

**Propuesta de producto turístico basado en el perfil del turista, los recursos y atractivos
turísticos en San Francisco Cundinamarca**

Trabajo de Grado Para Optar por el Título de Administrador Turístico y Hotelero

Presentado por:

Verónica Ardila Torres

Sergio Alexander Guerrero Ríos

Tutor:

Jesús Alexis Barón Chivara

**Fundación Universitaria Los Libertadores
Ciencias Administrativas
Administración Turística Y Hotelera
Bogotá D.C
2018**

Contenido

1. Introducción.....	4
2. Resumen	5
Abstract	5
3. Planteamiento del problema	5
3.1 Descripción del problema.....	6
3.2 Formulación del problema	9
4) Justificación.....	9
5) Antecedentes.....	11
6. Objetivos	16
6.1 General	16
6.2 Específicos	16
7. Marco Geográfico Turístico.....	16
7.1 Mapa de localización geográfica de San Francisco, Cundinamarca.....	16
7.2 Mapa de localización geográfica de los atractivos en San Francisco, Cundinamarca...	17
8. Marco Conceptual.....	18
9. Marco Teórico	19
10. Diseño Metodológico.....	21
11. Inventario Turístico de San Francisco, Cundinamarca.....	23
11.1 Facilidades.....	23
11.1.1 Alojamiento	23
11.1. 2 Gastronomía	23
11.1.3 Agencias de viajes	23
11.1.4 Diversiones	23
11.2 Infraestructura de apoyo	24
11.2.1 Transporte.....	24
11.2.2 Telecomunicaciones.....	24
11.2.3 Higiene	24
11.2.4 Energía.....	24
.....	25
12. Demanda Turística	26
12.1 Perfil del demandante.....	26
• Edad:	28
• Variable geográfica: Bogotanos.....	41
• Variable Demográficas: Edad 20 y 30 años, Acompañantes: Familia y pareja	41
• Gustos actuales: Descanso y conocer el municipio.....	41
• Conducta: frecuencia de visita: Dos veces al año.	41
13. Propuesta De Un Producto Turístico Para El Municipio De San Francisco, Cundinamarca.	41
FASE 1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	42
FASE 2 FORMULACIÓN DEL DIAGNÓSTICO	44
FASE 3 DEFINICIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS	48

CONCLUSIONES	54
Recomendaciones.....	55
Anexos	57
Anexo 1	57
Anexo 2	64
Anexo 3	84
Anexo 4	86
 Referencias Bibliográficas	 106

Lista de ilustraciones

Ilustración 1: Mapa geográfico del municipio de San Francisco, Cundinamarca
Ilustración 2: Mapa de localización de los atractivos turísticos del municipio
Ilustración 3: Cuadro general del inventario turístico del municipio
Ilustración 4: Metodología para Desarrollar Productos Turísticos
Ilustración 5: Metodología para la Propuesta de Producto Turístico

Lista de Gráficos

Grafico 1. Lugar de procedencia de los turistas que llegan a San Francisco
Grafico 2. Genero del turista
Grafico 3. Nacionalidad del turista
Grafico 4. Edad del turista
Grafico 5. Con cuantas personas viaja el turista
Grafico 6. Con quien viaja el turista al municipio de San Francisco
Grafico 7. Por cuantos días viaja el turista al municipio de San Francisco
Grafico 8. Motivo principal del turista al municipio
Grafico 9. Cuantas veces ha ido el turista al municipio
Grafico 10. Como se informó el turista de la existencia del municipio
Grafico 11. Medio de transporte que uso el turista para llegar al municipio
Grafico 12. Tipo de alojamiento que uso durante la estancia en el municipio
Grafico 13. Medio por el cual realizo la reserva
Grafico 14. Tipo de servicios alimentarios escogido por el turista
Grafico 15. Gasto diario en alojamiento
Grafico 16. Gasto diario en Restaurante
Grafico 17. Gasto diario en transporte
Grafico 18. Gasto diario en actividades y recreación
Grafico 19. Atractivos turísticos reconocidos por los turistas
Grafico 20. Percepción que tiene el turista del municipio
Grafico 21. Regresaría al municipio

Lista de Cuadros

Cuadro1: Análisis DOFA basado en el inventario turístico

1. Introducción

La presente investigación se enfoca en el desarrollo de una propuesta de producto turístico con gran potencial en el municipio de San Francisco Cundinamarca, al cual se llegará atravesando diversas etapas de identificación de elementos de los que carece este lugar en la actualidad y que no permiten un crecimiento correcto o planificado de esta actividad

De acuerdo a lo anterior, el eje temático principal gira en torno al proceso que ha tenido el turismo en el destino el cual no se ha edificado con bases sólidas, esto partiendo de la necesidad de reconocer aspectos primordiales como lo son la definición del perfil del turista, los recursos existentes actualizados, información detallada del destino, entre otros.

Es así que, para llevar a cabo un análisis de la problemática, una de las causas principales que se identifican es el paso de una economía basada en la agroindustria a una que se centra principalmente en la prestación de servicios, lo cual involucra una transición en la que la planeación es un elemento indispensable desde sus inicios y que en el avance de la investigación presente se observa que existe una carencia en este aspecto.

Como consecuencia de ello, el interés principal de esta investigación es hallar las bases mencionadas anteriormente, desde las cuales puede iniciar un nuevo ciclo que tenga una ruta a seguir y por supuesto un objetivo definido o visión para enfocar los esfuerzos de los diferentes actores involucrados en el campo del turismo.

Para efecto de lo expuesto, la metodología por medio de la cual se desarrollan los objetivos de la investigación es señalada como descriptiva, correlacional, debido a que se tienen en cuentas más de dos variables, esto con el ánimo de dar solución al objetivo general planteado de determinar el producto turístico con mayor potencial en San Francisco, Cundinamarca, en el cual se darán enfoques tanto cualitativos como cuantitativos como herramientas para profundizar en la información

2. Resumen

El presente trabajo se genera con base al desarrollo del municipio de San Francisco, Cundinamarca en términos de turismo, donde inicialmente se identifica por medio de revisión documental y trabajo de campo la situación actual del lugar y se genera un diagnóstico del mismo.

A partir de lo anterior, el propósito central del documento gira en torno al desarrollo del inventario turístico, así como el conocimiento y definición del perfil de turista que visita San Francisco, con el ánimo de proponer el producto turístico con el mayor potencial para el municipio, lo cual principalmente se logra a través de herramientas de investigación tanto cualitativa como cuantitativa que permiten generar un diagnóstico y posteriormente el alcance del objetivo general.

Abstract

The present work is generated based on the development of the municipality of San Francisco, Cundinamarca in terms of tourism, where the current situation of the place is identified by means of documentary review and field work and a diagnosis of it is generated.

Based on the above, the central purpose of the document refers to the development of the tourism inventory, as well as the knowledge and definition of the tourist profile visited by San Francisco, with the aim of proposing the tourist product with the greatest potential for the municipality. , which is mainly achieved through qualitative and quantitative research tools that allow generating a diagnosis and then reaching the general objective.

3. Planteamiento del problema

3.1 Descripción del problema

A nivel mundial el turismo ha tenido una acogida importante en las economías capitalistas, el cual poco a poco ha crecido y se ha consolidado como una tendencia en auge, acerca de esto la Organización Mundial del Turismo (Citada por la revista Dinero) (2018) revela el crecimiento que ha obtenido, la relevancia y proyección que presenta la misma “Los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han crecido US\$2.000 millones en 1950 a US\$104.000 millones en 1980, US\$495.000 millones en 2000 y US\$1.220.000 millones en 2016, conforme con cifras de esta entidad”. De acuerdo con lo anterior se observa cómo el turismo puede impulsar la economía y cómo se convirtió en un fenómeno histórico.

Ahora bien, para el año 2017 en Colombia el turismo representó el 2,8% del PIB así lo reveló Anato¹ en un informe en el cual afirma que “El campo está impulsando la economía del país gracias a los efectos de la paz, pero el turismo traerá grandes beneficios” y a su vez confirmó la importante labor que han desarrollado las agencias de viajes para promover todas las regiones de Colombia y aumentar la llegada de extranjeros; todo esto con el fin de impulsar la economía y el sector del turismo principalmente.

Con respecto a lo anterior, para promover e impulsar la actividad turística y específicamente en destino, es importante identificar el perfil de los turistas a la hora de comercializar un producto turístico, así también lo da a conocer un informe del Centro De Estudios Superiores En Turismo De México (2012), el cual expone que “Conocer el perfil del turista es de utilidad para el sector turismo porque brinda elementos para la mejor planeación

¹ Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo

y desarrollo de productos y servicios especializados para atender las necesidades de la población visitante” basándose en lo anterior se observa un punto de partida para ejecutar estrategias de promoción turística para el debido desarrollo de los productos turísticos que se están implementando.

Considerando que este factor es importante, se vio la necesidad de indagar acerca del departamento de Cundinamarca siendo este un eje central en Colombia y por ende se ubica la capital del país.

Se observa que entre las provincias que conforman dicho departamento hay un mercado llamativo, el cual se ubica en la provincia de Gualivá, según el Plan de Competitividad de Gualivá (2011) ésta se encuentra localizada al noroccidente del departamento de Cundinamarca, limita por el norte con la Provincia de Rionegro, por el sur con las provincias de Sabana Occidente, Tequendama y Magdalena Centro, por el occidente con la provincia de Bajo Magdalena, y por el oriente con la Provincia de Sabana Occidente. Tiene una extensión territorial de 1.272 km², el 5,7% del área total del departamento, lo que le permite ubicarse como la octava Provincia en cuanto a tamaño en el departamento.

Su jurisdicción comprende los municipios de Albán, La Peña, La Vega, Nimaima, Nocaima, Quebradanegra, San Francisco, Sasaima, Supatá, Útica, Vergara y Villeta, se destaca de dicha provincia una tendencia productiva asociada en actividades agropecuarias y eco turísticas, ubicándose así por encima de Soacha, Sabana Occidente y Sabana Centro, siendo estas provincias cercanas a Bogotá y por ende es atractiva por los turistas debido a que se caracteriza por obtener una riqueza natural, esto se debe a que posee una diversidad de pisos térmicos y zonas de reserva, así lo afirma Plan de Competitividad de Gualivá (2011)

Se destaca en sus municipios en cuanto al turismo, ciertos atractivos que son reconocidos, los cuales se han ido desarrollando en la misma, tales productos son: La Cascada del Río Dulce o la laguna de San Rafael en Albán, el Sendero Panche en Sasaima, las aguas termales de Quebradanegra, las cascadas de La Papaya y la Zanja de Seda en Útica, el Cerro de Teresa y el río Pinzaima de Vergara, las fincas paneleras de Villeta, el cerro El Tablazo en Supatá, la Cascada del Tigre en Nimaima o el Alto de la Virgen o el Cerro Pispis en La Peña

A pesar de su potencial, no existe información detallada que el municipio pueda brindar a las personas, es decir carece de un inventario turístico actualizado de los mismos o de un punto de información turístico que permita orientar a los turistas, lo cual difícilmente se puede planificar el turismo en el lugar y sobre la importancia de dicho inventario en la Metodología Para la Elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos (2010), muestra que su objetivo es

“Realizar una evaluación objetiva (cualitativa y cuantitativa) de los atractivos y recursos de los cuales dispone la región con el fin de seleccionar aquellos susceptibles de uso turístico inmediato o para establecer las acciones de mejoramiento de su calidad que hagan viable su inclusión en el diseño de productos turísticos” (MinCIT², p.4)

Mostrando así que es clave contar con el inventario actualizado como base de una correcta proyección del turismo en el destino y potencializando estos recursos tanto naturales como culturales, con el fin de promover el turismo, convirtiendo está en una opción viable en el desarrollo.

² MinCIT: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

En resumen, se identifica la necesidad de determinar el potencial de los atractivos y recursos turísticos con los que cuenta el municipio por medio de un inventario turístico que permita articular el desarrollo de la actividad turística en el municipio y adicionalmente tener en consideración el perfil de turista que llega al municipio, conociendo de primera mano cuáles son sus necesidades.

3.2 Formulación del problema

¿Qué producto turístico puede ser implementado en San Francisco, Cundinamarca basado en el perfil del turista y los recursos turísticos que tiene el municipio?

4) Justificación

En los últimos años, el turismo se ha convertido en una fuente potencial de desarrollo para muchos destinos, sin embargo, para el municipio de San Francisco Cundinamarca no ha sido una actividad que se esté impulsando fuertemente, debido a que la base de la economía de dicho lugar según un informe del DANE, se ve reflejada en labores pecuarias 86,5%, agrícolas 58,9% y piscícolas 10,5%, por ende, la comunidad no tiene un enfoque hacia el sector del turismo.

A pesar de lo anterior, este municipio posee diferentes escenarios propicios para llevar a cabo la actividad turística; así como se manifiesta en el plan de desarrollo San Francisco 2016-2019 “(...) Así como el entorno paisajístico y el clima ofrecen variedad y novedad a los visitantes que se acercaron al municipio buscando un espacio tranquilo y apto para el descanso” convirtiéndose en una opción para generar turismo en el lugar, que permita ofrecer a los visitantes y turistas un entorno distinto y un diferencial, al que se podría encontrar en otros municipios aledaños.

Por otra parte, para el caso de San Francisco, Cundinamarca y para el presente trabajo, se trae a colación que el municipio cuenta con el potencial para ser un destino turístico preferencial para muchos visitantes debido a sus recursos, sin embargo no existe una planeación que permita aprovecharlo, partiendo de que el municipio no cuenta con un inventario turístico oficial siendo este una base importante, así como se reconoce en el Inventario Turístico de Bogotá, en el cual la Alcaldía de Bogotá (2017) nos menciona que “Es importante recalcar que los inventarios junto con otros insumos de información producidos en los procesos de planificación turística constituyen elementos de trascendencia para la toma de decisiones tanto para el sector público como para el privado.” lo cual muestra la trascendencia de contar con un inventario que permita ser herramienta de planificación y toma de decisiones para crear una sinergia entre los prestadores de servicios turísticos y los diferentes entes involucrados.

Complementando esto último, es de gran importancia investigar el tipo de turista que puede estar interesado en conocer los atractivos turísticos del destino, ya que partiendo de esta información se puede identificar las necesidades y gustos de los mismos, determinando así la manera en que se van a satisfacer estos factores con lo que el destino ofrece, y esto a su vez se logra por medio de una correcta planificación con dichos elementos, así como se expresa en la Encuesta Perfil y Grado de Satisfacción del Turista en Bogotá (2015), desarrollada por la Alcaldía Mayor donde nos enuncia que “ Con el perfil se intenta descubrir elementos la mejor planeación y desarrollo de productos y servicios especializados para atender las necesidades del turista.” (p.9)

A partir de lo anterior, se expone el caso del municipio de Villeta, el cual es un gran ejemplo y referente de la provincia del Gualivá en el campo turístico debido a que su gran oferta turística le ha permitido tener un desarrollo que sobresale por encima de los demás

municipios que componen este sector; esto en gran medida se ha dado por la posición estratégica del municipio por su cercanía con la ciudad de Bogotá, además de otros factores como lo afirma el (Plan De Desarrollo Turístico de Cundinamarca , 2012) como los son: “el clima, los escenarios naturales, la producción panelera, la riqueza cultural e histórica, entre otros” lo cual lo convierte en un destino predilecto por los turistas.

Es por lo anterior, que se tiene como propósito en el desarrollo de esta investigación, la cual es identificar los recursos y atractivos turísticos del municipio, que permitan tener una base y unas herramientas para la planificación del turismo en el destino, que permite año a año incrementar el beneficio a la comunidad local que participa directa e indirectamente en esta actividad; además de esto, aprovechar los recursos que este municipio posee, para brindarle al turista un servicio integral y de la mejor calidad.

El desarrollo del presente trabajo, permitirá conocer el punto en el que se encuentra San Francisco y generar conocimiento que permita ampliar la visión y el norte hacia el cual puede tomar lugar el turismo en este destino, conociendo de primera mano qué busca el turista y cómo pueden ser potencializados los recursos y atractivos turísticos, así como los prestadores de servicios, permitiendo la satisfacción de las necesidades y gustos del turista.

Es así que finalmente es de gran utilidad para quienes buscan impulsar la afluencia turística y direccionar sus esfuerzos en pro del crecimiento del sector turismo en el destino.

5) Antecedentes

Para dar inicio a la presente investigación, es de gran relevancia indagar a modo general cuál ha sido el papel que juega el turismo frente al desarrollo de la sociedad, ya que en los

últimos años se ha logrado diversificar el turismo alcanzando así un avance en este campo, evidenciando un crecimiento a nivel mundial el cual aporta a la generación de empleos, creación de empresas, inversión en infraestructura, entre otras variables, como es indicado por la OMT³ (2017) “Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo”

Por otro lado, a nivel continental World Travel & Tourism Council (2016) especifica dicho crecimiento en las siguientes cifras, donde se observa el impacto y la diferencia que va marcando en cada economía:

El Sureste Asiático fue la región de más rápido crecimiento con el 7,9%, seguida del Sur de Asia que creció al 7,4 %, les siguen Oriente Medio (5,9 %), el Caribe (5,1 %), el África Subsahariana (3,3 %), América del Norte (3,1 %), Europa (2,5 %), el Noreste Asiático (2,1%), América Latina (1,5 %) y África del Norte (1,4 %).

Es por lo anterior que se muestra un panorama global del aporte del turismo a las economías diversas y cambiantes y que a pesar de esto se mantiene en un crecimiento como se expone en la cita anterior.

No obstante, es de gran importancia resaltar el Producto Interno Bruto mundial, el cual se ve implicado positivamente con el incremento y el ejercicio del turismo como actividad económica, según el informe de World Travel & Tourism Council (2016) indica que pese a la situación económica internacional el sector del turismo creció, aportando un beneficioso porcentaje al PIB mundial, favoreciendo así el aumento de empleos, acerca de esto enuncia que

³ Organización Mundial del Turismo

“El sector creció en un 3,1%, contribuyendo a un total del 9,8% del PIB global. El viaje y el turismo también supuso un total de 284 millones de empleos en 2015, un aumento de 7,2 millones” es por esto que se evidencia una cifra de empleos directos e indirectos relacionados de la siguiente manera, 1 de cada 11 puestos de trabajo en el planeta lo produce el turismo, por ende se puede inferir que el turismo es un sector importante para la economía global.

Dando continuidad, se puede decir que es un sector dinámico y no solo por temas vacacionales sino que contribuye en el ámbito empresarial. El Círculo de Economía de la provincia de Alicante (2013) afirma lo siguiente” Somos cada vez más ciudadanos del mundo, social, laboral, o empresarialmente. Los 1.000 millones de personas atravesando fronteras en 2012 o los 5.000 millones moviéndose dentro de sus propios países constituyen realmente la mayor revolución” Por lo tanto, se identifica que cada vez la personas buscan un desplazamiento de su sitio habitual por diferentes razones, ya sea de ocio o por trabajo, lo que genera un impulso en el ámbito económico del sector.

Por otra parte, acerca de Colombia se puede tener una referencia en cuanto al aporte que genera el turismo a nivel económico y por supuesto la importancia de generar avances en este campo, sobre esto la prensa de la organización ANATO expone lo siguiente: “Desde el 2010, las cifras son positivas y cada vez más las campañas de promoción y el trabajo con los gremios han mejorado la imagen del país. En Colombia el turismo representa el 2,8% del PIB, pero de acuerdo a estimaciones de la WTTC⁴, el aporte indirecto es del 5,8%, lo que evidencia la importante derrama económica del sector, puesto que promueve la actividad comercial en las ciudades impactando no solo a los prestadores de servicios turísticos sino a toda la economía

⁴ World Travel Tourism Council

local.” (2017), lo cual da fe de la importancia que puede llegar a representar este sector en la economía colombiana si tan solo se dan avances importantes en materia de este sector.

Así mismo, Lacouture (2016) afirma “El turismo es el sector de la economía que más se consolidó y ganó relevancia en los últimos años: hoy es la tercera industria que más atrae divisas, después del petróleo, el carbón y otros minerales”. Con esto se observa que este sector se ha consolidado en el país gracias a que es llamativo para los turistas tanto nacionales como extranjeros, en donde Colombia puede ofrecer una gran variedad tanto gastronómica, cultural, paisajísticamente entre otras variables.

Por otro lado, (Jiménez, 2015) resalta la importancia del turismo y enfatiza en el departamento de Cundinamarca, en el cual afirma lo siguiente “En estos últimos años Cundinamarca ha posicionado su turismo a nivel nacional con su marca... tiene todos los climas y los espacios para hacer turismo. Hay de aventura y ecológico, incluso, tenemos turismo religioso. Aquí hay turismo para todo” por consiguiente, se puede considerar que un factor clave para para la actividad turística y que un departamento se posicione a nivel nacional como lo indica el autor, es identificar el perfil y grado de satisfacción del turista, este le permitirá crear propuestas y estrategias que proporcionen mejorar no solo las expectativas y experiencias de viaje a los mismos si no que contribuye a potencializar el turismo en dicho lugar, y al respecto de dicha información CESTUR⁵ (2012) afirma “Permite contar con indicadores consistentes de evaluación de la competitividad nacional y de los destinos turísticos, como herramientas para la planeación, fomento y desarrollo de políticas públicas”.

⁵ Centro De Estudio Superiores De Turismo

Mencionando dicho departamento, se toma como referente del mismo el municipio de San Francisco, analizando en él los factores importantes para el desarrollo del turismo y se observa como principio fundamental el Plan de Desarrollo de San Francisco 2016 - 2019, bajo el cual se tiene una noción de cómo ha venido perfilándose el área turística como una posible columna financiera para el municipio y cuál es su proyección para los próximos años, siendo contemplado este sector como uno de los pilares potenciales en términos de avance social y mejora de la calidad de vida no solo de la comunidad local sino de quienes visitan el lugar y reciben experiencias inolvidables, viéndose también beneficiados por este avance; en este Plan de Desarrollo se reconoce que el potencial del municipio está latente, sin embargo se carece aún de muchos elementos necesarios para comenzar a impulsar de manera efectiva el turismo en el lugar y llegar a resultados palpables e importantes.

Adicionalmente, se pudo hallar un documento en el cual se realiza la proyección de San Francisco como destino turístico potencial, por Gaona, C. titulado El Municipio de San Francisco, una Potencia Turística en Cundinamarca; donde se identifican problemas de reconocimiento de los atractivos del lugar, infraestructura y otros elementos, para llegar a realizar propuestas de desarrollo para el municipio en materia turística, sin embargo al plantear dichas propuestas no se evidencia un paso a paso conciso y claro, enfocado a los resultados que es aún la parte faltante y una de las más importantes para el avance del sector en San Francisco de Sales.

Por consiguiente, teniendo en cuenta la revisión documental realizada, se enfatiza en la necesidad de ir un poco más allá de lo evidente, conociendo los recursos con los que cuenta el municipio para así determinar el posible perfil del turista y crear una propuesta de producto turístico acorde a la oferta y la demanda.

6. Objetivos

6.1 General

Determinar cuál es el producto turístico con mayor potencial en San Francisco, Cundinamarca basado en el perfil del turista y atractivos turísticos con los que cuenta el municipio.

