



## **Tocancipá: Estrategias de promoción para potenciar su oferta turística**

Autor: Tatiana Lorena Perez Tique

Modalidad de Trabajo de Grado Informe de Pasantía Según Acuerdo 098 del 2021 para Optar  
por el Título de profesional en turismo

Director: Paula Ximena Meneses

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca  
Facultad de Ciencias Sociales  
Programa de Turismo  
Bogotá, D.C.

2025

## **Resumen**

Durante la pasantía realizada en el área de Turismo de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Tocancipá, se realizaron actividades orientadas a fortalecer la promoción turística del municipio. Por ello, de acuerdo con el plan de trabajo establecido, se destacan como logros principales el diagnóstico del estado de la guía, el mapa turístico, la actualización de información de prestadores de servicios turísticos y servicios complementarios, y una propuesta de guía digital interactiva que facilite la exploración del destino. Asimismo, se brindó apoyo en el Punto de Información Turística y en la planificación, organización y difusión del X Festival Gastronómico de Tocancipá 2025. Estas acciones se constituyen como estrategias de marketing digital, city marketing y promoción cultural, aportando herramientas innovadoras para posicionar al municipio como un destino turístico competitivo y atractivo.

**Palabras clave:** guía turística, marketing, marketing de ciudades, promoción turística, Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), Tocancipá.

## **Abstract**

During the internship completed at the Secretariat of Economic Development, specifically within the Tourism area of Tocancipá City Hall, activities were carried out aimed at strengthening the municipality's tourism promotion. Therefore, in accordance with the established work plan, the main achievements are highlighted as follows: the diagnosis of the state of the tourist guide and map, the updating of information for tourism service providers and complementary services, and a proposal for an interactive digital guide to facilitate destination exploration. Likewise, support was provided at the Tourist Information Point and in the planning, organization, and promotion of the 10th Tocancipá Gastronomic Festival, 2025. These actions serve as strategies for digital marketing, city marketing, and cultural promotion, providing innovative tools to position the municipality as a competitive, attractive, and sustainable tourist destination.

**Keywords:** tourist handbook, tourist attractions, city marketing, promotion, digital tools, Tocancipá

## **Tabla de contenido**

<b>Resumen</b>	<b>2</b>
<b>Abstract</b>	<b>2</b>
<b>Introducción</b>	<b>4</b>
<b>1. Planteamiento del problema</b>	<b>6</b>
<b>2. Objetivos</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Objetivo general</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Objetivos específicos</b>	<b>7</b>
<b>3. Justificación</b>	<b>8</b>
<b>4. Estado del arte</b>	<b>10</b>
<b>5. Referentes conceptuales</b>	<b>12</b>
<b>6. Metodología</b>	<b>14</b>
<b>7. Limitaciones</b>	<b>15</b>
<b>8. Resultados</b>	<b>17</b>
<b>8.1 Diagnóstico guía y mapa turístico</b>	<b>17</b>
<b>8.2 Creación de instrumento para actualización de base de datos</b>	<b>17</b>
<b>8.3 Diseño del contenido de texto dentro de la guía turística</b>	<b>18</b>
<b>8.4 Apoyo planificación y promoción del décimo festival gastronómico</b>	<b>19</b>
<b>8.5 Recomendaciones</b>	<b>20</b>
<b>9. Conclusiones</b>	<b>21</b>
<b>Referencias bibliográficas</b>	<b>22</b>
<b>Anexos</b>	<b>26</b>

## Introducción

Tocancipá es un municipio del departamento de Cundinamarca, ubicado en la región de sabana centro, a 23 km de Bogotá saliendo por el norte de (*Alcaldía de Tocancipá, 2022*). Entre las actividades económicas, la vocación industrial es evidente debido a la presencia de empresas como Bavaria, Coca Cola, BBC, Lacto Life, entre otras. Además cuenta con una zona franca ubicada en la vereda Verganzo, reconocida por actividades especializadas en la industria, en esta zona se refleja la importancia de la economía industrial del municipio. Paralelamente, Tocancipá se distingue por su oferta turística que incluye atractivos turísticos como La Fundación Parque Jaime Duque, el Museo Aeroespacial de la Fuerza Aeroespacial Colombiana, el Museo de las Fuerzas Militares de Tocancipá, la Iglesia Nuestra Señora de Fátima conocida popularmente como Iglesia de los Caballeros de la Virgen y el único Autódromo de Colombia.

De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (*DANE,*) en el 2021 el municipio contaba con una población de 47.539 habitantes, cifra que para el año 2025 se proyecta en 49.642 habitantes. Este crecimiento demográfico evidenció una expansión significativa en un corto período de tiempo, lo cual ha impulsado la construcción de inmuebles, generando una presión sobre el mercado local para diversificar y fortalecer la oferta de servicios turísticos, dirigida a la población local, nuevos residentes y visitantes.

En este contexto se evidencia la necesidad de mejorar la gestión del destino en temas como la promoción y marketing, como herramientas para promover la oferta de servicios existentes dentro del municipio. Por ello, fue necesario la implementación de estrategias de promoción que promuevan la imagen de Tocancipá como destino, estas acciones permitirían no solo incrementar la demanda de visitantes, sino la visibilidad en el mercado turístico nacional.

No obstante, la Alcaldía de Tocancipá ha avanzado en la digitalización de su oferta turística, mediante la creación de una guía turística publicada en el año 2023 a través de un código QR que dirige a un documento en formato PDF con información de prestadores de servicios y atractivos del municipio. Si bien esta iniciativa ha contribuido a la visibilidad del destino, las tendencias actuales del turismo digital demandan herramientas más interactivas y dinámicas. A su vez, se ha trabajado en el posicionamiento de la marca turística “Tocancipá, un universo de experiencias”, como una estrategia de diferenciación y promoción que resalta los principales atributos del municipio. Asimismo, se han desarrollado eventos como el Festival de la Colombianidad y las nueve ediciones del Festival Gastronómico, orientados a difundir y poner en valor los productos turísticos locales.

En este sentido, durante el desarrollo de la pasantía en el área de Turismo de la Alcaldía de Tocancipá, se llevaron a cabo actividades orientadas a fortalecer la promoción turística del municipio. Los resultados incluyeron la entrega a la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Tocancipá de un archivo excel editable de la información recopilada para la actualización de la guía turística (ver anexo E). Esta herramienta tiene el objetivo de captar la atención de los visitantes, residentes, atraer nuevos visitantes, y facilitar su interacción con los contenidos del municipio y optimizar la experiencia del usuario. De manera complementaria, se brindó apoyo en la planificación, organización y difusión del décimo Festival Gastronómico de Tocancipá, en la campaña de expectativa a través de la elaboración de textos y copys para publicaciones destinadas a la difusión del evento en redes sociales.

## 1. Planteamiento del problema

El municipio de Tocancipá no ha logrado establecerse como un destino innovador y competitivo para el turismo, sin embargo, desde el área de turismo en la alcaldía del municipio han manifestado su interés por implementar estrategias de promoción más interactivas de acuerdo a las nuevas tendencias tecnológicas. A su vez, por medio de las mesas de trabajo del plan de desarrollo 2024 - 2027, se resaltan elementos relacionados con la promoción del destino y el marketing turístico municipal (*Concejo Municipal de Tocancipá, 2024*). De tal manera que, se evidenció la necesidad de generar propuestas con estrategias de marketing y promoción, por ello se hizo necesario conocer las estrategias de promoción y comunicación digital que la Alcaldía de Tocancipá utiliza para dar a conocer la oferta turística del municipio.

Actualmente, la promoción turística del municipio se concentra principalmente en formatos estáticos como lo són la guía turística actual, que no tiene ninguna forma de interacción, únicamente a través de los códigos QR, lo que restringe su alcance, teniendo en cuenta la demanda actual que es más digitalizada y competitiva. En comparación con otros departamentos como el Quindío que han incorporado una página web interactiva "*Experiencias Quindío*" una plataforma que generó una presencia digital dinámica y atractiva que puede aumentar significativamente la visibilidad y atraer a más visitantes.

La realización de la pasantía permitió diagnosticar el estado actual de la guía y el mapa turístico, identificando sus fortalezas, debilidades y las necesidades de actualización de la promoción turística en el municipio, tanto en sus contenidos gráficos como temáticos. Este diagnóstico fue clave para diseñar una propuesta de actualización que incorporé elementos

visuales pertinentes y formatos innovadores, con el propósito de visibilizar la oferta turística.

Estas acciones respondieron a la necesidad de implementar herramientas más efectivas y adaptadas a las tendencias actuales de promoción turística, fortaleciendo así la visibilidad del destino. De igual manera, durante la pasantía se apoyó en la planificación, organización y difusión del X Festival Gastronómico de Tocancipá 2025, evento que se convirtió en un escenario estratégico para visibilizar la riqueza cultural y gastronómica del municipio, articulado con las estrategias locales de promoción turística.

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo general**

Proponer la actualización de la guía y el mapa turístico de Tocancipá, a través del diseño de contenidos gráficos innovadores, como parte de una estrategia de promoción turística local, articulada con el fortalecimiento del Punto de Información Turístico y la participación en la organización de la décima versión del Festival Gastronómico de Tocancipá 2025.

### **2.2. Objetivos específicos**

1. Diagnosticar el estado actual de la guía y el mapa turístico de Tocancipá, identificando fortalezas, debilidades y necesidades de actualización en sus contenidos gráficos y temáticos.
2. Diseñar una propuesta de actualización para la guía y el mapa turístico de Tocancipá,

proponiendo incorporar contenidos gráficos y formatos innovadores que fortalezcan la promoción turística del municipio.

3. Apoyar la planificación y difusión del Décimo Festival Gastronómico de Tocancipá 2025, en articulación con las estrategias de promoción turística local.

