 40% no responde frente a la pregunta.

### 29) Visitas en el 2015

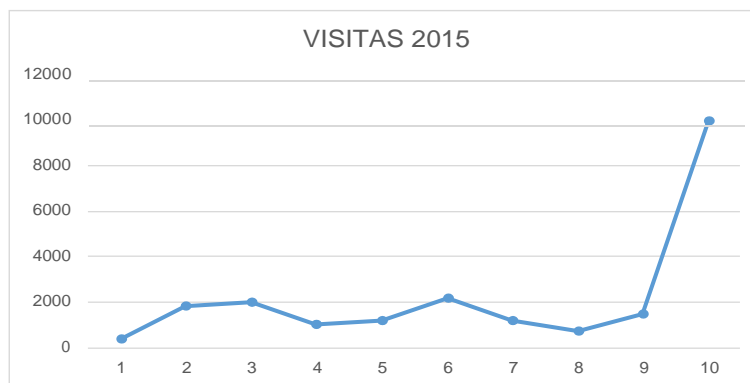


Tabla 155 oferta san Bernardo visitas del 2015

Las visitas que se realizaron en los 10 establecimientos de comercio, obtuvieron un rango de 500 a 2000 en las visitas, el Mausoleo debido a que es el atractivo y fenómeno natural más relevante de este municipio contó con un total de 10000 visitas dentro del 2015 según la encargada turística del mismo Mausoleo.

### 30) Porcentaje de visitas del 2015



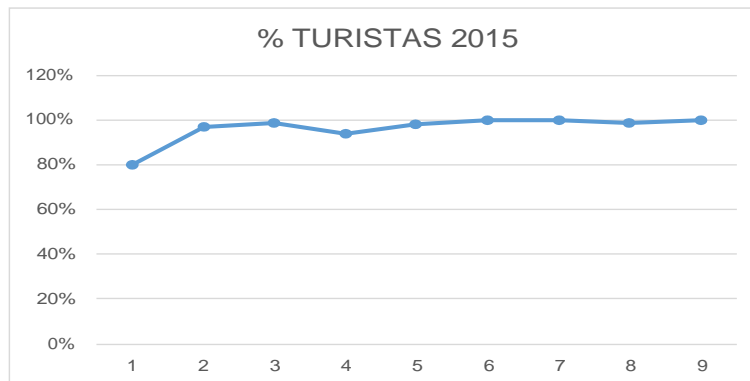


Tabla 156 oferta san Bernardo % turistas del 2015

El porcentaje de turistas dentro de las visitas que se realizan en el año 2015 son menores de la mitad, argumentando los habitantes que la mayoría de personas que llegan al municipio (visitas) son misma gente de la región que por una u otra razón se fueron, pero vuelven en ferias y fiestas.

### 31) Porcentaje de turistas extranjeros en el 2015

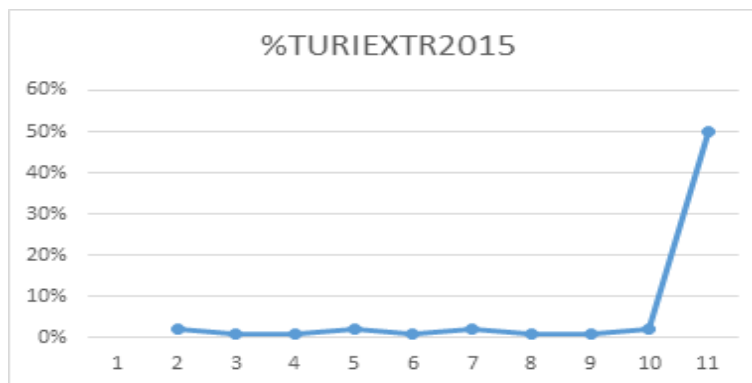


Tabla 157 oferta san Bernardo % de turistas extranjeros en el 2015

El porcentaje de turistas extranjeros es bajo, el único que cuenta con un gran porcentaje de turistas extranjeros es el Mausoleo con un total de 50% para el año 2015.

### 32) Tiempo de estadía

Días 1	70%
Días 2	30%



Tabla 158 oferta san Bernardo tiempo de estadía

El tiempo de estadía varía entre un día y dos. Teniendo en cuenta que un día es del 70% y dos días 30% primando mas solo un día de estadía. Esto puede ser razón de que no hay capacidad hotelera para los turistas.

### 33) Precio del hospedaje de 2015

Hospedaje	Semana	Fin de Semana
Noche	\$15	\$45

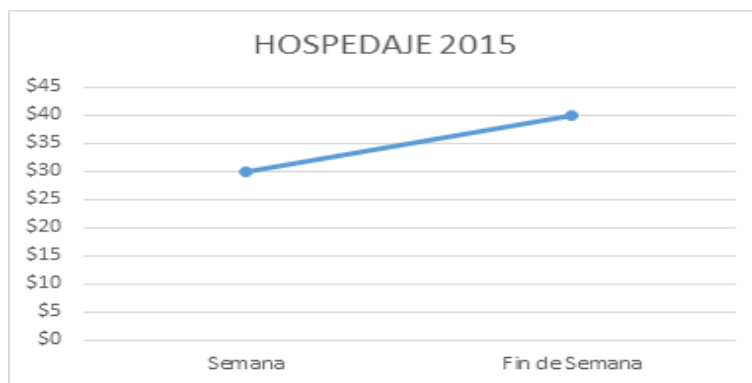


Tabla 159 oferta san Bernardo precios del hospedaje 2015

Los precios en el hospedaje son estáticos entre semana son de \$15000 mil pesos, en fines de semana son de \$45.000 mil pesos, precios accesibles para todo público.

### 34) Precios de los servicios del 2015

Almuerzos	8000	9000
Heladería	1000	5000
Otros	1000	5000

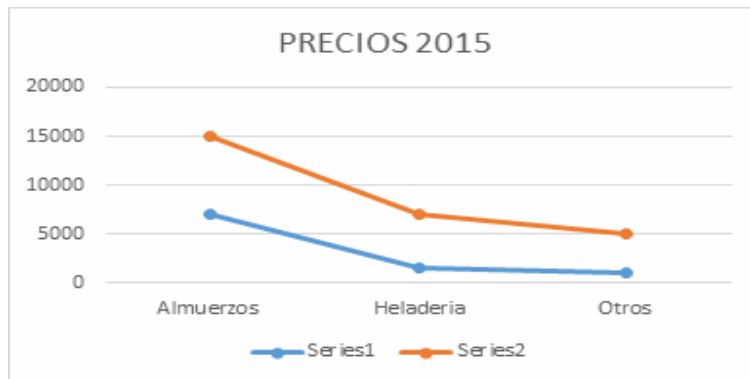


Tabla 160 oferta san Bernardo precios de los servicios 2015

La alimentación, desde almuerzos heladerías y otros, están desde \$5.000 mil pesos a \$9.000 mil pesos en esta zona los valores en cuestiones de comida son bajos, con relación a otros municipios, a esto hay que ameritarle que es conocido por las picadas que hay dentro del mismo. Las cuales se ubican en el centro de San Bernardo.

### 35) Municipios donde viene los turistas

Arbeláez	40%
Bogotá	18%
Fusa	20%
Ibagué	2%
Pandi	8%
Silvania	5%
Medellín	4%
Barranquilla	3%

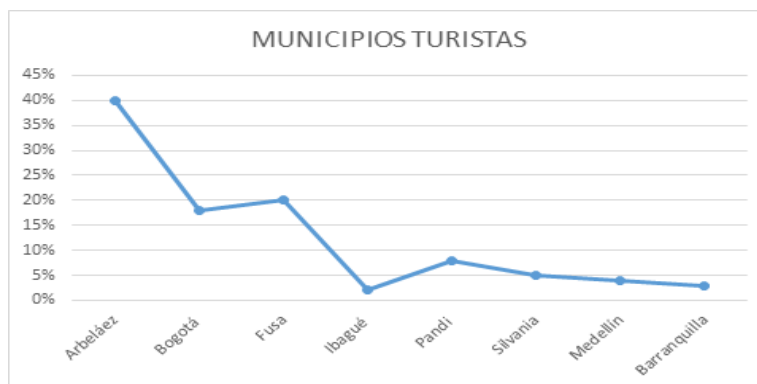


Tabla 161 oferta san Bernardomunicipio de donde vienen los turistas

Los turistas más frecuentes se a nivel nacional son Arbeláez con un 40% debido a su cercanía, siguen Fusagasugá con un 20% y Bogotá 18%, municipios como Pandí, Silvania, Medellín y Barranquilla son turistas con el menor porcentaje de turistas.

### 36) Países donde viene los turistas extranjeros

Estados Unidos	30%
España	10%
Argentina	10%
Japón	10%
México	20%
Inglaterra	10%
Croacia	10%

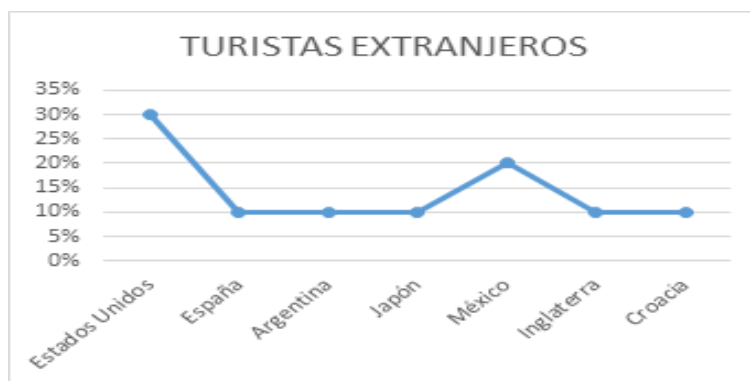


Tabla 162 oferta san Bernardo lugares donde vienen los extranjeros

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

### 37) Visitas de los turistas en el año 2016

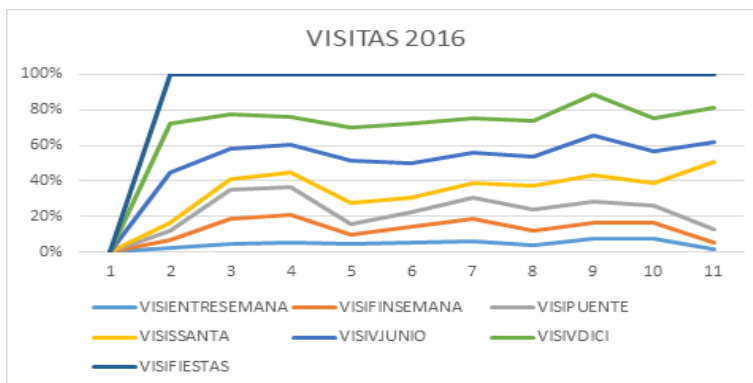


Tabla 163 oferta san Bernardo visitas 2016

Se evidencia que la mayor cantidad de visitas que hubo en el 2016 fueron durante las ferias y fiestas, luego las vacaciones de diciembre, a lo que le sigue las vacaciones de junio. Con respecto a este los fines de semana junto con las visitas entre semana son las más bajas.

### 38) Porcentaje de los turistas nacionales en el 2016

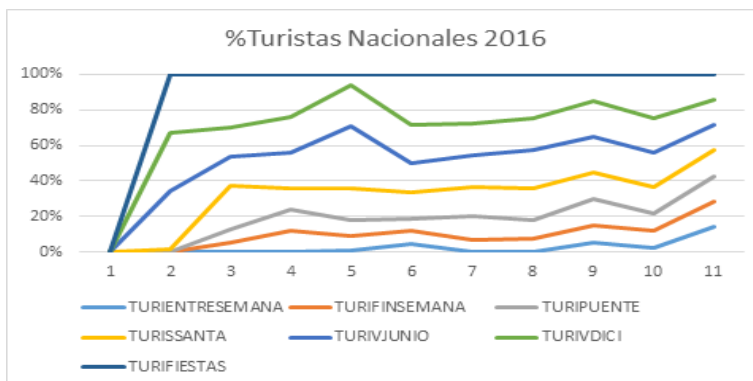


Tabla 164 % de los turistas nacionales en el 2016

La cantidad de turistas que se vieron reflejados dentro de las visitas corresponden a los mismos, pero en menor porcentaje que en la gráfica de arriba, siguen primando las Ferias y Fiestas, vacaciones de junio y las vacaciones de junio.