6.2 Específicos

6.2.1 Realizar levantamiento del inventario turístico de San Francisco, Cundinamarca con el fin de reconocer los recursos y atractivos con los que cuenta el lugar

6.2.2 Determinar los motivos principales de viaje que tienen los turistas por medio de una encuesta estructurada

6.2.3 Plantear una propuesta de producto turístico para el municipio de San Francisco, Cundinamarca

7. Marco Geográfico Turístico

7.1 Mapa de localización geográfica de San Francisco, Cundinamarca



Ilustración 1: Mapa geográfico del municipio de San Francisco, Cundinamarca

Fuente: Google imágenes

De acuerdo al Plan De Desarrollo de San Francisco 2016- 2019, el municipio abarca una extensión total de 118.2 Km2. Limita al norte con los Municipios de La Vega y Supatá, al oriente con Subachoque y El Rosal, al occidente con La Vega y al sur con el Municipio de Facatativá.

Se encuentra a 55 km de Bogotá a una altura de 1.520 m.s.n.m, con una temperatura media anual de 20°C

7.2 Mapa de localización geográfica de los atractivos en San Francisco, Cundinamarca

En el presente apartado se determina el área geográfica en el cual se desarrolla el presente proyecto, en esta misma se encuentran ubicados los principales atractivos turísticos con los que el municipio cuenta.

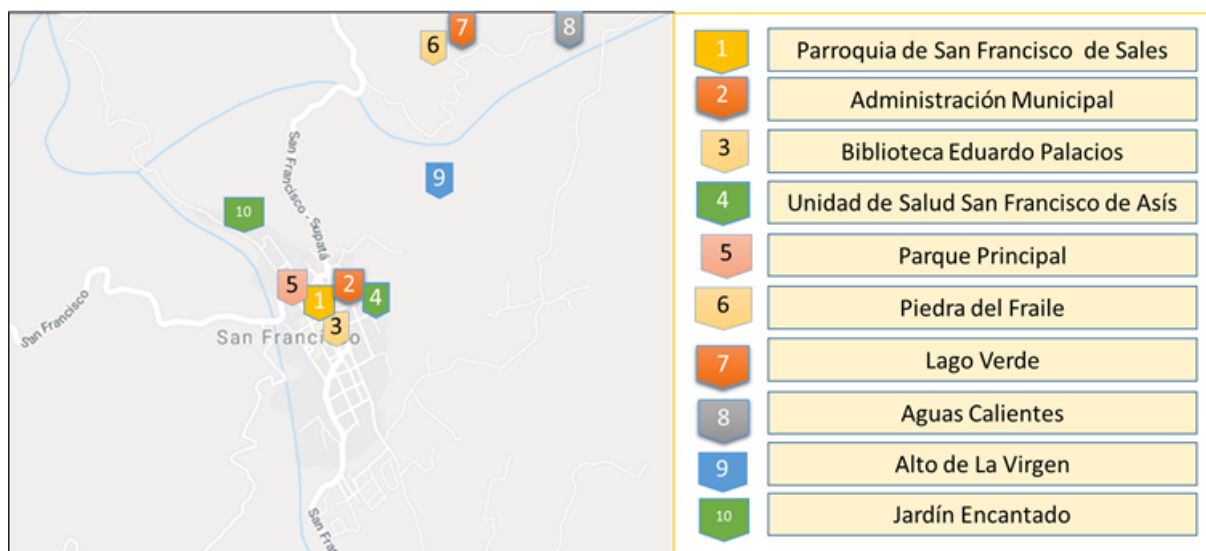


Ilustración 2: Mapa de localización de los atractivos turísticos del municipio

Fuente: elaboración propia a partir del inventario turístico

8. Marco Conceptual

Producto Turístico: El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores. (OMT, 1998)

Inventario Turístico Es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos que sirven como base para elaborar productos en una región. (Gobernación de Córdoba, 2009)

Perfil Del Turista: Permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. (Calderón & Pat (2012)

Atractivo Turístico: Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico. (Manual de Presentación de Proyectos – Fontur, 2008)

Destino Turístico: Espacio físico en el que un visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos locales lo incorporan a varias partes interesadas que a menudo incluyen una comunidad local, y pueden albergar o formar una red para conformar destinos amplios (OMT, 2002).

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. (Ley 1558 de 2012)

9. Marco Teórico

Para tener un punto de partida en el desarrollo de esta investigación es importante tener en cuenta conceptos que puedan dar apoyo y permitan enriquecer la misma, tales son producto turístico y perfil del turista, debido a que estos son los ejes principales de la temática propuesta.

En primera instancia, se contempla la definición de producto turístico como una parte fundamental en el desarrollo de la presente investigación; sin embargo, es necesario primero entender el significado de producto para luego comprender el término en su totalidad.

En consecuencia, a lo anterior, Monferrer, D. (2013,) enuncia acerca del término producto que este se debe “concebir como una propuesta de valor, es decir, un conjunto de ventajas que contribuyen a satisfacer las necesidades. Esta propuesta de valor se materializa en una oferta que supone una combinación de productos físicos, servicios, información, etc.” (p.97)

Adicionalmente, Kotler (citado por la Universidad Interamericana para el Desarrollo, 2007) define el producto como “todo aquello que se puede ofrecer en el mercado para su atención, adquisición, consumo, que satisface un deseo o una necesidad”, por lo cual puede materializarse en algo tangible o intangible, siempre y cuando cumpla su fin último de satisfacer una necesidad.

Ahora bien, teniendo en clara la definición de producto, se puede definir el producto turístico desde Páez, L. (2000) como “El conjunto de bienes y servicios que sirven para satisfacer las necesidades de un turista.” (p. 6)

Como segunda instancia, PromPerú (2015) expone el beneficio al realizar o identificar el perfil del turista, el cual se hace relevante conocer para incrementar el turismo en cierto lugar, y para ello afirma lo siguiente “busca ofrecer información concreta, confiable y actualizada para la planificación de proyectos, la mejora de servicios y la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico” (p.7) adicionalmente, manifiesta que con este se puede obtener información como hábitos, características, intereses y gasto que tiene el turista.

Asimismo, Calderón & Pat (2012) “El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos” (p.50)

Adicionalmente, Yumisaca, Mendoza & Villón (2017) manifiestan lo siguiente: “permite identificar la orientación que deben tener las decisiones acerca de las ofertas turísticas en esta zona, lo cual puede ser de utilidad para los actuales ofertantes y para nuevas iniciativas que se desplieguen en esta actividad” (p.54)

Como resultado de lo anterior, se puede decir que los conceptos presentados son de gran relevancia para el desarrollo del problema planteado en esta investigación, debido que, al tener sus definiciones como base y punto de partida, se puede llevar a cabo de manera más eficiente el proceso, conduciendo a resultados más contundentes.

10. Diseño Metodológico

En el presente proyecto se aplicará una metodología de tipo descriptiva, correlacional debido a que es necesario reconocer el estado en el que se encuentra el componente del inventario turístico para llegar a la propuesta del diseño del producto turístico.

Para lo anterior se han propuesto tres objetivos específicos, en el primero de ellos busca reconocer los recursos disponibles para la elaboración del inventario turístico de San Francisco, Cundinamarca, debido a que el municipio carece de uno; en primera instancia se reconocerán por medio de revisión documental los posibles recursos y atractivos turísticos, para lo cual se destinarán dos días; luego de esto se llevará a cabo un trabajo de campo inicialmente realizando una entrevista con el Director de Turismo y Cultura de la Alcaldía en el sitio, luego se visitarán los lugares definidos para el levantamiento del inventario turístico, esto por medio de la metodología establecida desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Cicatur⁶, que son herramientas muy completas y precisas para tal fin; para este ejercicio se destinarán 7 días, 2 días de revisión documental, 1 para la entrevista y familiarización con el lugar y 4 días para el proceso de levantamiento de inventario y organización del mismo.

Como segunda instancia para el siguiente objetivo específico se propone elaborar un estudio de mercado para identificar las expectativas del turista potencial y así mismo definir su perfil, reconociendo inicialmente sus características socio-demográficas, así como también cuáles son sus principales motivos para visitar el municipio, sus necesidades, su comportamiento como turista, entre otras; el método por el cual se desarrollará este objetivo es por medio de entrevistas no estructuradas y posteriormente la aplicación de encuestas estructuradas para añadir un punto de vista cuantitativo.

⁶ Centro Interamericano de Capacitación Turística

Finalmente teniendo en cuenta el tercer objetivo, se estructurará la propuesta del producto turístico para el municipio de San Francisco, Cundinamarca basado en la metodología de MinCIT, relacionando los resultados obtenidos a lo largo del desarrollo de los dos anteriores objetivos que como fue mencionado al inicio de esa sección, se relacionará la información de mayor relevancia encaminada a la obtención de dicha propuesta.

En resumen, es así como luego de este proceso se dará respuesta al objetivo general, determinando el producto turístico con mayor para el municipio de San Francisco, Cundinamarca que permita responder a las necesidades de su demanda actual y potencial.

10.1 Muestra

Para realizar las encuestas que determinan el perfil del turista de san francisco, es de vital importancia reconocer la afluencia o número de personas que en promedio visitan el lugar, para así tener una base y hallar por medio de la fórmula de tamaño muestral el mínimo de personas (muestra poblacional) que representarán la opinión general del universo poblacional.

No obstante, en el trabajo de campo que se llevó a cabo y en conjunto con la alcaldía municipal, se halló un vacío en este tipo de información ya que no se tiene un control sobre cuántas personas llegan al municipio con motivos de ocio y esparcimiento, así como tampoco existe registro alguno documentado por parte de las entidades respectivas

Lo anterior supone por supuesto un inconveniente en términos de proyección del turismo, ya que esto es una herramienta de medición y planeación necesaria si se quiere incentivar el turismo y para este caso puntual se halla la necesidad de conocer cómo se mencionó anteriormente, una base mínima de puntos de vista que permitan conocer una posible opinión general.

En consecuencia a lo anterior, y con visitas previas al destino, se resolvió tener una base de 50 encuestas, esto debido a que no existía una afluencia grande de visitantes que permitiera generar un mayor resultado.

11. Inventario Turístico de San Francisco, Cundinamarca

11.1 Facilidades

11.1.1 Alojamiento

Se puede apreciar que hay una gran variedad de oferta hotelera, en su gran mayoría, estos establecimientos se encuentran ubicados en veredas del municipio, se observó en los mismos que predomina como unidad habitacional las carpas, glamping y por ende habitaciones.

Estos cuentan con servicios como restaurante, piscinas, parqueaderos, wifi, zonas recreativas tanto para adultos como niños, caminatas, entre otros.

11.1. 2 Gastronomía

El municipio posee una gran oferta de restaurante y establecimientos de comida especial, encontrándose en este comida internacional como alemana o española; los precios que se pueden encontrar en estos establecimientos son accesibles para los comensales.

11.1.3 Agencias de viajes

En cuanto a facilidades en agencias de viajes, el municipio no cuenta con agencias de viajes

11.1.4 Diversiones

En cuanto a facilidades de diversiones, el municipio cuenta con bares, discotecas, billar y están ubicados principalmente en el parque principal del mismo.

11.2 Infraestructura de apoyo

11.2.1 Transporte

En infraestructura de apoyo, el municipio cuenta con una sola empresa de transporte terrestre de pasajeros “Flota Santa Fé”, en cuanto al transporte interno se observó que los taxis cumplen esta función donde muchos pasajeros se quedan en el Alto de minas y este es el que los lleva al centro del municipio, la mayoría de transporte que utiliza los habitantes es el servicio de “mototaxi”; cuenta con una estación de gasolina, no hay postes SOS, y en general cuenta con muy poca señalización.

11.2.2 Telecomunicaciones

San Francisco cuenta con una emisora local “San Francisco Stereo 106.6 FM”, un canal “Tele Sanfrancisco” servicios de telefonía fija y móvil, servicios de correo y giros como Servientrega, Efecty y Baloto.

11.2.3 Higiene

El municipio cuenta con servicio público de acueducto, alcantarillado y aseo, adicionalmente cuenta con un centro de salud de primer nivel.

11.2.4 Energía

En cuanto a infraestructura de apoyo en energía, el municipio cuenta con el servicio de luz eléctrica proporcionado por la empresa CODENSA, adicionalmente cuenta con el servicio de gas natural, la empresa que proporciona este servicio es Alcano

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS FORMULARIO GENERAL 1, PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles					
No.	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características
1	JARDÍN ENCANTADO	1.5.3.1.	100	CALLE 2 # 11 - 261	Jardín encantado es un lugar en el cual se puede hacer el avistamiento de colibríes autóctonos del país, se puede observar alrededor de 20 especies del mismo, es un lugar de carácter internacional debido a que varios fotógrafos y ambientalistas extranjeros se sienten atraídos por las especies que allí se pueden observar.
2	FERIA EQUINA GRADO B	1.7.2.7.	88	CENTRO	Celebrada los días 9 y 10 de Mayo de 2018 con la temática "pasopista", se llevó a cabo como parte de la programación dada por la Federación Colombiana de Asociaciones Equinas; en general en esta se exponen diversos ejemplares equinos provenientes de varios lugares del país y es celebrada en varios municipios a lo largo del año.
3	LAGO VERDE	2.4.2.	82	VEREDA SAN MIGUEL	Somos una organización fundada hace mas de 15 años, que brinda servicios de pesca deportiva, restaurante bar, zona de camping . Estamos capacitados para ofrecerle la atención que necesita para sus eventos y fechas especiales. Contamos con los recursos necesarios para brindarle un servicio de calidad, satisfacción garantizada. Recuperado de: https://lago-verde-san-francisco.webnode.es/%c2%bfquienes-somos-/
4	GASTRONOMÍA	1.6.2	82	PLAZA DE MERCADO	Su gastronomía es influenciada por su ubicación en la región, el plato típico de los sanfranciscanos la fritanga y el sancocho de gallina
5	ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL	1.1.4.1	77	Calle 4 No. 7-56 Parque principal	No registra fecha de construcción de la alcaldía, Institución de orden público que presta los servicios para su comunidad de manera cercana.
6	REINADO DEPARTAMENTAL DEL CABALLISTA	1.7.1.3.	77	Calle 4 No. 7-56 Parque principal	Este reinado da lugar en las ferias y fiestas del municipio en la cual participan varios municipios del departamento.
7	FERIA DE EXPOSICIÓN AGROPECUARIA, TURÍSTICA Y CULTURAL	1.7.2.1 2	77	Calle 4 No. 7-56 Parque principal	Da lugar en la semana del 16 al 20 de agosto, se celebra cada año la feria de exposición agropecuaria, turística y cultural del municipio; en esta feria se pueden destacar actividades como exposición bovina de razas puras y conferencias en sanidad animal, recorridos turísticos en el municipio, alborada a cargo de las mujeres y la juventud sanfranciscana, cabalgatas, presentaciones musicales a cargo de diferentes artistas, entre otras actividades.
8	UNIDAD DE SALUD SAN FRANCISCO DE ASÍS	1.1.4.6	77	Calle 5 Carrera 7, Esquina	El centro de Salud es una institución pública de primer nivel que sirve a este municipio y a sus veredas, presta servicios básicos y en medicina general.
9	PARROQUIA SAN FRANCISCO DE SALES	1.1.3.1	76	Calle 3 #6-84	Templo Parroquial San Francisco de Sales, fundado en 1857 por el Sacerdote Santos María Camero la construcción del templo actual data de principio del siglo pasado.
10	CHORRO DE PLATA	2.5.1	74	VEREDA SAN MIGUEL	Espectacular cascada de más de 90 metros de altura. Grandes peñascos que marcan la frontera entre la sabana de Bogotá y el pie de monte del valle del Magdalena
11	BIBLIOTECA EDUARDO PALACIOS	1.1.4.4	70	Carrera 6A # 3 - 29	Constituye parte importante y apoyo para el desarrollo de la educación de los estudiantes del municipio, pertenece a la red nacional de bibliotecas publicas.
12	CASA DE LA CULTURA	1.1.4.4	70	Carrera 6A # 3 - 29	Ubicada en el mismo lugar que la Biblioteca, muy cerca del parque principal, brinda a los habitantes el espacio y la disponibilidad para acceder a cursos: Música (guitarra), danzas, banda nupcial, sinfónica y teatro.
13	AGUAS CALIENTES	2.4.5	68	VEREDA SAN MIGUEL	A tan solo una hora de Bogotá, se encuentra el municipio de san Francisco, un paraíso de aguas calientes que se empozan entre gigantescas montañas. De allí fluye el río San Francisco, uno de los afluentes que forma una pequeña laguna termal, donde los aventureros dejan su equipaje y simplemente se relajan. Recuperado de: https://www.civico.com/bogota/evento/camping-en-las-aguas-termales-de-san-francisco-cerca-a-bogota
14	PARQUE PRINCIPAL	1.2.2	67	CENTRO	Este parque se encuentra ubicado en el centro del municipio, muy apetecido por las personas para el descanso, se puede observar desde allí la iglesia principal del municipio, la alcaldía y muy cercano a establecimientos de gastronomía y de ocio.
15	PIEDRA DEL FRAILE	2.12.3	59	VEREDA SAN MIGUEL	En esta zona, directamente en la piedra del Fraile pueden hallar los llamados "petroglifos" o arte rupestre, es decir marcas y trazos grabados en la roca que pone en evidencia la existencia de grupos humanos que ocuparon este sitio; adicionalmente se resaltan las historias y mitos que rodean el lugar.
Diligenciado por: Verónica Ardila y Sergio Guerrero					Fecha: 13 de Junio 2018

Ilustración 3: Cuadro general del inventario turístico del municipio

Fuente: Elaboración propia basado en el inventario turístico

12. Demanda Turística

12.1 Perfil del demandante

En la presente sección, como se indicaba en el desarrollo metodológico, se tomó una base de 50 personas para encuestar, estas entre visitantes y turistas del municipio de San Francisco, Cundinamarca; no obstante, esta cifra se logró superar con la aplicación de 77 encuestas.

Dicha encuesta se llevó a cabo con el objeto de permitir acercarnos al tipo de perfil del turista que llega al destino, observando aspectos como la segmentación demográfica, social y otros más específicos para identificar el comportamiento de estas personas en cuanto a sus necesidades, cómo sienten, cómo piensan y razones que les impulsan a visitar el municipio

- **Lugar de procedencia:**

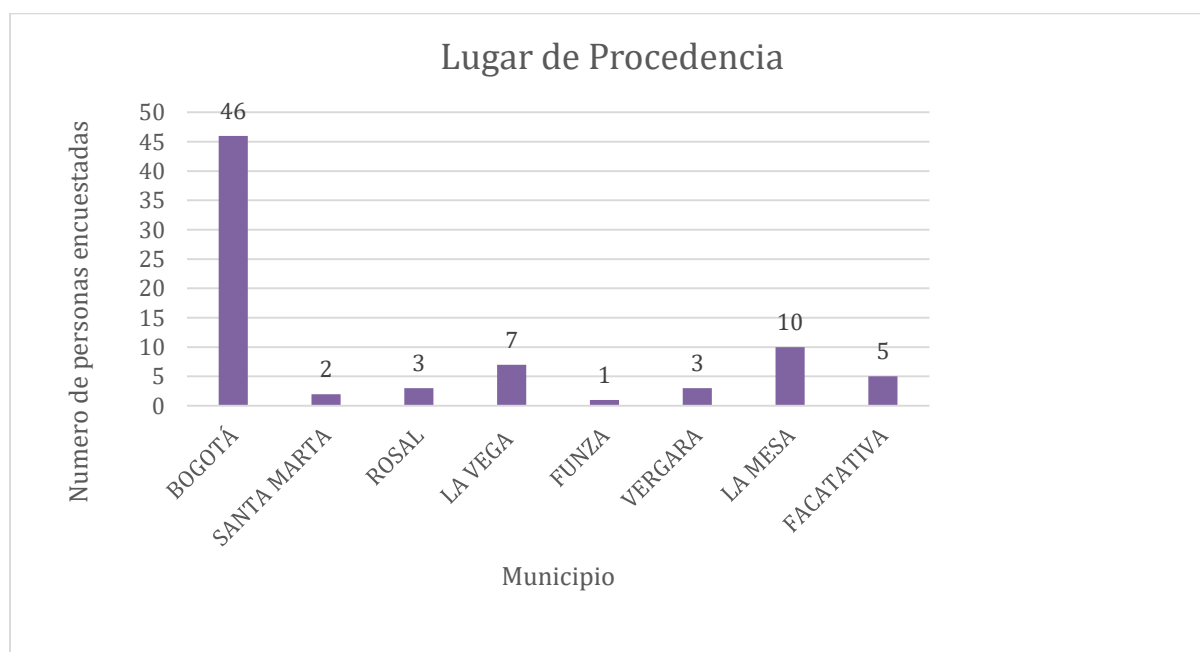


Grafico 1. Lugar de procedencia de los turistas que llegan a San Francisco

De las 77 personas encuestadas, El 60% de las personas que van a San Francisco, tienen como lugar de procedencia Bogotá (46 personas) que son mayoría, seguido el municipio de la Mesa con un 14% , la Vega con un 9%, Facatativa con un 6%,el municipio de El Rosal y Vergara con un 4% cada uno, seguido de Santa marta con un 2% y finalmente Funza con un 1%, de las cuales el 99% son de nacionalidad colombiana y el 1% (1 personas) de nacionalidad Alemana; de lo anterior se infiere que debido a la ubicación y cercanía con la capital colombiana las personas gustan de viajar a este destino además por las vías de acceso, lo cual se traduce en una excelente oportunidad, sobre todo para captar mercado que tiene como procedencia la ciudad de Bogotá D.C.