### **3. Justificación**

La pasantía realizada tuvo como objetivo principal fortalecer la promoción turística del municipio en dos aspectos clave como son el diseño de la guía turística y la campaña de expectativa y difusión de actividades dentro del décimo festival gastronómico del municipio de Tocancipá. Debido a que durante la realización de la misma se evidenció que la promoción turística no cuenta con los recursos tecnológicos suficientes para llamar la atención, se limita a la exposición de la guía por medio de un código QR junto con la información resumida de los atractivos y prestadores turísticos, estando desactualizada con las dinámicas actuales de la era moderna y deficiente en términos de experiencia. Por ello, la contribución a la formación como profesional en turismo, permite mediante la práctica fortalecer aspectos turísticos enfocados al uso de la tecnología y el marketing digital. También, se realizó una solicitud al consultorio digital de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, para trabajar en la actualización de la guía turística en colaboración con la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Tocancipá tomando como insumo la información recopilada y actualizada para la guía.

Por otro lado, se evidenció el aporte teórico mediante un análisis de conceptos relacionados con el marketing, la promoción turística y el uso de TIC en el sector turismo, integrando marcos de referencia de autores como: Kotler & Armstrong, (2003), Acerenza (2006), Pesantes (2023), entre otros. Lo que permitió un entendimiento más profundo del impacto de la digitalización en la promoción turística del municipio de Tocancipá.

En cuanto a la utilidad, este informe se referencia a una matriz de aceptación para inclusión de prestadores de servicios turísticos que sirvió como soporte para actualizar la base de datos de prestadores (ver anexo A), también para la actualización de la guía turística, además de un documento donde está la información de la guía turística para su actualización. Además, del apoyo brindando en torno a la promoción turística del municipio, en aspectos como el décimo festival gastronómico.

#### **4. Estado del arte**

La actualización de la guía no solo responde a la necesidad de mantener la información de atractivos turísticos condensada, o ser un directorio de prestadores de servicios turísticos, sino que también refleja una transformación más profunda en la manera en que se concibe y se vive el turismo en la actualidad. En este contexto, conceptos como las tecnologías de la información y la comunicación y marketing en el turismo son fundamentales para comprender cómo las nuevas dinámicas digitales, sociales y territoriales influyen en la promoción. El estado del arte se enfocó en analizar estas nociones interrelacionadas, con el fin de ofrecer una base conceptual sólida que permita entender cómo la incorporación de herramientas tecnológicas y la participación de los actores locales pueden enriquecer significativamente tanto el contenido como el valor percibido de una guía turística contemporánea e interactiva.

Así pues, dentro de lo expuesto por Gámez Ariza, L. (2019), en el trabajo de grado “Una estrategia de promoción turística para el municipio de Tocaima/Cundinamarca”, expresa la necesidad de la inclusión del marketing digital dentro del municipio de Tocaima, proponiendo así la implementación de blogs y páginas web para que algunos visitantes que busquen en internet tengan información actualizada de este destino turístico en donde encuentran historias o experiencias de viajes con algunas fotos e imágenes del lugar.

De tal manera, en la implementación de las tendencias digitales en Tocancipá se propuso una guía turística que cuente no solo con información fidedigna de cada uno de los prestadores de servicios turísticos, sino que también visibilice experiencias reales, los enlaces a sus redes sociales con información de interés y la posibilidad de volver a contactar para adquirir el servicio.

En el plan estratégico de promoción turística para el municipio de Puerto López, Meta, realizado por García, L. (2022), se destacó que dentro de las tres fases del plan de

promoción del municipio es necesario responder a las necesidades actuales de la sociedad, por los nuevos hábitos de consumo digital, puesto que se evidencia notoriamente que el marketing digital es fundamental para los procesos de promoción turística de un destino. Resaltando el manejo de las plataformas digitales necesarias para la promoción de atractivos turísticos. Por esta razón, para la actualización de la guía turística se destaca la importancia de que el medio de difusión de esta herramienta sea la página web de la Alcaldía, ya que tendrá un mayor alcance y mayor seguridad debido a que se encontrará dentro de la página oficial del municipio.

A su vez, es necesario evaluar visiones internacionales como en el caso de Ecuador que se hizo una investigación para realizar una guía turística para el desarrollo local del Cantón Ventanas, Los ríos. Balladares Vergara (2024) expone que: Al desarrollar una guía turística digital que facilitará el acceso hacia los sitios turísticos preferidos, la cual estará incluida en sitios web, redes sociales, grupos de WhatsApp, entre otros, esta se podrá observar y comprender de manera detallada las direcciones, tiempos, puntos de llegada y sitios a visitar. No obstante, esta guía turística digital, será de beneficio tanto a visitantes como a emprendedores que brindan sus servicios en los sitios turísticos del cantón Ventana (p.47).

En ese sentido, la recolección y organización de información para la guía turística de Tocancipá, no sólo será para futuros visitantes, sino que a su vez será de utilidad para los residentes, más allá de conocer el turismo del municipio, es también dar a conocer la cultura que este posee.

Por último, en cuanto a estrategias de marketing digital para promoción turística, según Robalino-Coyago, J., & Gallegos Gallegos, M., & Moscoso Parra: Dentro de los resultados obtenidos, se busca motivar al sector del turismo que entiendan la importancia de la implementación de estrategias digitales en las diferentes plataformas digitales y redes

sociales con el fin de atraer más visitantes y ser competitivos en el mercado. En efecto, como se ha mencionado anteriormente, es necesario el uso del marketing digital en Tocancipá para generar visibilidad y ser más competitivos frente a otros destinos turísticos que implementan herramientas digitales.

## **5. Referentes conceptuales**

En los referentes conceptuales de este informe de pasantías, se determinaron los siguientes: Guía Turística, Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) Marketing, Marketing de Ciudades y Promoción.

Para entender el alcance del documento, es necesario abordar sobre el concepto guía turística por ello se resalta que:

Una guía turística o guía de viaje es un libro para turistas o viajeros que proporciona detalles sobre una localidad o área geográfica, un destino turístico o un itinerario en particular. Es el equivalente escrito de un guía turístico. Una guía turística incluirá generalmente detalles de interés para el viajero tales como números de teléfono, direcciones, precios y valoraciones de hoteles y otro tipo de alojamientos y restaurantes. (Shuguli & Tipan , 2016, p. 4)

Esta definición de guía turística proporciona la importancia del contenido y la información de los prestadores de servicios turísticos para que esté al alcance de los visitantes y a su vez para los residentes que muestren un interés en el destino. Así mismo, la guía turística es un recurso que puede situarse como el primer contacto con el turista y conocer los detalles importantes, por tanto es necesario diversificar este recurso a las necesidades actuales y mejorar la experiencia del visitante.

Las TIC surgen como un empuje para la diversificación de la oferta turística, que permite tener un modelo de competitividad en los destinos turísticos. La tecnología en la

actualidad se ha transformado en una fuente de conocimiento que contiene información más profunda de la que se encuentra en los portales web y también ha permitido la conexión directa con turistas desde otro lado del mundo, permitiendo contratar servicios, reservas y más. Lo que ha logrado la satisfacción de miles de personas alrededor del mundo. (Pesantes, 2023, p. 12)

En este orden de ideas, aunque la guía interactiva de Tocancipá no es una plataforma o portal de reservas, sí es un canal por el cual va a hacer contacto con el servicio deseado sin necesidad de acudir a un punto físico, sino que debido a esta conexión existe una mayor visibilidad de la oferta del municipio.

Kotler (2004) define el Marketing como “un proceso social y empresarial por medio del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación, oferta e intercambio de productos de valor con otros” (p.7). Así que, para el caso de la pasantía realizada se generó un proceso social al momento de la difusión de eventos gratuitos impulsados por la Alcaldía local, como los talleres gastronómicos para niños o shows en vivo, pues son una estrategia para que los visitantes conocieran la oferta turística y así mismo la presencia del sector empresarial.

Incluso, Kotler & Armstrong (2003), mencionan que “el marketing de ciudades implica la revaluación y representación del lugar con la finalidad de crear y comercializar una nueva imagen para las ciudades, tratando de crear una posición competitiva en la atracción y mantenimiento de los recursos”. En el caso de Tocancipá, la actualización de la guía, el mapa turístico, y la difusión del décimo festival gastronómico, responde a lo planteado, además de atraer turistas, también es mantener recursos (visitantes, inversión, reconocimiento). Lo cual responde a la necesidad de que Tocancipá se posicione frente a otros destinos de

Cundinamarca, debido a su gran potencial y apuesta turística a la que la alcaldía le ha dado relevancia.

Finalmente, un concepto que se aborda en el informe de la pasantía, es la promoción turística. De acuerdo con Acerenza (2006), la promoción turística es “la actividad destinada hacia la información y al cliente, en donde se incluye la publicidad, promoción de ventas y otros medios”. Esta definición permite mostrar cómo la promoción es una estrategia más completa, porque va más allá de difundir atractivos en redes sociales. Tocancipá es un municipio que busca consolidarse e integrarse en acciones de comunicación, posicionamiento de marca, relaciones institucionales y difusión organizada, para fortalecer la visibilidad del territorio y atraer visitantes.

## **6. Metodología**

Para realizar el presente informe de pasantía, se generó una encuesta para atractivos y prestadores de servicios turísticos del municipio de Tocancipá, Cundinamarca (ver anexo B). La cual se diligenció con gran parte de los prestadores de manera presencial.

La recolección de información se llevó a cabo por medio de observación directa con la revisión de documentos existentes como bases de datos y encuestas anteriormente realizadas, el objetivo era analizar el contenido de estas encuestas para mejorar el instrumento y lograr determinar cómo cada uno de estos prestadores quería describirse y además comprobar que cada uno de ellos tenga su documentación mínima legal como: Registro nacional de turismo y cámara de comercio debidamente en regla.

La encuesta fue uno de los instrumentos utilizados en esta metodología, mediadas por la tecnología y con el enfoque mixto para interpretar de una manera más eficiente, no obstante se mantuvo el acompañamiento a los encuestados con el fin de obtener resultados

más fructíferos. (ver anexo C) Se logró el acercamiento a 77 operadores de servicios turísticos de diferentes actividades económicas: Alojamiento y hospedaje, agencias de viajes, artesanos, establecimiento gastronómico, proyecto turístico, guía de turismo, atractivo turístico y otros (Asociación, Corporación, Compañías de intercambio vacacional, etc) (ver anexo D).