### 39) Porcentaje de los turistas extranjeros en el 2016

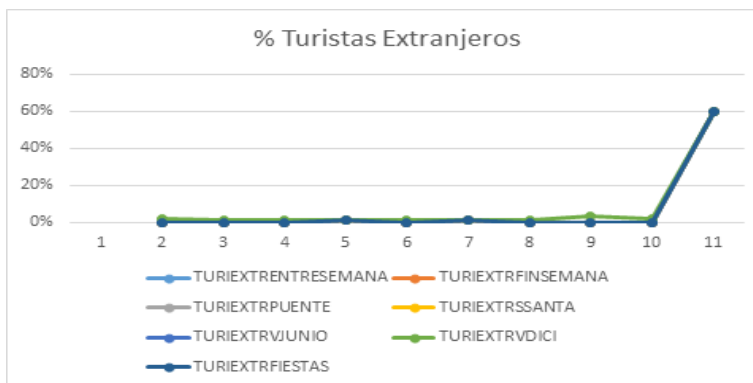


Tabla 165 oferta san Bernardo % de turistas extranjeros

Los turistas extranjeros viajan en diferentes fechas no importa, ferias y fiestas, ni festivos, el Mausoleo tiene gran cantidad de visitas durante el año, donde se destaca la semana santa turistas de México, Argentina y España. Los demás como Estados Unidos, Croacia y Japón no tienen relación con referencia a vacaciones ni semana santa.

#### 40) Edades de los turistas hombres y mujeres

Edad I	Edad F
25	40
30	40
35	40
30	45
30	45
27	40
20	50
40	60
18	60
30	80

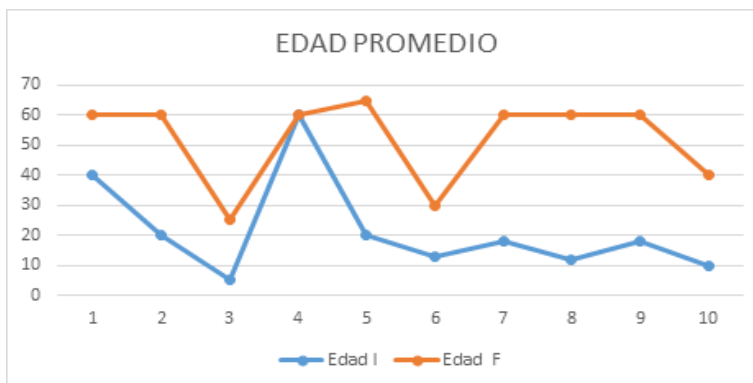


Tabla 166 oferta san Bernardo edades de los turistas hombre y mujer

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

#### 41) Políticas de comercialización

SI	50%
NO	30%

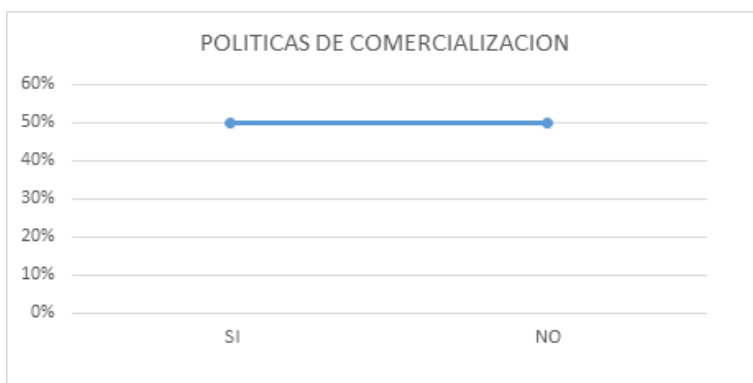


Tabla 167 oferta san Bernardo políticas de comercialización

El 50% de las personas encuestadas responden a la premisa ¿utilizan políticas de comercialización? Las cuales menos de la mitad no utiliza.

#### 42) Instrumentos de publicidad

Avisos	40%
Página Web	10%
Tarjetas	30%
Letrero	10%

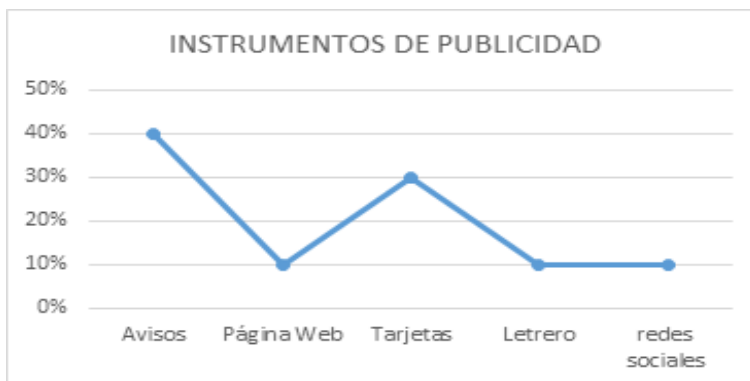


Tabla 168 oferta san Bernardo instrumentos de publicidad

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

#### 43) Servicios adicionales

SI	0%
No	100%

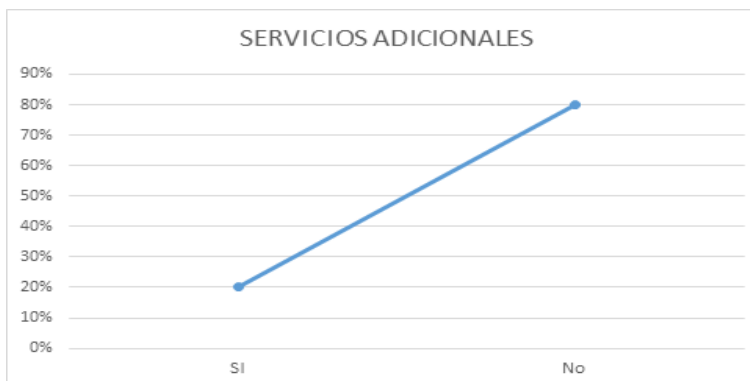


Tabla 169 oferta san Bernardo servicios adicionales

Ninguno de los establecimientos de San Bernardo cuenta con servicios adicionales.

#### 44) Entidades que los apoyan

Alcaldía	30%
Ninguna	70%



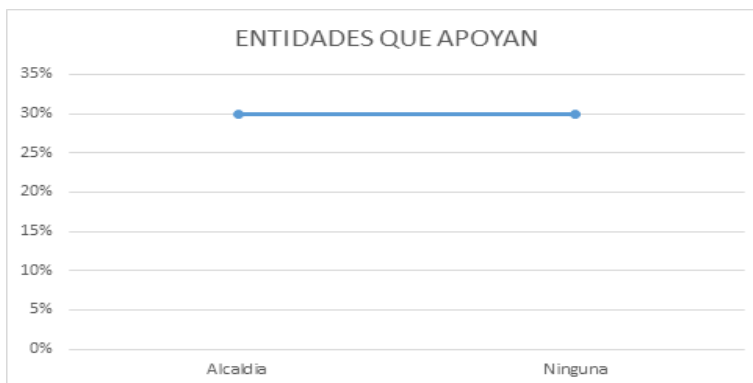


Tabla 170 oferta san Bernardo entidades que apoyan

Solo el 30% de los encuestados dice que la alcaldía apoya a sus establecimientos de comercio, mientras que el 70% de los propietarios afirma que no reciben ningún apoyo.

#### 45) Debilidades

Sentido De pertenencia	10%
Infraestructura	50%
Apoyo	20%
Luz	20%



Tabla 171 oferta san Bernardo debilidades

Dentro de la matriz Dofa Tienen como debilidades relevantes, la infraestructura, no cuentan con la debida infraestructura para el desarrollo de sus actividades económicas, el apoyo por parte de entes estatales es de un 20%, problemas de servicio público como luz tiene cabida dentro de un 20%, El sentido de pertenencia por parte de los habitantes ocupan un 10%.

#### 46) Fortaleza

Está en sitio web	10%
Calidad	20%
Infraestructura	30%
Antigüedad	10%

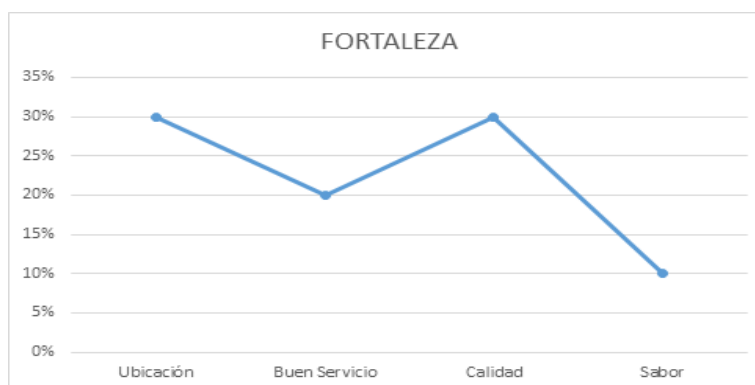


Tabla 172 oferta san Bernardo fortaleza

Dentro de la matriz Dofa Tienen como fortalezas la calidad, como un 30% algunos sitios que cuentan con buena infraestructura, la antigüedad está dentro de un 10%, los sitios web está dentro 10% de los mismos que se encuentran en un sitio web y que la han visto como fortaleza.

#### 47) Amenazas

Poca Gente	20%
Competencia	30%
Malla vial	40%
Poca Ayuda	10%

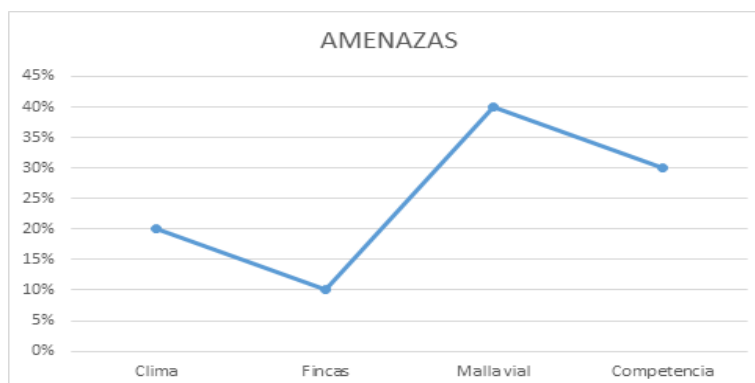


Tabla 173 oferta san Bernardo amenaza

Dentro de la matriz Dofa Tienen como amenazas se encuentran la poca gente que va a visitarlos con un 20%, la malla vial con un 40% la poca ayuda e inversión al municipio en un 10%, la competencia dentro del sector con los demás comerciantes.

#### 48) Oportunidades

Ubicación	40%
Variedad de productos	30%
Valor agregado	10%
Turismo	10%



Tabla 174 oferta san Bernardo oportunidades

Dentro de las oportunidades que ven los encuestados, están la ubicación del centro donde llegan los buses de transporte y por ello tienen más clientes. La variedad de productos es otro factor que se evidencia como oportunidad, y la posibilidad de hacer público, por parte propia y por parte del municipio incorporarían una oportunidad.

#### 49) Factores que beneficiaría al municipio

Malla Vial	80%
Publicidad	10%
Inversión	10%

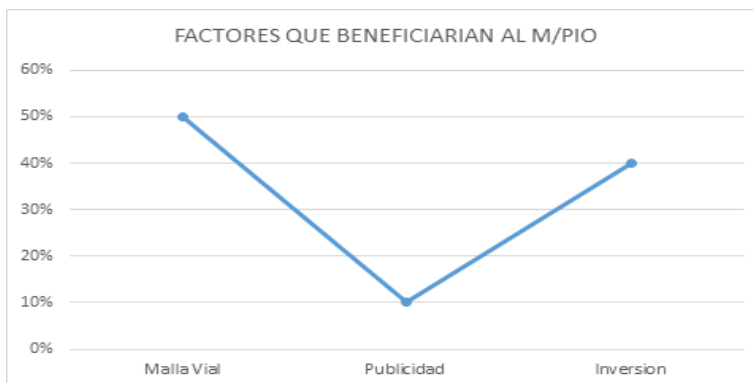


Tabla 175 oferta san Bernardo factores que benéfica al municipio

Esta grafica interpreta que un factor que beneficiaría al Municipio sería el arreglo de la malla vial, afirman los habitantes que este sería fundamental para que más turistas visiten los municipios tanto de san Bernardo como Arbeláez

### 50) Atractivos

Mausoleo	60%
Ferias y Fiestas	30%
Tranquilidad	5%
Naturaleza	2.5%
Iglesia	5%



Tabla 176 oferta san Bernardo atractivos

El mayor atractivo del municipio de San Bernardo es el Mausoleo, y por ende es una de las principales causas para el turismo, a este se le suma las ferias y fiesta y en menores porcentajes se encuentra, la tranquilidad, la naturaleza, la iglesia del municipio.