- **Género:**

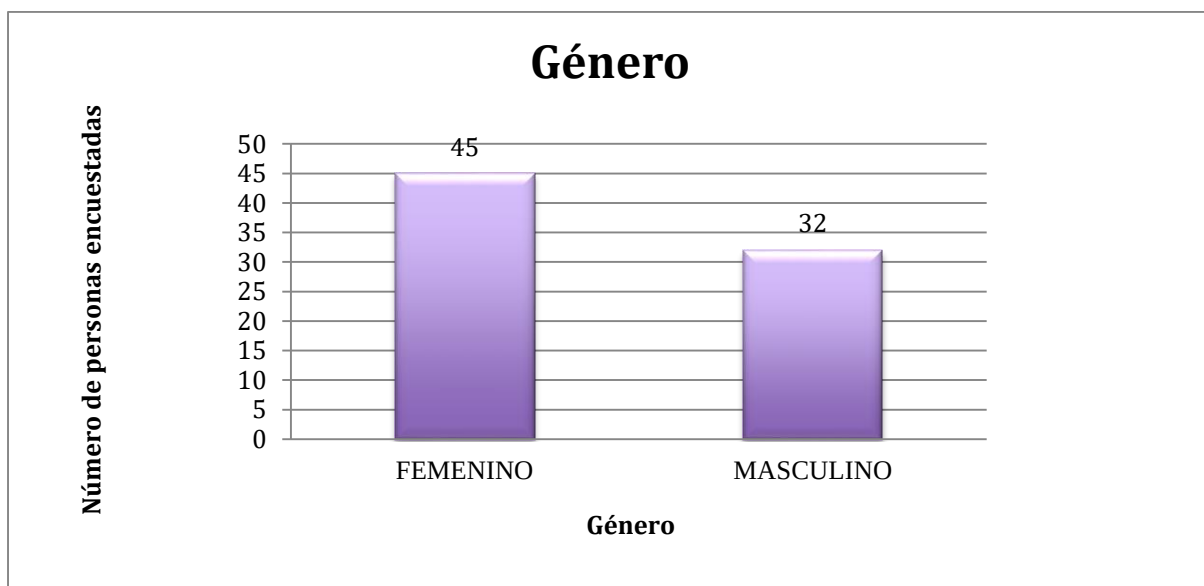


Gráfico 2. Genero del turista

- **Nacionalidad:**



Grafico 3. Nacionalidad del turista

- **Edad:**

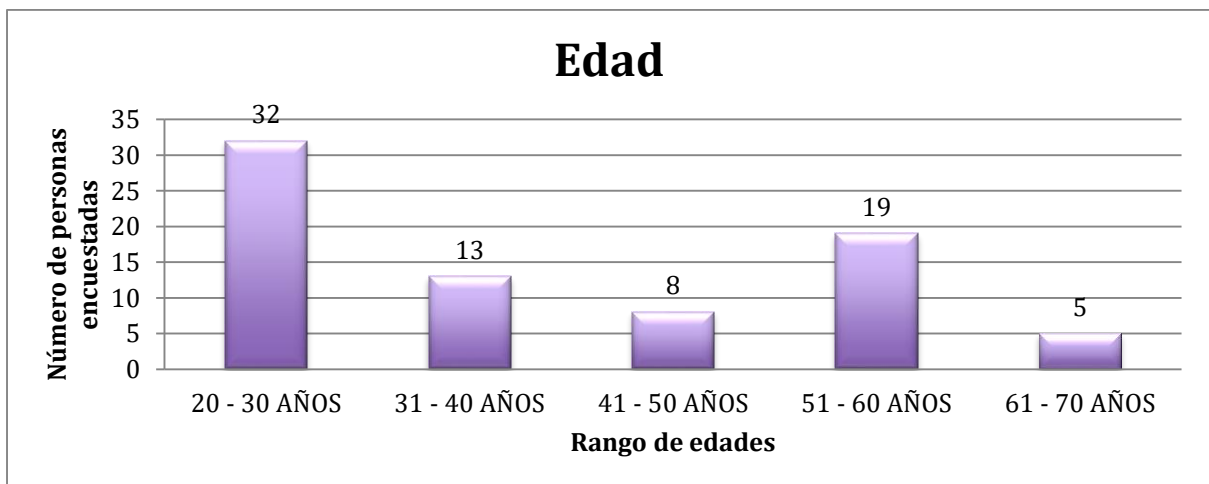


Grafico 4. Edad del turista

- **Con cuántas personas viaja**

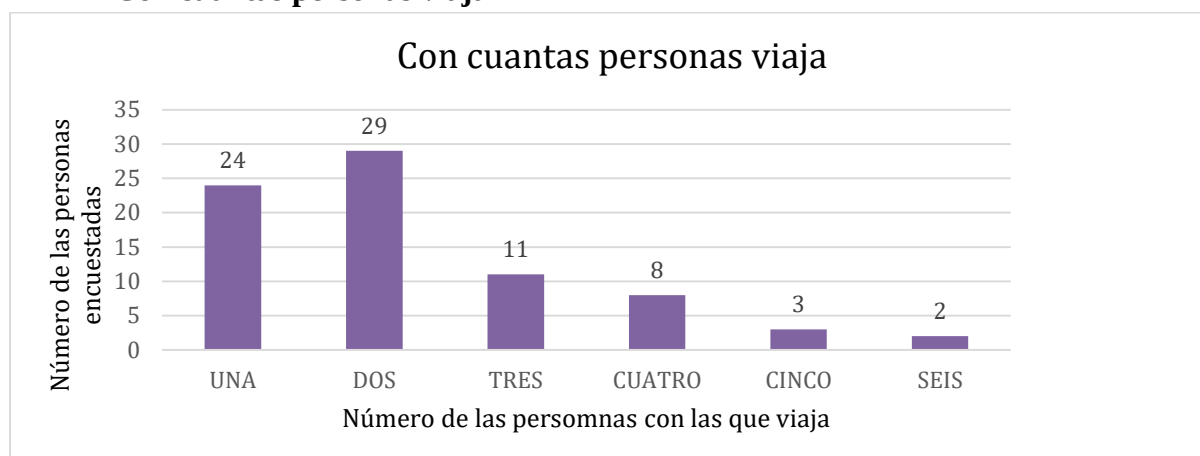


Grafico 5. Con cuantas personas viaja el turista

- **Cuando viaja lo hace con (más de una respuesta)**



Grafico 6. Con quien viaja el turista al municipio de San Francisco

De las 77 personas encuestadas, El 60% de las personas que van a San Francisco, tienen como lugar de procedencia Bogotá (46 personas) que son mayoría, seguido el municipio de la Mesa con un 14% , la Vega con un 9%, Facatativá con un 6%, el municipio de El Rosal y Vergara con un 4% cada uno, seguido de Santa marta con un 2% y finalmente Funza con un 1%, de las cuales el 99% son de nacionalidad colombiana y el 1% (1 personas) de nacionalidad

Alemana; de lo anterior se infiere que debido a la ubicación y cercanía con la capital colombiana las personas gustan de viajar a este destino además por las vías de acceso.

De estas personas el 59 % son mujeres y un 41% hombres, lo cual está bastante balanceado y no existe incidencia alguna en algún tipo de resultado, posteriormente se observa que de estas personas en su mayoría viajan con 2 personas la cual representa un 38%, el 30% y 15% viajan con 1 y 3 personas más respectivamente y un 17% restante viaja con más de 3 personas; aunado a esto se identifica que la preferencia de acompañamiento en el viaje es principalmente en familia (90%) seguido de viaje en pareja (65%) y finalmente un 15% viaja con amigos.

Adicionalmente quienes viajan más al municipio tienen edades que oscilan entre 20 y 30 años (42%), seguido de un 25% que oscila entre los 51 y 60 años, siendo estas personas que cuentan con el dinero y tiempo para pernoctar en el destino.

- **Por cuántos días viene o vino al municipio**



Grafico 7. Por cuantos días viaja el turista al municipio de San Francisco

De acuerdo a los resultados en esta pregunta, se infiere que las personas en su mayoría con un 60% prefieren pernoctar una noche y estar dos días en fines de semana, 30% van solo de visita al municipio para distraerse y conocer un poco el municipio y el 10% de los encuestados pernocta 2 noches, acorde a este último perfil eran personas que contaban con lugar propio de descanso o de familia: de esto se puede decir que, debido a la rutina del trabajo y teniendo también en cuenta factores como la edad y lugar de procedencia, el espacio del que dispone más el turista potencial para viajar es los fines de semana y festivos, por lo que se debe fomentar estrategias para el aumento del flujo de turistas para que conozcan y disfruten del lugar.

- **Cuál es el principal motivo de su visita**

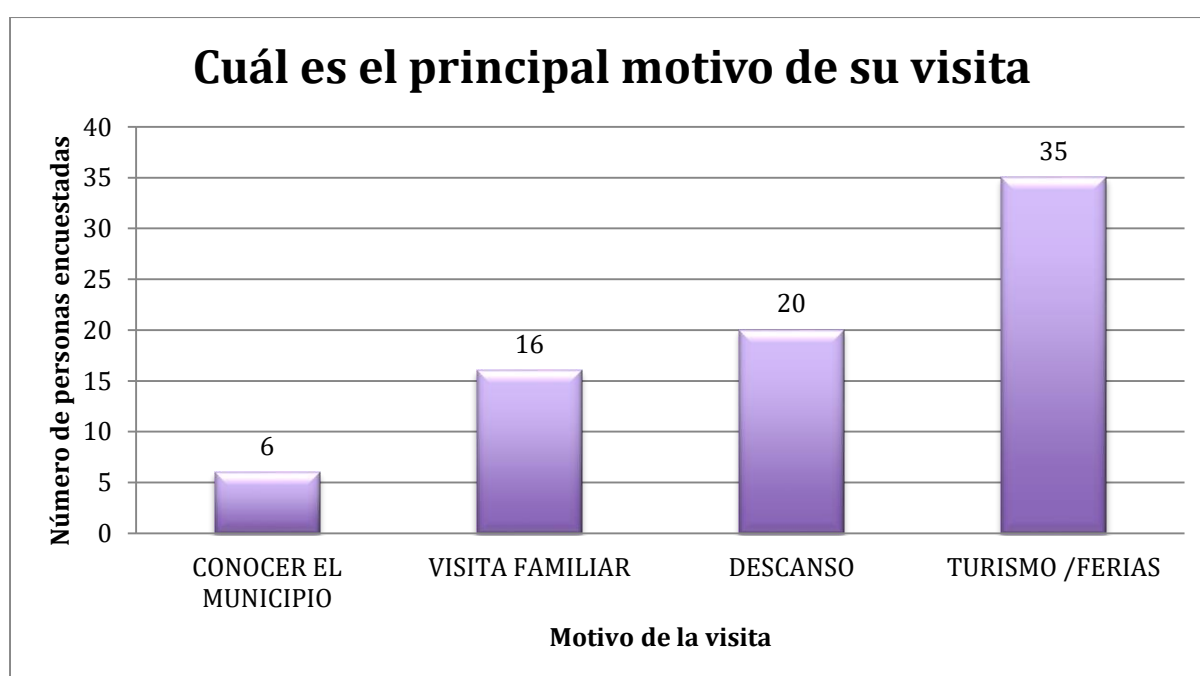


Grafico 8.Motivo principal del turista al municipio

- **Número de veces que ha venido al municipio por este motivo**



Grafico 9 cuantas veces ha ido el turista al municipio

Teniendo en cuenta las respuestas, 35 Personas de las encuestadas coinciden en su motivo para viajar a San Francisco por turismo / ferias y fiestas del mismo, siendo esto un 46%, seguido un 26% va con motivo descanso, el 21% afirma que va por visita a familiar y finalmente el 7% viaja para conocer el municipio.

De lo anterior, el 35% ha regresado 2 veces al municipio, seguido de un 24% el cual representa una vez, posteriormente se observa un 20% el cual indica que 15 personas han regresado 3 veces, el 14% de las personas encuestadas explica que han ido más de 4 veces debido a que en él se encuentran familiares y finalmente tan solo un 9% afirma es la primera vez que visita el municipio.

- **Cómo se informó de la existencia del municipio**



Grafico 10. Como se informó el turista de la existencia del municipio

El 46% se informó del municipio por “otros” como familiares, compañeros de trabajo, seguido de un 36% por amistades y finalmente un 18% por medio de internet, de lo cual se resalta la importancia de que las personas lleven una buena experiencia a sus hogares para compartirla y aumentar las visitas, pero también cabe resaltar la importancia de aumentar la información por medio electrónico con el fin de llegar a más personas.

- **Cuál fue el medio de transporte que usó para llegar al municipio**

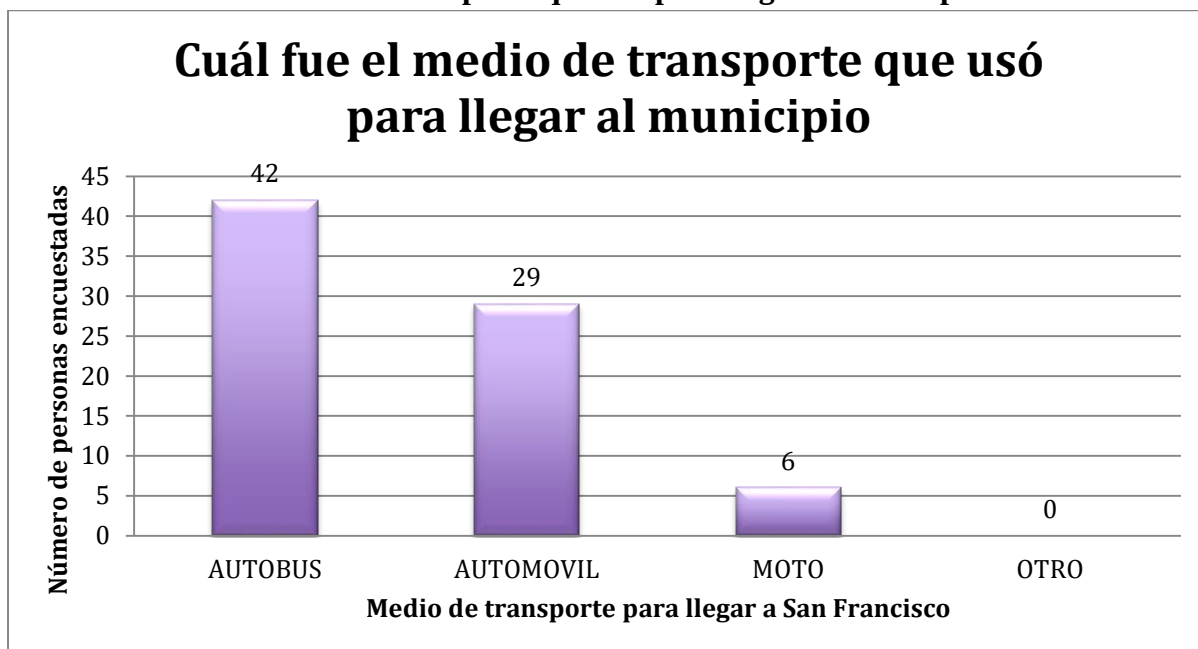


Grafico 11. Medio de transporte que uso el turista para llegar al municipio

- **En caso de alojarse en San Francisco, ¿Qué tipo de alojamiento ha utiliza durante su estancia en el municipio? (Puede marcar más de una opción)**

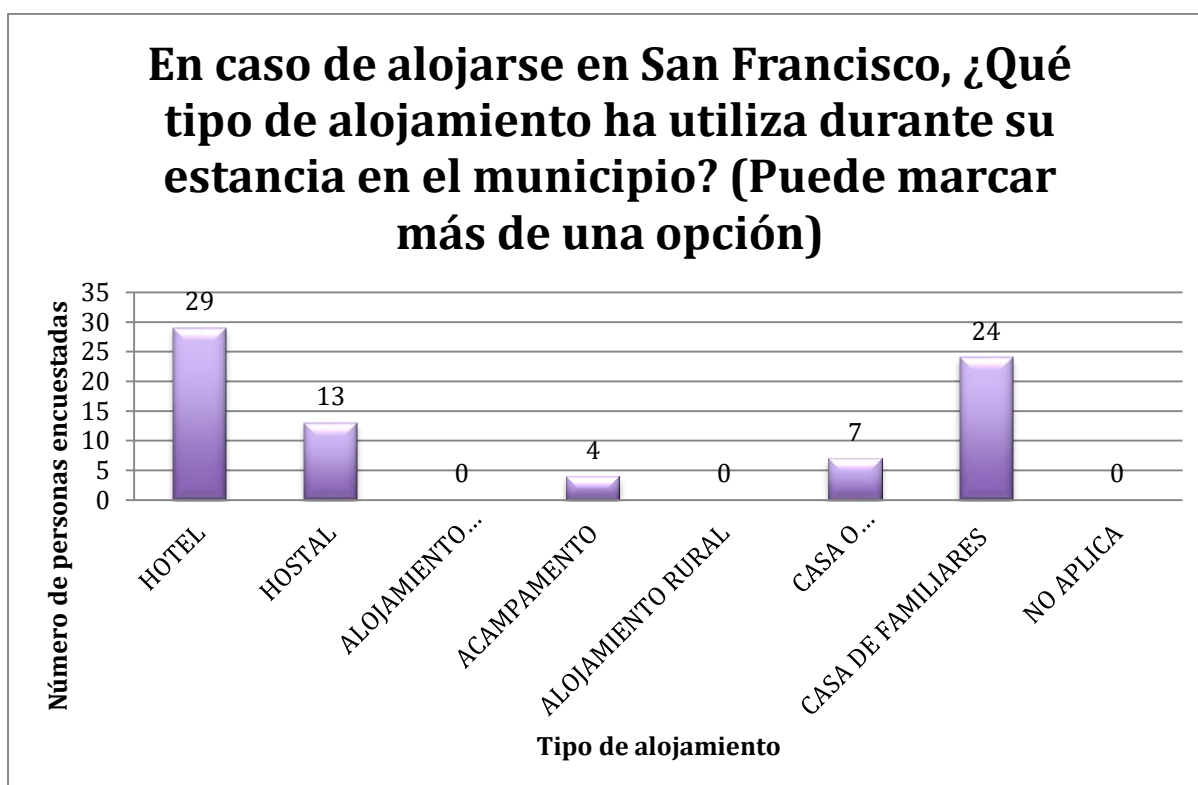


Grafico 12. Tipo de alojamiento que uso durante la estancia en el municipio

- **Por qué medio realizó la reserva de alojamiento**



Grafico 13. Medio por el cual realizo la reserva

De los 77 encuestados, el 55% llega al destino por medio de autobús, el 40% en automóvil, y el 5% en moto, esto puede ser relacionado con el hecho de que en un 60% de las personas se alojan ya sea en hotel, hostel o en zonas de campamento, se observa que el medio utilizado para realizar estas reservas es directamente con el hotel, por lo que no se ha evidenciado el uso de plataformas tecnológicas que ayudarían no solo a facilitar el tema de las reservas sino que se podría alcanzar una mayor publicidad a través de estos medios tecnológicos, de esta manera lograr abarcar un mayor mercado.

- **¿Qué tipo o tipos de servicios alimentarios ha elegido? (puede marcar más de una opción)**

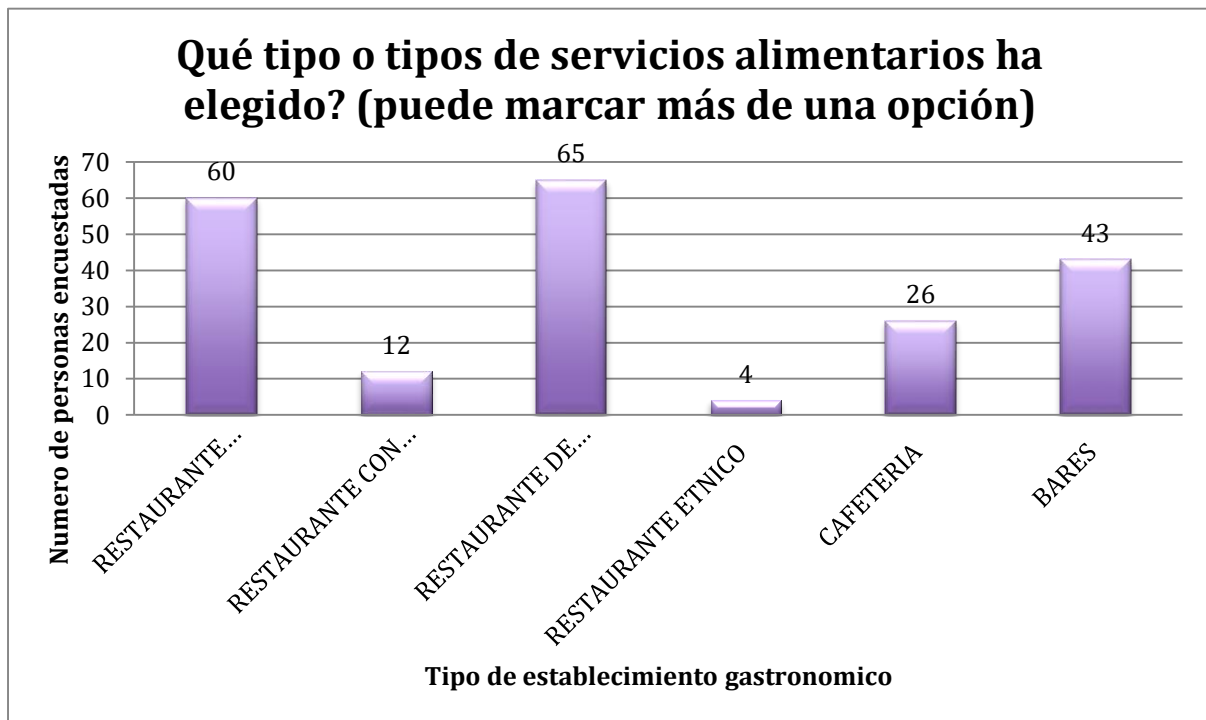


Grafico 14. Tipo de servicios alimentarios escogido por el turista

Dentro del tipo de gastronomía que prefieren las personas encuestadas, 60 personas recurren a restaurantes corrientes, seguido de restaurantes con especialidad por 12.0 personas siendo estos los preferidos por los turistas, además de otros servicios como cafeterías y bares a los cuales 69 personas hicieron referencia.