Estas encuestas se construyeron también con el objetivo de recolectar información actualizada para la propuesta de la guía y mapa turístico de Tocancipá. Esta información estará acompañada de contenidos gráficos para lograr la promoción turística del municipio de forma interactiva. Posterior al análisis de los resultados de las encuestas se pudo observar la autopercepción ante el mercado local turístico de los prestadores de servicio y así mismo las necesidades para fortalecer estos establecimientos, por medio de capacitaciones mayoritariamente en Marketing Digital, Servicio y atención al cliente, Bilingüismo o Lenguaje de Señas, entre otras. (ver anexo gráfico E)

Por último, el segundo instrumento que se realizó fue una matriz con opción de mejora para la aceptación de los actuales y futuros prestadores de servicios turísticos en la Alcaldía de Tocancipá. Esta matriz de aceptación implementada en el área de Turismo del municipio contribuye en la definición de ciertos parámetros para el reconocimiento y la actualización de los próximos prestadores, aunque, se evidencia que algunos prestadores ya tienen incluidos algunos parámetros, se deben articular los faltantes con el fin de atender las necesidades y características del municipio en temas de turismo.

## **7. Limitaciones**

A continuación, se presentarán las limitaciones que se dieron durante la pasantía realizada en la secretaría de desarrollo económico de la alcaldía de Tocancipá en el periodo

comprendido entre abril y septiembre de 2025. En primer lugar, es necesario aclarar que algunas limitaciones van ligadas directamente a lo administrativo y en este caso, existen mecanismos de mejora y por otro lado, otras limitaciones van ligadas a los prestadores de servicios turísticos.

1. En la ejecución del proceso de las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, se hallaron limitaciones importantes que deben ser tenidas en cuenta, para facilitar la actualización de la guía turística del municipio de Tocancipá. Las encuestas en primera instancia, se propusieron de manera masiva por medio de la difusión de canales como facebook e instagram, donde cada prestador de forma autónoma respondía su propia encuesta. Sin embargo, en la primera semana se había recopilado 1 encuesta de 77. Esto generó la primera limitación, debido a que los prestadores no estaban acostumbrados a responder encuestas de manera digital o sin acompañamiento, por ello fue evidente la necesidad de un acompañamiento permanente para que cada prestador respondiera de manera satisfactoria la encuesta.
2. La dificultad que se presenta al momento del contacto con los prestadores de servicio, ya que, se complicó la coordinación de una cita presencial para realizar la encuesta; los prestadores no estaban disponibles para atender al encuestador o viceversa. Esto alargó el proceso final y la recopilación de datos, como por ejemplo, los restaurantes debido a su horario extenso no estaban disponibles fácilmente, y aunque se propuso la solución del acompañamiento del encuestador, los restaurantes proponían un horario muy temprano o uno muy tarde para realizar la encuesta.
3. Por otro lado, desde la parte administrativa, un aspecto que ocasionó limitaciones fue el transporte hacia la vereda La Esmeralda que está ubicada en la parte alta de

Tocancipá en el oriente del municipio, donde el acceso es obligatorio con un vehículo especializado de tracción en cada rueda y este vehículo solo se disponía una vez a la semana por parte de la alcaldía, por tanto, la ruta para recopilar datos de prestadores de servicios de parapente se complicó, ocasionando más demora en la ejecución de la entrevista.

4. Por último, se gestionó una solicitud de cotización por medio de correo electrónico a una empresa dedicada a plataformas y recursos audiovisuales '3d Vinci Studios' y se logró realizar la propuesta de manera escrita a los encargados. Pero la limitación radica en la respuesta de la líder del área de turismo, ya que, aunque no fue negativa directamente, la líder del área de turismo Monica Varela mencionó que este año no es posible pasar esta propuesta debido a los presupuestos ya establecidos para la promoción, no obstante, si lo iban a tener presente para mejorar la innovación de la promoción en Tocancipá.

## **8. Resultados**

### **8.1 Diagnóstico guía y mapa turístico**

Al iniciar el proceso de pasantía, se llevó a cabo la revisión de los formatos existentes de herramientas con las que se contaban como: Bases de datos de prestadores en formato excel, encuestas en forms. La revisión inicial de estas herramientas fue fundamental para la construcción de la guía y el mapa turístico. Del mismo modo, se pensó en un instrumento de recolección de datos para la actualización conjunta de la guía y la base de datos de presentadores, por ello se pensó en cómo realizar una encuesta muy completa que diera respuesta a estas dos necesidades, cumpliendo así la idea de García, L. (2022) quien menciona que el proceso de la promoción turística se adapta a las necesidades actuales de la sociedad y por ende se mantiene en actualización.

Por otro lado, se identificó que las fuentes de promoción con las que contaba el área de turismo se limitaban únicamente a redes sociales como Facebook. No obstante, la Alcaldía hacía difusión de la información de turismo también mediante Instagram. Sin embargo, es necesario aclarar que el área solo cuenta con un Facebook autónomo denominado “*Tocancipá Turística*”. Incluso, se identificó que herramientas de promoción como la guía y el mapa turístico de municipio, contaban con muy poca interacción, ya que solo contaban con códigos QR que redirige a ciertas paginas, pero todo por mecanismo de escaneo de los códigos.

Por lo anterior, se realiza la búsqueda de otras guías turísticas de los municipios de Cundinamarca y a nivel nacional para identificar tendencias y buscar inspiración con el fin de determinar la información que necesitan los visitantes o que pueden necesitar en su visita.

## **8.2 Creación de instrumento para actualización de base de datos**

Al realizar un análisis de lo anteriormente expuesto, se determina que es necesario incorporar estrategias para que al entrar a un buscador y encontrar al municipio de Tocancipá exista una guía turística interactiva, ya que muchos de los destinos o atractivos turísticos que hoy en día se buscan, es mediante redes sociales o páginas web atractivas o interactivas para atraer visitantes. A su vez, también se hizo una consulta directa a la líder del área de turismo, la profesional Monica Varela, sobre la clase de visitantes que llegaban a tocancipá, a lo que aludió que son hombres y mujeres entre 29 y 60 años, aunque se identificaron otros rangos de edad, el anterior es el rango de edad que más hace consultas dentro del punto de información turístico (PIT)

Al estar apoyando el Punto de Información Turístico, en el ejercicio de observación directa se evidenció el rango de edad, además que cada persona que hacía consultas sobre el municipio tenía un teléfono celular, acceso a internet y lo más importante que sabían escanear un código QR. Del mismo modo, fue evidente la necesidad de empezar a implementar

herramientas más interactivas que motiven a los visitantes para visitar los atractivos turísticos del municipio o adquirir algún paquete con alguna agencia de viajes.

### **8.3 Diseño del contenido de texto dentro de la guía turística**

Posterior a la elaboración del instrumento de recolección de información, se realizó una copia del editable de la guía turística del municipio actual y se añadieron secciones donde se encuentren las redes sociales de cada uno de los servicios o establecimientos, para que el visitante pueda afianzar cada uno las distintas marcas. Por otro lado, se añadieron dos mitos muy conocidos de Tocancipá, se añadió una sección de recomendaciones, ya que se evidenció la importancia de que los visitantes estén informados si deben reservar con anticipación o si necesitan algún tipo de indumentaria en especial o si pueden o no entrar con sus mascotas a los diferentes lugares o establecimientos expuestos dentro de la guía. También, se dio importancia a mencionar si hay acceso para personas con limitaciones físicas, además informar si en los restaurantes hay o no opción de comida vegetariana o vegana. (ver anexo E)

### **8.4 Apoyo planificación y promoción del décimo festival gastronómico**

Luego de culminar el proceso escrito de la guía turística, se dió procedió apoyar el décimo festival gastronómico de Tocancipá, por lo cual es necesario recordar a Kotler (2004) que define el Marketing como una conexión entre el sector privado y el sector público para obtener un beneficio a partir de un producto con un valor agregado y por ende, se buscó que las pequeñas y medianas empresas tuvieran presencia en el Festival manteniendo una alianza y una conexión entre los sectores para exponer la cultura del municipio. Además, se realizó un esquema del mapa de distribución de actividades realizadas entre el sábado 20 de septiembre como el concurso de ‘Papa chorreada’ (ver anexo F ) y domingo 21 en el taller pequeños chef (ver anexo G ) y la tarima de premiación (ver anexo H). A su vez, en el mapa

de distribución se colocaron círculos los cuales representaban aquellas personas que hacían parte del equipo de trabajo, debido que al ser un evento tan grande, también se necesitaba un equipo que tuviese claro las funciones que realizaban cada día.

Además, se brindó apoyo para la elección de los jurados de las diferentes categorías que participaban en el evento, como el concurso de la papa chorreada y feria endulzarte (ver anexo I). Lo que posteriormente dio apertura a la difusión del festival por medio de la radio local llamada Alegria Stereo, en la cual se mencionó la programación del festival y se invitó a toda la comunidad a participar de los diferentes shows y concursos, (ver anexo J) también se hizo la solicitud a prensa para hacer videos publicitarios de cada uno de los eventos.

Concluyendo así el total de 320 horas pactadas para dar finalidad a la pasantía. (ver anexo K )

## **8.5. Recomendaciones**

En el desarrollo de la pasantía realizada en el municipio de Tocancipá durante los meses de Abril y Septiembre del año 2025 se identificaron dos recomendaciones que podrían fortalecer el desarrollo turístico del municipio. En primer lugar, se plantea la propuesta sobre una alianza estratégica e interinstitucional entre la Alcaldía de Tocancipá y la Universidad Mayor de Cundinamarca con el fin de aportar nuevos conocimientos y herramientas innovadoras con los estudiantes de manera interdisciplinaria.

En segundo lugar, es necesario que la página web oficial de la Alcaldía de Tocancipá pueda incluir la guía interactiva turística en su sitio web con el fin de generar una percepción de seguridad en los usuarios, en este caso, para los posibles visitantes y residentes. En la cual la información pueda ser consultada sea verificada por la Alcaldía del municipio.