## 12. DEMANDA SAN BERNARDO

### 1) Departamento de nacimiento



Tabla 177 demanda san Bernardo departamento de nacimiento

CUNDINAMARCA	80%
ATLANTICO	10%
BOYACA	10%

En esta grafica se muestra que el 80% de los turistas encuestados son nacidos en el departamento de Cundinamarca tan solo el 20 % de los encuestados son de atlántico y Boyacá.

### 2) Municipio de nacimiento

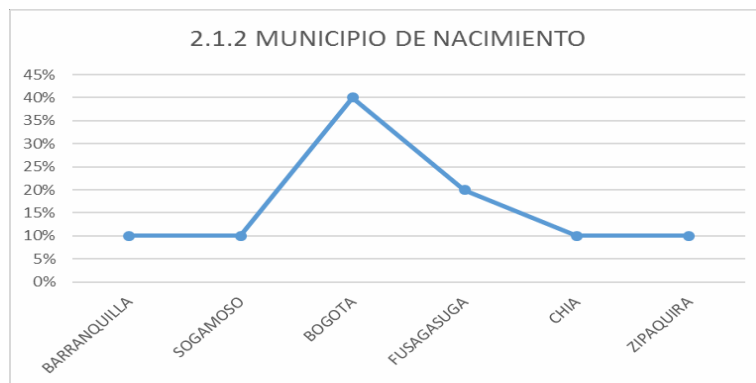


Tabla 178 oferta san Bernardo municipio de nacimiento

BARRANQUILLA	10%
SOGAMOSO	10%
BOGOTA	40%
FUSAGASUGA	20%
CHIA	10%
ZIPAQUIRA	10%

En esta grafica se muestra que el 40% de los turistas encuestados son nacidos en Bogotá y el 60% están dispersos entre Sogamoso, Barranquilla, Fusagasugá, Chía, Zipaquirá.

### 3) Departamento de residencia

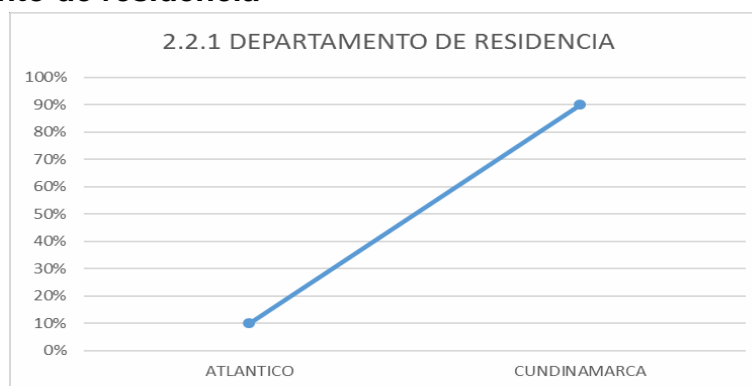


Tabla 179 oferta san Bernardo departamento de residencia

ATLANTICO	10%
CUNDINAMARCA	90%

En esta grafica se muestra que los turistas encuestados el 90% están viviendo en el departamento de Cundinamarca y tan solo el 10% vienen otros departamentos.

### 4) Municipio de residencias

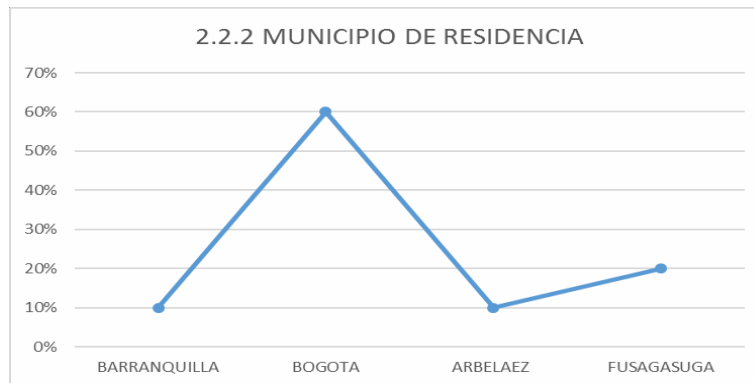


Tabla 180 oferta san Bernardo municipio de residencia

BARRANQUILLA	10%
BOGOTA	60%
ARBELAEZ	10%
FUSAGASUGA	20%

En esta grafica se muestra que el 60% de los turistas están viviendo en Bogotá y el 40% están dispersos en Barranquilla, Arbeláez y Fusagasugá.

## 5) Edad

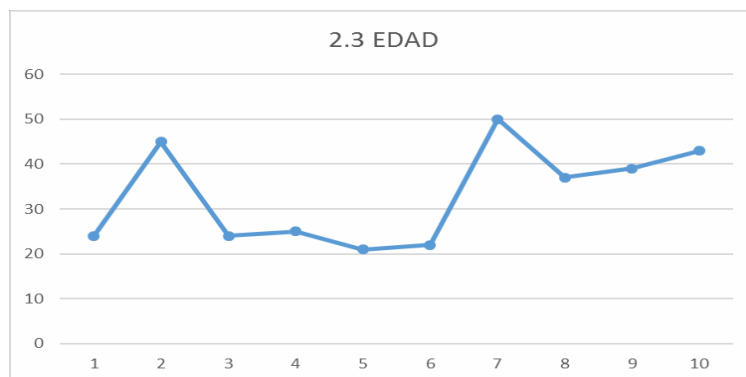


Tabla 181 oferta san Bernardo edad

24
45
24
25
21
22
50
37
39
43

En esta grafica se muestra que el 100% de los turistas encuestados estan entre las edades de 20 a 50 años esto quiere decir que todos los turistas encuestados son mayores de edad.

### 6) Genero

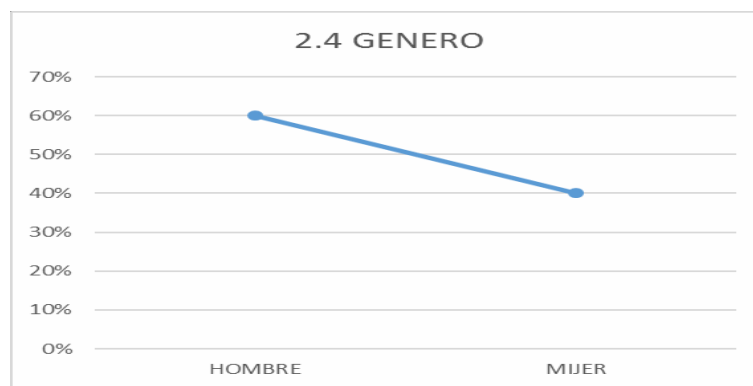


Tabla 182 oferta san Bernardo genero

HOMBRE	60%
MIJER	40%

En esta gráfica se muestra que el 60% de los turistas encuestados son hombres y el 40% son mujeres.

### 7) Actividad laboral



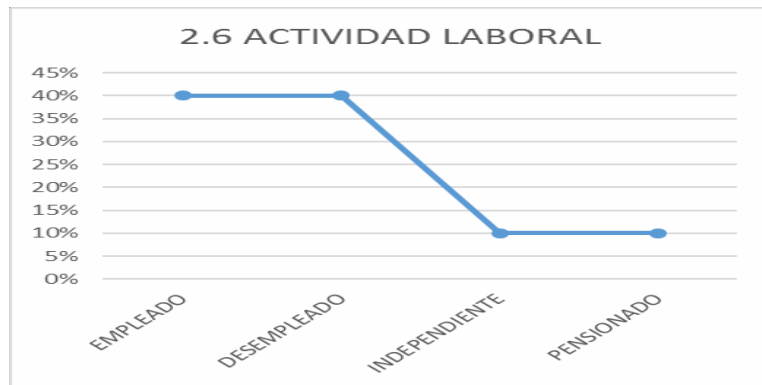


Tabla 183 oferta san Bernardo actividad laboral

EMPLEADO	70%
INDEPENDIENTE	30%

En esta grafica se muestra que el 70% de los turistas encuestados son empleados y tan solo el 30 % son independiente.

### 8) Estado



Tabla 184 oferta san Bernardo estado civil

SOLTEROS	50%
CASADOS	40%
UNION LIBRE	10%

En esta grafica se muestran que los turistas encuestados el 50% son solteros, el 40% son casados y el 10% son de unión libre eso quiere decir que la mayoría de los turistas viajan con amigos o familiares.

**9) Números de hijos**

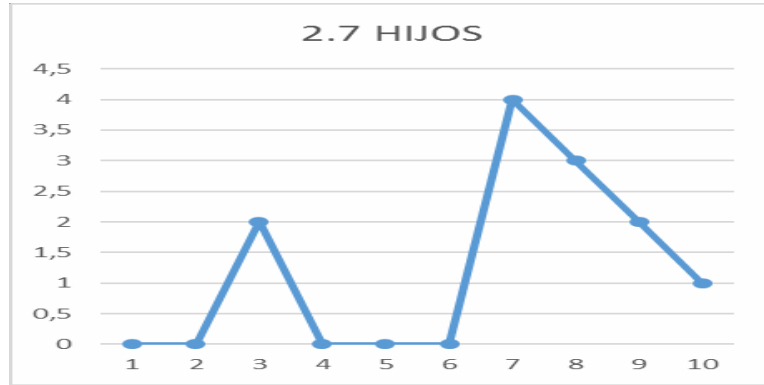


Tabla 185 oferta san Bernardo N de hijos

0
0
2
0
0
0
4
3
2
1

En esta grafica que los turistas encuestados el 50% no tiene hijos y el otro 50% están entre uno a cuatro hijos

**10) Nivel educativo**

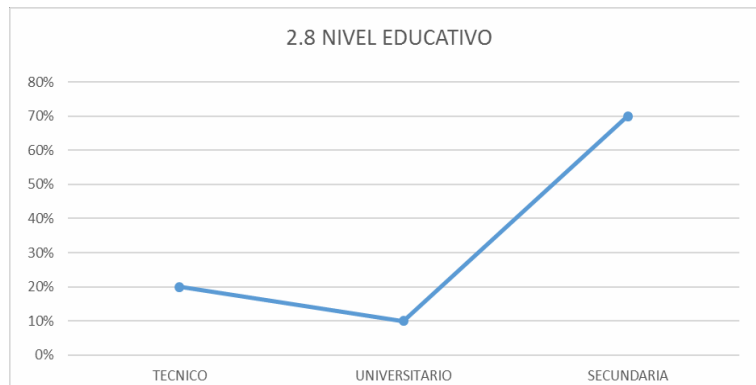


Tabla 186 oferta san Bernardo nivel educativo

TECNICO	20%
UNIVERSITARIO	10%
SECUNDARIA	70%

En esta grafica se muestra que los turistas encuestados el 70% estudiaron hasta secundaria y tan solo el 30% estudiaron más de la secundaria.

### 11) Estrato



Tabla 187 oferta san Bernardo estrato

ESTRATO 3	90%
ESTRATO 4	10%

En esta grafica se muestra que el 90% de los turistas encuestados son de estrato tres y el 10% son de estrato cuatro eso quiere decir que la mayoría de los turistas tienen una vida estable.

## 12) Rangos de ingresos de los turistas

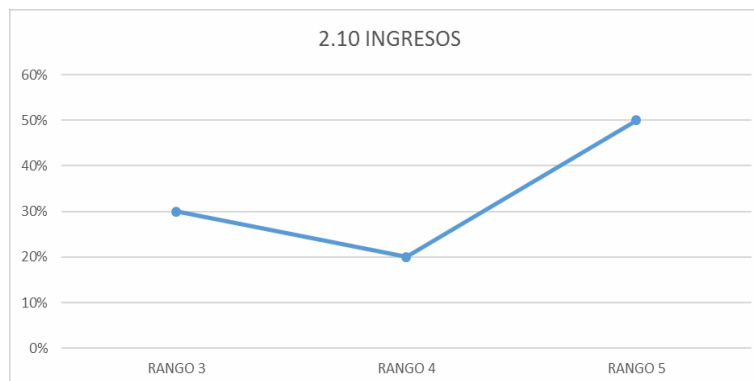


Tabla 188 oferta san Bernardo rangos de ingresos

RANGO 3	30%
RANGO 4	20%
RANGO 5	50%

En esta grafica se muestra que el 50% de los turistas encuestados tiene unos ingresos del rango 5 que son de 1.500.000 a 2.000.000 y el otro 50% están dispersos entre el rango cuatro y tres.