- **Aproximadamente su gasto diario por servicio es de: (cifras dadas en Peso colombiano)**

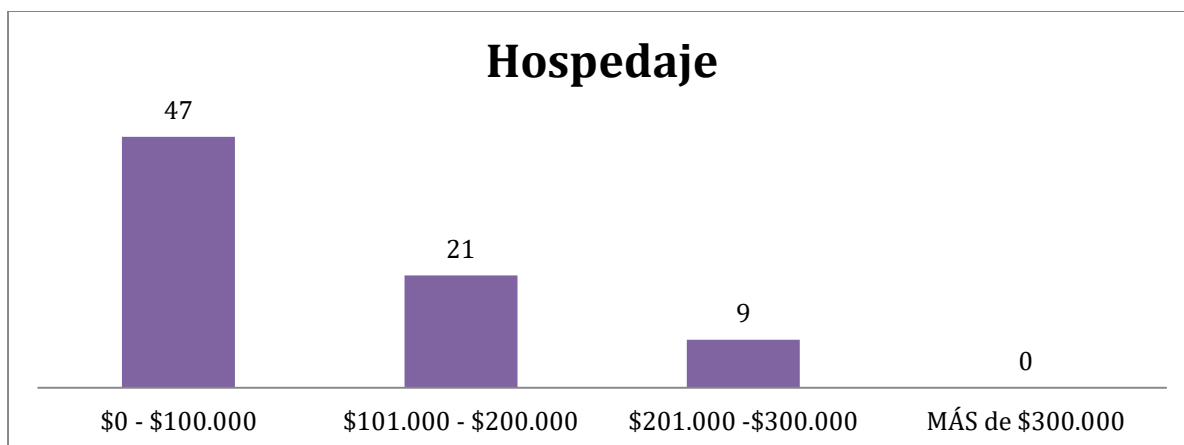


Grafico 15. Gasto diario en alojamiento

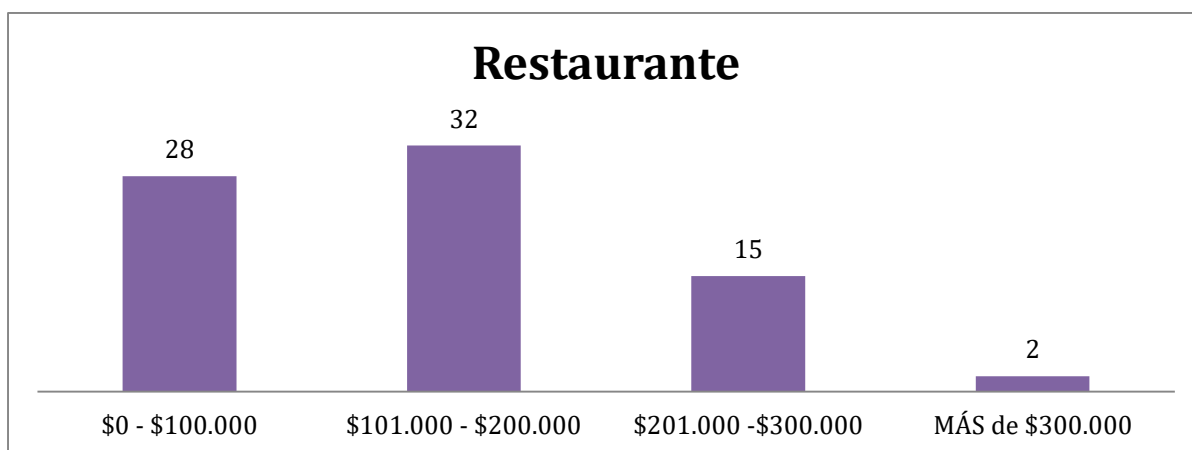


Grafico 16. Gasto diario en Restaurante

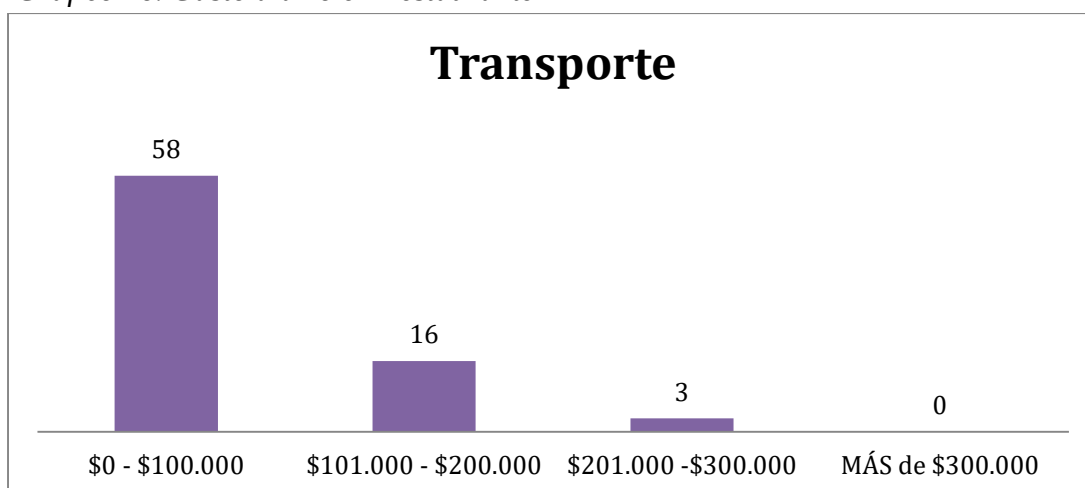


Grafico 17. Gasto diario en transporte

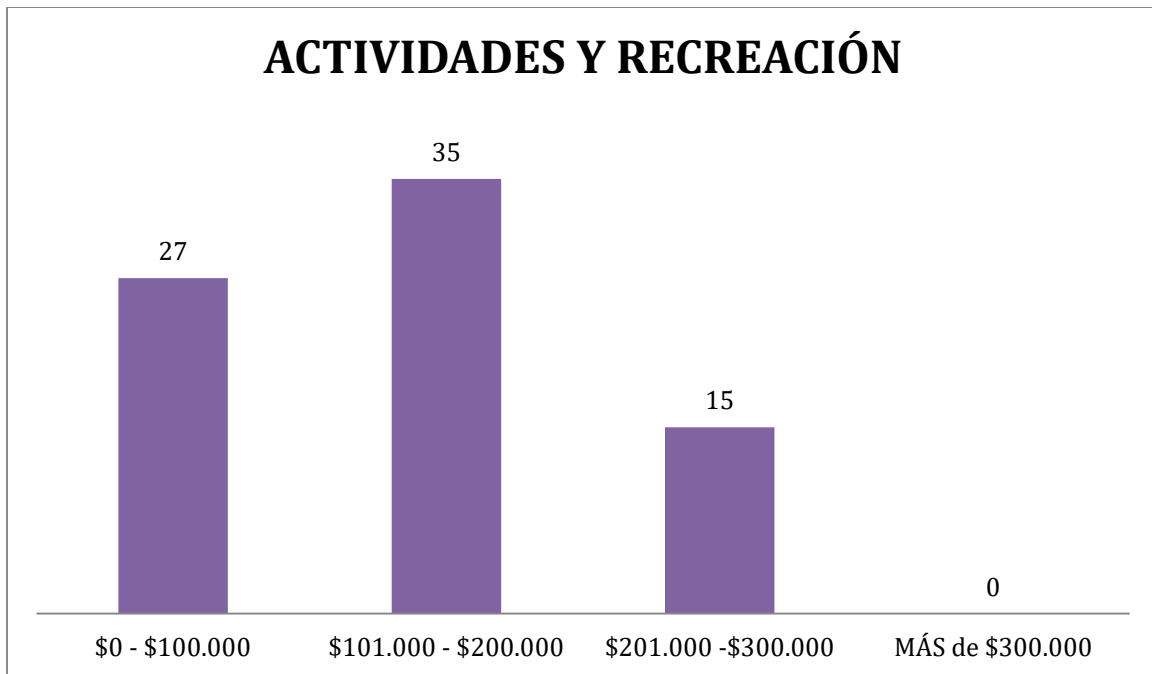


Grafico 18. Gasto diario en actividades y recreación

- ¿Qué atractivos turísticos ha conocido o le gustaría conocer y/o cuáles le han recomendado?

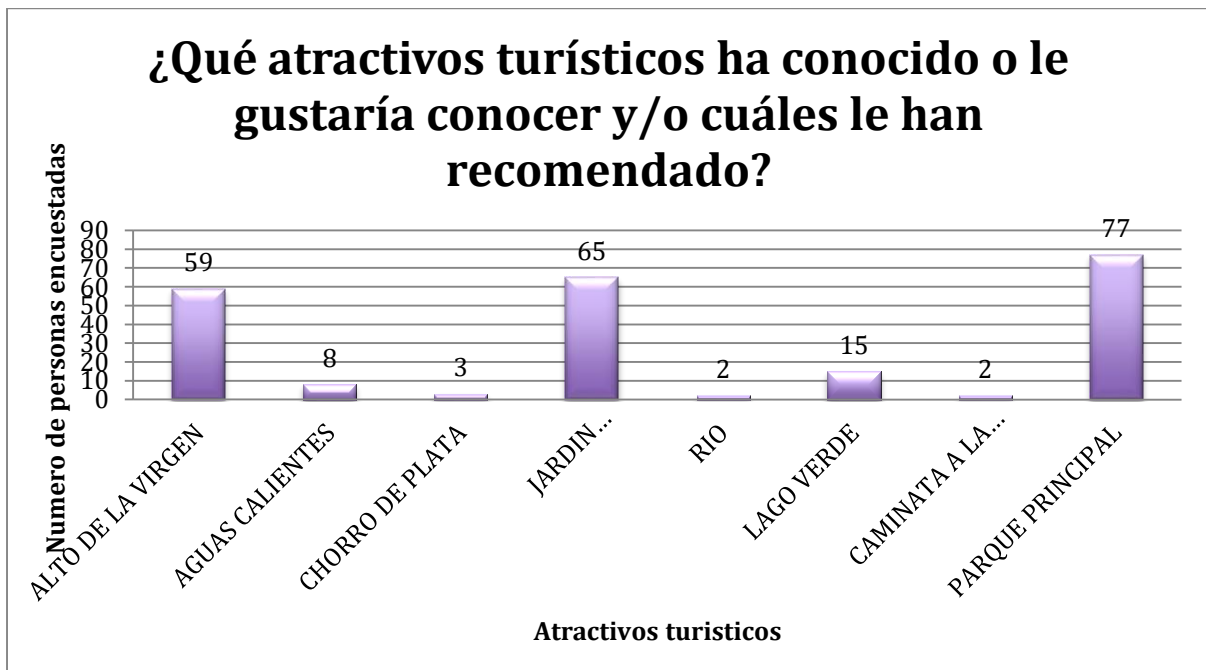


Grafico 19. Atractivos turísticos reconocidos por los turistas

El atractivo turístico más conocido es Jardín Encantado con un 85%, seguido del Alto de la Virgen con un 77% siendo estos dos lo más conocidos del municipio, en tercer lugar le sigue Lago verde con un 20% y Aguas Calientes con 10%; de lo anterior se destaca que Jardín Encantado posee su propia página web por lo que se hace hincapié en la importancia de estos medios de divulgación para los demás atractivos, adicionalmente para el caso de El Alto de la Virgen se reconoce debido a su posición y visibilidad desde el mismo parque principal del municipio. Se debe incentivar el conocimiento entre las personas de los demás atractivos y lo que puede realizarse en el municipio.

- **¿Cuál es su percepción de calidad-precio de los servicios turísticos en el municipio?**

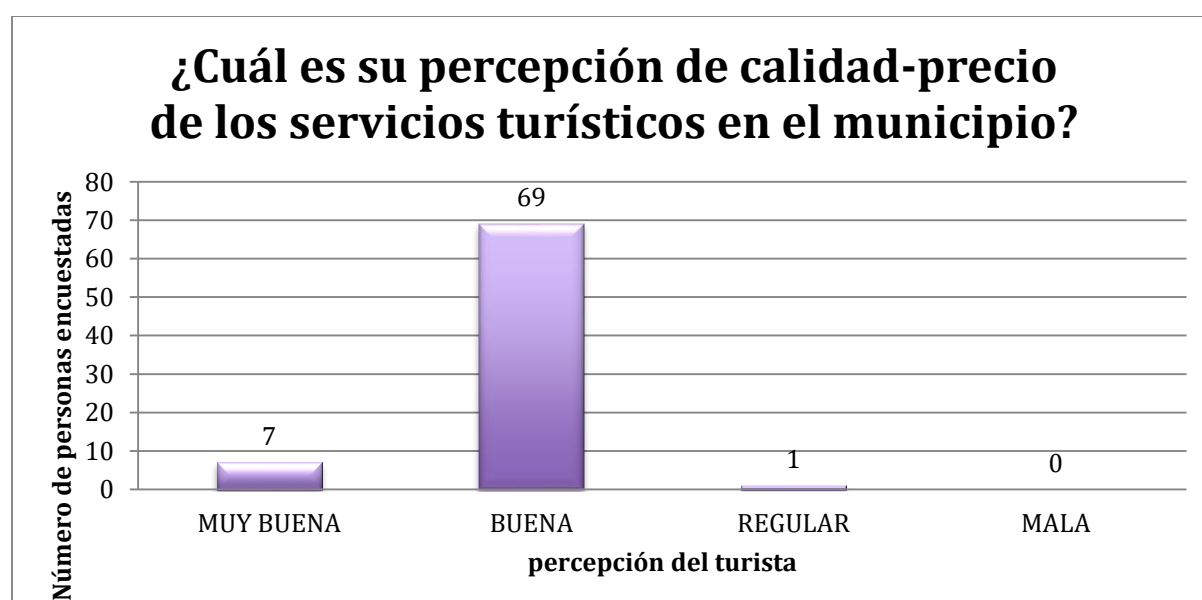


Grafico 20. Percepción que tiene el turista del municipio

El 90% de las personas está de acuerdo en que la relación calidad – precio de los servicios turísticos prestados en el municipio son buenos y acordes con sus expectativas, 9% califican este ítem como muy bueno y el 1% como regular, cuando se identifican inconformidades en la descripción de las mismas hacen referencia hacia la información y organización a nivel turístico

del lugar, siendo esto en lo que se debe aunar esfuerzos y superar las expectativas de las personas.

- **¿Regresaría al municipio?**



Grafico 21. Regresaría al municipio

El 100% de los turistas encuestados afirman volver al municipio ya sea por visitar a sus familiares o por conocer aún más el mismo, manifiestan que es un municipio tranquilo, apropiado para descansar, resaltan la cercanía que tiene con la ciudad de Bogotá, clima agradable y la calidez de las personas

Finalmente, de acuerdo con los resultados obtenidos a lo largo de las encuestas, se identifica que el motivo de visita de las personas al municipio de San Francisco, Cundinamarca, se centra en el descanso y relajación, siendo personas en su mayoría activas laboralmente con procedencia de Bogotá, los cuales tienen propiedades y/o familia en el lugar por lo que se aprovecha los fines de semana o un día para pasarlo en familia o con la pareja.

Por otro lado el turismo no se ve muy marcado en el lugar, debido a que no se conoce mayor información de los atractivos (lo cual parte del inventario de los mismos), y no se ha impulsado el potencial latente en ámbitos como ecoturismo, que aunque si existe, no se aprovecha en su máxima expresión, solo se identifica que las personas acuden al parque principal y los lugares

más conocidos como Jardín Encantado y el Alto de la Virgen, aunado a lo anterior es importante desarrollar la información junto a la infraestructura que soporte la operación, en materia de protección al turista, señalización e inclusive vías de acceso a los demás atractivos turísticos.

Segmento de la demanda

- Variable geográfica: Bogotanos
- Variable Demográficas: Edad 20 y 30 años, Acompañantes: Familia y pareja
- Gustos actuales: Descanso y conocer el municipio
- Conducta: frecuencia de visita: Dos veces al año.

13. Propuesta De Un Producto Turístico Para El Municipio De San Francisco, Cundinamarca.

De acuerdo a la información recopilada a lo largo de la investigación, en el presente apartado se expone la propuesta de un producto turístico en el Municipio de San Francisco, en el cual se involucran aspectos importantes como los principales motivos por los que las personas visitan el destino, su frecuencia y por supuesto aquellos aspectos con los que cuenta el municipio en cuanto a oferta, tales como estructura e infraestructura turística, atractivos y recursos turísticos.

Acorde a lo que se plantea, se ha tomado como referencia la Metodología para Desarrollar Productos Turísticos - Caso de Estudio de Castillo, E. (2015), la cual da una guía sencilla pero muy puntual de la propuesta de producto turístico para el municipio de San Francisco con base en las nociones expuestas en el primer párrafo.

Dando alcance a lo anterior, a continuación se relaciona el formato bajo el cual se elabora la presente propuesta:



Ilustración 4: Metodología para Desarrollar Productos Turísticos

Fuente: Elaboración propia a partir de la metodología para desarrollo de productos turísticos, Red internacional de competitividad

FASE 1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

1.1 DESDE LA OFERTA

Inicialmente para el desarrollo de esta sección, se llevó a cabo consulta en fuentes secundarias de esta se encuentra evidencia al inicio del documento y esta se realizó con el fin de obtener un diagnóstico general del municipio en diferentes ámbitos como el social, económico, turístico, entre otros, y conocer así qué información se encuentra documentada acerca de la dinámica del turismo de San Francisco a través de los años.

Una vez finalizada la fase anterior se aplicó una entrevista al Director de Cultura y Turismo de la Alcaldía Municipal de San Francisco (Ver Anexo 1), en el cual se conoció el

estado actual del desarrollo del turismo desde el punto de vista institucional, así como los programas que se están llevando a cabo y las necesidades que se identifican desde esta entidad.

Luego de identificar los atractivos y recursos turísticos de mayor renombre en el destino, se trazó el recorrido por medio del cual se llevó a cabo la visita a los mismos con el fin de realizar el inventario turístico del lugar (Ver Anexo 2), de este recorrido se tomó el tiempo indicado en el diseño metodológico; se halló que inicialmente existía un inventario informal que fue remitido por la alcaldía sin embargo el mismo estaba desactualizado en varios aspectos, se constató y rectificó la información la cual se muestra en el anexo señalado.

Adicionalmente durante el recorrido se realizó una encuesta a los operadores turísticos para identificar desde su punto de vista cómo se ven frente a la dinámica del turismo que se lleva a cabo en San Francisco (Ver Anexo 3), de igual forma se tuvo en cuenta el punto de vista de los turistas por medio de una entrevista no estructurada (Anexo 4).

Registros Fotográficos (Anexo 5)

FASE 2 FORMULACIÓN DEL DIAGNÓSTICO

Análisis DOFA

ANÁLISIS DOFA APLICADO AL TURISMO MUNICIPIO DE SAN FRANCISCO CUNDINAMARCA										
DEBILIDADES Y FORTALEZAS										
Aspecto	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
INFRAESTRUCTURA										
Estado de las vías					X					
Señalización general		X								
Señalización turística	X									
Calidad servicio transporte							X			
Frecuencia servicio transporte										X
Transporte Especializado							X			
Servicio terminales transporte	X									
Servicio en aeropuerto	X									
Otras modalidades transporte					X					
Servicio de energía									X	
Servicio de alcantarillado									X	
Servicio recolección basuras									X	
Servicio de acueducto									X	
Servicio telecomunicaciones						X				
Seguridad para el turista	X									
Acceso a atractivos turísticos		X								
ATRATIVOS TURÍSTICOS										
Sitios Naturales					X					
Recursos Culturales						X				
Festividades y eventos							X			
SUPERESTRUCTURA										
Delimitación de funciones		X								
Eficiencia entidades	X									
PLANTA										
Ubicación cerca de atractivos					X					
Densidad							X			

Posibilidades de expansión					X					
MERCADOS										
Productos definidos			X							
Segmentos conocidos			X							
INFORMACIÓN										
Para el turista	X									
Para el inversionista	X									
TECNOLOGÍA										
Informática en la empresa						X				
Conexión a redes							X			
Internet							X			
Correo electrónico							X			
EDUCACIÓN										
Capacitación prestadores servicios		X								
Empresarios		X								
Sensibilización comunidad	X									
Otros aspectos										
Economía regional					X					
Impacto empleo					X					
AMENAZAS Y OPORTUNIDADES										
Aspectos										
MERCADO										
Tendencias Mercado Nacional					X					
Tendencias mercado internacional				X						
Actuales competidores						X				
Productos actuales					X					
Nuevos productos				X						
Nuevos competidores					X					
NORMAS										
Normas nacionales			X							
Normas departamentales			X							
Normas municipales	X									
TECNOLOGÍA										
Nuevas Tecnologías	X									
Otros aspectos										

Cuadro1: Análisis DOFA basado en el inventario turístico

Debilidades

Como primer ítem en infraestructura, se puede observar en el municipio que las vías no se encuentran en buen estado, en su gran mayoría son las que conducen a los atractivos turísticos naturales y las entradas que posee el mismo, adicionalmente, no tiene señalización en los recorridos que le indiquen al turista si se encuentra cerca a los atractivos y en general dentro del municipio; por otro lado, no cuenta con un terminal de transporte, simplemente se puede comprar los tiquetes en una pequeña agencia en la cual sólo opera una sola flota de buses y ahí llegan los mismos que se dirigen a los municipios cercanos y a la ciudad de Bogotá, dentro del municipio se puede encontrar transporte informal que son los mototaxis los cuales son los que predominan en el mismo y adicional se encuentran los taxis, que muchas veces hacen recorrido del Alto de Minas hacia el municipio.

En cuanto a la seguridad, no se observa ningún policía tanto de turismo como regular, en algunos atractivos desde el casco urbano del municipio se encuentran muy retirados y son caminos muy solos en donde algunos habitantes manifiestan que han tenido situaciones de robo.

En consecuencia, la gran mayoría de los atractivos turísticos naturales no son de fácil acceso si el turista va en un carro por ejemplo, debido que se había mencionado antes, gran parte de las vías no se encuentran en buen estado, sin embargo se pueden llegar a estos haciendo caminatas o accediendo a estos en moto.

En cuanto la ubicación de la planta turística, no está tan cercana a los atractivos, debido a que la mayoría de los hoteles están localizados en las diferentes veredas del municipio, y no todos prestan los servicios de alimentación, estos establecimientos de gastronomía se encuentran principalmente en el casco urbano del municipio y los atractivos al estar retirados

a este no se encuentran tan fácilmente; con relación a las posibilidades de expansión se observó que cuentan con la capacidad y el espacio, pero esto no ha sido posible debido a que el POT⁷ del municipio no se encuentra actualizado, ya que data del año 1997.

Con relación al mercado turístico, este no posee un producto definido con el cual el municipio se identifique, pues la mayoría de las personas que llegan a este lo hacen con motivos de descanso y de conocer el municipio y por ende al no identificar este producto, no se conoce el segmento de su demanda

En consideración a la información que recibe el turista es muy poca, debido a que el municipio no cuenta con un punto de información turística que le permita al turista conocer y ubicar los atractivos turísticos que posee el mismo, solo se encuentra en el parque principal un panel el cual contiene un mapa de los atractivos que se pueden visitar.

Finalmente, con respecto a la educación en materia de turismo que reciben tanto los prestadores de servicios turísticos como la comunidad es muy baja,

Fortalezas

Referente al transporte, es de resaltar que la frecuencia de los buses es buena, pues salen rutas desde temprano y en la tarde comienzan a salir aproximadamente cada hora, por otro lado, en cuanto a servicios públicos que presta el municipio son favorables, puesto que siempre cuenta con estos recursos el municipio y tanto los residentes como turistas no carecen de estos.

Con respecto a las telecomunicaciones, es de resaltar que el municipio cuenta con buena recepción de señal tanto de teléfono como de internet, posee establecimientos de café internet muy cercanos al parque principal y adicionalmente cuenta con un canal de televisión y una

⁷ Plan de Ordenamiento Territorial

emisora local; cuenta con servicios de correo y giro, los cuales se encuentran muy cerca al parque principal.

Con relación a los atractivos culturales se encuentran accesibles para los turistas y conservan su buen estado y en cuanto a las festividades y eventos, estos son interesantes puesto que están relacionados con su tradición e identidad, es decir realizan ferias equinas, celebran las ferias del municipio y tiene en cuenta a sus residentes en las fechas importantes.

Amenazas

En cuanto al mercado, la gran mayoría nacionales, se ven pocos turistas internacionales, quizás porque al municipio no se le ha dado una gran divulgación y promoción como destino turístico, se observa que contemplan nuevos productos en materia de turismo pero no son conocidos o divulgados hacia la comunidad; con relación a la normatividad, por parte de la alcaldía prestan los servicios de orientación y formación al tema pero no se ha dado grandes resultados, puesto que gran parte de los prestadores turísticos operan informalmente.

Oportunidades

Una oportunidad que se puede resaltar es de lo nuevos competidores, puesto que el municipio tiene el potencial y los recursos para ofrecer diferentes alternativas de servicio en el turismo, además posee gran infraestructura que no necesariamente tiene que ser en el casco urbano del municipio para llevar a cabo nuevas ideas de negocio.

FASE 3 DEFINICIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

3.1 Mercado actual y potencial

Este se puede destacar en las encuestas realizadas previamente, teniendo en cuenta sus resultados.

3.2 Descripción de la propuesta del producto

En esta sección se tomó como referencia el formato realizado por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo con el fin de tener una guía y definir dentro del contexto de los resultados obtenidos a lo largo de la investigación, cuál es el modelo o propuesta de producto turístico de mayor potencial en el municipio actualmente que responda a lo que busca el turista pero al mismo tiempo cuente con un factor diferenciador.

De acuerdo a lo anterior, el esquema del producto turístico va enfocado al turismo de naturaleza, específicamente eco-turismo, donde se busca potencializar la imagen turística del municipio en el cual el turista tenga la posibilidad de encontrar descanso, con un clima agradable y pueda salir de la rutina; así mismo, con el producto turístico se pretende sea una herramienta para los prestadores de servicios turísticos del municipio, así lo expone Fernández (2006. p. 5)

Fortalecer las alianzas estratégicas de tal manera que el destino actúe como cadena productiva, fortalece la capacidad de negociación de los prestadores locales frente a los operadores; facilita la labor del operador en tanto que dispone de información aprovechable para la elaboración de paquetes.