## **9. Conclusiones**

El desarrollo de la pasantía en el área de turismo del municipio de Tocancipá permitió evidenciar la importancia de fortalecer los procesos de promoción turística a través de

herramientas actualizadas y coherentes con las tendencias actuales del marketing de destinos. Durante este proceso se lograron avances significativos, entre ellos la actualización de la guía turística, el diseño de instrumentos de recolección de información aplicados a prestadores de servicios turísticos con la necesidad de acompañamiento para la resolverlos y en el apoyo al Punto de Información Turística, lo que facilitó la atención directa a visitantes y el registro de su visita.

De igual manera, la experiencia contribuyó al reconocimiento de la necesidad de integrar la teoría con la práctica, aplicando referentes conceptuales como los planteados por Kotler, Armstrong y Acerenza, quienes resaltan la relevancia del marketing de destino y de la promoción turística como elementos clave para posicionar destinos en un entorno competitivo. Estos aportes sirvieron como base para comprender que el turismo en Tocancipá requiere estrategias sostenidas que permitan consolidar su imagen y ampliar su alcance más allá de la promoción básica en redes sociales.

Finalmente, la pasantía no solo representó un espacio de crecimiento académico y profesional, sino también un aporte al desarrollo turístico del municipio, en tanto las acciones realizadas que se orientaron a robustecer la información disponible, la atención al visitante y la articulación con los prestadores de servicios. Se concluye, por tanto, que el aprendizaje obtenido y los resultados alcanzados constituyen un insumo valioso para futuras iniciativas de fortalecimiento turístico en Tocancipá y en otros municipios con potencial de consolidación en el sector.

## Referencias bibliográficas

Acerenza, M. (2006). Fundamentos del marketing turístico. Eduforma

Alcaldía de Tocancipá. (s.f.). Conoce nuestra guía turística. Alcaldía de Tocancipá - Cundinamarca.

<https://www.tocancipa-cundinamarca.gov.co/sala-prensa/mi-municipio/area-turismo/conoce-nuestra-guia-turistica>

Balladares Vergara, K. H. (2024). GUÍA TURÍSTICA DIGITAL PARA EL DESARROLLO CULTURAL DEL CANTÓN VENTANAS, LOS RÍOS.

<https://dspace.utb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/5943f848-7413-49cc-b1e2-cebd3b931ff7/content>

Concejo Municipal de Tocancipá. (2024) Acuerdo 002 de 2024: Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo del municipio de Tocancipá - Cundinamarca

<https://www.tocancipa-cundinamarca.gov.co/transparencia-acceso-informacion-publica/2-normativa/2-1-normativa-entidad-autoridad-1/2-1-3-normativa-aplicable-1/normatividad/acuerdos/2024/acuerdo-002-2024>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (2021).

*Proyecciones de población nacional, departamental y municipal por sexo, grupos de edad y área, 2018-2035.* DANE. <https://www.dane.gov.co>

Gómez Ariza, L. (2019). Una estrategia de promoción turística para el municipio de Tocaima/Cundinamarca. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

<https://repositorio.unicolmayor.edu.co/handle/unicolmayor/3533>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson Education

Kotler, P. (2004). *Dirección de marketing* (10.ª ed.). Pearson Educación.

Laura García C. (2022). Plan estratégico de promoción turística para el municipio de Puerto López, Meta

<https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/7622557b-4bdc-4c5b-9240-7195b6267203/content>

Pesantes, M. (2023). Las tics como estrategias de difusión para el turismo. *Penta Ciencias*, 3.

45 Pibaque Pionce, M. S. (2022). Atractivos naturales y culturales, potencial de turismo.

Obtenido de Atractivos naturales y culturales, potencial de turismo.

Robalino-Coyago, J., & Gallegos-Gallegos, M., & Moscoso-Parra, A., (2021). Estrategias de marketing digital para promoción turística. Caso: G.A.D de Pasaje, Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 151-168.

<https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.753>

Shuguli, D. A., & Tipan, C. J. (2016). Sistema de guía turística de Quito.

## **Anexos**

### **Anexo A**

#### **Matriz de aceptación de prestadores de servicios turísticos - Municipio de Tocancipá,**

#### **Cundinamarca**

<b>Categoría</b>	<b>Criterio</b>	<b>Requisito de Aceptación</b>
<b>1. Formalidad Legal</b>	Documentación en regla	Toda la documentación legal, técnica y tributaria vigente y actualizada.
	Cámara de Comercio	Matrícula mercantil renovada al día.
	Registro Nacional de Turismo (RNT)	Inscripción vigente y actualizada en el RNT.
	Certificados Tributarios	Paz y salvo de impuestos municipales (predial, industria y comercio).
<b>2. Propuesta de Valor</b>	Oferta de servicio	Descripción clara de la experiencia o producto turístico que ofrece.
	Especialidad	Definición del tipo de turismo (aventura, naturaleza, cultural, gastronómico, etc.).
	Valor agregado	Evidencia de elementos diferenciadores e innovadores de la oferta.
<b>3. Sostenibilidad</b>	Prácticas ambientales	Programas de manejo de residuos, ahorro de agua y energía, protección de la biodiversidad.

	Prácticas sociales	Participación de proveedores y mano de obra local.
<b>4. Seguridad y Riesgo</b>	Plan de riesgos	Documento actualizado de manejo de emergencias y contingencias.
	Coordinación institucional	Visitas técnicas por parte de Policía de Turismo, Defensa Civil y bomberos.
<b>5. Talento Humano</b>	Capacidades del personal	Personal con formación certificada en turismo, guianza, primeros auxilios y servicio al cliente.
	Programas de capacitación	Evidencia de capacitación continua y actualizada.
<b>6. Organización Territorial</b>	Prioridad ofertas locales-regionales	Preferencia a prestadores con operación y domicilio principal dentro del municipio de Tocancipá o su área de influencia regional.
	Ubicación de la operación	Las actividades deben ejecutarse dentro del territorio municipal autorizado para el turismo según el POT vigente.

*Nota: Elaboración propia*

## Anexo B

### Registro de formulario forms de encuesta para prestadores de servicios turísticos

3/10/25, 12:53

ACTUALIZACIÓN DE DATOS GUÍA TURÍSTICA TOCANCIPÁ 2025

#### ACTUALIZACIÓN DE DATOS GUÍA TURÍSTICA TOCANCIPÁ 2025

La Secretaría de Desarrollo Económico - Área de Turismo invita a los Prestadores de Servicios Turísticos (PST) y empresarios del sector a diligenciar el siguiente formulario; que tiene como objetivo realizar la actualización la guía turística del municipio y la base de datos de los empresarios del sector.

**POR TAL MOTIVO, SOLICITAMOS QUE LA INFORMACIÓN QUE DILIGENCIE SEA CLARA, CONCISA Y CORRECTA.**

**Recuerde que dicha información será publicada en la guía para la promoción del destino, los servicios y productos vinculados a la oferta turística territorial.**

La información del propietario o persona a cargo será para uso exclusivo de la Secretaría de Desarrollo Económico - Área de Turismo.

Finalmente, se realizará una verificación de los datos suministrados confirmando productos y/o servicios, documentos de formalización, vocación turística y datos de contacto previo a la publicación en la guía turística.

 **Unigatuna**

#### ACTIVIDAD ECONÓMICA

##### 1. Categoría de actividad económica \*

- Atractivo o sitios de interés turístico** (Parque temático, Parque agroturístico o ecoturístico, talleres, Ofrece servicios de bienestar: Spa, masajes, terapias alternativas, etc)
- Agencias de viajes** (Agencia de viajes mayorista u Operadora, Oficina de representación turística)
- Empresa de transporte turístico** (Automotor especial, Yapaos, Chivas, etc.)
- Proyecto turístico** (Idea de negocio en formalizado o en desarrollo)
- Artesanos/nas** (Venta de productos artísticos, Souvenirs, Productos tradicionales, etc.)
- Otros** (Asociación, Corporación, Compañías de intercambio vacacional, Plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos, Empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados, etc.)
- Alojamiento y hospedaje** (Hotel, Hostal, Glamping, Cabaña, ecolodge, Camping, etc.)
- Guía de turismo profesional** (Que brinda experiencias enriquecedoras a los turistas a través de recorridos guiados, excursiones)
- Establecimiento gastronómico** (Restaurante, Cafetería, Comidas rápidas, Bares, Heladerías, Pastelerías, Postres, Asaderos, Parrillas, Restaurantes campestres)
- Operador de eventos, congresos, ferias y convenciones**

## ARTESANOS/NAS

2. Nombre de la empresa o emprendimiento \*

3. Descripción de la empresa o emprendimiento y los servicios que presta

Ejemplo: En [Nombre de la Empresa], llevamos más de [X años/meses] tejiendo historias con la suavidad y calidez de la lana, creando diseños de [nombre sus productos principales]. Desde nuestros inicios, nos hemos dedicado a la creación de tejidos de alta calidad, fusionando técnicas artesanales con las últimas tendencias de diseño.

\*

4. Servicios complementarios

Ejemplo: Talleres o demostraciones de artesanía, personalización de productos, empaques especiales para regalo, envíos a domicilio, venta en línea o por catálogo, colaboraciones con otros prestadores de servicios turísticos, espacios de exhibición y venta compartidos y/o servicios de reparación o restauración, espacios para mascotas (pet friendly), espacios adaptados a personas con limitaciones.