## 13) Motivo del viaje



Tabla 189 oferta san Bernardo motivo del viaje

FAMILIA	10%
CONOCER	70%
DESCANSO	20%

En esta grafica se muestra que el 70% de los turistas encuestados van al municipio a conocer y el 30% van de visita familiar o a descansar.

#### 14) Medio que se entero

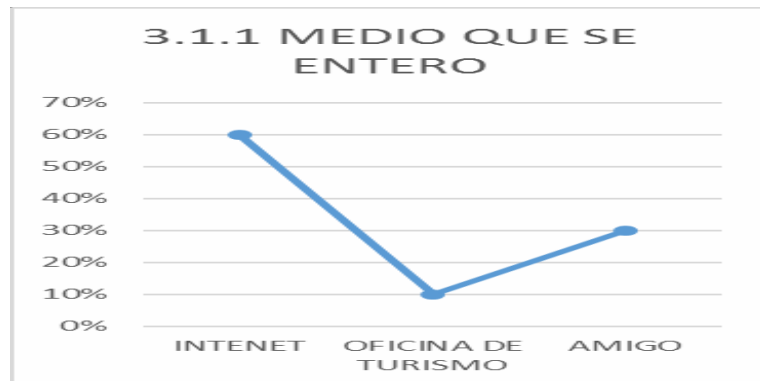


Tabla 190 oferta san Bernardo medio que se entero

INTERNET	60%
OFICINA DE TURISMO	10%
AMIGO	30%

En esta grafica se muestra que el 60% de los turistas se enteró por internet, 30% se enteró por los amigos y el 10% fue por una oficina de turismo estoy quiere decir que la mayoría se entero fue por buscar el mausoleo ya que es uno de los pocos lugares del mundo que pasa eso.

#### 15) Realizo reservación

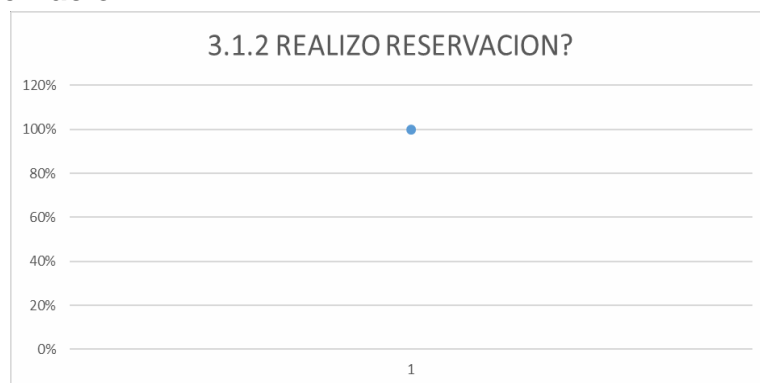


Tabla 191 oferta san Bernardo realizo reservación

NO (1)	100%
--------	------

En esta grafica se muestra que los turistas encuestados el 100% no hicieron reservación por el motivo que no lo veía necesario.

### 16) Número de personas que lo acompañan

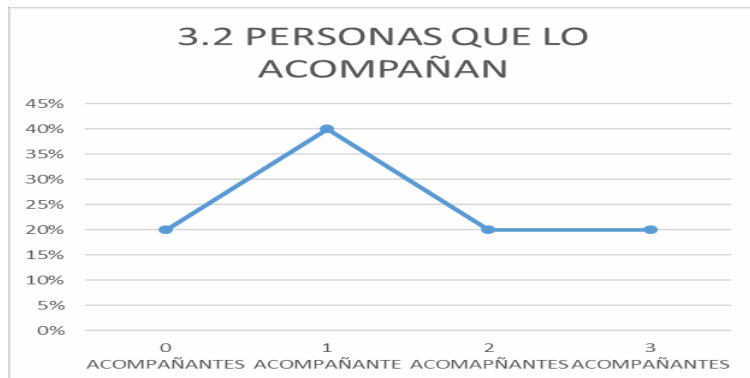


Tabla 192 oferta san Bernardo N de personas que lo acompañan

0 ACOMPAÑANTES	20%
1 ACOMPAÑANTE	40%
2 ACOMAPÑANTES	20%
3 ACOMPAÑANTES	20%

En esta grafica se muestra que el 40% iban con un acompañante y el 60% se divide entre ningún acompañante, dos acompañantes y tres acompañantes.

### 17) Tipo de acompañantes

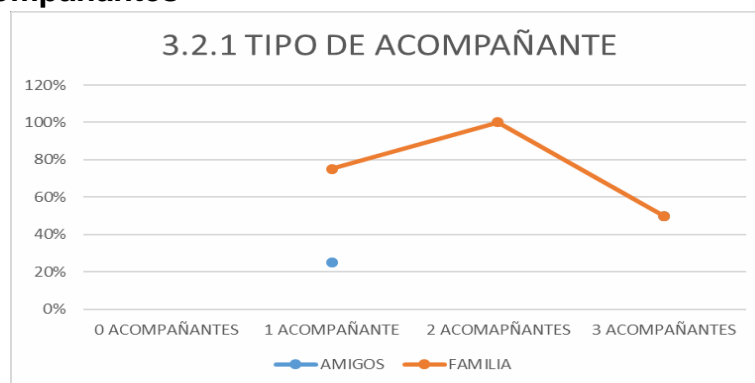


Tabla 193 oferta san Bernardo tipo de acompañantes

	AMIGOS	FAMILIA
0 ACOMPAÑANTES		
1 ACOMPAÑANTE	25%	75%
2 ACOMPAÑANTES		100%
3 ACOMPAÑANTES	50%	50%

En esta grafica es un acompañante de la gráfica anterior donde nos da a entender que cuando van con un acompañante el 75% es familia y el 25% son amigos, con dos acompañantes el 100% de los encuestados son familia y con tres acompañantes los encuestados escribieron que el 50% son amigos y el otro 50% son familia

### 18) Edades de los acompañantes

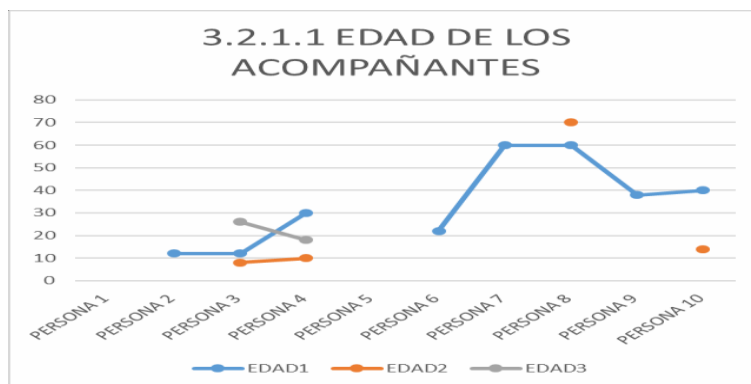


Tabla 194 oferta san Bernardo edad de los acompañantes

	EDAD1	EDAD2	EDAD3
PERSONA 1			
PERSONA 2	12		
PERSONA 3	12	8	26
PERSONA 4	30	10	18
PERSONA 5			
PERSONA 6	22		
PERSONA 7	60		
PERSONA 8	60	70	
PERSONA 9	38		
PERSONA 10	40	14	

En esta grafica se muestra las edades de los acompañantes donde se a entender que los visitantes pueden ser pequeños como viejos.

**19) Medio de transporte que llegaron al municipio**

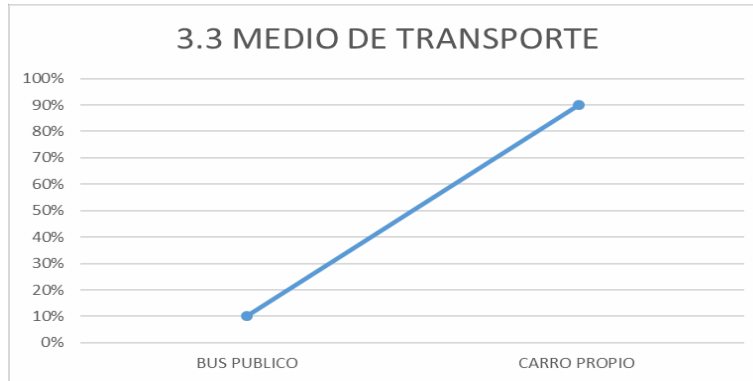


Tabla 195 oferta san Bernardo medio de transporte

BUS PUBLICO	10%
CARRO PROPIO	90%

En esta grafica se muestra que el 90% de los turistas encuestados van al municipio en su carro mientras que tan solo el 10 % van en bus.

**20) Tipo de alojamiento**

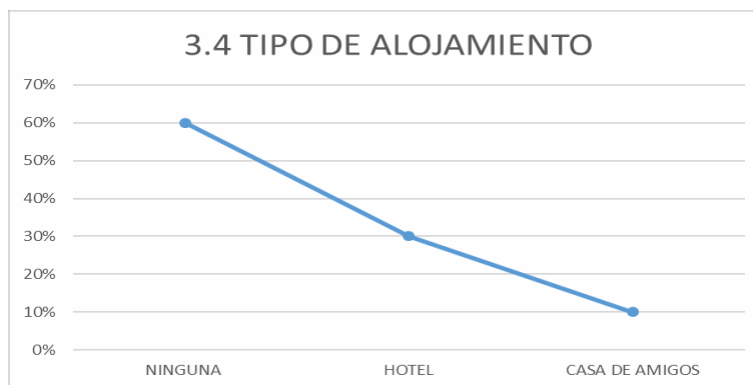


Tabla 196 oferta san Bernardo tipo de alojamiento



NINGUNA	60%
HOTEL	30%
CASA DE AMIGOS	10%

En esta grafica se muestra que el 60% no utiliza ningún alojamiento por el motivo que no piensan quedarse y tan solo el 40% utiliza hoteles o casa de amigos

### 21) Noches que se quedaran o quedaron en el municipio

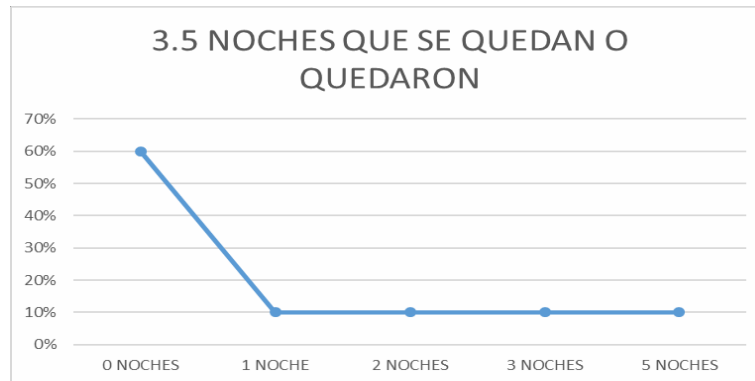


Tabla 197 oferta san Bernardo noques que se quedaran o se quedaron

0 NOCHES	60%
1 NOCHE	10%
2 NOCHES	10%
3 NOCHES	10%
5 NOCHES	10%

En esta grafica se muestra que el 60% de los turistas encuestados no se quedan en el municipio si no que conocen y se van a otros municipios a quedarse o se devuelven a sus lugares de origen y tan solo el 40% se queden uno, dos, tres y cinco días.

### 22) Número de veces que visita el municipio al año

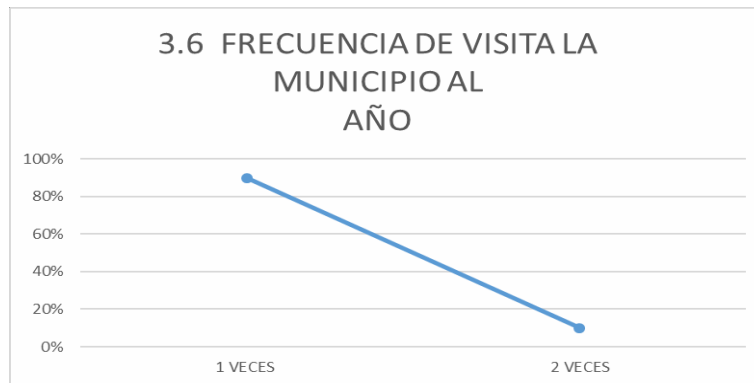


Tabla 198 oferta san Bernardo N de veces que visita el municipio

1 VECES	90%
2 VECES	10%

En esta grafica se muestra que el 90% de los turistas van una vez al año y tan solo el 10% van dos veces al año.