Ilustración 5: Metodología para la Propuesta de Producto Turístico

Fuente: Elaboración propia basada en Metodología de MinCIT

Nombre del producto: Naturaleza y armonía, a través de tus sentidos

Objetivo del producto: Impulsar los espacios y recursos naturales de San Francisco Cundinamarca por medio de actividades eco-turísticas para quienes visitan el destino.

Beneficios

- **Funcionales:** Satisfacer las necesidades de los turistas que viajan al destino en busca de descanso, entrar en contacto con la naturaleza y principalmente de un clima agradable; se resalta que el municipio cuenta con planta turística en la parte de alojamiento y restaurantes; gran parte de dicho alojamiento combina el hospedaje con la naturaleza por lo que puede hallarse varios establecimientos de camping.
- **Simbólicos:** El municipio ofrece a sus visitantes y turistas un estado de tranquilidad en su mente, saliendo de la rutina y brindando así un estado de relajación al poder compartir con la naturaleza en un ambiente familiar y seguro
- **Vivenciales:** Lo principal que ofrece el municipio es su excelente clima cálido y un ambiente tranquilo sin contaminación visual ni auditiva, el lugar permite tener contacto directo con la naturaleza sin dejar de lado el tener lo necesario para una estancia placentera y que cubra las necesidades de cada persona.

De acuerdo a lo planteado se puede proponer un producto diferencial denominado Glamping (Glamour + Camping) que permita a los huéspedes una forma distinta de vivir la naturaleza desde su comodidad, ya que San Francisco cuenta no solo con los espacios propicios sino con las condiciones precisas para su desarrollo.

Servicios

- **Básicos:** En los servicios básicos se puede encontrar que el municipio cuenta con estructura hotelera, esta es acorde a la cantidad de turistas que llegan al municipio, adicionalmente se encuentran buenos lugares para consumir alimentos, desde lo más

económico a platillos de mayor elaboración, así mismo posee una agencia de transporte terrestre, la cual provee tiquetes para los municipio más cercanos y a la ciudad de Bogotá.

- **Complementarios:** En el municipio se encuentra todo tipo de servicios que permiten al turista mejorar la experiencia del turista y añadir valor a esta, en infraestructura se encuentra la seguridad por medio de la estación principal de policía, cajeros automáticos, bancos, centro hospitalario, iglesia, biblioteca, entre otros que mejora la experiencia de las personas.

PROPUESTA DE PRODUCTO TURÍSTICO

Teniendo en cuenta que el turista, según el estudio de mercado, lo que más busca es Descanso, salir de la rutina y estar en familia o pareja; por otra parte San Francisco de Sales de acuerdo al inventario turístico desarrollado tiene muchos elementos que pueden ser incluidos en actividades que cumplan con lo que inicialmente busca un turista al acudir al destino.

De acuerdo a lo anterior, se propone el aprovechamiento de los espacios como fincas y veredas para ser enfocadas al llamado agroturismo, donde no solo se promueva la cultura de agro y su conocimiento perdure en el tiempo, sino que los turistas tengan la posibilidad de hacer algo que normalmente no hacen en su vida cotidiana, aprendiendo de esto y al mismo tiempo fortaleciendo las raíces del destino.

Por otra parte, en el turismo de naturaleza enfocado hacia la sub – categoría ecoturismo, se identifica que los espacios son propicios para el incentivo a la realización de Caminatas que permitan familiarizarse con el entorno , y por supuesto el reconocimiento de lugares que son maravillas naturales como Chorro Plata, Aguas Calientes, Jardín Encantado y demás sitios identificados en el inventario turístico de este carácter; un gran complemento para este tipo de turismo es el turismo cultural el cual puede ser mezclado con lugares como , Piedra del Fraile,

donde puede hallarse arte rupestre y algunas historias de los antepasados, o también el Alto de la Virgen como lugar representativo de la fe católica en el lugar.

Aunado a lo anterior, se deben enfocar esfuerzos en constituir un valor diferenciado con otros municipios por medio de servicios básicos como lo es el alojamiento, esto puede lograrse, según se observa en el trabajo de campo, dando fuerza a alojamientos no convencionales que permitan que estar en el destino sea una visita llena de experiencias mezclando naturaleza, innovación y asombro.

Entre ejemplos de este tipo de turismo puede hallarse el “Glamping”, el cual combina el clásico camping con unidades habitacionales cómodas sin dejar de lado el contacto con el entorno natural, ejemplo de ello puede hallarse a Glamping El Establo; también alojamiento tipo “Casa en el árbol” donde la estructura se construye en el tronco de un árbol a algunos metros del suelo, combinando el confort con el entorno del lugar.

CONCLUSIONES

Según lo evidenciado a lo largo de la investigación, el municipio de San Francisco de Sales tiene un potencial latente que tiene elementos capaces de satisfacer aquello que los turistas están buscando, aspectos como su ubicación geográfica, un clima ideal para quienes visitan el lugar, la hospitalidad de las personas y por supuesto se destacan los recursos turísticos que se encuentran en su interior.

No obstante, acorde a lo observado la actividad turística ha crecido paulatinamente acorde a la necesidad que se ha venido presentando en los habitantes para generar ingresos así como de las personas que visitan el lugar con el fin de cambiar de ambiente y obtener tranquilidad; debido a esto se ha dado un turismo no planificado y que corre sobre la marcha, lo cual por supuesto no es benéfico para ninguno de los actores, esto debido a que puede existir efectos negativos para la población en aspectos como seguridad, tranquilidad, cultura, entre otras, así como para los visitantes y turistas donde pueden recibir un mal servicio, o ingresar a lugares que no están debidamente controlados y pueden correr riesgo, entre otras razones.

De acuerdo con lo anterior, la planificación del turismo permitiría un correcto crecimiento de este en el municipio, donde se tengan en cuenta aspectos como la capacidad de carga del destino, normatividad vigente para todo lo que aplica (turismo, hoteles, camping, ecoturismo, prestación de servicios, etc.), y por supuesto personas capacitadas para apoyar tanto desde la infraestructura que soporta esta actividad como los mismos prestadores de servicios.

Dando alcance a lo anterior y concluyendo el presente apartado, como parte de la planificación la creación de una sinergia entre los diferentes actores que participan en esta actividad económica es de vital importancia, donde al momento de adquirir los servicios,

cualquier persona (turista y/o visitante) evidencie el trabajo del municipio como llevado a cabo en conjunto y no como un prestador de servicios indiferente a los demás.

Recomendaciones

Lo principal que se recomienda es la asociación y trabajo conjunto entre los diferentes prestadores de servicios turísticos en el municipio y actores que participan en esto, con el fin de trabajar hacia un objetivo común y crear así una sinergia en pro de la innovación en la prestación de servicios turísticos y por supuesto optimizando los recursos con los que actualmente se cuenta en el destino.

Hay que mencionar además, que se debe tener en cuenta el punto de vista de los visitantes conociendo cuáles son aquellas razones que los mueven a asistir el destino, con el ánimo de enfocar cada vez mejor los servicios que requieren, así como es de vital importancia el escuchar y conocer las necesidades de los mismos prestadores de servicio, quienes pueden aportar puntos de vista interesantes que apoyen el desarrollo correcto del turismo en San Francisco de Sales.

Adicional a lo anterior, partiendo desde el punto de vista del aprovechamiento de los recursos actuales del municipio, se recomienda la planificación organizada y creación de paquetes turísticos, tomando como base la identificación de los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio (inventario) y las necesidades y gustos del turista (estudio de mercado), enfocándolos al producto turístico planteado, siendo que en este se identifica el mayor potencial de desarrollo turístico para San Francisco, Cundinamarca.

De igual forma se hace necesario brindar una información actualizada y que esté disponible para cada persona que visita el municipio e inclusive quienes residen en él, esto puede formalizarse por medio de un Punto de Información Turística (PIT), que permita tener acceso conocimiento de las y lugares para visitar, siendo esto parte fundamental para quienes visitan el municipio.

Finalmente, se reconoce la necesidad de que San Francisco, Cundinamarca, sea identificado como marca turística, es decir que la divulgación del lugar y lo que posee sea mayor, y que por lo tanto sea reconocido no solo a nivel local sino que pueda expandirse a nivel regional y a largo plazo a nivel nacional, lo cual puede realizarse por medio de la planificación, aplicación y corrección de estrategias concretas, por ello también se hace indispensable el estructurar formas de recolección de datos que permitan llevar a cabo un control estadístico y así generar confianza en las decisiones que sean tomadas y la promoción del destino, a partir de datos históricos y reales, tales como nivel de afluencia turística promedio, ocupación hotelera, número de turistas que visitan cada uno de los atractivos y recursos turísticos, entre otros.

Anexos

Anexo 1

Entrevista al director de Cultura y Turismo de San Francisco

1. ¿Cuál es el actual enfoque del municipio en cuanto a su desarrollo económico y avance social?

El actual enfoque del desarrollo económico está basado en la agricultura y la ganadería, esa es la situación actual y la estructura orgánica del municipio, nosotros tenemos una secretaria de desarrollo económico y agropecuario y del medio ambiente, donde básicamente es el desarrollo económico se está centrando en el desarrollo del agro, pecuario con los productos de ganadería, básicamente es el más fuerte y el cuidado del medio ambiente.

Por estructura del municipio, no hay una dirección clara en el desarrollo turístico del municipio, es por ello que en este momento y a raíz de la anterior administración se tomó la decisión de contratar una persona como gestor en la parte cultural y de turismo , en este momento, el enfoque de desarrollo económico sobre sector turismo recarga sobre las funciones contractuales que él tiene para desarrolla el sector, sin embargo, se ha evidenciado en el consejo de gobierno que para alcanzar un desarrollo del sector realmente como motor de desarrollo económico del municipio se requiere de todo un equipo profesional e interdisciplinar para poder apoyar y sacar adelante el sector del turismo, tiene que haber una persona al frente del sector en el que le dé un enfoque profesional sobre el tema del desarrollo del turismo para convertirlo en una potencia de desarrollo económico, en el momento está ligado al tema del agro pero somos conscientes que la mayor parte de la población sus ingresos económicos la mayor parte depende de la visita que en estos momentos las personas vienen al municipio, que como decía antes, las personas del casco urbano viven del comercio, entonces claramente, el

tema del turismo en estos momentos es un motor de desarrollo económico, pero no está proyectado ni está visualizado ni tenemos un top claro sobre en el cual se puede trabajar, digamos que desde nuestra administración lo que nosotros vemos o queremos en cabeza del alcalde municipal en relación al tema del turismo es empezar a hacer ese trabajo de fortalecimiento, el cual estamos proyectando la creación de una política pública para el desarrollo del sector turismo, teniendo en cuenta que en nuestro plan de desarrollo tenemos como meta la construcción de un plan de desarrollo de turismo, que se nos ha detenido un poco porque nuestro esquema de ordenamiento territorial no está actualizado, data de 1997 y es el que está funcionando, a los diez años que se cumplía, no se hizo ninguna actualización y en este momento si la ley y el tiempo lo permite se van a hacer algunas modificaciones para mirar cómo se involucran diferentes sectores como por ejemplo la cultura que está totalmente por fuera y el tema del turismo tampoco aparece en nuestro esquema territorial, por ende el uso del suelo no permite que se desarrollen algunas actividades económicas en torno al tema de proyecto de turismo, entonces estamos sujetos a eso, porque invertir una plata en un plan de desarrollo basados en esquema de ordenamiento territorial lo que está obsoleto pues es botar la plata y estaríamos incurriendo en un detrimento patrimonial. Partimos desde este momento en la construcción de la política pública para mirar que enfoque le podemos dar. Desde la percepción y concepción que tiene la administración municipal en cabeza de nuestro alcalde la visión de turismo para san Francisco tiene que ser un enfoque de naturaleza, un turismo ecológico, la visión que tiene esta administración, no es un turismo de veraneo ni de fin de semana sino que lo que nosotros queremos es que se desarrolle el sector en torno a diferentes actividades que se puedan hacer aprovechando los recursos naturales pero siendo conscientes que tiene que haber un respeto por el entorno ambiental y que las cargas que nosotros podamos traer al

municipio guarden la proporción de desarrollo económico pero siempre enfocado que no se vaya a afectar el entrono ni el medio ambiente

2. Desde la opinión de la alcaldía, cual es la visión que se tiene frente a la actividad económica del turismo y su combinación con otras actividades económicas

El tema de articular el mismo, porque no podemos desconocer que el tema agropecuario haga parte del desarrollo económico del municipio, lo que pasa es que hoy en día no podemos decir que ni la agricultura, ni que la ganadería es un motor de desarrollo económico del municipio

3. En el paso de los años, ¿cómo el turismo se ha venido desarrollando a nivel económico y social en San Francisco, Cundinamarca?

La situación económica ha ido cambiando, de tal manera que las tierras que se utilizaban para la siembra del café como icono más representativo en el tema agro en el municipio ha tendido a desaparecer y las personas del municipio ha cambiado sus cultivos y sus terrenos por zonas despejadas para hacer alguna actividad de turismo.

4. ¿Tienen un plan de desarrollo turístico en la actualidad?

No

5. ¿Ha recibido algún tipo de asesoría de ese plan, o algún tipo de acompañamiento de alguna entidad?

Básicamente, hemos tenido unos apoyos fundamentales y a través de la secretaria de integración regional del departamento y del IDECUT que es el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca, quien es el que nos da todas las directrices en el tema del sector, los lineamientos departamentales sobre los que están trabajando ellos para que nosotros accedamos a las estrategias que tienen ellos para

nosotros acceder a los recursos que maneja el departamento y la secretaria de integración regional claramente su objetivo es generar proyectos para que los municipios se asocien y se conozcan y puedan participar de algunas actividades donde estemos vinculados y se genere un motor de desarrollo en torno a todo el tema turístico, agropecuario y básicamente a otros sectores, sino que nosotros nos hemos beneficiado en el tema del levantamiento del inventario y la integración regional y por otro lado con relación al tema de un diseño de un plan de desarrollo, básicamente, nosotros tuvimos un acompañamiento, una contratación de la firma que nos realizó el plan de desarrollo municipal, que básicamente con ellos estábamos con el tema de la construcción del plan de desarrollo turístico pero por el modelo de gestión y desarrollo nos dimos cuenta que era muy peligroso para nosotros como administración, invertir unos recursos sobre unas tierras que no nos permite hacer mucho, entonces pues realmente si no podemos cumplir esa meta en esta administración, pues es mejor dejarla sin cumplir sin tener un esquema que nos permita tener una visión más amplia del territorio y lo que se puede y no se puede hacer; pero en contraprestación a lo que queremos hacer es que si tenemos una política pues primero nos da un enfoque claro y nos da unas bases para la construcción de un eventual plan de desarrollo.

6. ¿ha sido realizado algún trabajo en conjunto con municipios aledaños?

En este momento como tal no hay una alianza entre municipio y municipio, lo que tenemos en este momento a raíz del acompañamiento tanto de la secretaria de integración regional del departamento como del IDECUT lo que se ha consolidado es la construcción de unas rutas estratégicas que el departamento ha diseñado, en la cual hace referencia en la región que no encontramos corresponde a la ruta Dulce y Aventura que corresponde a los municipios del Rosal, San Francisco, La Vega, Nocaima, Villeta,

Guaduas que básicamente son los municipios que se encuentra sobre la autopista de la ruta del sol, entonces en este momento es la ruta que está promocionando la gobernación con relación de integración regional, entonces lo que se está apostando en estos momentos es entrar al rosal a conocer los cultivos de flores, entrar a San Francisco a conocer el Jardín encantado con el tema de los colibrís, pasar a la vega a tomar unas onces y comer el roscón resobado, visitar la laguna del Tabacal... entonces es la que se está consolidando y vendiendo la cual está generando una afluencia adicional de turistas que pasa por todos los municipios en un día y retorna a la ciudad, entonces es una estrategia del departamento.

Aparte de esto, hemos participado en expo Cundinamarca que también es una estrategia del departamento, en cabeza del gobernador, donde todos los municipios revisaran y llevara allí su oferta con relación tanto la parte turística y con relación en la parte artesanal y gastronómica para que las personas de Bogotá que es un potencial grande con relación a tema de desarrollo del sector fácilmente estarían dejando una parte de recursos en cada uno de los territorios, y con esos espacios se diseñaros unos stands para que las personas que habitan en Bogotá reconozcan a través de estos una muestra pequeña de cada uno.

7. ¿Existe un inventario de los recursos y atractivos turísticos en el municipio?

Se está adelantando, pero soy consciente de que falta información

8. ¿Cuál es la visión tanto en proyectos como en políticas desde la alcaldía, en el campo turístico?

En proyectos, apropiar los recursos del sector para seguir generando actividades de desarrollo, lo que nosotros tenemos proyectado evidentemente es incentivar el tema

de los operadores de turismo que sean presentado proyectos para de esta manera podamos catapultar económicamente pero en una asociación, porque los recursos del municipios no se pueden destinar para una persona como tal sino para asociaciones, fundaciones legalmente constituidas que nosotros podamos ayudar de cierta manera porque es el beneficio común y no el beneficio particular, en este momento, solo hay una asociación de prestadores de turismo con las que estamos adelantando un trabajo de que ellos miren sus estatutos y si pueden involucrar mas prestadores dentro de la asociación con el ánimo de que presenten sus proyectos y catapultar económicamente evidentemente haciendo la gestión ante el orden departamental; pero como decía inicialmente, tenemos que hacer es que todos se formalicen y se puedan agremiar.

9. ¿Qué tan vinculada está a las iniciativas turísticas actuales y cuál es la percepción de esta?

Lo que más pide la comunidad es el fortalecimiento, el comercio, están muy inquietos con el sector, de hecho nos han planteado muchas inquietudes con lo que ellos ven, a lo que proponen, pero como lo decía, nosotros no podemos tomar decisiones enfocadas a una sola persona sino que básicamente lo que queremos es tener una política donde nos permita mirar el enfoque que se tiene de acuerdo a lo que está solicitando la población en general; si se han diseñado unas estrategias con relación a algunos eventos para motivar el movimiento de turista en el municipio, ya tenemos unos establecidos en el año tradicionales como los son las ferias y fiestas del municipio, exposición equina, la semana cultural, festival cultural para diciembre, entonces es la finalidad es la promoción turística del municipio y le hemos apostado a fortalecer inicialmente estos eventos y a generar nuevos espacios culturales para que las personas se animen a conocer el municipio de San Francisco.

En la parte de infraestructura se está proyectado la adecuación de las vías de acceso del municipio, hay dos vías de acceso al municipio pero pues no son las peores, pero tampoco son las mejores y es una parte que se hace visible y que claramente pesa al momento de desplazamiento y decide si entrar o no entrar, en este momento también se está socializando la repavimentación del casco urbano que también están deterioradas y que afecta al sector, puesto que si no hay unas buenas vías las personas no van a querer estar; por otro lado está la modificación del parque principal, ya se está adelantando y tienen un costo alrededor de 1.200 millones de pesos para que los turistas puedan estar en un espacio agradable en nuestro parque principal.

También se tiene proyectado la remodelación de la plaza de mercado y la plaza de comidas pues no es el más apropiado para atender la parte de higiene; y todos estos proyectos van enfocados al desarrollo del sector.

10. A nivel de divulgación y promoción turística, ¿Cuál es la estrategia que se ha manejado o se está manejando en el campo turístico?

Nosotros utilizamos varias herramientas de difusión, por una parte, tenemos los apoyos del departamento donde básicamente es una plataforma que maneja la gobernación de Cundinamarca donde todos los eventos y actividades que se vayan a hacer no solo los de San Francisco sino en todo el departamento semanalmente está siendo rafagueados por diferentes medios de comunicación que ellos manejan como canales locales, televisión y radio y por medios de escritos, por otro lado los que son eventos locales o eventos internos se maneja una estrategias de publicidad como pasacalles, perifoneo, cuñas radiales para conocer el municipio y en el momento las plataformas que maneja el municipio como redes sociales para dar a conocer toda la información de los diferentes sectores y por otro lado como eje central del municipio,

el jardín encantado ha sido una catapulta para el reconocimiento y posicionamiento del municipio como sitio real, los canales que ellos manejan son bastante importantes, acá ha venido la BBC de Londres, Nat Geo, donde se puede ver internacionalmente nuestro Jardín.

Anexo 2

Inventario Turístico

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL INMUEBLE - DE CARÁCTER CIENTÍFICO
ESPECÍMENES BIOLÓGICOS**

GENERALIDADES

Nombre	JARDÍN ENCANTADO							
Departamento	Cundinamarca	Municipio			San Francisco de Sales			
Corregimiento Vereda o Localidad	Centro							
Administrador o Propietario	Leonor Pardo							
Dirección de ubicación	Calle 2 # 11 - 261							
Teléfono o Fax	310 875 5507							
distancia desde Bogotá D.C.	55 km de Bogotá	Tipo de Acceso						
			Terrestre	x	Acuático		Aéreo	
Indicaciones de acceso								

Desde Bogotá la salida es por la calle 80 y hay dos posibles entradas de acceso al municipio, la primera es por el peñón, la cual se encuentra desde la vía principal por la autopista del sol y desde allí se comienza a descender aproximadamente unos 15 minutos hacia el sur del municipio; el otro acceso igualmente se puede abordar un bus que vaya con destino a La Vega, Villeta o Guaduas y bajarse en el parador del Alto de Minas, donde se puede encontrar taxis que hacen el recorrido hasta el municipio

Características

Código Asignado	1.5.3.1 Jardín Encantado
Descripción	

Jardín encantado es un lugar en el cual se puede hacer el avistamiento de colibríes autóctonos del país, se puede observar alrededor de 20 especies del mismo, es un lugar de carácter internacional debido a que varios fotógrafos y ambientalistas extranjeros se sienten atraídos por las especies que allí se pueden observar.



PUNTAJE DE VALORACIÓN

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de conservación (21)				21
Constitución del bien (21)				21
Representatividad (28)				28
<i>Subtotal</i>				70
SIGNIFICADO				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	30
TOTAL				100

Imagen de autoría propia

ELABORADO POR	Verónica Ardila y Sergio Guerrero	FECHA: 10 de Junio de 2018
---------------	-----------------------------------	----------------------------

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
PATRIMONIO CULTURAL - ARQUITECTURA RELIGIOSA
TEMPLO**

GENERALIDADES

Nombre	PARROQUIA SAN FRANCISCO DE SALES							
Departamento	Cundinamarca		Municipio		San Francisco de Sales			
Corregimiento Vereda o Localidad	Centro							
Administrador o Propietario	Jaime Ballén							
Dirección de ubicación	Calle 3 #6-84							
Teléfono o Fax	8478427							
distancia desde Bogotá D.C.	55 km de Bogotá		Tipo de Acceso					
			Terrestre	x	Acuático		Aéreo	
Indicaciones de acceso								

Desde Bogotá la salida es por la calle 80 y hay dos posibles entradas de acceso al municipio, la primera es por el peñón, la cual se encuentra desde la vía principal por la autopista y desde allí se comienza a descender aproximadamente unos 15 minutos hacia el sur del municipio; el otro acceso igualmente se puede abordar un bus que vaya con destino a La Vega, Villeta o Guaduas y bajarse en el parador del Alto de Minas, donde se puede encontrar taxis que hacen el recorrido hasta el municipio con destino en el parque principal de San Francisco de Sales donde queda ubicada la parroquia en mención.