5. Capacidad de producción

\*Ejemplo: Al mes podemos tejer en promedio 50 prendas entre bufandas, medias y gorros.\*

\*

6. Precios 2025: Rango de precios que maneja

Ejemplo: desde \$20.000 hasta \$200.000

\*

7. Vereda en la que se ubica el establecimiento o si es virtual \*

- Centro - Casco urbano
- Vereda Verganzo
- Vereda Canavita
- Vereda La Esmeralda
- Vereda Tibitoc
- Vereda La Fuente
- Vereda Porvenir
- Virtual

8. Dirección del establecimiento

\*Especificar el sector y nomenclatura donde está ubicado el proyecto, en caso de no tener un establecimiento indicar como vende su producto y/o servicio y dirección para notificaciones\* \*

9. Horarios de atención

Ejemplo: Lunes a Viernes de 7:00 a.m. a 8:00 p.m. y Sábados, domingos y festivos de 8:00 a.m. a 3:00 p.m. \*

10. Número de celular comercial

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)** \*

11. Correo electrónico comercial

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)** \*

12. Redes sociales y/o página web de la empresa \*

13. Nombres y apellidos del representante legal \*

14. Tipo de documento del representante legal \*

- Cédula de ciudadanía
- Cedula de extranjería
- Pasaporte
- Otras

15. Número de documento de identidad del representante legal  
**\*Sin puntos, ni comas\* \***

16. Número de celular del representante legal

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

\*

17. Correo electrónico del representante legal

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

\*

### Fortalecimiento empresarial

Qué aspectos cree usted que necesita fortalecer en su negocio, para brindar un mejor producto o servicio al cliente

**\*Seleccione una o más opciones\***

18. **Seleccione una o más opciones \***

- Revenue Management (maximizar los ingresos de una empresa)
- Marketing digital, mercadeo y redes sociales
- Servicio y atención al cliente
- Bilingüismo o Leguaje de señas
- Gastronomía, Barismo y Coctelería
- Manejo de Ofimática (Excel, Power Point, Word)
- Manejo de herramientas para crear contenido visual y multimedia (Canva, CapCut, Photoshop, Lightroom y Visme)
- Nueva ley de turismo (Ley 2068 del 2020 de Sostenibilidad)
- Diseño de modelos de negocios en turismo
- Turismo comunitario
- Competitividad turística
- Diseño de producto turístico
- Guianza turística
- Planificación turística
- Agroturismo
- Calidad y Normas Técnicas Sectoriales
- Gestión logística y cadena de suministros
- Tendencias globales e Innovación
- Gestión efectiva del tiempo
- Finanzas
- Capacidad de carga y Plan Maestro
- Sello de Accesibilidad e Inclusión Universal para el sector turismo
- Metodologías para la presentación de proyectos

**ATRATIVOS O SITIOS DE INTERES TURÍSTICO****19. Nombre específico de la actividad comercial.**

Especificar la actividad que desarrolla detallando las características del servicio.

Ejemplo: Espacio para turismo deportivo: Autódromo \*

**20. Razón Social - Nombre de la empresa \*****21. Número de Registro Nacional de Turismo RNT. *En caso de que no cuente con este escriba la razón por la cual no cuenta con el RNT. Ejemplo: La actividad no quiere*****22. Tipo de establecimiento \***

- Museo** (Lugar que ofrece a los visitantes la oportunidad de conocer y aprender sobre la historia, la cultura y el patrimonio a través de exhibiciones de objetos y elementos iconos)
- Parque Temático** (Lugar que ofrece una variedad de actividades y experiencias recreativas y de entretenimiento, diseñadas para atraer a diferentes tipos de visitantes)
- Espacio para actividades agroturísticas** (Experiencia de siembra de hortalizas, cultivos, etc.)
- Espacio para actividades ecoturísticas** (senderismo o educación ambiental)
- Espacio para turismo deportivo** (autódromo, pistas de prácticas de deportes)
- Talleres aprender saberes** (taller de cerámica, fabricación artesanal de productos, etc.)
- Área patrimonial o sitio de interés histórico y/o patrimonial** (se encontraron vestigios arqueológicos, pinturas rupestres, iglesias, etc.)
- Centros de presentaciones culturales** (Lugares dedicados a la exhibición y representación de diversas manifestaciones artísticas y culturas)
- Espacio para desarrollar turismo de bienestar** (Spa, terapias de medicina alternativa, etc.)
- Otras

**23. Descripción de la actividad**

Descripción de la experiencia que ofrece en su espacio:

Ejemplo 1: [Nombre de la empresa] En el museo ofrecemos un recorrido guiado donde a través de monumentos, salas de exposición y diferentes elementos icónicos conocerás la historia de Colombia [Productos principales y descripción] [Valor agregado o diferenciador]

Ejemplo 2: [Nombre de la empresa] El parque ofrece desde [Tiempo de la empresa, años/meses] y realizamos una amplia gama de actividades y experiencias diseñadas para satisfacer los deseos de todos los visitantes, desde los más aventureros hasta los que buscan una conexión tranquila con la naturaleza como Tirolesa Extrema: Nuestra tirolesa te lleva a través de un emocionante recorrido sobre el dosel del bosque, brindándote vistas panorámicas impresionantes mientras experimentas la emoción de volar. Caminatas y Senderismo: Ofrecemos una variedad de senderos para caminatas que te llevan a través de paisajes espectaculares, desde bosques exuberantes hasta cascadas escondidas y miradores panorámicos. [Productos principales y descripción] [Valor agregado o diferenciador] \*

**24. Servicios complementarios**

Servicios adicionales que ofrece en su atractivo turístico: Pet friendly (*Permite ingreso de mascotas*), guíaanza, baños, transporte, fotografía y/o video, materiales de talleres, alimentación), espacios adaptados a personas con limitaciones.

**25. Capacidad de Carga**

\*La capacidad de carga de un atractivo es el número máximo de visitantes que puede contener un espacio, recurso o destino turístico, causando un mínimo impacto posible ambientales y sociales. Puede escribir los días que opera y un promedio de visitantes que recibe por día o número de (recorridos, talleres, conferencias o como defina la actividad) que realiza y máximo de personas que participan en esta.\*

**26. Precios 2025:** Promedio de precios que maneja

27. Vereda en la que se ubica el establecimiento o si es virtual \*

- Centro - Casco urbano
- Vereda Verganzo
- Vereda Canavita
- Vereda La Esmeralda
- Vereda Tibitoc
- Vereda La Fuente
- Vereda Porvenir
- Virtual

28. Dirección del establecimiento

\*Especificar el sector y nomenclatura donde está ubicado el establecimiento, **en caso de no tener un establecimiento** indicar como vende su producto y/o servicio y dirección para notificaciones\*

29. Horarios de atención

Ejemplo: Lunes a Viernes de 7:00 a.m. a 8:00 p.m. y Sábados, domingos y festivos de 8:00 a.m. a 3:00 p.m. \*

30. Número de celular comercial

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

31. Correo electrónico comercial

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)** \*

32. Redes sociales y/o página web de la empresa \*

33. Nombres y apellidos del representante legal \*

34. Tipo de documento del representante legal \*

- Cédula de ciudadanía
- Cedula de extranjería
- Permiso de permanencia temporal
- Pasaporte

35. Número de documento de identidad del representante legal

**\*Sin puntos, ni comas\* \***

36. Número de celular del representante legal

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

\*

37. Correo electrónico del representante legal

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

\*

**OPERADOR DE EVENTOS, CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES**

38. Nombre de la empresa \*

39. Número de Registro Nacional de Turismo RNT. **En caso de que no cuente con este escriba la razón por la cual no lo tiene.** Ejemplo: La actividad no lo requiere o no ha realizado el trámite \*

40. Tipos de eventos que organiza \*

- Eventos empresariales
- Reuniones de negocios
- Fiestas de 15 años, bodas, familiares.
- Eventos deportivos
- Ferias
- Congresos
- Otras

41. Descripción del servicio

Ejemplo: Mi empresa [Nombre de la empresa] se dedica a la organización [Nombrar todos servicios que ofrece] de fiestas de 15 años, cumpleaños, bodas, primeras comuniones, etc, desde hace [Tiempo de la empresa, meses/años]. puede agregar [Valor diferenciador] \*

42. Servicios complementarios

Ejemplo: Pet friendly (*Permite ingreso de mascotas*), Servicios de logística y coordinación, Servicios técnicos: Sonido, Iluminación, Escenografía, Audiovisuales, Internet, Traducción Simultánea, Servicios de catering, Servicios de marketing y promoción, Servicios de entretenimiento, Servicios de transporte, Servicios de alojamiento, Servicios de actividades complementarias: Organización de tours, Excursiones, Actividades de integración, Servicio de Catering, Espacios adaptados o ayudas técnicas y/o asistidas a personas con limitaciones

43. **Capacidad de la empresa:** Los eventos que realiza son de mínimo y máximo cuantas personas \*

44. **Precios 2025:** Promedio de precios que maneja este año

45. Vereda en la que se ubica el establecimiento o si es virtual \*

- Centro - Casco urbano
- Vereda Verganzo
- Vereda Canavita
- Vereda La Esmeralda
- Vereda Tibitoc
- Vereda La Fuente
- Vereda Porvenir
- Virtual

46. **Dirección del establecimiento**

\*Especificar el sector y nomenclatura donde está ubicada el establecimiento, en caso de no tener un establecimiento indicar como vende su producto y/o servicio y dirección para notificaciones\*

47. **Horarios de atención**

Ejemplo: Lunes a Viernes: 8:00 Am - 9.00Pm, Fines de semana: 9:00 Am - 3:00PM, Festivos: No se trabajan \*

48. Número de celular comercial

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)***

\*

49. Correo electrónico comercial

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)***

\*

50. Redes sociales y/o página web de la empresa \*

51. Nombres y apellidos del representante legal \*

52. Tipo de documento del representante legal \*

- Cédula de ciudadanía
- Cedula de extranjería
- Permiso de permanencia temporal
- Pasaporte

53. Número de documento de identidad del representante legal

***\*Sin puntos, ni comas\* \****

54. Número de celular del representante legal

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)***

\*

55. Correo electrónico del representante legal

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)***

\*

**EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO**

56. Nombre de la empresa \*

57. Número del Registro Nacional de Turismo RNT. **En caso de no tener escriba la razón por la cual no lo tiene.** Ejemplo: La actividad no lo requiere o no ha realizado el trámite \*

58. Tipo de servicio que ofrece

**\*Puede seleccionar varias\* \***

- Ruta empresarial o de colegios
- Transporte en Chiva
- Transporte de agencias de viajes
- Otras

59. Descripción del servicio que ofrece

Ejemplo: Mi empresa [Nombre de la empresa] ofrece [Nombrar todos servicios que ofrece] servicio de transporte turístico personalizado para agencias de viajes minoristas y mayoristas. desde hace [Tiempo de la empresa, meses/años]. puede agregar [Valor diferenciador] \*

60. Servicios complementarios

Ejemplo: Baños en los vehículos, servicio de WIFI, espacios para mascotas (pet friendly), espacios adaptados o para ayudas técnicas y/o asistidas a personas con limitaciones.