### 23) Dinero que gastara o gasto

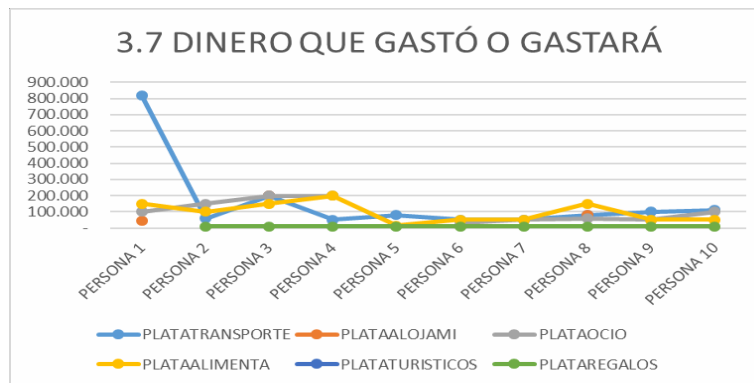


Tabla 199 oferta san Bernardo dinero que gastara o gasto

	PLATATRANSPORTE	PLATAALOJAMI	PLATAOCIO	PLATAALIMENTA	PLATATURISTICOS	PLATAREGALOS
PERSONA 1	820.000	45.000	100.000	150.000		
PERSONA 2	60.000		150.000	100.000		10.000
PERSONA 3	200.000	200.000	200.000	150.000		10.000
PERSONA 4	50.000		200.000	200.000		10.000
PERSONA 5	80.000			15.000		10.000
PERSONA 6	50.000		30.000	50.000		10.000
PERSONA 7	50.000		50.000	50.000		10.000
PERSONA 8	80.000	80.000	60.000	150.000		10.000
PERSONA 9	100.000		50.000	50.000		10.000
PERSONA 10	110.000		100.000	50.000		10.000

En esta grafica se muestra que lo que se gasta más es en el transporte por el motivo que viajan desde lejos para conocer no solo en Cundinamarca si no en varios departamentos y lo segundo que se gasta es en alimentación.

#### 24) Actividades turísticas

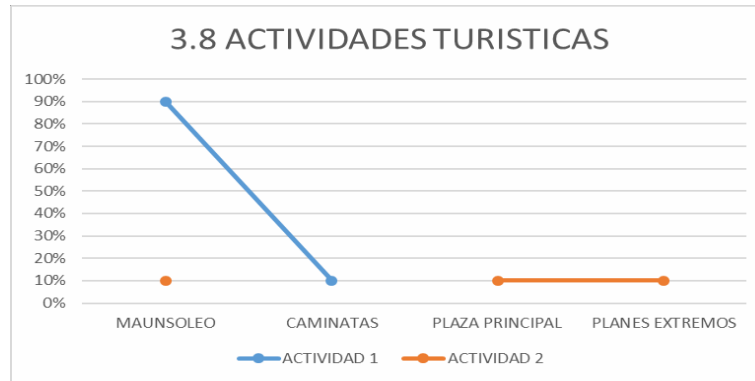


Tabla 200 oferta san Bernardo actividades turísticas

	ACTIVIDAD 1	ACTIVIDAD 2
MAUNSOLEO	90%	10%
CAMINATAS	10%	
PLAZA PRINCIPAL		10%
PLANES EXTREMOS		10%

En esta grafica se muestra que un 90% de los turistas van con el fin de ir al mausoleo y tan solo el 10% van es a caminadas en la primera que piensan hacer y la segunda opción esta en conocer la plaza principal y los planes extremos.

#### 25) Grados de satisfacción en la cuestión de la alimentación

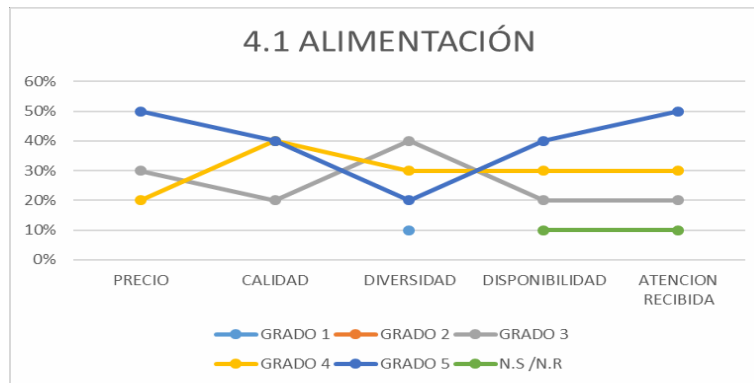


Tabla 201 oferta san Bernardo grado de satisfacción de alimentación

	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCIÓN RECIBIDA
GRADO 1			10%		
GRADO 2					
GRADO 3	30%	20%	40%	20%	20%
GRADO 4	20%	40%	30%	30%	30%
GRADO 5	50%	40%	20%	40%	50%
N.S./N.R.				10%	10%

En esta grafica se muestran que en la parte de la alimentación los turistas encuestados escribieron más del 50% en grado cuatro y cinco en lo que tiene que ver en precios, calidad, disponibilidad y atención recibida

## 26) Grados de satisfacción en la cuestión del comercio

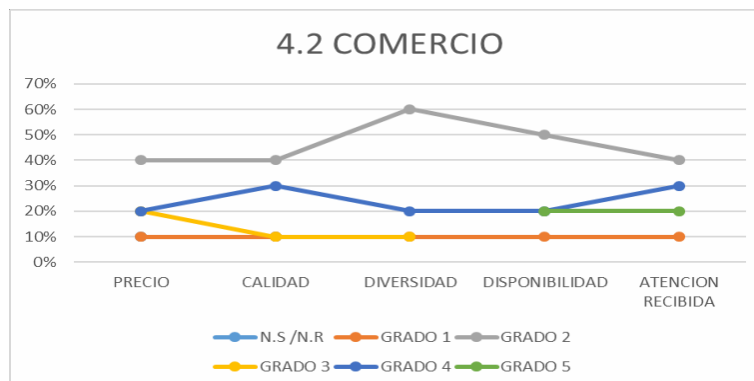


Tabla 202 oferta san Bernardo grado de satisfacción de comercio

COMERCIO					
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCION RECIBIDA
N.S /N.R	10%	10%			
GRADO 1	10%	10%	10%	10%	10%
GRADO 2	40%	40%	60%	50%	40%
GRADO 3	20%	10%	10%		
GRADO 4	20%	30%	20%	20%	30%
GRADO 5				20%	20%

En esta grafica se muestra que los turistas encuestados por la parte del comercio la mayoría colocaron grado tres esto quiere decir que el comercio de San Bernardo es aceptable.

## 27) Grados de satisfacción en la cuestión del hospedaje

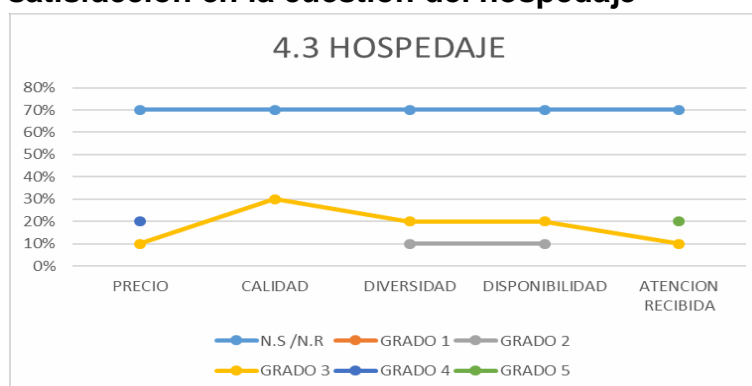


Tabla 203 oferta san Bernardo grado de satisfacción de hospedaje

HOSPEDAJE					
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCION RECIBIDA
N.S /N.R	70%	70%	70%	70%	70%
GRADO 1					
GRADO 2			10%	10%	
GRADO 3	10%	30%	20%	20%	10%
GRADO 4	20%				
GRADO 5					20%

En esta grafica se muestran que el 70% de los turistas encuestados no sabían nada del tema de los hoteles por lo tanto no sabían precios, calidad, diversidad, disponibilidad, atención recibida

## 28) Grados de satisfacción en la cuestión de los lugares turísticos

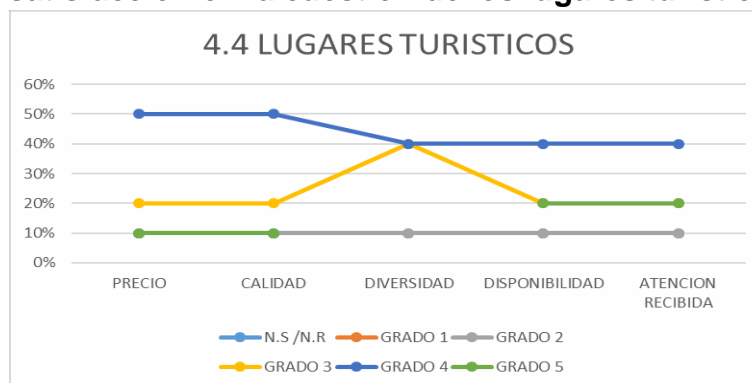


Tabla 204 oferta san Bernardo grado de satisfacción de lugares turísticos

LUGARES TURISTICOS					
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCION RECIBIDA
N.S /N.R	10%	10%	10%	10%	10%
GRADO 1	10%	10%	10%	10%	10%
GRADO 2	10%	10%	10%	10%	10%
GRADO 3	20%	20%	40%	20%	20%
GRADO 4	50%	50%	40%	40%	40%
GRADO 5	10%	10%		20%	20%

En esta grafica se muestra más de 50% de los turistas encuestados escribieron que está en grado cuatro y cinco todo lo que tiene que ver con los lugares turísticos.

## 29) Grados de satisfacción en la cuestión de los espectáculos

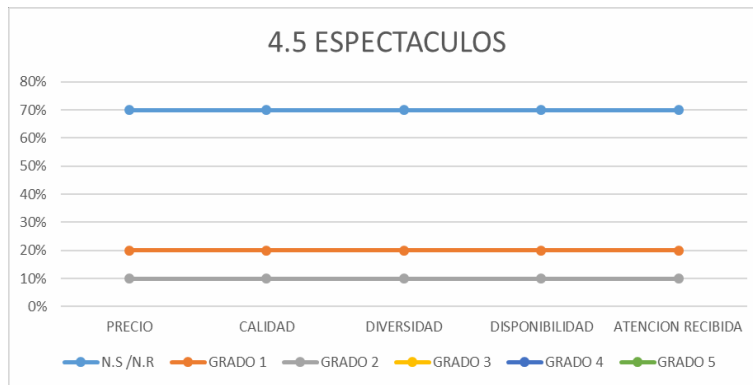


Tabla 205 oferta san Bernardo grado de satisfacción de espectáculo

ESPECTÁCULOS					
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCION RECIBIDA
N.S./N.R	70%	70%	70%	70%	70%
GRADO 1	20%	20%	20%	20%	20%
GRADO 2	10%	10%	10%	10%	10%
GRADO 3					
GRADO 4					
GRADO 5					

En esta grafica se muestran que el 70% de los turistas encuestados no sabían nada del tema de los espectáculos por lo tanto no sabían precios, calidad, diversidad, disponibilidad, atención recibida.

### 30) Grados de satisfacción en la cuestión del transporte público hacia el municipio

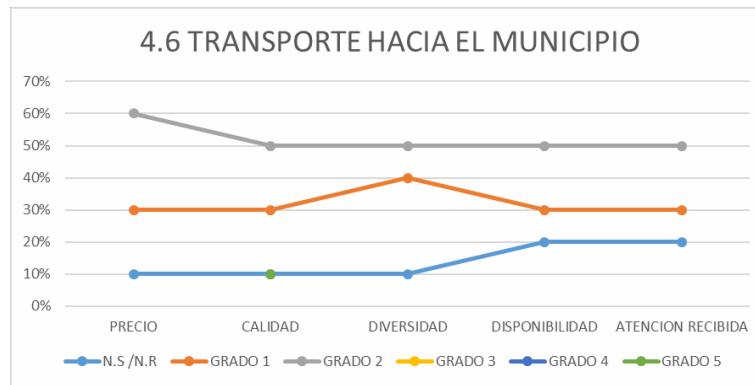


Tabla 206 oferta san Bernardo grado de satisfacción de transporte hacia el municipio

TRANSPORTE HACIA EL MUNICIPIO					
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCION RECIBIDA
N.S./N.R	10%	10%	10%	20%	20%
GRADO 1	30%	30%	40%	30%	30%
GRADO 2	60%	50%	50%	50%	50%
GRADO 3					
GRADO 4					
GRADO 5		10%			

En esta grafica se muestra que el transporte hacia el municipio 90% de los turistas encuestados califico en grado uno y dos esto quiere decir que tiene que hacer cambio con el transporte.