Características

Código Asignado	1,1,3,1 Arquitectura Religiosa						
Descripción	Templo Parroquial						

Templo Parroquial San Francisco de Sales, fundado en 1857 por el Sacerdote Santos María Camero la construcción del templo actual data de principio del siglo pasado.



PUNTAJE DE VALORACIÓN

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de conservación (21)				21
Constitución del bien (21)				21
Representatividad General (28)				28
<i>Subtotal</i>				70
SIGNIFICADO				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6
TOTAL				76

Imagen de autoría propia

ELABORADO POR	Verónica Ardila y Sergio Guerrero	FECHA: 10 de Junio de 2018

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
PATRIMONIO CULTURAL- ARQUITECTURA INSTITUCIONAL
EDIFICACIÓN GUBERNAMENTAL**

GENERALIDADES

Nombre	Administración Municipal							
Departamento	Cundinamarca		Municipio		San Francisco de Sales			
Corregimiento Vereda o Localidad	Centro							
Administrador o Propietario	Edgar Guerrero Sánchez							
Dirección de ubicación	Calle 4 No. 7-56 Parque principal							
Teléfono o Fax	8478394 - 8478214							
distancia desde Bogotá D.C.	55 km de Bogotá		Tipo de Acceso					
			Terrestre	x	Acuático		Aéreo	
Indicaciones de acceso								

Desde Bogotá la salida es por la calle 80 y hay dos posibles entradas de acceso al municipio, la primera es por el peñón, la cual se encuentra desde la vía principal por la autopista y desde allí se comienza a descender aproximadamente unos 15 minutos hacia el sur del municipio; el otro acceso igualmente se puede abordar un bus que vaya con destino a La Vega, Villeta o Guaduas y bajarse en el parador del Alto de Minas, donde se puede encontrar taxis que hacen el recorrido hasta el municipio, se llega al parque principal en la cual se puede observar la alcaldía municipal.

Características

Código Asignado	1.1.4.1 Palacio Municipal
Descripción	

No registra fecha de construcción de la alcaldía, Institución de orden público que presta los servicios para su comunidad de manera cercana.



PUNTAJE DE VALORACIÓN

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de conservación (21)				16
Constitución del bien (21)				21
Representatividad General (28)				28
<i>Subtotal</i>				65
SIGNIFICADO				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	12
TOTAL				77

Imagen de autoría propia

ELABORADO POR	Verónica Ardila y Sergio Guerrero	FECHA: 10 de Junio de 2018

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
PATRIMONIO CULTURAL - ARQUITECTURA INSTITUCIONAL
EDIFICACIÓN PARA LA CULTURA**

GENERALIDADES

Nombre	Biblioteca Eduardo Palacios		
Departamento	Cundinamarca	Municipio	San Francisco de Sales
Corregimiento Vereda o Localidad	Centro		
Administrador o Propietario	Bibiana Bautista León		
Dirección de ubicación	Carrera 6A # 3 -29		
Teléfono o Fax	3005302208		
distancia desde Bogotá D.C.	55 km de Bogotá	Tipo de Acceso	
		Terrestre	x Acuático Aéreo
Indicaciones de acceso			

Desde Bogotá la salida es por la calle 80 y hay dos posibles entradas de acceso al municipio, la primera es por el peñón, la cual se encuentra desde la vía principal por la autopista del sol y desde allí se comienza a descender aproximadamente unos 15 minutos hacia el sur del municipio; el otro acceso igualmente se puede abordar un bus que vaya con destino a La Vega, Villeta o Guaduas y bajarse en el parador del Alto de Minas, donde se puede encontrar taxis que hacen el recorrido hasta el municipio, la biblioteca se encuentra aproximadamente a 5 minutos del parque principal.

Características

Código Asignado	1.1.4.4 Biblioteca
Descripción	

Constituye parte importante y apoyo para el desarrollo de la educación de los estudiantes del municipio, pertenece a la red nacional de bibliotecas públicas.



PUNTAJE DE VALORACIÓN

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de conservación (21)				15
Constitución del bien (21)				21
Representatividad General (28)				28
<i>Subtotal</i>				64
SIGNIFICADO				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6
TOTAL				70

Imagen de autoría propia

ELABORADO POR	Verónica Ardila y Sergio Guerrero	FECHA: 10 de Junio de 2018

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
PATRIMONIO CULTURAL - ARQUITECTURA INSTITUCIONAL
CENTRO HOSPITALARIO**

GENERALIDADES

Nombre	E.S.E. Centro De Salud San Francisco De Sales							
Departamento	Cundinamarca		Municipio		San Francisco de Sales			
Corregimiento Vereda o Localidad	Centro							
Administrador o Propietario	Jaime Alba Pardo							
Dirección de ubicación	Calle 5 Carrera 7, Esquina							
Teléfono o Fax	8478336							
distancia desde Bogotá D.C.	55 km de Bogotá		Tipo de Acceso					
			Terrestre	x	Acuático		Aéreo	
Indicaciones de acceso								

Desde Bogotá la salida es por la calle 80 y hay dos posibles entradas de acceso al municipio, la primera es por el peñón, la cual se encuentra desde la vía principal por la autopista del sol y desde allí se comienza a descender aproximadamente unos 15 minutos hacia el sur del municipio; el otro acceso igualmente se puede abordar un bus que vaya con destino a La Vega, Villeta o Guaduas y bajarse en el parador del Alto de Minas, donde se puede encontrar taxis que hacen el recorrido hasta el municipio, del parque principal, el hospital se encuentra aproximadamente unos 10 minutos.

Características

Código Asignado	1.1.4.6 Centro Hospitalario y Asistencial					
Descripción						

El centro de Salud es una institución pública de primer nivel que sirve a este municipio y a sus veredas, presta servicios básicos y en medicina general.

PUNTAJE DE VALORACIÓN

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de conservación (21)				16
Constitución del bien (21)				21
Representatividad General (28)				28
<i>Subtotal</i>				65
SIGNIFICADO				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacion al (30)	12
TOTAL				77



Imagen de autoría propia

ELABORADO POR	Verónica Ardila y Sergio Guerrero		FECHA: 10 de Junio de 2018

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL INMUEBLE - URBANO
PAQUE PRINCIPAL**

GENERALIDADES

Nombre	PARQUE PRINCIPAL							
Departamento	Cundinamarca		Municipio		San Francisco de Sales			
Corregimiento Vereda o Localidad	Centro							
Administrador o Propietario	Alcaldía							
Dirección de ubicación	Centro del municipio							
Teléfono o Fax	8478394 - 8478214							
distancia desde Bogotá D.C.	55 km de Bogotá		Tipo de Acceso					
			Terrestre	x	Acuático		Aéreo	
Indicaciones de acceso								

Desde Bogotá la salida es por la calle 80 y hay dos posibles entradas de acceso al municipio, la primera es por el peñón, la cual se encuentra desde la vía principal por la autopista del sol y desde allí se comienza a descender aproximadamente unos 15 minutos hacia el sur del municipio; el otro acceso igualmente se puede abordar un bus que vaya con destino a La Vega, Villeta o Guaduas y bajarse en el parador del Alto de Minas, donde se puede encontrar taxis que hacen el recorrido hasta el municipio

Características

Código Asignado	1.2.2 Elementos Del Espacio Público
Descripción	PARQUE PRINCIPAL DEL MUNICIPIO

Este parque se encuentra ubicado en el centro del municipio, muy apetecido por las personas para el descanso, se puede observar desde allí la iglesia principal del municipio, la alcaldía y muy cercano a establecimientos de gastronomía y de ocio.

PUNTAJE DE VALORACIÓN

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de conservación (21)				21
Constitución del bien (21)				20
Representatividad (28)				20
<i>Subtotal</i>				61
SIGNIFICADO				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6
TOTAL				67



Imagen de autoría propia

ELABORADO POR	Verónica Ardila y Sergio Guerrero	FECHA: 10 de Junio de 2018

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
LA GASTRONOMÍA Y LOS SABERES CULINARIOS**

GENERALIDADES

Nombre	GASTRONOMÍA							
Departamento	Cundinamarca			Municipio		San Francisco de Sales		
Corregimiento Vereda o Localidad	Zona Urbana							
Administrador o Propietario								
Dirección de ubicación	Plaza de mercado							
Teléfono o Fax								
distancia desde Bogotá D.C.	55 kms de Bogotá			Tipo de Acceso				
			Terrestre	x	Acuático		Aéreo	
Indicaciones de acceso								

Desde Bogotá la salida es por la calle 80 y hay dos posibles entradas de acceso al municipio, la primera es por el peñon, la cual se encuentra desde la vía principal por la autopista del sol y desde allí se comienza a descender aproximadamente unos 15 minutos hacia el sur del municipio; el otro acceso igualmente se puede abordar un bus que vaya con destino a La Vega, Villeta o Guaduas y bajarse en el parador del Alto de Minas, donde se puede encontrar taxis que hacen el recorrido hasta el municipio

Características

código Asignado	1.6.2 La Gastronomía y los saberes culinarios				
Descripción	GASTRONOMÍA				

Su gastronomía es influenciada por su ubicación en la región, el plato típico de los sanfranciscanos la fritanga y el sancocho de gallina



PUNTAJE DE VALORACIÓN

CALIDAD				PUNTAJE
Colectivo (14)				14
Tradicional (14)				14
Anónimo (14)				14
Espontáneo (14)				14
Popular (14)				14
<i>Subtotal</i>				70
SIGNIFICADO				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	12
TOTAL				82

Imagen tomada de

https://www.google.com.co/search?q=comida+del+altiplano+cundiboyacense&espv=2&biw=1242&bih=580&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjOjuuTibbQAhVNySYKHWNHCTQQ_AUIBigB#tbm=isch&q=fritanga&imgc=acg-ePrpCpWmzM%3A

ELABORADO POR	Verónica Ardila y Sergio Guerrero	FECHA: 11 de Junio de 2018
---------------	-----------------------------------	----------------------------

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FESTIVIDADES Y EVENTOS**

GENERALIDADES

Nombre	Feria Equina Grado B							
Departamento	Cundinamarca	Municipio			San Francisco de Sales			
Corregimiento Vereda o Localidad	Centro							
Administrador o Propietario	Edgar Guerrero Sánchez							
Dirección de ubicación	Centro del municipio							
Teléfono o Fax								
distancia desde Bogotá D.C.	55 km de Bogotá		Tipo de Acceso					
			Terrestre	x	Acuatico		Aéreo	
Indicaciones de acceso								

Desde Bogotá la salida es por la calle 80 y hay dos posibles entradas de acceso al municipio, la primera es por el peñón, la cual se encuentra desde la vía principal por la autopista del sol y desde allí se comienza a descender aproximadamente unos 15 minutos hacia el sur del municipio; el otro acceso igualmente se puede abordar un bus que vaya con destino a La Vega, Villeta o Guaduas y bajarse en el parador del Alto de Minas, donde se puede encontrar taxis que hacen el recorrido hasta el municipio

Características

Código Asignado	1.7.2.7. Ferias y Exposiciones / Equina
Descripción	

Celebrada los días 9 y 10 de Mayo de 2018 con la temática "pasopista", se llevó a cabo como parte de la programación dada por la Federación Colombiana de Asociaciones Equinas; en general en esta se exponen diversos ejemplares equinos provenientes de varios lugares del país y es celebrada en varios municipios a lo largo del año.



3. Puntajes de Valoración

CALIDAD				PUNT AJE
Organización del Evento (30)				30
Beneficios Socioculturales (20)				20
Beneficios Económicos Locales (20)				20
Subtotal				70
SIGNIFICADO				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	18
TOTAL				88

Imagen recuperada de: <http://www.sanfrancisco-cundinamarca.gov.co>

ELABORADO POR	Verónica Ardila; Sergio Guerrero	FECHA: 11 de Junio de 2018

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FESTIVIDADES Y EVENTOS							
GENERALIDADES							
Nombre	Ferias y Fiestas San Francisco						
Departamento	Cundinamarca	Municipio	San Francisco de Sales				
Corregimiento Vereda o Localidad	Centro						
Administrador o Propietario	Edgar Guerrero Sánchez						
Dirección de ubicación	Centro del municipio						
Teléfono o Fax							
distancia desde Bogotá D.C.	55 km de Bogotá	Tipo de Acceso					
		Terrestre	x	Acuatico		Aéreo	
Indicaciones de acceso							
Desde Bogotá la salida es por la calle 80 y hay dos posibles entradas de acceso al municipio, la primera es por el peñón, la cual se encuentra desde la vía principal por la autopista del sol y desde allí se comienza a descender aproximadamente unos 15 minutos hacia el sur del municipio; el otro acceso igualmente se puede abordar un bus que vaya con destino a La Vega, Villeta o Guaduas y bajarse en el parador del Alto de Minas, donde se puede encontrar taxis que hacen el recorrido hasta el municipio							
Características							
Código Asignado	1.7.2.12. Feria de exposición agropecuaria, turística y cultural						
Descripción							
Da lugar en la semana del 16 al 20 de agosto, se celebra cada año la feria de exposición agropecuaria, turística y cultural del municipio; en esta feria se pueden destacar actividades como exposición bovina de razas puras y conferencias en sanidad animal, recorridos turísticos en el municipio, alborada a cargo de las mujeres y la juventud san franciscana, cabalgatas, presentaciones musicales a cargo de diferentes artistas, entre otras actividades.							
3. Puntajes de Valoración							
CALIDAD				PUNTAJE			
Organización del Evento (30)				25			
Beneficios Socioculturales (20)				20			
Beneficios Económicos Locales (20)				20			
Subtotal				65			
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	12			
TOTAL				77			
Imagen de autoría propia							
ELABORADO POR		Verónica Ardila; Sergio Guerrero			FECHA: 11 de Junio de 2018		

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FESTIVIDADES Y EVENTOS					
GENERALIDADES					
Nombre	Reinado Departamental Del Caballista				
Departamento	Cundinamarca	Municipio	San Francisco de Sales		
Corregimiento Vereda o Localidad	Centro				
Administrador o Propietario	Edgar Guerrero Sánchez				
Dirección de ubicación	Centro del municipio				
Teléfono o Fax					
distancia desde Bogotá D.C.	55 km de Bogotá	Tipo de Acceso			
		Terrestre	x	Acuático	Aéreo
Indicaciones de acceso					
Desde Bogotá la salida es por la calle 80 y hay dos posibles entradas de acceso al municipio, la primera es por el peñón, la cual se encuentra desde la vía principal por la autopista del sol y desde allí se comienza a descender aproximadamente unos 15 minutos hacia el sur del municipio; el otro acceso igualmente se puede abordar un bus que vaya con destino a La Vega, Villeta o Guaduas y bajarse en el parador del Alto de Minas, donde se puede encontrar taxis que hacen el recorrido hasta el municipio					
Características					
Código Asignado	1.7.1.3.Concursos y/o reinados				
Descripción					
Este reinado da lugar en las ferias y fiestas del municipio en la cual participan varios municipios del departamento.					
3. Puntajes de Valoración					
CALIDAD					PUNTAJE
Organización del Evento (30)					25
Beneficios Socioculturales (20)					20
Beneficios Económicos Locales (20)					20
Subtotal					65
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)		12
TOTAL					77
Fuente: Google Imágenes					
ELABORADO POR		Verónica Ardila; Sergio Guerrero		FECHA: 11 de Junio de 2018	

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
SITIOS NATURALES**

GENERALIDADES

Nombre	PIEDRA DEL FRAILE							
Departamento	Cundinamarca	Municipio		San Francisco de Sales				
Corregimiento Vereda o Localidad	Vereda San Miguel							
Administrador o Propietario	N/A							
Dirección de ubicación	Vereda San Miguel							
Teléfono o Fax	N/A							
distancia desde Bogotá D.C.	55 kms de Bogotá	Tipo de Acceso						
			Terrestre	x	Acuatico		Aéreo	
Indicaciones de acceso								

Dirigirse vía Supatá, en el Municipio de San Francisco, en la entrada a Lago Verde, a 3 Km del casco urbano, en la entrada de la finca dirigirse hacia la izquierda (sudeste) a 100 metros, se encuentra este atractivo.
Actualmente este atractivo se encuentra en una zona privada, por lo cual su acceso es restringido al público.

Características

Código Asignado	2.12.3 Formaciones Cársicas / Otros
Descripción	

En esta zona, directamente en la piedra del Fraile se pueden hallarse los llamados "petroglifos" o arte rupestre, es decir marcas y trazos grabados en la roca que pone en evidencia la existencia de grupos humanos que ocuparon este sitio; adicionalmente se resaltan las historias y mitos que rodean el lugar.



PUNTAJE DE VALORACIÓN

CALIDAD		
Sin Contaminación del aire (10)		10
Sin Contaminación del agua(10)		10
Sin Contaminación visual (10)		10
Sin contaminación sonora (10)		10
Estado de Conservación (10)		2
Diversidad (10)		5
Singularidad (10)		6
<i>Subtotal</i>		53
SIGNIFICADO		
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)
		Internacional (30)
TOTAL		59

Imagen de autoría propia

ELABORADO POR	Verónica Ardila; Sergio Guerrero	FECHA: 11 de Junio de 2018
---------------	----------------------------------	----------------------------

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
SITIOS NATURALES**

GENERALIDADES

Nombre	LAGO VERDE							
Departamento	Cundinamarca	Municipio		San Francisco de Sales				
Corregimiento Vereda o Localidad	Vereda San Miguel							
Administrador o Propietario	Martha Patricia Flórez							
Dirección de ubicación	Vereda San Miguel							
Teléfono o Fax	3134405966							
distancia desde Bogotá D.C.	55 kms de Bogotá	Tipo de Acceso						
			Terrestre	x	Acuatico		Aéreo	
Indicaciones de acceso								

Desde san francisco Cundinamarca, tomar vía la Magola hacia supatá, en vereda san miguel

Características

Código Asignado	2.8 Lugares de Caza y Pesca
Descripción	

Somos una organización fundada hace más de 15 años, que brinda servicios de pesca deportiva, restaurante bar, zona de camping. Estamos capacitados para ofrecerle la atención que necesita para sus eventos y fechas especiales. Contamos con los recursos necesarios para brindarle un servicio de calidad, satisfacción garantizada.

Recuperado de: <https://lago-verde-san-francisco.webnode.es/%c2%bfquienes-somos/>



PUNTAJE DE VALORACIÓN

CALIDAD				
Sin Contaminación del aire (10)				10
Sin Contaminación del agua(10)				10
Sin Contaminación visual (10)				10
Sin contaminación sonora (10)				10
Estado de Conservación (10)				10
Diversidad (10)				10
Singularidad (10)				10
Subtotal				70
SIGNIFICADO				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	12
TOTAL				82

Imagen de autoría propia

ELABORADO POR	Verónica Ardila y Sergio Guerrero	FECHA: 11 de Junio de 2018

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
SITIOS NATURALES**

GENERALIDADES

Nombre	CHORRO DE PLATA						
Departamento	Cundinamarca	Municipio		San Francisco de Sales			
Corregimiento Vereda o Localidad	Vereda San Miguel						
Administrador o Propietario	N/A						
Dirección de ubicación	Vereda San Miguel						
Teléfono o Fax	N/A						
distancia desde Bogotá D.C.	55 kms de Bogotá	Tipo de Acceso					
			Terrestre	x	Acuatico		Aéreo
Indicaciones de acceso							

Características

Código Asignado	2.5.1. Cascada, Catarata o Salto
Descripción	

Espectacular cascada de más de 90 metros de altura
Grandes peñascos que marcan la frontera entre la sabana de Bogotá y el pie de monte del valle del Magdalena



PUNTAJE DE VALORACIÓN

CALIDAD

Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua(10)	10
Sin Contaminación visual (10)	10
Sin contaminación sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	8

Subtotal 68

SIGNIFICADO

Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6
-----------	---------------	---------------	--------------------	---

TOTAL 74

Recuperado de: <https://allevents.in/org/verde-senecio/10885500>

ELABORADO POR

Verónica Ardila y Sergio Guerrero

FECHA: 11 de Junio de 2018

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
SITIOS NATURALES**

GENERALIDADES

AGUAS CALIENTES								
Nombre								
Departamento	Cundinamarca	Municipio			San Francisco de Sales			
Corregimiento Vereda o Localidad	Vereda San Miguel							
Administrador o Propietario	N/A							
Dirección de ubicación	Vereda San Miguel							
Teléfono o Fax	N/A							
distancia desde Bogotá D.C.	55 kms de Bogotá		Tipo de Acceso					
			Terrestre	x	Acuatico		Aéreo	
Indicaciones de acceso								

Llegar allí toma alrededor de 2 horas a pie desde el municipio o 35 minutos en carro, aunque no propiamente el vehículo va hasta el pozo, llega hasta la portada principal cuando el tiempo y las vías están en buen estado, existe otra vía alternativa y es por Sabaneta. <http://www.sanfranciscodesales.net/sitios-turisticos/agual-caliente>

Características

Código Asignado	2.11.2 Aguas Termales
Descripción	

A tan solo una hora de Bogotá, se encuentra el municipio de san Francisco, un paraíso de aguas calientes que se empozan entre gigantescas montañas. De allí fluye el río San Francisco, uno de los afluentes que forma una pequeña laguna termal, donde los aventureros dejan su equipaje y simplemente se relajan.