**61. Capacidad del servicio:**

Vehículos con los que cuenta y número total de pasajeros que puede tener ocupando el 100% del cupo. \*

**62. Precios 2025:** Promedio de precios que maneja \***63. Vereda en la que se ubica el establecimiento o virtual \***

- Casco Urbano
- Vereda Verganzo
- Vereda Canavita
- Vereda La Esmeralda
- Vereda Tibitoc
- Vereda La Fuente
- Vereda Porvenir
- Virtual

**64. Dirección del establecimiento**

\*Especificar el sector y nomenclatura donde está ubicada la empresa, en caso de no tener un establecimiento físico indicar como vende su producto y/o servicio y dirección para notificaciones\* \*

**65. Horarios de atención**

Ejemplo: Lunes a Viernes: 8:00 Am - 9.00Pm, Fines de semana: 9:00 Am - 3:00PM, Festivos: No se trabajan \*

66. Número de celular comercial

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,) \***

67. Correo electrónico comercial

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,) \***

68. Redes sociales y/o página web de la empresa \*

69. Nombres y apellidos del representante legal \*

70. Tipo de documento de identidad del Representante legal \*

- Cédula de ciudadanía
- Cédula de extranjería
- Permiso de permanencia temporal
- Pasaporte

71. Número de documento del presentante legal

**\*Sin puntos, ni comas\* \***

72. Número de celular del representante legal

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,) \***

73. Correo electrónico del representante legal

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)***

\*

### ADMINISTRADOR O ENCARGADO

74. ¿El representante legal es el mismo administrador o encargado? \*

- Sí
- No

75. Nombres y apellidos del administrador o encargado \*

76. Tipo de documento de identidad del administrador o encargado \*

- Cédula de ciudadanía
- Cédula de extranjería
- Permiso de permanencia temporal
- Pasaporte
- Otras

77. Número de documento del representante legal

**\*Sin puntos, ni comas\* \***

78. Numero de celular del administrador o encargado

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,) \***

79. Correo electrónico del administrador o encargado

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,) \***

## ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE

80. Nombre de la empresa o establecimiento \*

81. Número de Registro Nacional de Turismo (RNT). **En caso de que cuente con RNT escribir la razón por la que no lo tiene.** Ejemplo: La actividad no lo requiere o no ha realizado el trámite \*

82. Tipo de alojamiento \*

- Apartahotel
- Campamento
- Centro vacacional
- Glamping
- Hostal
- Hotel
- Ecolodge
- Otras

83. Descripción del servicio que ofrece:

Descripción de la experiencia que ofrece en su alojamiento.

Ejemplo: Nuestro servicio de hotel [Nombre del establecimiento]te ofrece una experiencia de descanso inolvidable desde hace [Tiempo de la empresa, meses/ años], donde puedes disfrutar de todas las comodidades modernas mientras te sumerges en la tranquilidad y la serenidad del campo, este es el lugar perfecto ya sea que estés buscando unas vacaciones familiares o simplemente un retiro tranquilo en la naturaleza. \*

**84. Servicios complementarios**

Servicios adicionales que ofrece en su alojamiento turístico.

Ejemplo: Pet friendly (*Permite ingreso de mascotas*), desayuno, guía, baños, transporte, Wifi, ducha caliente, parqueadero, fotografía y/o video, talleres, *espacios adaptados o para ayudas técnicas y/o asistidas a personas con limitaciones.* \*

**85. Capacidad del alojamiento - Número Habitaciones**

La capacidad de un alojamiento es el número máximo de habitaciones que puede tener un hotel. (ejemplo: habitación sencilla (cama sencilla) 10 habitaciones, habitación doble (Cama doble) \*

**86. Capacidad del alojamiento - Número personas**

\*Escriba el número máximo de huéspedes que puede alojar con una ocupación de todas las habitaciones en una noche.\* \*

**87. Precios 2025: Promedio de precios que maneja \***

**88. Vereda en la que se ubica el establecimiento \***

- Centro - Casco urbano
- Vereda Verganzo
- Vereda Canavita
- Vereda La Esmeralda
- Vereda Tibitoc
- Vereda La Fuente
- Vereda Porvenir

**89. Dirección del establecimiento**

\*Especificar el sector y nomenclatura donde está ubicado el Alojamiento\* \*

**90. Horarios de atención**

Ejemplo: Lunes a Viernes: 8:00 Am - 9.00Pm, Fines de semana: 9:00 Am - 3:00PM, Festivos: No se trabajan \*

**91. Número celular comercial**

*En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)*

\*

**92. Correo electrónico comercio**

*En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)* \*

**93. Redes sociales y/o página web de la empresa \***

**94. Nombres y apellidos del Representante legal \***

95. Tipo de documento de identidad del representante legal \*

- Cédula de ciudadanía
- Cédula de extranjería
- Permiso de permanencia temporal
- Pasaporte
- Otras

96. Número de documento de identidad del representante legal

***\*Sin puntos, ni comas\* \****

97. Correo electrónico del representante legal

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,) \****

**AGENCIAS DE VIAJES**

98. Nombre de la empresa \*

99. Número de Registro Nacional de Turismo RNT. **En caso de que no tenga escribir la razón por la cual no lo tiene.** Ejemplo: La actividad no lo requiere o no ha realizado el trámite \*

100. Tipo agencia de viajes \*

- Agencias de Viajes y Turismo: Venden planes turísticos
- Agencias de Viajes Operadoras: Operan planes turísticos
- Agencias de Viajes Mayoristas: Programan y organizan planes turísticos
- Oficina de representación turística
- Otras

101. Sus principales compradores son: \*

- Ciudadanos de Tocancipá
- Población de Cundinamarca
- Colombianos de otros departamentos (diferente a Cundinamarca)
- Extranjeros
- Otras

102. Cuales son los destinos que su agencia opera y/o vende.

**\*Selecciones todos los que opera.\* \***

- Tocandipá
- Cundinamarca
- Destinos nacionales
- Destinos internacionales
- Otras

103. **Descripción de la agencia**

Cuéntenos si la agencia tiene un enfoque específico (Naturaleza, Religioso, Aventura) describa cuál y sus características, ¿realiza pasadías o tures con grupos?  
Ejemplo: En [Nombre de la Agencia], creemos en ofrecerte más que un simple viaje; desde hace [Tiempo de la empresa, meses/años] buscamos brindarte experiencias auténticas y enriquecedoras que te conecten con la naturaleza de una manera profunda y significativa. Nuestros itinerarios están diseñados para ofrecerte una variedad de actividades emocionantes, como senderismo, avistamiento de aves, observación de vida silvestre, excursiones en kayak, buceo y mucho más. [Agregar si tiene valor diferenciador] \*

104. **Servicios adicionales**

Ejemplo: Espacios para mascotas (pet friendly), Espacios adaptados a personas con limitaciones, Acompañamiento de guías de turismo o Coordinador de ruta, Servicio de fotografías, etc.

\*

105. **Precios 2025:** Rango de precios que maneja \*

106. Vereda donde se ubica el establecimiento o indique si es virtual \*

- Centro - Casco urbano
- Vereda Verganzo
- Vereda Canavita
- Vereda La Esmeralda
- Vereda Tibitoc
- Vereda La Fuente
- Vereda Porvenir
- Virtual

107. **Dirección del establecimiento**

\*Especificar el sector y nomenclatura donde está ubicado el proyecto, en caso de no tener un establecimiento indicar como vende su producto y/o servicio y dirección para notificaciones.\* \*

108. **Horarios de atención**

Ejemplo: Lunes a Viernes de 7:00 a.m. a 8:00 p.m. y Sábados, domingos y festivos de 8:00 a.m. a 3:00 p.m. \*

109. Número de celular comercial

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

\*

110. Correo electrónico comercial

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

\*

111. Redes sociales o página web de la empresa \*

112. Nombres y apellidos del representante legal \*

113. Tipo de documento de identidad del representante legal \*

- Cédula de Ciudadanía
- Cédula de extranjería
- Permiso de permanencia temporal
- Pasaporte
- Otras

114. Número de documento de identidad representante legal

**\*Sin puntos, ni comas\* \***

115. Número de celular del representante legal

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

**\***

116. Correo electrónico del representante legal

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

**\***

**ESTABLECIMIENTO GASTRONÓMICO O SIMILARES****117. Nombre de la empresa o establecimiento**

Ejemplo: Restaurante los Manzanos SAS

\*

**118. Número de Registro Nacional de Turismo, en caso de que ya cuente con este y/o aplique para su actividad****119. Tipo de establecimiento gastronómico \***

- Restaurantes:** servicio a la mesa y que generalmente cuentan con una carta o menú.
- Comidas rápidas:** tiempo de entrega es máximo de 10 minutos
- Autoservicio:** exponen sus productos en formato buffet
- Camiones de comida debidamente autorizados por la autoridad local**
- Fruterías:** Establecimientos de venta de preparaciones con frutas como ingrediente principal
- Heladerías artesanales**
- Cafés o cafeterías**
- Piqueteaderos:** venta de comida picada para compartir a centro de mesa (fritanga, chorizo, rellena, carnes)
- Gastrobares:** Su actividad económica principal consiste en la venta al público de bebidas alcohólicas, acompañadas de alimentos preparados.
- Otras

**120. Descripción del establecimiento gastronómico**

\*Haga una breve descripción explicando si el restaurante maneja temáticas de decoración del lugar, especialidad de comidas, o valor agregado.