### 31) Grados de satisfacción en la cuestión del ocio



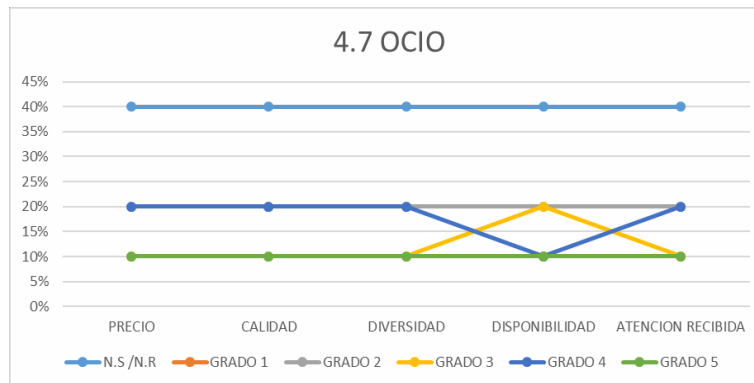


Tabla 207 oferta san Bernardo grado de satisfacción de ocio

OCIO					
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCION RECIBIDA
N.S./N.R	40%	40%	40%	40%	40%
GRADO 1					
GRADO 2	20%	20%	20%	20%	20%
GRADO 3	10%	10%	10%	20%	10%
GRADO 4	20%	20%	20%	10%	20%
GRADO 5	10%	10%	10%	10%	10%

En esta grafica se muestra que el 40% de los turistas encuestados no saben / no responde, 40% están divididos entre gado dos y cuatro; y el 20% están dividido entre tres y cinco grados en precios, calidad, diversidad, disponibilidad y atención recibida.

### 32) Grados de satisfacción en la cuestión de los servicios médicos

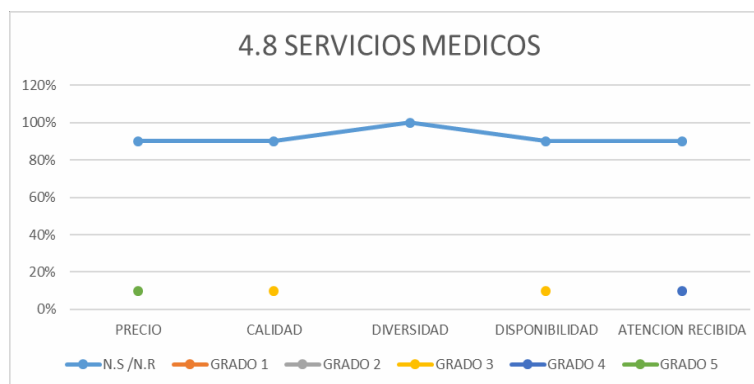


Tabla 208 oferta san Bernardo grado de satisfacción de los servicios médicos

SERVICIOS MEDICOS					
	PRECIO	CALIDAD	DIVERSIDAD	DISPONIBILIDAD	ATENCION RECIBIDA
N.S /N.R	90%	90%	100%	90%	90%
GRADO 1					
GRADO 2					
GRADO 3		10%		10%	
GRADO 4					10%
GRADO 5	10%				

En esta grafica se muestra que un 90% los turistas no sabían nada sobre los servicios médicos del municipio por el motivo que no tuvieron accidentes por esa razón no saben los precios, calidad, diversidad, disponibilidad y atención recibida. Un 10% si fueron y están en grado tres, cuatro y cinco

### 33) Grados de satisfacción en la cuestión de la conservación de los monumentos

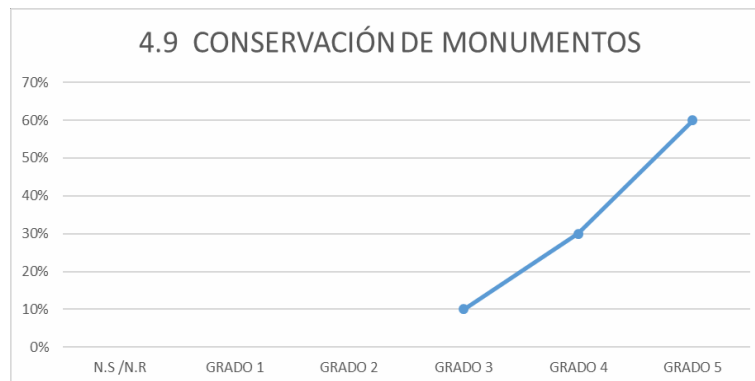


Tabla 209 oferta san Bernardo grado de satisfacción de conservación de los monumentos

N.S /N.R	
GRADO 1	
GRADO 2	
GRADO 3	10%
GRADO 4	30%
GRADO 5	60%

En esta grafica se muestra que el 60% de los turistas encuestados escribieron grado cinco, el 30% escribieron grado cuatro y un 10% colocaron grado tres esto quiere decir los turistas creen que los monumentos están bien conservados.

**34) Grados de satisfacción en la cuestión de la señalización turística**

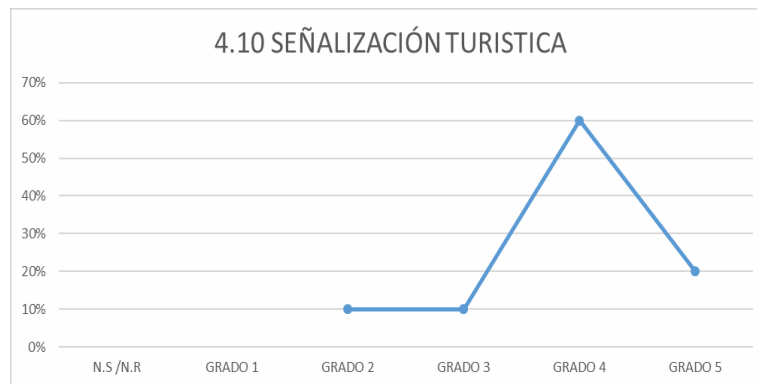


Tabla 210 oferta san Bernardo grado de satisfacción de señales turísticas

N.S /N.R	
GRADO 1	
GRADO 2	10%
GRADO 3	10%
GRADO 4	60%
GRADO 5	20%

En esta grafica se demuestra que los turistas encuestados el 80% escribieron grado cinco y cuatro mientras que un 20% colocaron grado tres y dos en cuestión a la señalización turística.

**35) Grados de satisfacción en la cuestión del aseo del municipio**



Tabla 211 oferta san Bernardo grado de satisfacción del aseo del municipio

N.S /N.R	
GRADO 1	
GRADO 2	10%
GRADO 3	10%
GRADO 4	30%
GRADO 5	50%

En esta grafica se demuestra que los turistas encuestados el 80% escribieron grado cinco y cuatro mientras que un 20% colocaron grado tres y dos en cuestión al aseo del municipio.

### 36) Grados de satisfacción en la cuestión de la seguridad del municipio

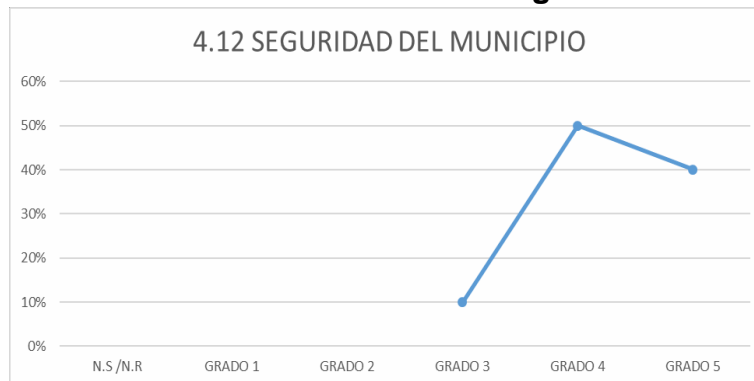


Tabla 212 oferta san Bernardo grado de satisfacción de seguridad del municipio

N.S /N.R	
GRADO 1	
GRADO 2	

GRADO 3	10%
GRADO 4	50%
GRADO 5	40%

En esta grafica se demuestra que los turistas encuestados el 90% escribieron grado cinco y cuatro mientras que un 10% colocaron grado tres en cuestión de la seguridad del municipio.

### 37) Grados de satisfacción en la cuestión de la preservación de los recursos naturales

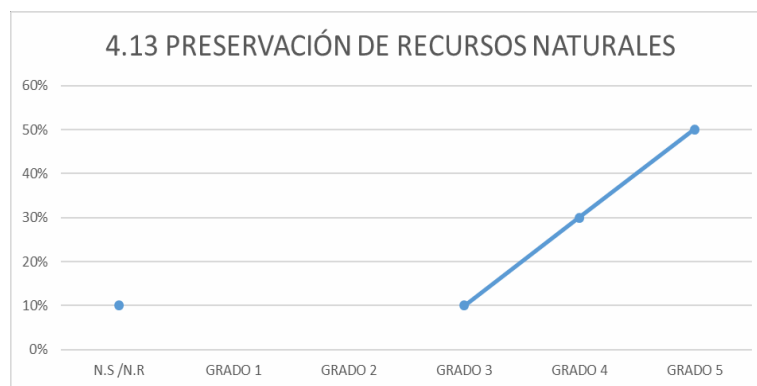


Tabla 213 oferta san Bernardo grado de satisfacción de preservación de los recursos naturales

N.S /N.R	10%
GRADO 1	
GGRADO 2	
GRADO 3	10%
GRADO 4	30%
GRADO 5	50%

En esta grafica se demuestra que los turistas encuestados el 80% escribieron grado cinco y cuatro mientras que un 10% colocaron grado tres; y un 10% colocaron no sabía/ no responde en cuestión de la preservación de los recursos naturales eso quiere decir que los recursos naturales del municipio son cuidados.

### 38) Grados de satisfacción en la cuestión de la malla vial

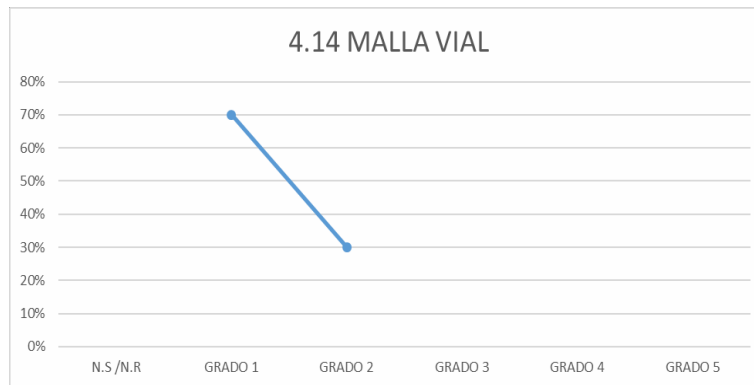


Tabla 214 oferta san Bernardo grado de satisfacción de la malla vial

N.S /N.R	
GRADO 1	70%
GRADO 2	30%
GRADO 3	
GRADO 4	
GRADO 5	

En esta grafica se demuestra que los turistas encuestados el 70% escribieron grado uno y 30% colocaron grado dos en cuestión de la malla vial eso quiere decir que las vías del municipio están muy deterioradas y falta de inversión.