Recuperado de:

<https://www.civico.com/bogota/evento/camping-en-las-aguas-termales-de-san-francisco-cerca-a-bogota>



PUNTAJE DE VALORACIÓN

CALIDAD				
Sin Contaminación del aire (10)				10
Sin Contaminación del agua(10)				10
Sin Contaminación visual (10)				8
Sin contaminación sonora (10)				10
Estado de Conservación (10)				6
Diversidad (10)				10
Singularidad (10)				8
Subtotal				62
SIGNIFICADO				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6
TOTAL				68

Imagen de autoría propia

ELABORADO POR	Verónica Ardila y Sergio Guerrero	FECHA: 11 de Junio de 2018

INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
Cuadro Resumen

Nombre	Codigo	A	B	C	D	E	F	G	H	Calif	Loc	Reg	Nal	Int	Calif. Total
JARDÍN ENCANTADO	1.5.3.1.	21	21	28						70				30	100
FERIA EQUINA GRADO B	1.7.2.7.	30	20	20						70			18		88
LAGO VERDE	2.4.2.	10	10	10	10	10	10	10		70		12			82
GASTRONOMÍA	1.6.2	14	14	14	14	14				70		12			82
ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL	1.1.4.1	16	21	28						65		12			77
REINADO DEPARTAMENTAL DEL CABALLISTA	1.7.1.3.	25	20	20						65		12			77
FERIA DE EXPOSICIÓN AGROPECUARIA, TURÍSTICA Y CULTURAL	1.7.2.12	25	20	20						65		12			77
UNIDAD DE SALUD SAN FRANCISCO DE ASIS	1.1.4.6	16	21	28						65		12			77
PARROQUIA SAN FRANCISCO DE SALES	1.1.3.1	21	21	28						70	6				76
CHORRO DE PLATA	2.5.1	10	10	10	10	10	10	8		68	6				74
BIBLIOTECA EDUARDO PALACIOS	1.1.4.4	15	21	28						64	6				70
CASA DE LA CULTURA	1.1.4.4	15	21	28						64	6				70
AGUAS CALIENTES	2.4.5	10	10	8	10	6	10	8		62	6				68
PARQUE PRINCIPAL	1.2.2	21	20	20						61	6				67
PIEDRA DEL FRAILE	2.12.3	10	10	10	10	2	5	6		53	6				59
Diligenciado por: Verónica Ardila y Sergio Guerrero		Fecha: 13 de Junio 2018													

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS FORMULARIO GENERAL 1, PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles					
No.	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características
1	JARDÍN ENCANTADO	1.5.3.1.	100	CALLE 2 # 11 - 261	Jardín encantado es un lugar en el cual se puede hacer el avistamiento de colibríes autóctonos del país, se puede observar alrededor de 20 especies del mismo, es un lugar de carácter internacional debido a que varios fotógrafos y ambientalistas extranjeros se sienten atraídos por las especies que allí se pueden observar.
2	FERIA EQUINA GRADO B	1.7.2.7.	88	CENTRO	Celebrada los días 9 y 10 de Mayo de 2018 con la temática "pasopista", se llevó a cabo como parte de la programación dada por la Federación Colombiana de Asociaciones Equinas; en general en esta se exponen diversos ejemplares equinos provenientes de varios lugares del país y es celebrada en varios municipios a lo largo del año.
3	LAGO VERDE	2.4.2.	82	VEREDA SAN MIGUEL	Somos una organización fundada hace mas de 15 años, que brinda servicios de pesca deportiva, restaurante bar, zona de camping . Estamos capacitados para ofrecerle la atención que necesita para sus eventos y fechas especiales. Contamos con los recursos necesarios para brindarle un servicio de calidad, satisfacción garantizada. Recuperado de: https://lago-verde-san-francisco.webnode.es/%c2%bfquienes-somos-/
4	GASTRONOMÍA	1.6.2	82	PLAZA DE MERCADO	Su gastronomía es influenciada por su ubicación en la región, el plato típico de los sanfranciscanos la fritanga y el sancocho de gallina
5	ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL	1.1.4.1	77	Calle 4 No. 7-56 Parque principal	No registra fecha de construcción de la alcaldía, Institución de orden público que presta los servicios para su comunidad de manera cercana.
6	REINADO DEPARTAMENTAL DEL CABALLISTA	1.7.1.3.	77	Calle 4 No. 7-56 Parque principal	Este reinado da lugar en las ferias y fiestas del municipio en la cual participan varios municipios del departamento.
7	FERIA DE EXPOSICIÓN AGROPECUARIA, TURÍSTICA Y CULTURAL	1.7.2.1 2	77	Calle 4 No. 7-56 Parque principal	Da lugar en la semana del 16 al 20 de agosto, se celebra cada año la feria de exposición agropecuaria, turística y cultural del municipio; en esta feria se pueden destacar actividades como exposición bovina de razas puras y conferencias en sanidad animal, recorridos turísticos en el municipio, alborada a cargo de las mujeres y la juventud sanfranciscana, cabalgatas, presentaciones musicales a cargo de diferentes artistas, entre otras actividades.
8	UNIDAD DE SALUD SAN FRANCISCO DE ASIS	1.1.4.6	77	Calle 5 Carrera 7, Esquina	El centro de Salud es una institución pública de primer nivel que sirve a este municipio y a sus veredas, presta servicios básicos y en medicina general.
9	PARROQUIA SAN FRANCISCO DE SALES	1.1.3.1	76	Calle 3 #6-84	Templo Parroquial San Francisco de Sales, fundado en 1857 por el Sacerdote Santos María Camero la construcción del templo actual data de principio del siglo pasado.
10	CHORRO DE PLATA	2.5.1	74	VEREDA SAN MIGUEL	Espectacular cascada de más de 90 metros de altura. Grandes peñascos que marcan la frontera entre la sabana de Bogotá y el pie de monte del valle del Magdalena
11	BIBLIOTECA EDUARDO PALACIOS	1.1.4.4	70	Carrera 6A # 3 - 29	Constituye parte importante y apoyo para el desarrollo de la educación de los estudiantes del municipio, pertenece a la red nacional de bibliotecas publicas.
12	CASA DE LA CULTURA	1.1.4.4	70	Carrera 6A # 3 - 29	Ubicada en el mismo lugar que la Biblioteca, muy cerca del parque principal, brinda a los habitantes el espacio y la disponibilidad para acceder a cursos: Música (guitarra), danzas, banda nupcial, sinfónica y teatro.
13	AGUAS CALIENTES	2.4.5	68	VEREDA SAN MIGUEL	A tan solo una hora de Bogotá, se encuentra el municipio de san Francisco, un paraíso de aguas calientes que se empozan entre gigantescas montañas. De allí fluye el río San Francisco, uno de los afluentes que forma una pequeña laguna termal, donde los aventureros dejan su equipaje y simplemente se relajan. Recuperado de: https://www.civico.com/bogota/evento/camping-en-las-aguas-termales-de-san-francisco-cerca-a-bogota
14	PARQUE PRINCIPAL	1.2.2	67	CENTRO	Este parque se encuentra ubicado en el centro del municipio, muy apetecido por las personas para el descanso, se puede observar desde allí la iglesia principal del municipio, la alcaldía y muy cercano a establecimientos de gastronomía y de ocio.
15	PIEDRA DEL FRAILE	2.12.3	59	VEREDA SAN MIGUEL	En esta zona, directamente en la piedra del Fraile pueden hallar los llamados "petroglifos" o arte rupestre, es decir marcas y trazos grabados en la roca que pone en evidencia la existencia de grupos humanos que ocuparon este sitio; adicionalmente se resaltan las historias y mitos que rodean el lugar.
Diligenciado por: Verónica Ardila y Sergio Guerrero					Fecha: 13 de Junio 2018

FORMULARIO DE FACILIDADES
ALOJAMIENTO SAN FRANCISCO DE SALES

NOMBRE	LOCALIZACIÓN	CLASE	UNIDAD HABITACIONAL	RANGO DE PRECIOS	OTROS SERVICIOS	OBSERVACIONES
HOTEL EL REPOSO DE MAURO	VEREDA ARAYAN VÍA MINAS	Hotel	habitación	\$6.000 - \$18.000	Cuenta con servicio de parqueadero, el hotel ofrece actividades de turismo de aventura y caminatas ecológicas, otras como tejo, rana, ping pong, pista de baile, pista de obstáculos, piscina natural, actividades en el río entre otros	
AIRE LIBRE CABAÑAS	VEREDA ARAYAN VÍA MINAS	Hotel	habitación	\$91.000 - \$112.000	Cuenta con servicio de parqueadero y wifi	No cuenta con servicios como Restaurante, Gimnasio, aire acondicionado y zonas húmedas
QUINTA VACACIONAL SAN MARTIN	VEREDA ARAYAN VÍA MINAS	Hotel	habitación	\$30.000 - \$50.000	Cuenta con servicios como: wifi, restaurante, piscina, y parqueadero	
HOTEL LA TERRAZA	CALLE 3 # 6-14	Hotel	habitación	\$15.000 - \$20.000	Cuenta con servicio de wifi	No cuenta con servicios como Restaurante, parqueadero, Gimnasio, aire acondicionado y zonas húmedas
HOTEL NUEVA ARDENZA	CALLE 2 # 6-40	Hotel	habitación	\$35.000 - \$50.000	Cuenta con servicios como: wifi, restaurante, piscina, parqueadero, bar y salón para eventos	
CLUB ECOTURISTICO MONTE CARLO	CARRERA 1 ESTE # 2-03 SUR	Hotel	habitación	\$30.000 - \$50.000 PISCINA \$5.500	Cuenta con servicios como: wifi, restaurante, piscina, y parqueadero	
PIQUETEADERO Y HOPEDAJE SAN MARTIN	CALLE 3 # 8-94	Hotel	habitación	\$20.000 - \$40.000	Cuenta con servicio de parqueadero	No cuenta con servicios como Restaurante, Gimnasio, aire acondicionado, wifi y zonas húmedas
ASOCIACION ALDEA FELIZ	KM2 VEREDA SAN MIGUEL	Hotel	habitación	DONACIONES	Cuenta con servicios como: wifi, restaurante, y parqueadero	No cuenta con zonas húmedas
GRANJA ALTAMIRA	VEREDA SAN MIGUEL	Hotel	habitación	\$40.000 Por Persona	Cuenta con servicio de parqueadero, restaurante y una "piscina natural mundo de aves"	
LA CASA DEL ARBOL	VEREDA SAN MIGUEL BAJO	Hotel / Acampamento	habitación / Carpa	\$60.000 - \$70.000	Cuenta con servicios de restaurante, spa, piscina, sauna, Jacuzzi, parqueadero, camping, caminatas y ...	Cuenta con el servicio de Desayuno

FINCA AGUALINDA	KM 1 VIA SAN FRANCISCO -SUPATA	Hotel	habitación	Desde \$75.000 - \$80.000 Por Persona	Cuenta con servicio de parqueadero, wifi, piscina, cultivo orgánico, avistamiento de aves, caminatas, cabalgatas	
CAMPING TRAVESURA LA PRADERA	CALLE 1 # 5-39	Acampamento	Habitación/Carpa	\$12.000 Camping \$35.000 Habitación	Cuenta con servicios como: wifi, piscina, parqueadero, caminatas y salón para eventos	
HOTEL EL PARQUE	CARRERA 7 # 2-46	Hotel	habitación	15.000 POR PERSONA	Cuenta con servicio de wifi	No cuenta con servicios como Restaurante, Gimnasio, aire acondicionado, parqueadero y zonas húmedas
ECOPARQUE LOS CHICOS	VEREDA EL PEÑÓN	Hotel	habitación	DESDE 8.000 HASTA 50.000	Cuenta con servicios como: Restaurante, piscina, parqueadero, pista de desafío, camping, caminatas, cabalgatas, puente tibetano, y rappel	No cuenta con el servicio de wifi
QUINTA SAN NICOLAS	VEREDA EL PEÑÓN	Hotel	habitación	NO SUMINISTRADO	Cuenta con servicios como: Restaurante, piscina, parqueadero, salón de juegos y caminatas	No cuenta con el servicio de wifi
GLAMPING EL ESTABLO	VEREDA ARAYAN FINCA EL RECUERDO	Acampamento	Glamping	\$160.000 - \$600.000	Servicio de restaurante, tarifas incluyen desayuno tipo americano, agroturismo	Alojamiento tipo glamping pero cómodo (camping + glamour) para disfrutar la naturaleza con comodidad
HOTEL VILLA PAZ	CALLE 5 NO. 10A-75 SALIDA VIA SUPATA	Hotel	Habitación	\$ 50.000	Organización de eventos, Salones para eventos empresariales o sociales, Servicio de traslado	El hotel cuenta con Piscina, Wifi, Restaurante, Bar, Banquetes, Parqueadero privado, Sala de juego con
EL ROMERON CASA DE CAMPO	KM 2 VÍA A SUPATÁ, VEREDA SAN MIGUEL BAJO, SAN FRANCISCO	Hotel	Habitación	\$140.000 - 200.000 para dos personas // casa completa (max 10 pax) \$290.000 - 600.000	Cuenta con servicio de Wifi, hamacas y parqueadero, Sauna, Mesa de Ping Pong, servicio de lavandería y desayunos opcionales	
ENTRE PALOS ECO REFUGIO	KM 39.5 SOBRE LA AUTOPISTA DEL SOL (COSTADO HACIA BOGOTÁ), 253608 SAN FRANCISCO	Hotel	Habitación	\$ 230.000	Cuenta con servicio de wifi y desayuno	
FINCA CIMARRON	VIA SUPATÁ KM1, SAN FRANCISCO	Alojamiento Rural	Habitación	\$ 175.000	Cuenta con servicio de piscina y parqueadero	
HOTEL VILLA ARACELY	FINCA BUENOS AIRES, VÍA ALTO DE LA VIRGEN	Hotel	habitación	\$ 120.000	Cuenta con servicio de wifi, desayuno americano, parqueadero	

FORMULARIO DE FACILIDADES
GASTRONOMÍA CORREDOR SAN FRANCISCO DE SALES

	NOMBRE	LOCALIZACIÓN	CLASE	TENEDORES	N° PUESTOS	ROTACIÓN	RANGO DE PRECIOS	OTROS SERVICIOS	OBSERVACIONES
SAN FRANCISCO DE SALES	Restaurante el buen sazón	Calle 3 # 8-48, Centro	Restaurante	N/A	40	2,5	\$6.000 - \$25.000		Horario: 7:00 AM A 7:00 PM
	Restaurante Mabi	Calle 3 # 7-48, Centro	Restaurante	N/A	30	4	\$7.000 - \$25.000		Horario: 7:00 AM A 10:00 PM
	Heladería y frutería mis Delicias	Calle 4 # 6-75, Centro	Comida Especial	N/A	28	2,5	\$ 6.000		Horario: 9:00 AM A 9:00 PM
	Restaurante Don Quijote	Calle 5 # 6-37, Centro	Comida Etnica	N/A	42	2,1	\$9.000 - \$40.000		Comida Española, Horario: 12:00 AM A 4:00 PM Viernes, sábado y domingo
	Restaurante Campesote Mi Pequeña Alemania	Calle 1 #5-1	Comida Etnica	N/A	50	2	\$10.000 - \$50.000		Comida Alemana, Horario: 12:00 M A 8:00 PM Jueves, Viernes, sábado, domingo y Lunes
	Restaurante el Fogón de San Francisco	Vereda Pueblo Viejo, a 400 Mts. de la Escuela IED Refra Sede Modelo	Restaurante	N/A	32	2,0	\$2.000 - \$20.000		Horario: 10:00 AM A 4:30 PM
	Restaurante Medieval	Cra 8 # 3 - 49, Centro	Restaurante	N/A	32	0,9375	\$1.500 - \$35.000		Horario: Lunes a Viernes 3:00 PM A 10:00 PM, Fines de semana 2:00 PM A 11:00 PM
	Restaurante Piquese Aquí	Cra 8 # 3 - 55, Centro	Restaurante	N/A	52	0,192307692	\$1.000 - 14.000		Ofrece variedad de servicios en alimentos como el menú del día, platos a la carta, ensaladas de frutas, comidas rápidas y heladería, Horario de atención Lunes a Viernes: 1:30 PM A 10:30 PM, Fines de semana 11:00 AM A 11:00 PM
	Lago Verde	Vereda San Miguel, vía la magola, supata	Restaurante	N/A	48	0,208333333	\$ 27.000	Bar, Pesca Deportiva, Camping, organización de eventos	Fines de Semana 8 am - 6pm

**FORMULARIO DE FACILIDADES
DIVERSIONES**

MUNICIPIO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	LOCALIZACIÓN	CLASE	RANGO DE PRECIOS	OTROS SERVICIOS	OBSERVACIONES
SAN FRANCISCO DE SALES	Disco Bar Luna Azul	Carrera 8 # 3-15, Centro	Discoteca	\$4.000 - \$200.000		Horario: 7 PM – 2 AM
	Billares Los Profesionales	Cra. 8 # 41 - a 4-73	Billar	\$2.000 - \$100.000		Horario: 1 PM -

**FORMULARIO DE INFRAESTRUCTURA
TRANSPORTE**

MUNICIPIO	NOMBRE	LOCALIZACIÓN	CLASE	RECORRIDO	DISTANCIA	RANGO DE PRECIOS	OTROS SERVICIOS	OBSERVACIONES
SAN FRANCISCO DE SALES	Flota Santa Fe	Calle 3 #6-60	Empresa	El Rosal, Puente Piedra, Bogotá	55 km	\$7.000 - \$11000		Horario: Domingo a Domingo 4:30 am - 7:30 pm
	Estación de Gasolina Biomax	Calle 1 #1A - 75	Estación de gasolina	N/A	N/A	Corriente \$9.180 Diesel \$8.370		Horario: Domingo a Domingo 5 am - 9 pm
	Efecty	Cl. 3 #6-84	Correo	N/A	N/A	Desde \$5.000		Horario: Lunes a Sábado de 8:00–12:00, 2pm,– 6pm

**FORMULARIO DE INFRAESTRUCTURA
TELECOMUNICACIONES**

MUNICIPIO	NOMBRE	LOCALIZACIÓN	CLASE	OTROS SERVICIOS	OBSERVACIONES
SAN FRANCISCO DE SALES	Emisora Parroquial y Comunitaria 106.6 FM	Calle 3 # 6 - 50, Centro	Emisora		Horario de atención en la oficina Lunes a Viernes: 9 a.m.-12m y 2 p.m.- 8 p.m. Sábados, Domingos

					y Festivos 9 a.m. - 1 p.m.
	Telesanfrancisco	Carrera 8 # 4 - 11	Canal de televisión		Horario de atención Lunes a Viernes: 8 a.m.-12m y 2 p.m.- 85 p.m. Sábados 8 a.m. - 1 p.m.

**FORMULARIO DE INFRAESTRUCTURA
HIGIENE**

MUNICIPIO	NOMBRE	LOCALIZACIÓN	CLASE	OBSERVACIONES
SAN FRANCISCO DE SALES	Acueducto Toriba	Calle 2 No. 7-04	Empresa de Acueducto	Lunes a Viners:8 am - 1 pm , 2:30 pm - 5:30 pm ; sabados: 8 am - 2 pm
	Emserpsafra	Calle 4 No. 7-56	servicios de aseo y alcantarillado	Lunes a Viernes de 8:00 a.m. - 12:00 m. y de 2:00 p.m. - 6:00 p.m.
	E.S.E. Centro De Salud San Francisco De Sales	Calle 5 Carrera 7, Esquina	Servicios Hospitalarios	Hospital de Primer Nivel

**FORMULARIO DE INFRAESTRUCTURA
ENERGÍA**

MUNICIPIO	NOMBRE	LOCALIZACIÓN	CLASE	OBSERVACIONES
SAN FRANCISCO DE SALES	Codensa	Calle 1 # 2 - 88	Energía Eléctrica	
	Alcanos S.A. E.S.P	Calle 4 # 8 - 1	Gas	

Anexo 3

Encuesta a empresarios turísticos

Glamping el establo

1. Indique el tipo de su establecimiento:

- ☒ 1.1. Hotel
- ☐ 1.2. Centro vacacional
- ☐ 1.3. Vivienda turística u otro tipo de hospedaje no permanente
- ☐ 1.4. Agencia de viajes y turismo, mayorista u operadora
- ☐ 1.5. Empresa de canotaje, balsaje, espeleología, escalada, parapente, canopée, buceo, Deportes náuticos.
- ☐ 1.6. Centro de convenciones.
- ☐ 1.7. Parque temático
- ☐ 1.8. Empresa terrestre de transporte de pasajeros
- ☐ 1.9. Bar o restaurante
- ☐ 1.10. Establecimiento de comercio

Si marcó del 1.1 al 1.3, pase a la pregunta 2.

Si marcó 1.8 pase a la pregunta 3.

Si marcó 1.6, 1.7, 1.8, 1.9, 1.10pase a la pregunta 4

En los demás casos pase a la pregunta 5

2. ¿Cuál es la capacidad del establecimiento?

Número de habitaciones: 6 Glampings Porcentaje de ocupación 40%

Pase a la pregunta 5

3. Cuál es la capacidad del establecimiento?

Número de sillas _____ Porcentaje de ocupación _____

Pase a la pregunta 5

4. Cuál es la capacidad del establecimiento?

Número de personas que puede atender diariamente _____

Porcentaje de ocupación _____

5. ¿En qué nivel de ingresos brutos anuales (millones de pesos) clasifica a su empresa?

- ☒ (x) Menos de cinco
- ☐ () Entre seis y quince
- ☐ () Entre dieciséis y treinta
- ☐ () Entre treinta y uno y cincuenta

6. Cargo desempeñado

Propietario

7. El establecimiento está ubicado en:

Municipio: San Francisco, Cundinamarca Vereda Arrayan, finca el recuerdo

Teléfono: 310 560 6742 // glampingelestablo@gmail.com

8. A qué tipo de usuario va dirigido su servicio?

- ☒ (x) Niños ☒ (x) Jóvenes ☒ (x) Adultos ☒ (x) Tercera edad

Conoce el nivel aproximado de ingresos anuales del turista que usted atiende?

- ☐ () Sí ☒ (x) No ¿Cuál? _____

9. Mediante qué mecanismo detecta usted el grado de satisfacción del usuario?

☐ Encuesta ☒ Charla informal ☐ Sugerencias

☐ Otros Especifique _____

10. Señale aspectos positivos que contribuyen al desarrollo turístico del municipio

- Espacios propicios para desarrollar actividades innovadoras en el turismo

11. Señale limitantes de carácter general para el desarrollo turístico del municipio

- No hay una disposición por parte de los empresarios del municipio para desarrollar el municipio del mismo
- Todo sigue igual.

Lago Verde

1. Indique el tipo de su establecimiento:

☐ 1.1. Hotel

☐ 1.2. Centro vacacional

☐ 1.3. Vivienda turística u otro tipo de hospedaje no permanente

☐ 1.4. Agencia de viajes y turismo, mayorista u operadora

☐ 1.5. Empresa de canotaje, balsaje, espeleología, escalada, parapente, canopée, buceo, Deportes náuticos.

☐ 1.6. Centro de convenciones.

☐ 1.7. Parque temático

☐ 1.8. Empresa terrestre de transporte de pasajeros

☒ 1.9. Bar o restaurante

☐ 1.10. Establecimiento de comercio

Si marcó del 1.1 al 1.3, pase a la pregunta 2.

Si marcó 1.8 pase a la pregunta 3.

Si marcó 1.6, 1.7, 1.8, 1.9, 1.10pase a la pregunta 4

En los demás casos pase a la pregunta 5

2. ¿Cuál es la capacidad del establecimiento?

Número de habitaciones: _____ Porcentaje de ocupación _____

Pase a la pregunta 5

3. Cuál es la capacidad del establecimiento?

Número de sillas _____ Porcentaje de ocupación _____

Pase a la pregunta 5

4. ¿Cuál es la capacidad del establecimiento?

Número de personas que puede atender diariamente 20, solo fines de semana

Porcentaje de ocupación: 80%

5. ¿En qué nivel de ingresos brutos anuales (millones de pesos) clasifica a su empresa?

☒ Menos de cinco

☐ Entre seis y quince

☐ Entre dieciséis y treinta

☐ Entre treinta y uno y cincuenta

6. Cargo desempeñado

Propietario

7. El establecimiento está ubicado en:

Municipio: San Francisco, Cundinamarca

Vereda San Miguel, vía la Magola, Supatá

Teléfono: 313 440 59 66

//

lagoverdesanfrancisco@hotmail.com

8. ¿A qué tipo de usuario va dirigido su servicio?

(x) Niños

(x) Jóvenes

(x) Adultos

(x) Tercera edad

¿Conoce el nivel aproximado de ingresos anuales del turista que usted atiende?

() Sí (x) No ¿Cuál? _____

9. ¿Mediante qué mecanismo detecta usted el grado de satisfacción del usuario?

(x) Encuesta () Charla informal () Sugerencias

() Otros Especifique _____

10. Señale aspectos positivos que contribuyen al desarrollo turístico del municipio

- El clima del municipio, personas amables

11. Señale limitantes de carácter general para el desarrollo turístico del municipio

- No se asisten a las capacitaciones que propone la alcaldía en temas de turismo

Anexo 4

Entrevistas no estructuradas

1) Gina Álvarez y Betty Velandia

Estudiantes: Buenas tardes, somos estudiantes de los libertadores, en Bogotá y estamos haciendo un inventario turístico en S.F. y parte de nuestro trabajo es entrevistar a las personas que vienen a sf y conocer por qué vienen, que han visto en sf, y conocer por qué vienen, qué lugares han visitado, que lugares les han recomendado.