Ejemplo: En [Nombre del Restaurante], los invitamos a disfrutar de una experiencia culinaria única que celebra los sabores auténticos y las tradiciones de nuestra región Cundiboyacense. Nuestro servicio está diseñado para brindarte una experiencia gastronómica inolvidable, donde cada detalle está cuidadosamente planeado para satisfacer los sentidos y deleitar su paladar. \*\*

121. **¿Cuenta con opciones veganas y/o vegetarianas?**\*Responda la pregunta y amplíe su respuesta describiendo los productos que ofrece para veganos y vegetarianos.\* \*

122. **Especialidad del establecimiento gastronómico**

Escriba cuál es su producto insignia, el que más piden los comensales.  
Ejemplo: La especialidad de nuestro establecimiento gastronómico es el "Asado Criollo". El Asado Criollo es una tradición arraigada en nuestra región, consiste en una selección de las mejores carnes, cuidadosamente adobadas y asadas a la perfección sobre brasas de leña, lo que le confiere un sabor único y ahumado que deleita los paladares más exigentes. Acompañado de deliciosas guarniciones como papas al rescoldo, vegetales a la parrilla y chimichurri casero, nuestro Asado Criollo es una verdadera celebración de la gastronomía regional. \*

123. **Servicios complementarios**

Describe si ofrece servicios adicionales  
Ejemplo: Pet friendly (*Permite ingreso de mascotas*), servicio de baño, Wifi, otro tipo de entretenimiento, cata de vinos, música en vivo, espacio para niños., *espacios adaptados o para ayudas técnicas y/o asistidas a personas con limitaciones.* \*

124. Cuenta con curso de manipulación de alimentos vigente al año 2025 \*

- Sí  
 No

125. **Precios 2025:** Rango de precios que maneja \*

126. Capacidad del restaurante - **número máximo de comensales que puede tener en un solo servicio.**

\*Puede definir el número total contando las sillas o puestos de comensales en las mesas que se pueden ubicar en el espacio del establecimiento.\* \*

127. Vereda donde se ubica el establecimiento o indique si es virtual \*

- Centro - Casco urbano
- Vereda Verganzo
- Vereda Canavita
- Vereda La Esmeralda
- Vereda Tibitoc
- Vereda La Fuente
- Vereda Porvenir
- Virtual/ Venta por perdido virtual

128. **Dirección del establecimiento**

\*Especificar el sector y nomenclatura donde está ubicado el establecimiento, en caso de no tener indicar como vende su producto y/o servicio y dirección para notificaciones.\* \*

129. **Horarios de atención**

Ejemplo: Lunes a Viernes de 7:00 a.m. a 8:00 p.m. y Sábados, domingos y festivos de 8:00 a.m. a 3:00 p.m. \*

130. Número de celular comercial

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)** \*

131. Correo electrónico comercial

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

\*

132. Redes sociales o página web de la empresa \*

133. Nombres y apellidos del representante legal \*

134. Tipo de documento de identidad del representante legal \*

- Cédula de Ciudadanía
- Cédula de extranjería
- Permiso de permanencia temporal
- Pasaporte
- Otras

135. Número de documento de identidad representante legal

**\*Sin puntos, ni comas\* \***

136. Número de celular del representante legal

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

**\***

137. Correo electrónico del representante legal

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**

**\***

**PROYECTO TURÍSTICO**

138. Tipo de actividad económica que va a realizar en su proyecto \*

- Atractivo o sitios de interés turístico** (Opera actividades de aventura, parque temático, finca agroturística, finca ecoturística, talleres, etc.)
- Alojamiento y hospedaje** (hotel, hostel, glamping, cabaña, ecolodge, refugio, apartamento turístico, camping, etc.)
- Establecimiento gastronómico o similares** (restaurante, cafetería, Comidas rápidas, bares, heladerías, pastelerías, postres, asaderos)
- Agencias de viajes** (agencia de viajes mayorista, operadora o de turismo)
- Empresa de transporte turístico** (automotor especial, yapaos, chivas, etc.)
- Arrendador de vehículos para turismo**
- Operador de eventos, congresos, ferias y convenciones**
- Artisanos/nas** (venta de productos artísticos, souvenirs, productos tradicionales, etc.)
- Otras

139. Nombre del emprendimiento o proyecto \*

140. Número de Registro Nacional de Turismo RNT. **En caso de que no tenga escribir la razón por la cual no lo tiene.** Ejemplo: La actividad no lo requiere o no ha realizado el trámite \*

141. Especifique la actividad que quiere desempeñar

\*Ejemplo 1: Actividad de aventura: cabalgatas, parapente, etc.

Ejemplo 2: Alojamiento: tipo Hotel, Glamping, etc. \*

**142. Descripción de la actividad**

Ejemplo: proyecto [Nombre del proyecto] desde [tiempo que lleva, meses/años] innovador que busca combinar la belleza y la tranquilidad del campo con las experiencias auténticas de la vida en una finca agroturística. Ubicada en el corazón de [nombre de la región], nuestra finca se convertirá en un destino único donde los visitantes podrán disfrutar de la naturaleza, aprender sobre la agricultura sostenible y sumergirse en la vida rural. \*

**143. Servicios complementarios**

Describe los servicios complementarios que ofrece  
Ejemplo: Pet friendly (*Permite ingreso de mascotas*), *espacios adaptados o para ayudas técnicas y/o asistidas a personas con limitaciones.* \*

**144. Vereda donde se ubica el establecimiento o indique si es virtual \***

- Centro - Casco urbano
- Vereda Verganzo
- Vereda Canavita
- Vereda La Esmeralda
- Vereda Tibitoc
- Vereda La Fuente
- Vereda Porvenir
- Virtual

**145. Dirección del establecimiento**

\*Especificar el sector y nomenclatura donde espera desarrollar el proyecto, en caso de no tener un establecimiento indicar como venderá su producto y/o servicio y dirección para notificaciones.\* \*

**146. Número de celular comercial**

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,) \****

147. Correo electrónico comercial

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)***

\*

148. Redes sociales o página web de la empresa \*

149. Nombres y apellidos del dueño o responsable del proyecto \*

150. Tipo de documento de identidad \*

- Cédula de Ciudadanía
- Cédula de extranjería
- Permiso de permanencia temporal
- Pasaporte
- Otras

151. Número de documento de identidad

***\*Sin puntos, ni comas\* \****

152. Número de celular del personal del representante del proyecto

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)***

\*

153. Correo electrónico del representante personal del representante del proyecto

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)***

\*

**Autorización de uso de datos - Política de tratamiento de datos****Política de tratamiento de datos**

La Secretaría de Desarrollo Económico de Tocancipá, se permite informar que en cumplimiento de la Ley Estatutaria 1581 del 2012, por la cual se estable el Régimen General de Protección de Datos, el Decreto Reglamentario 1377 del 2013\* y el Decreto 1074 de 2015 y las demás normas que modifiquen, adicionen, sustituyan o complementen. Demanda respetuosamente su autorización para que de manera libre, previa, clara, expresa, voluntaria y debidamente informada permita a la Entidad recolectar, recaudar, almacenar, usar, procesar, compilar, intercambiar con otras Entidades Públicas, Entidades con convenio suscritos o terceros, de orden nacional, regional o local, con el fin de dar tratamiento, actualizar y disponer de los datos que serán suministrados por usted y que se incorporen en nuestras bases de datos. Esta información es y será utilizada con el fin de brindarle información por lo diferentes canales que se dispongan, ponerlos en contacto cuando sea necesario y remitir información de interés general.

154. Acepto el tratamiento de los datos suministrados \*

 SI No

### GUÍA DE TURISMO

155. Nombres y apellidos completos \*

156. Número del Registro Nacional de Turismo RNT, **en caso de no tener, escriba la razón por la cual no lo tiene.** Ejemplo: La actividad no lo requiere o no ha realizado el trámite \*

157. Tipo de documento de identidad del guía \*

- Cédula de ciudadanía
- Cédula de extranjería
- Permiso de permanencia temporal
- Pasaporte

158. Número de documento de identidad  
**\*Sin puntos, ni comas\* \***

159. Especifique los lugares donde realiza recorridos \*

160. Especifique los idiomas que maneja bien hablando y escribiendo \*

161. Indique el nombre de las agencias de viajes con las que trabaja \*

162. Número de celular personal

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)***

\*

163. Correo electrónico personal

***En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)***

\*

164. Dirección de notificaciones \*

**OTRO TIPO DE ESTABLECIMIENTO**

**165. Especifique el nombre de la actividad que realiza**

(Ejemplo: Asociación, oficina de representación turística, corporación, compañías de intercambio vacacional, plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos, empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados o la actividad económica que usted realice, que no hay sido mencionada anteriormente) \*

**166. Nombre de la empresa \***

**167. Número de Registro Nacional RNT de Turismo en caso de que aplique**

**168. Descripción de la actividad \***

**169. Servicios complementarios a la actividad que realiza**

Ejemplo: Pet friendly (*Permite ingreso de mascotas*), espacios adaptados o para ayudas técnicas y/o asistidas a personas con limitaciones.

**170. Precios 2025 \***

171. Vereda en que ubica su establecimiento o indique si es virtual \*

- Centro - Casco Urbano
- Vereda Verganzo
- Vereda Canavita
- Vereda La Esmeralda
- Vereda Tibitoc
- Vereda La Fuente
- Vereda Porvenir
- Otras

172. **Dirección del establecimiento**

\*Especificar el sector y nomenclatura donde está ubicado el proyecto, en caso de no tener un establecimiento indicar como venderá su producto y/o servicio y dirección para notificaciones

173. **Horarios de atención**

Ejemplo: Lunes a Viernes de 7:00 a.m. a 8:00 p.m. y Sábados, domingos y festivos de 8:00 a.m. a 3:00 p.m. \*

174. Número de celular

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,) \***

175. Correo electrónico comercial

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,) \***

176. Redes sociales y/o página web de la empresa \*

177. Nombres y apellidos del representante legal \*

178. Tipo de documento de identidad del representante legal \*

- Cédula de ciudadanía
- Cédula de extranjería
- Permiso de Permanencia Temporal
- Pasaporte

179. Número de documento del representante legal

**\*Sin puntos, ni comas\***  
\*

180. Número de celular representante legal

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)**  
\*

181. Correo electrónico del representante legal

**En caso de que cuente con otro por favor sepárelo con una coma (,)** \*

**INTERES**

182. **Última fecha de renovación de Cámara de Comercio (Año 2024 - 2025)**

Ejemplo: 20/03/2025 \*

183. **Número de Matricula Mercantil**

*\*En caso de que no aplique responda con la respuesta N/A\*\**

184. **Número de NIT (Registro Único Tributario)**

*\*En caso de que no aplique responda con la respuesta N/A\*\**

185. **Número total de empleados o colaboradores que laboren en la empresa o emprendimiento**

Ejemplo: 30 trabajadores tiempo completo y 4 trabajadores medio tiempo \*

186. **Si es necesario, indique las recomendaciones para antes, durante y después de la visita, con el fin de que el visitante las tenga en cuenta a su llegada**

*Ejemplo: Ropa cómoda, llevar cambio de ropa, no hacer demasiado ruido, no llevar plásticos de un solo uso, llevar bloqueador solar \**

187. **¿Cómo le gustaría que se presente su actividad económica? Para que sea más visible y atractiva para sus clientes activos y clientes potenciales \***

Seleccione como máximo 2 opciones.