### 39) Grados de satisfacción en la cuestión de la movilidad

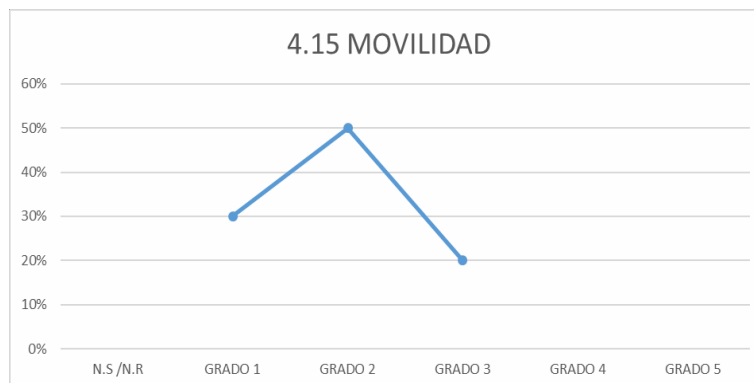


Tabla 215 oferta san Bernardo grado de satisfacción de movilidad

N.S /N.R	
----------	--

GRADO 1	30%
GRADO 2	50%
GRADO 3	20%
GRADO 4	
GRADO 5	

En esta grafica se da a entender que la movilidad está baja del promedio con un 80% que se encuentra en grado uno y dos mientras que el 20% escribió grado tres.

#### 40) Grados de satisfacción en la cuestión de la amabilidad de los habitantes

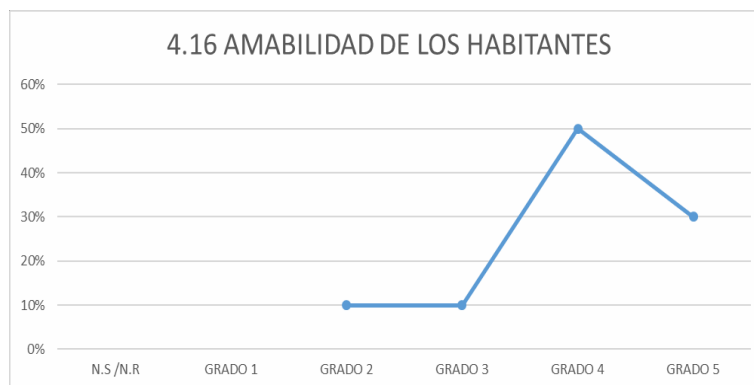


Tabla 216 oferta san Bernardo grado de satisfacción de amabilidad de los habitantes

N.S /N.R	
GRADO 1	
GRADO 2	10%
GRADO 3	10%
GRADO 4	50%
GRADO 5	30%

En la gráfica anterior se demuestra que la mitad de los turistas encuestados colocaron grado cuatro de la amabilidad de los habitantes mientras que un 30% colocaron grado cinco y un 20% están dispersos en el grado dos y tres.

#### 41) Grados de satisfacción del viaje



Tabla 217 oferta san Bernardo grado de satisfacción del viaje

N.S /N.R	
GRADO 1	
GRADO 2	40%
GRADO 3	40%
GRADO 4	20%
GRADO 5	

En esta grafica se muestra que el 80% de la población está dividida en grado dos y tres de satisfacción del viaje mientras que un 20% coloco grado cuatro de satisfacción.

#### 42) Aspectos positivos



Tabla 218 oferta san Bernardo aspectos positivos



ASEO	20%		
AMABILIDAD	20%		
TRANQUILO	20%		
SOLO	20%		
MOMIAS	10%		
CLIMA	10%		
GASTRONOMIA		20%	20%
ATENCION		10%	
TURISMO		10%	

En esta grafica se demuestra que los aspectos positivos señalados por los turistas están dispersos por aseo con un 20%, amabilidad 20%, tranquilo 20% y solo 20% mientras que el 20% están dispersos entre la momias y clima. La segunda opción fue la gastronomía, atención y turismo y la tercera opción fue la gastronomía dando a entender que una de los mayores atractivos en el municipio es la gastronomía.

#### 43) Aspectos negativos

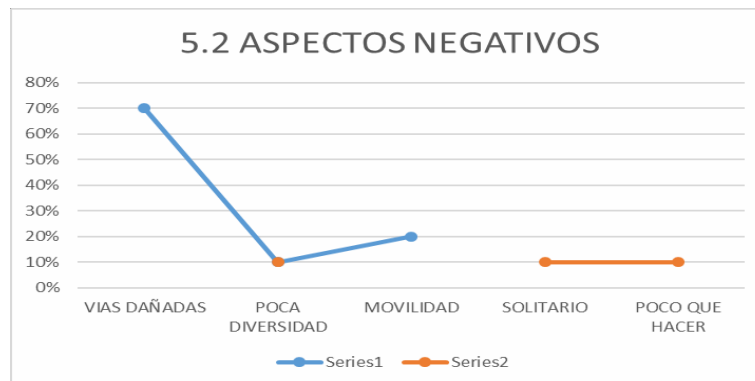


Tabla 219 oferta san Bernardo aspectos negativos

VIAS DAÑADAS	70%	
POCA DIVERSIDAD	10%	10%
MOVILIDAD	20%	
SOLITARIO		10%
POCO QUE HACER		10%

En esta grafica se demuestra que el primer aspecto negativo señalados por los turistas son las vías dañadas con un 70% mientras que el 30 % están dispersos entre la poca diversidad y movilidad por el motivo que los carros que llegan a la zona urbana del municipio se parquean en cualquier lugar sin importar si es prohibido; mientras que la segunda opción era poca diversidad, solitario y poco que hacer cada uno con 10%.

#### 44) Estaría dispuesto a volver



Tabla 220 oferta san Bernardo estaría dispuesto a volver

Si	60%
No	40%

En esta grafica se demuestra que el 60% de los turistas estarían dispuesto a volver mientras que el 40% no desean volver.

#### 45) Qué fecha volvería



Tabla 221 oferta san Bernardo que fecha volvería

DICIEMBRE	33%
JULIO	67%

En esa grafica se muestra que el 67% de los turistas preferían volver en Julio por el motivo de las ferias y fiestas que son los primeros días del mes mientras que el 33% de los turistas prefieren ir en diciembre por los alumbrados.

#### 46) Recomendaría este destino

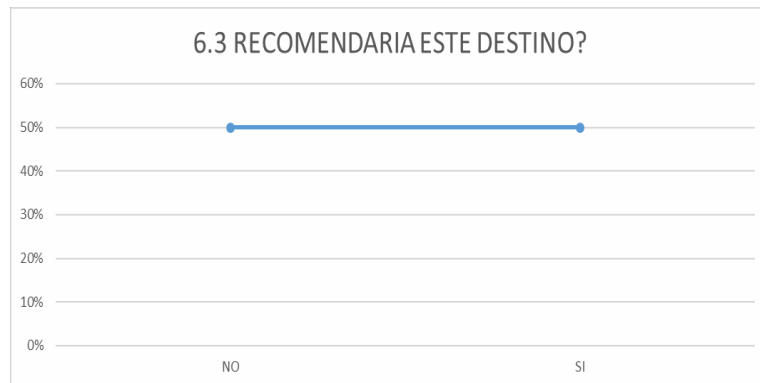


Tabla 222 oferta san Bernardo recomendaría este destino

NO	50%
SI	50%

En esta grafica se muestra que los turistas fueron iguales al recomendar este destino turístico en la región de Sumapaz.

#### 47) Que le gustaría encontrar nuevo o mejor en su próxima visita

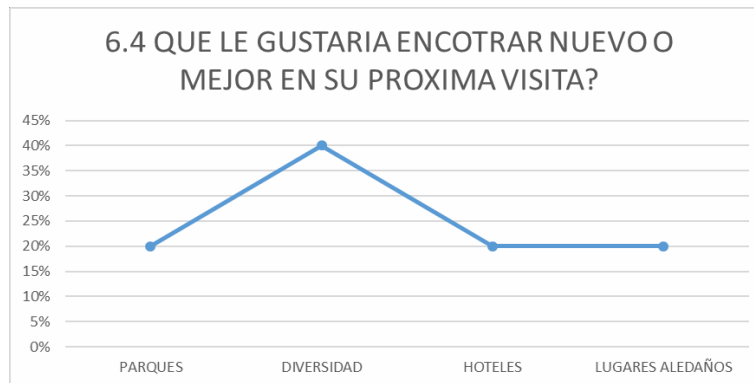


Tabla 223 oferta san Bernardo que le gustaría encontrar nuevo o mejor

PARQUES	20%
DIVERSIDAD	40%
HOTELES	20%
LUGARES ALEDAÑOS	20%

En esta grafica se muestra que 40% de los turistas hace referencia de encontrar de nuevo o mejor la diversidad mientras el 60% están dispersos con parques, hoteles y lugares aledaños.

#### 48) Palabra que describe el municipio

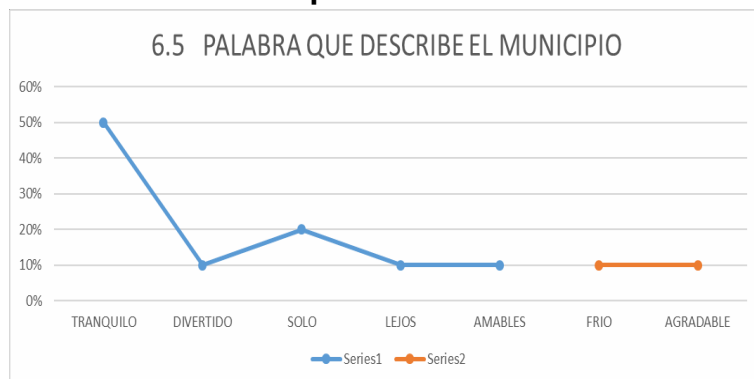


Tabla 224 oferta san Bernardo palabra que describe el municipio

TRANQUILO	50%	
DIVERTIDO	10%	
SOLO	20%	

LEJOS	10%	
AMABLES	10%	
FRIO		10%
AGRADABLE		10%

En esta grafica se muestra que el 50% de los turistas en la primera palabra que describe el municipio es tranquilo y el otro 50% están dispersos en las palabras divertido, solo, lejos y amables mientras que la segunda palabra solo 20% de los turistas comentaron más de una palabra que fueron frio y agradable.

#### 49) Que municipio le gustaría conocer

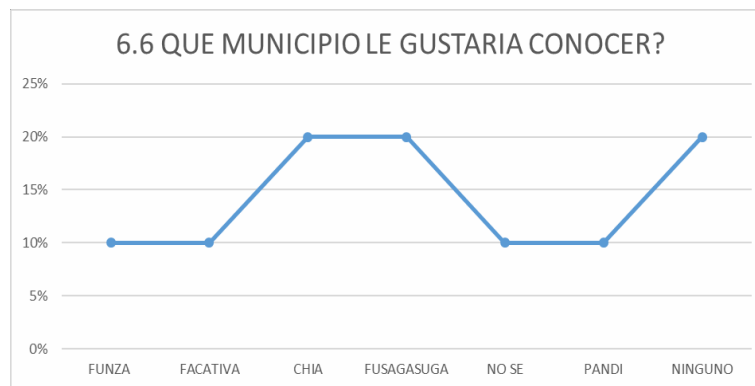


Tabla 225 oferta san Bernardo que municipio le gustaría conocer

FUNZA	10%
FACATIVA	10%
CHIA	20%
FUSAGASUGA	20%
NO SE	10%
PANDI	10%
NINGUNO	20%

En esta grafica podemos ver que el 70% de los turistas están dispersos entre varios municipios como Funza, Facativa, Chis, Fusagasugá y Pandi mientras que el 30% no saben a qué municipio quieren conocer o ningún municipio.

### 13. ESQUEMA TEMATICO

Al analizar el comportamiento de cada uno de las estadísticas, se puede evidenciar uno a uno de los problemas planteados a partir de la encuesta elaborada por parte del semillero de investigación, teniendo claro esto, podemos apuntar a los objetivos iniciales que se buscaron para hacer realidad esta investigación.

Al desarrollar la investigación en los municipios de Arbeláez y San Bernardo se logra identificar la oferta del turismo, por medio de un corte descriptivo en lo que se interpretó como resultado dentro de la evolución de cada encuesta.

Cada pregunta fue un pilar del hilo conductor en los interrogantes iniciales, los cuales son acertados a la hipótesis propuesta para nosotros los auxiliares de esta investigación.

Para determinar los factores claves de los municipios de Arbeláez y San Bernardo se tuvo que tener en claro, que atractivos son con los que cuentan. Como es su funcionamiento. Que influye en la demanda, con factores como la cercanía, lejanía, presupuesto, acogimiento, comodidad, puntos clave para el desarrollo turístico de cualquier parte del mundo. Por eso mismo es uno de los objetivos claves a los cuales se apuntó en esta investigación, para atender a la información de necesidades básicas tanto en la demanda como en la oferta.