Entrevistado (a) 1: Es la primera vez que estamos acá y fuimos a ver los colibríes del jardín encantado, darnos una vuelta

Estudiantes: Y lo habían escuchado, o vieron antes o por qué vinieron?

Entrevistado (a) 1: Queríamos conocer el pueblito porque nos interesaba como el clima y mirar, no sé un terreno bonito o algo por acá

Estudiantes: Se los recomendó alguien en especial o lo buscaron por internet?

Entrevistado (a) 1: Pues yo miré en internet y estaba ese sitio

Estudiantes: Y que les pareció allá?

Entrevistado (a) 1: Bonito

Entrevistado (a) 2: Yo la verdad no es mi primera vez

Estudiantes: Y digamos en tu caso cuántas veces has venido y por qué?

Entrevistado (a) 2: A ver, yo trabajaba, yo soy agrónoma, trabajaba allí en el rosal y había muchas personas que trabajaban en la finca que eran de acá, y me invitaron una vez a un almuerzo y me pareció un clima muy sabroso, un sitio muy rico donde estar porque no es muy cálido pero si se quita uno el frío pues de la sabana, entonces es una muy buena opción, si? y pues ellas porque yo les conté que había un clima rico que se podía ir de paseo, eso básicamente.

Estudiantes: Y han conocido algún otro lugar o tienen en mente algún otro lugar turístico aquí dentro de San Francisco o solo jardín encantado?

Entrevistado (a): Pues llegamos y miramos ese y ya nos toca devolvernos

Estudiantes: De paso?

Entrevistado (a): Si, de acuerdo, pues la ventaja que queda cerquita.

2)

Estudiantes:Cuál es el motivo de su visita aquí en el municipio?

Entrevistado (a): Venir a visitar aquí la finca y descansar y relajarnos del estrés

Estudiantes: Son de Bogotá?

Entrevistado (a): Si

Estudiantes: Y más o menos con frecuencia se vienen a quedar uno dos días?

Entrevistado (a): Si, una vez al mes dos veces al mes

Estudiantes: Qué sitios han visitado o de cuales le han hablado que es bueno para informarle a los turistas?

Entrevistado (a): No exactamente no, pero pues, nosotros tenemos una finca ahí, entonces pues visitamos el pueblo como tal, y a veces los restaurantes que hay en el pueblo y lago verde, y de resto no, pero visitamos sitios turísticos no.

Estudiantes: Y digamos cuales conocer o de pronto haya escuchado mencionar?

Entrevistado (a): Pues sabemos que hay unas termas por aquí arriba en minas, si es minas?

Estudiantes: No eso queda en aguas calientes, Jardín encantado tampoco lo han visitado?

Entrevistado (a): Pues fuimos una vez pero no volvimos a ir

Estudiantes: Pero digamos el alto de la virgen también?

Entrevistado (a): No, no hemos ido. No no venimos sino a descansar a la finca, pero si sería muy bueno no?

Estudiantes: Si, digamos de esos sitios como qué piensa que de pronto le hace falta como para que la gente se empiece a interesar, como que empiece a conocer

Entrevistado (a): Y eso que yo conozco todo eso por acá, claro que estuve hace como unos 30 años acá trabajando, en la Federación de Cafeteros, pero tampoco me quedaba tiempo en ese tiempo, tampoco visitaba; y ahorita igual, vamos volvemos y listo venimos al pueblo acá cuando hay cabalgatas

Estudiantes: A la feria equina estuvo hace poquito

Entrevistado (a): Si

3)

Estudiantes:Cuál es el motivo de su visita aquí en el municipio?

Entrevistado (a): Conocerlo, me dijeron que había unos restaurantes ricos y venimos a almorzar

Estudiantes: Quien les informo sobre esos restaurantes de pronto el sitio?

Entrevistado (a): Un amigo

Estudiantes: Estuvieron buscando por internet o solamente lo que les dijo su amigo?

Entrevistado (a): Conocía el municipio

Estudiantes: Y cuál le recomendaron?

Entrevistado (a): No dijo que habían varios, si la verdad teníamos hambre y queríamos almorzar y nos dijo que aquí hay como por conocer

Estudiantes: De dónde vienen?

Entrevistado (a): De Bogotá

Estudiantes: Primera vez que vienen?

Entrevistado (a): Si

Estudiantes: Y han visitado algún sitio o les recomendaron algún sitio a parte de los restaurantes un sitio para visitar aquí en el municipio?

Entrevistado (a): No solo los restaurantes

Estudiantes: Qué percepción tienen del municipio pues por lo poco que han visitado?

Entrevistado (a): Que la vía de llegada está muy dañada, bastante pesada de andar, pero si llegable

Estudiantes: Por la autopista fue fácil encontrar la entrada del municipio?

Entrevistado (a): Si la señalización sobre la avenida si

Estudiantes: Observan que encuentran todos los recursos en infraestructura hotelera, restaurantes para permanecer una noche aquí en el municipio?

Entrevistado (a): Pues en el camino vi bastante, en el pueblo no miré porque estaba pendiente de encontrar la plaza, pero si sobre la vía digamos entrando al pueblo hay bastantes lugares como para acampar y permanecer

4)

Estudiantes: Cuál es el motivo de su visita?

Entrevistado (a) 1: Turista, osea ya antes hacíamos turista, venimos seguido

Pero el principal de todos es venir a comer, rellena y picada, donde Don Pedro, entonces se los recomiendo, y entonces mientras jugamos billar acá, damos una vuelta al pueblo, vamos donde Don Pedro y luego nos vamos pa' la Vega, allá vivimos.

Estudiantes: Y digamos conocen ustedes sitios turísticos de acá, han visitado, osea cuales han ido de pronto que ustedes nos recomienden bastante?

Entrevistado (a) 2: El alto de la virgen, es una caminata más o menos de unos 40 minutos es que la ventaja que tiene San Francisco es que tiene mucho que hacer para el que le gusta caminar, a San Francisco si no estoy mal son como 3 o 4 ríos que se unen, entonces hay mucha salida mucha caminata, de hecho una vez desde aquí nos fuimos en camino real hasta la Vega

Entrevistado (a) 1: Y hay una, había una finca, ¿se acuerda que fuimos a la finca esa? En semana santa

Estudiantes: Lago verde?

Entrevistado (a) 2: No no, que es de los fundadores de San Francisco, si osea la finca del señor Francisco y de, que son los creadores, o fundadores perdón, los que dieron el terreno para que se fundara el pueblo, aquí derecho se llega a

Entrevistado (a) 1: uno llega a la falda de la loma, allá cuando uno llega a la parte alta, ya siente uno frío, no recuerdo el apellido, llega a la hacienda más grande de San Francisco; esa y la otra Lago Verde, esa hemos ido a pescar, esa es verde San Miguel, saliendo hacia Supatá.

Estudiantes: ¿Qué otro sitio han visitado?, ¿a parte del Alto de la Virgen?

Entrevistado (a) 1: A parte también de Lago verde, la culebra, el alto de la culebra, que ese es aquí bajando por la vereda de San Antonio, hay un alto, se llama la culebra, ese sitio aquí saliendo por la vereda San Antonio sale usted a la culebra que es un alto y coge para la Vega.

Estudiantes: ¿Y de pronto que no hayan visitado pero que los recomiendan?

Entrevistado (a) 1: Ay otro sitio, muy bueno que se llama aguas calientes,

Estudiantes: Si han ido allá?

Entrevistado (a) 1: Ya han ido allá?

Estudiantes: Si ya fuimos

Entrevistado (a) 2: Se había dañado, No sé creo que ya lo arreglaron?

Estudiantes: Pues está bastante deteriorado, la verdad

Entrevistado (a) 2: Antes era espectacular, antes de que se dañara era muy bueno porque estaba el mismo charco el lado caliente y frío, era espectacular, era muy muy bueno hasta que se dañó, un derrumbe algo así

Estudiantes: Si es que está un pocito ahí, chiquito

Entrevistado (a) 2: Antes era como de grande uno dos como 4 cosas de estas

Entrevistado (a) 1: Y otro motivo aquí, las mujeres (risas)

Estudiantes: Qué percepción tienen del municipio?

Entrevistado (a) 2: Pues a mi personalmente, a mi papa vivió acá, él vivió con mi mama, y cuando fallece mi mamá mi papá decide irse para la vega, pero a mí como para sitio como para todo, San Francisco.

Entrevistado (a) 1: Yo de comprar una casa la compro acá

Entrevistado (a) 2: San francisco porque primero todavía es pueblo, osea todavía, por decir mira ahorita los pelados están jugando micro, un campeonato de micro, usted váyase a la vega a otros pueblos y no ve nada de eso, en cambio aquí si le dan mucha importancia a estas cosas; que es muy tranquilo por eso a mí me fascina San Francisco.

Estudiantes: Encuentra todos los recursos necesarios para la estadía aquí en el municipio?

Entrevistado (a) 1: Si, desde luego si

Entrevistado (a) 2: Mire váyase un puente a la vega y su señal no le sirve, en el mismo puente acá, no tiene problema con el internet, esa es una de las cosas que por decir me marcan, que aunque sea turístico no es tan pesado como otros de la región

Estudiantes: Y digamos, osea como desde su punto de vista si el turismo aumentara en SF sería bueno o malo?

Entrevistado (a) 2: No no, no sería tan bueno ya, osea ya no alcanza el agua, ya no alcanza la luz; los puentes quitan el agua quitan la luz, no alcanza, la señal de teléfono no sirve; obviamente el recurso hídrico que tiene S.F. es único, usted váyase pa' allá y agua, váyase pa' allá y agua, váyase pa' allá y agua eso es una cosa espectacular

Entrevistado (a) 1: Pero llega un puente aquí y todavía sirve el pueblo chiquito, (se siente pueblo) el sabor a pueblo pero hay un puente y trancones

Entrevistado (a) 2: No la vega es desastroso

Estudiantes: Si la vega es mucho más turístico actualmente,

Entrevistado (a) 2: Más dado al bar, más dado al baile, más comercial, este todavía sigue siendo un pueblito; ahora nosotros nos fascina venir y sentarnos a ver los chinos jugar, es una cosa espectacular

Entrevistado (a) 1: En esa cancha jugamos mucho

Estudiantes: Bueno, muchas gracias

5)

Estudiantes:Cuál es el motivo de la visita que tienen aquí en el municipio?

Entrevistado (a) 1: Conocer San Francisco, pues ya que es un municipio con un clima muy bonito

Estudiantes: ¿ES la primera vez que vienen?

Entrevistado (a) 1: Si

Estudiantes: De pronto alguien se los recomendó, lo buscaron por internet?

Entrevistado (a) 1: Si, buscamos por internet y nos llamó la atención por el clima, la cercanía a Bogotá, por eso.

Estudiantes: De pronto cuando buscaron por internet vieron algunos sitios recomendados que les llamaron la atención, de pronto han visitado alguno?

Entrevistado (a) 1: Pues fuimos a visitar el poso, bueno algo del poso de las cuatro piedras algo así pro pues hubo un accidente entonces nos prohibieron la entrada, no alcanzamos

Estudiantes: Llegaron hoy?

Entrevistado (a) 1: Si Esta mañana,

Estudiantes: De pronto mañana tienen planeado visitar otro o se van a quedar?

Entrevistado (a) 1: Pues pensábamos a ir a donde está la virgen, ahí como en ese

Estudiantes: Si es muy bonito

Estudiantes: ¿Qué percepción tienen del municipio?

Entrevistado (a) 1: Pues hasta el momento me parece un municipio muy tranquilo, el clima es muy rico, osea la verdad vale la pena venir aquí porque es algo como que a uno lo despejado totalmente y le cambia a uno el tema de la ciudad

Estudiantes: Encuentran todos los recursos necesarios para la estadía aquí en el municipio, en cuanto a hoteles, gastronomía?

Entrevistado (a) 1: Si considero que si, si es fácil, el acceso es muy fácil

Estudiantes: Osea que ha cumplido con sus expectativas?

Entrevistado (a) 1: Si totalmente, pues digamos con el plan que venimos que obviamente es Desconectarnos de la ciudad, si totalmente

Estudiantes: Lástima el accidente

Entrevistado (a) 1: Si, si si si porque obviamente

Entrevistado (a) 2: Son cosas que no se preveen, pero es algo que, sucedió y todo pero no cambia el pensamiento que tiene uno hacia un municipio, que es muy bonito muy tranquilo, para estar en pareja, asi muy chévere.

Estudiantes: Y volverían como a conocer de pronto otros lugares que no alcancen?

Entrevistado (a) 1: Si, claro que sí, si esa es la idea, pues esta es la primera vez que venimos a San Francisco pero pues la idea es venir de pronto con más tiempo y eso y seguir conociendo.

6)

Estudiantes: ¿Cuál es el motivo de la visita al municipio?

Entrevistado (a) 1: Que hay unos familiares que están construyendo

Estudiantes: Osea no es nada turístico ni nada así para conocer

Entrevistado (a) 1: No no, osea pues como ellos están construyendo entonces yo vengo de paso

Estudiantes: Porque no enfocaríamos más como de pronto si desean visitar algún atractivo turístico si de pronto les han recomendado?

Entrevistado (a) 1: Es que por ahora no me interesa, osea dentro de algún tiempo si me interesaría que cosas turísticas hay acá para ir a visitarlas, porque sé que hay algún mariposario algo así, entonces eso si me parecería chévere para ir a conocerlo, pero no sé qué otras cosas turísticas hayan acá, entonces en su momento cuando ya esté viniendo más seguido si me interesaría saber qué cosas turísticas hay.

7)

¿Cuál es el motivo de su visita?

Principal mis papás, familiares

De pronto ha visitado algún sitio turístico o le han informado de alguno que sea atractivo?

Si, en SF existen dos sitios principales que es el alto de la virgen que es donde uno va a caminar, y el otro es el de lago verde, son los que más en el momento conozco, sé que hace unos años han aumentado muchos más como la pista de bicigrós y un poco de cosas pero esos son los principales de acá, que sé.

¿Qué percepción tiene del municipio en cuanto a turismo?

Prácticamente San Francisco ha sido un municipio turístico, la influencia principalmente es turística, se ve movimiento las personas que vienen, es un pueblo muy tranquilo, es un pueblo neutral, no es tan avanzado ni tampoco tan quedado, prácticamente esto se soporta con turismo, no hay como tal ganadería, algo de agricultura muy poco, básicamente desde hace algunos años hacia acá lo han empezado a ejercer en turístico por eso también hay muchas cosas que tienen que ver, apertura de hoteles piscinas condominios, han loteado

Es decir se encuentran todos los recursos para la estadía aquí como tal del turista

Y más que San Francisco es hidroeléctrico como tal entonces existen muchas fuentes de agua donde el turista como tal puede disfrutar de esto, estar en el río la cascada el clima, eso lo hace llamativo

Qué opina usted si aumentaría el turismo sería favorable o desfavorable?

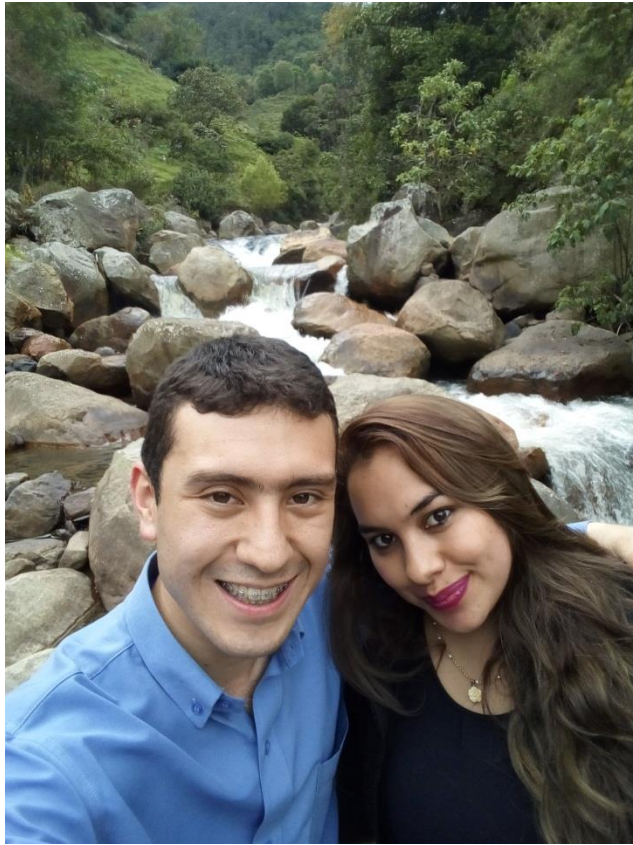
Desde mi percepción si aumenta el turismo sería favorable siempre y cuando el municipio y la alcaldía reciban el apoyo, el poder aumentar ese turismo, no todo es rumba, trago, ferias, en fin, eso no es turístico; turismo la idea es que vengan se enamoren y sigan viniendo, de eso se puede alimentar y eso solo lo puede hacer la alcaldía directamente o la gobernación, apoyar eso, e incentive de que el turista quiera volver, porque yo puedo ser un turista una feria, una cabalgata, me dañaron el carro y yo ya no vuelvo, por ejemplo, entonces todas esas cosas coordinarlas.

Anexo 5.

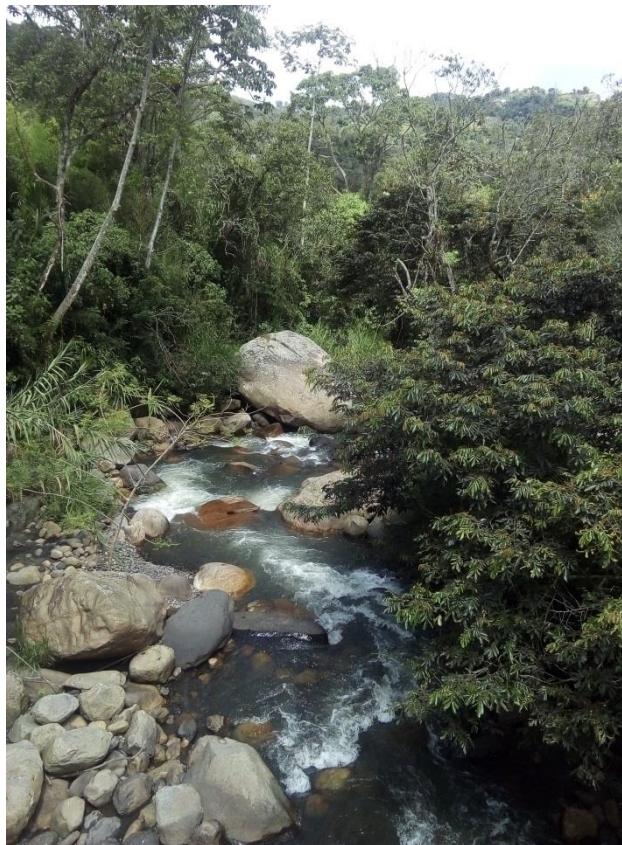
Registros fotográficos

























Referencias bibliográficas

Alcaldía Mayor de Bogotá (2015). *Encuesta Perfil y Grado de Satisfacción del Turista en Bogotá*. Recuperado de: http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/perfil_y_grado_de_satisfaccion_del_turista_febrero_2015.pdf

ANATO (2017). *El turismo representa el 2,8% del PIB, y será el principal motor de la economía del país: ANATO*. Recuperado de <https://www.anato.org/es/el-turismo-representa-el-28-del-pib-y-ser%C3%A1-el-principal-motor-de-la-econom%C3%ADa-del-pa%C3%ADs-anato/el>

Cabecera Municipal (2016) plan de desarrollo “súmate al cambio 2016 – 2019”

Castillo, E. (2015). Metodología Para Desarrollar Productos Turísticos - Caso de Estudio. Recuperado de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/6/6>

Círculo de Economía de Alicante (2013). *El turismo como factor de desarrollo*. Recuperado de <http://www.circuloeconomiaalicante.com/empresas-hoy/el-turismo-como-factor-de-desarrollo>

DANE (2005). Boletín Censo General 2005. Recuperado de <https://www.dane.gov.co>

Dinero (2018). *Ranking de principales destinos turísticos del mundo, según la OMT*. Recuperado de <http://www.dinero.com/economia/articulo/ranking-de-principales-destinos-turisticos-del-mundo/254169>

El Espectador (2015) *Aquí hay turismo para todos*. Recuperado de:
<https://www.elespectador.com/noticias/bogota/aqui-hay-turismo-todos-articulo-564654>

Fernández (2006) *Diseño del producto turístico - un enfoque y una propuesta metodológica*. Recuperado de:
<http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=20100&name=DISENO-PRODUCTO-TURISTICO-2006.pdf&prefijo=file>

Gaona (2014) *El municipio de San Francisco, una potencia turística en Cundinamarca*. Recuperado de
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13039/1/MUNICIPIO%20DE%20SAN%20FRANCISCO%20COMO%20POTENCIA%20TUR%3%8DSTICA%20EN%20CUNDINAMARCA.pdf>

Gobernación de Cundinamarca (2016). *Plan de desarrollo Cundinamarca*. Recuperado de: <http://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/2a9dd7d1-d693-414a-94cd-37fe5f901e7d/PLAN+DE+DESARROLLO+VERSION+FINAL.pdf?MOD=AJPERES&CVI D=IDIW39U>

Gutiérrez, H.; El País (2017). *El turismo mundial crece un 3,9% y alcanza los 1.235 millones de visitantes*. Recuperado de
https://elpais.com/economia/2017/01/17/actualidad/1484658232_824886.html

Instituto Distrital De Turismo (2016) *Inventario de Atractivos Turísticos*. Recuperado de <http://bogotaturismo.gov.co/inventario-de-atractivos-tur-isticos>

Lacoure (2016) *Buenas noticias de Pascua para el turismo*. Recuperado de:
<http://www.portafolio.co/opinion/maria-claudia-lacouture/turismo-tercera-industria-atrae-divisas-despues-petroleo-carbon-493297>

Ministerio de comercio, industria y turismo (2010). *Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos*. Recuperado de:
<http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=40681&name=MetodologiaInventarioTuristicos2010.pdf&prefijo=file>

Monferrer (2013) *Fundamentos de marketing*. Recuperado de:
<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

Organización Mundial del Turismo (2017). *Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>

Portafolio (2018). *En seis años el PIB del turismo creció 24%*. Recuperado de <http://www.portafolio.co/economia/en-seis-anos-el-pib-del-turismo-crecio-24-515062>

Universidad del Rosario (2011). *Plan de competitividad y desarrollo económico de la provincia de Gualivá*

Wallingre, N. (2011). *El Desarrollo De Un Nuevo Destino Turístico El Caso De La Ciudad De Villa Elisa, Argentina*. Recuperado de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3126/3508>

World Travel & Tourism Council (2016). *El sector del viaje y el turismo generó 7 2 millones de empleos nuevos en 2015*. Recuperado de: <https://sp.wttc.org/media-centre/press-releases/press-releases/2016/el-sector-del-viaje-y-el-turismo-genero-7-2-millones-de-empleos-nuevos-en-2015/>

Red Cultural del Banco de la República en Colombia (2017). *Sectores más representativos de la economía colombiana*. Recuperado de http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Sectores_m%C3%A1s_representativos_de_la_econom%C3%ADa_colombiana

DANE (2018) .*Principales Indicadores del Mercado Laboral*. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_ene_18.pdf