Por otro lado, cabe resaltar que la infraestructura básica en la prestación de servicios es la clave no solo para el turismo si no para el funcionamiento de la sociedad, por ello quisimos evidenciar, que tan importante o irrelevante es este punto a nivel de subsector turístico, además de cómo puede afectar tanto de manera positiva como negativa a los municipios de Arbeláez y San Bernardo.

Como resultado a lo propuesto inicialmente se puede afirmar que la premisa cumple con lo que se presume de los dos municipios estudiados. Y como parte de una caracterización propia de dos aspectos económicos como lo son la oferta y la demanda en los municipios mencionados anteriormente. Es de destacar el análisis que se vio reflejado en cada una de las encuestas dadas por los oferentes como por los demandantes.

Hay que mencionar además la proporción y el condicionamiento que están teniendo cada uno de los municipios, debido a que medidas sanitarias y otras varían entre conceptos, o simplemente no se ve llevan con la necesidad de lo mínimo que deberían llevar, como contabilidades, normatividad. A su vez los movimientos que

la persona natural podría llegar a manejar para mejorar sus finanzas, desde un nivel micro, a un nivel macro.

## **14. IMPACTOS**

### **14.1 Impacto Social**

De acuerdo con la investigación se puede determinar que el impacto más relevante en el cual se quiere hacer énfasis es el impacto social, con respecto a la justificación de este trabajo, se hace realiza para la mejora de la calidad de vida de los habitantes de los municipios de Arbeláez y San Bernardo, esto se dará por medio de los hallazgos obtenido, dando una solución dentro de las recomendaciones plasmadas dentro de la investigación. Todo esto para propinar un desarrollo económico, mediante el crecimiento del mismo, lo cual va ligado dentro del impacto económico que se mencionara más adelante.

### **14,2 Impacto Económico**

En el desarrollo de esta investigación se puede afirmar el factor económico desde su inicio esto para contrastar el impacto social con un fundamento económico. Esto se dará mediante procesos de oferta y demanda, que se van incorporando en las actividades económicas. Teniendo esto claro se parte en la prestación de servicios o productos que se sustentan bajo la oferta en los municipios, los cuales obtienen ganancias, y realizan un aporte a su municipio con la creación de microempresas ya sean hoteles, restaurantes, bares, cafeterías, entre otros. Con ello aumentar el número de oferentes para la cantidad de demandantes que van llegando a estos destinos turísticos. Donde estas figuras de demandantes llegan con un presupuesto determinado con la destinación al municipio.

### **14.3 Impacto Cultural**

El impacto cultural se puede ver desde varios puntos, primero instaurando una cultura económica y social en cuanto al turismo desde los habitantes hasta los dirigentes, ya que hay una deficiencia en el apoyo, por lo tanto, podría verse beneficiado partiendo el desarrollo y la evolución que podrían tener los dos municipios al realizar un cambio cultural en su forma de actuar, formalizar y dirigir tanto sus establecimientos, como anterior mente dicho la alcaldía en la forma de ejecución de recursos.

Por otro lado, se puede ver el impacto en cuanto la realización de ferias y fiestas, festividades. Que son parte esencial en la visita de turistas, mejoras, publicidad, inversión, adecuación, participación, convenios con la alcaldía, inclusión de los

sectores. Por supuesto podrían realizar nuevos eventos culturales que destaquen la belleza, su cultura dada la redundancia, que proporcione el crecimiento de dos impactos como lo son económico social desde su impacto cultural.

#### **14.4 Impacto Ambiental**

Es de tener en cuenta que el incremento en la oferta y la demanda puede tener un impacto negativo ambiental si no hay un control dentro del municipio. Partiendo que los dos municipios cuentan con gran riqueza natural, y que por una u otra razón el aumento de estas dos variables aumentara la población temporal en diferentes fechas del año.

Dentro de los parámetros ambientales puede ir ubicado el impacto que se relaciona en el municipio de San Bernardo con el Mausoleo ubicado dentro de este municipio, como afecta al mismo y como se está manejado. Otro impacto ambiental es la mejora que se puede obtener mediante las recomendaciones dadas por este proyecto.



## 14. CONCLUSIONES

Se concluye la identificación de los establecimientos de comercio dentro de los municipios, con esto se identifica su oferta y los factores negativos como lo son malla vial, infraestructura, falta de apoyo y de inversión por entes de la alcaldía. Por ende, se encuentra la falta de inversión en las vías terrestres para la llegada de los turistas y ciudadanos de los municipios que no viven en la zona rural. Se revela que las faltas de conocimiento de ciudadanos de los municipios no saben su patrimonio cultural.

Por otro lado, se determinó que los factores claves para que se de forma eficaz se efectuó la demanda en los municipios de Arbeláez y San Bernardo, son: El presupuesto, el clima, atractivos turísticos, calidad. Además de resaltar la gastronomía en el municipio de San Bernardo.

Se evidencio que en los municipios de Arbeláez y San Bernardo que las prestaciones de servicios públicos son poco eficientes, ya que en un 30% de establecimientos los servicios básicos como agua influyen sobre las actividades que prestan y por ende a su desarrollo, como es el caso de restaurantes y cafeterías. En cuanto a su infraestructura vial, se muestra deficiente y es de las primeras razones por la cuales se ve trancado el turismo en los dos municipios ya que se encuentra en precarias condiciones, dificultando que se proporcione más demanda de turistas.

Como ultima conclusión, pero no menos importante y pilar fundamental dentro de esta investigación como objetivo de direccionamiento, la caracterización que se realizó en cada uno de los municipios en los factores de oferta y demanda, los cuales evidencian la pregunta problema que la avala mostrando que la capacidad que tienen estos dos municipios es relativamente baja, para la cantidad de demandantes que se presentan, y más aún donde los puntos que hacen baja la demanda mejoren y se vean pronosticados un numero de demanda más alto.

## 15. RECOMENDACIONES

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

Por parte de la alcaldía aliado con la universidad de Cundinamarca como forma de prospectiva para la evolución de los municipios, planes estratégicos en conjunto con la comunidad.

Se requiere mejorar la infraestructura y su capacidad de la mayoría de los establecimientos de comercio y en hoteles. Tanto del municipio de Arbeláez como en el de San Bernardo, promover la publicidad, y brindar charlas del uso a la tecnología para el desarrollo de sus microempresas.

Es importante poner bajo disposición de entidades gubernamentales las vías de acceso a estos municipios ya que su importancia en cuanto a turismo se refiere influye en más de un 50% tanto a oferentes como a demandantes.

Se recomienda el cuidado ambiental que se puede presentar debido al desarrollo de las actividades económicas, más aún cuando crezca la demanda y por ende la oferta dentro de los municipios. Se requiere un control.

A nivel publicitario es indispensable plantear nuevas formas para promover los negocios de los municipios.

Estas recomendaciones se hacen con las necesidades básicas de un municipio, todo con el fin de beneficiar a la comunidad y la calidad de vida, recomendaciones que se dieron a conocer gracias a la investigación realizada.

## REFERENCIAS

- Adriana, M. (12 de Enero de 2011). *Colombia Aprende*. Obtenido de [www.colombiaprente/martinezadrianaredesymas.com](http://www.colombiaprente/martinezadrianaredesymas.com)
- ARBELAEZ, A. D. (2017). *ALCALDIA DE ARBELAEZ*. Obtenido de ALCALDIA DE ARBELAEZ.
- ARBELAEZ, A. D. (19 de Agosto de 2017). *ALCALDIA DE ARBELAEZ*. Obtenido de ALCALDIA DE ARBELAEZ: [www.alcadiadearbelaez.com](http://www.alcadiadearbelaez.com)
- Aula de Economía. (2002). *OFERTA Y DEMANDA* . Obtenido de <http://www.auladeeconomia.com/micro-material2.htm>
- Banco de la Republica Cultural . (2 de Octubre de 2000). *banrepcultural.org*. Obtenido de [banrepcultural.org](http://www.banrepcultural.org): [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta\\_y\\_demanda](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda)
- Barbosa, P. M. (2010). *Doctrina económica de Adam Smith*. Obtenido de Doctrina económica de Adam Smith: [http://pmrb.net/blog/wp-content/uploads/2010/11/adam\\_smith.pdf](http://pmrb.net/blog/wp-content/uploads/2010/11/adam_smith.pdf)
- Cachanosky, N. (13 de Noviembre de 2011). *Punto de vista económico*. Obtenido de Punto de vista económico: <https://puntodevistaeconomico.wordpress.com/2011/11/13/ley-de-say/>
- Camacho Vidal . (noviembre de 2009). *Centro de Inestigacion y Monitoreo Ambiental*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/3988/tesis251.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Camara de comercio . (Febrero de 2010). *Plan de Competitividad Para la Provincia de Sumapaz*. Obtenido de Camara de Comercio de Bogota: [http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2807/5070\\_sumapaz.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2807/5070_sumapaz.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Colombia, C. D. (2008).

- Colombia, C. D. (2008). *Congreso De La Republica De Colombia*. Obtenido de Congreso De La Republica De Colombia.
- Congreso de Colombia. (10 de JULIO de 2012). *LEY No. 1558 DEL 10 DE JULIO DEL 2012*. Recuperado el 16 de 09 de 2016, de LEY GENERAL DE TURISMO:  
<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley155810072012.pdf>
- Diaz, E. B. (21 de agosto de 2016). *Ruta Ecotusitica*. Obtenido de [www.rutasecotusiticas.trl.com](http://www.rutasecotusiticas.trl.com)
- Diaz, M. (2013). TURISMO Y ARQUEOLOGÍA. UNA MIRADA HISTÓRICA A. 10-12.
- Escuela Universitaria De Turismo De Murica. (2006). *EL TURISMO, CONCEPTOS Y DEFINICIONES E IMPORTANCIA ACTUAL*. Obtenido de <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- FlorS. (01 de Febrero de 2011). *Turismo*. Obtenido de Turismo:  
<http://florencianur.blogspot.com.co/2011/02/origen-y-evolucion-del-turismo.html>
- GOMEZ, M. B. (1999). *RELACION CLIMA TURISMO*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/407/1/Gomez%20Martin-Relacion%20clima-turismo.pdf>
- Marroquín, L. J., & Triana, M. Y. (2011). *Trabajo de grado*. Recuperado el 03 de octubre de 2016, de El turismo como factor de competitividad en el desarrollo del Municipio de la Dorada.:  
<http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/313/1/trabajo%20de%20grado.pdf>
- Milton Ricardo Ospina Diaz, R. M. (29 de NOVIEMBRE de 2013). *REDALYC.ORG*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4096/409633955002.pdf>
- Mireia Ferri Sanz, E. D. (03 de 11 de 2014). El turismo como estrategia de envejecimiento activo y saludable: efectos del turismo en la salud de las personas mayores. *Cartas al director*, págs. 547-548.
- Navarro, L. J. (12 de agosto de 2011). *Factor de competitividad en el desarrollo del municipio de la dorada*. Obtenido de tesis turismo.

- Organizacion Mundial del Turismo. (11 de Diciembre de 2015). *media.unwto.org*.  
Obtenido de media.unwto.org: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- perez, A. m. (1 de julio de 2015). *Aplicacion del metodo sinergia seguimiento a la planificacion y gestion ambiental* . Obtenido de [www.sinergiaenmunicipios.com](http://www.sinergiaenmunicipios.com)
- Pires, P. D. (junio de 2011). *scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322011000300001](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000300001)
- Prieto, N. C. (12 de febrero de 2015). *Ideas sobre el turismo de la region de sumapaz*. Obtenido de Ideas sobre el turismo de la region de sumapaz: <http://dspace.ucundinamarca.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/468/situaci%C3%B3n%20socioecon%C3%B3mica%20en%20el%20%C3%A1rea%20rural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- RAMIREZ, E. A. (NOVIEMBRE de 2016). *PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/20864/AvilaRodriguezErikaRocio2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rossetti, J. P. (1991). *Introduccion a la Economia* . Sao Paulo: Harla.
- Ruiz, D. F. (2007). *Analisis de la oferta y la demanda turistica del parque natural* . Sevilla : Universidad Internacional de Andalucia .
- SANCHO, A. (14 de JULIO de 2008). *ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4096/409633955002.pdf>
- Valle, E. M. (27 de MAYO de 2015). *Repositorio digital universidad técnica del norte*. Recuperado el 29 de SEPTIEMBRE de 2016, de Oferta y demanda del Mercado Centenario Artesanal ¿Plaza de ponchos¿ en el cantón Otavalo, para el rediseño de imagen turística y cultural.: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/4856>