- Guía turística interactiva
- Pasaporte tocanceño
- Pagina web
- Otras

188. Si tiene imágenes de su negocio y desea que sean incluidas dentro de la guía turística nueva u otras herramientas promocionales del municipio, puede enviarlas a este correo: [turismo@tocancipa.gov.co](mailto:turismo@tocancipa.gov.co)\*

Sí

No

---

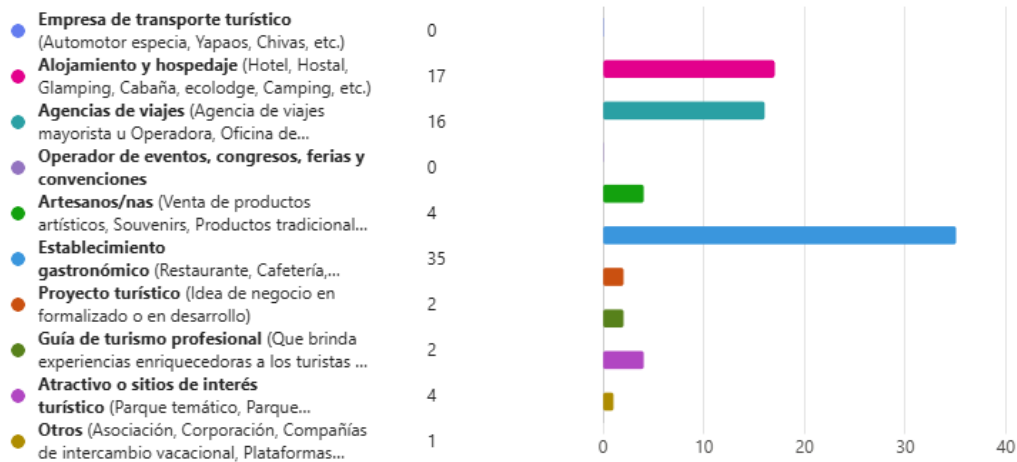
Este contenido no está creado ni respaldado por Microsoft. Los datos que envíe se enviarán al propietario del formulario.

 Microsoft Forms

## Gráfica realizada por forms de acuerdo con los respondido por los prestadores de servicios turísticos

1. Categoría de actividad económica

[Más detalles](#)



## Anexo D

### Acompañamiento para realizar encuesta con una agencia de viajes nueva en el municipio de Tocancipá



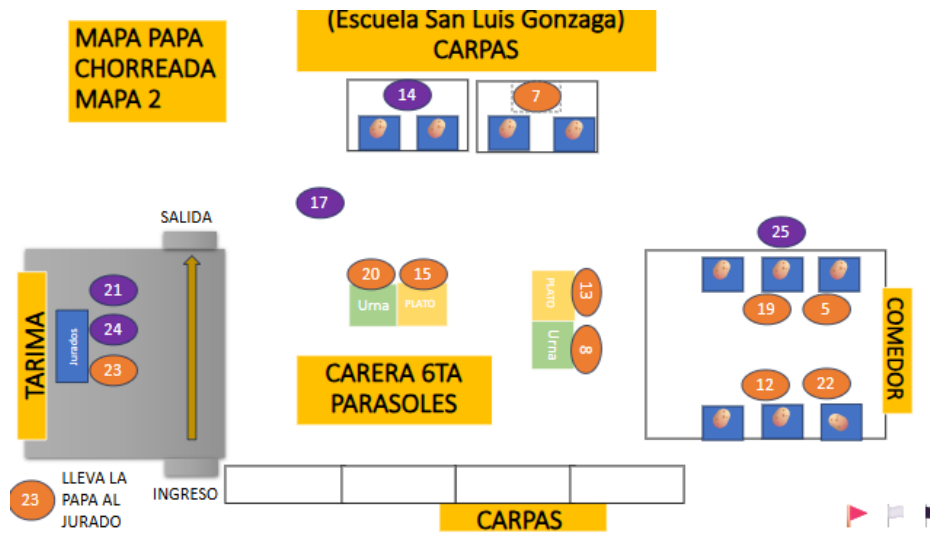
## Anexo E

Editable de la información recopilada para la actualización de la guía turística (2025).

[INFORMACIÓN GUIA TURÍSTICA 2025.xlsx](#)

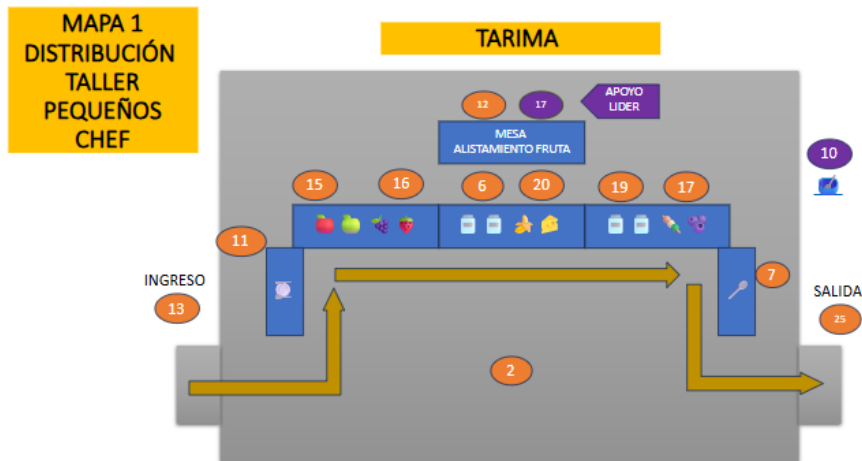
### Anexo F

Esquema de mapa de distribución del concurso de la papa chorreada



### Anexo G

Esquema de mapa de distribución del taller pequeños chef



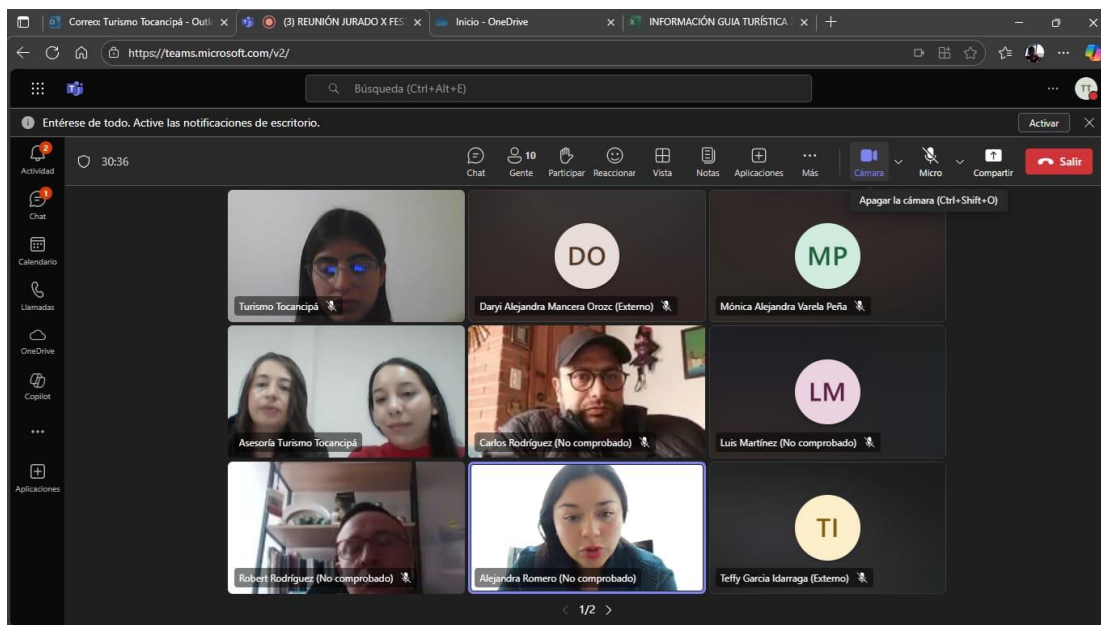
### Anexo H

## Esquema de mapa de distribución de la tarima de premiación



## Anexo I

### Reunión para la elección de jurados calificadores del décimo festival gastronómico de Tocancipá



## Anexo J

### Difusión por medio de la radio del décimo festival gastronómico



## Anexo K

### Cronograma de trabajo - Pasantías profesionales.

Actividad	Duración en semanas	Responsables	Descripción
Revisión y actualización de documentos base	3 semanas	Tatiana Pérez	Revisión de la guía y mapa turístico, verificación de propuestas anteriores y edición de contenidos
Procesamiento y análisis de encuestas	2 semanas	Tatiana Pérez	Subida de información a la base de datos y análisis de datos recolectados
Diseño y corrección de la	5 semanas	Tatiana Pérez	Elaboración, ajustes y pruebas piloto de la encuesta para prestadores de

encuesta de prestadores de servicios turísticos			servicios turísticos
Apoyo al Punto de Información Turístico	9 semanas	Tatiana Pérez	Atención a visitantes, registro digital y organización de material de apoyo
Gestión de insumos de promoción mediante presenta	2 semanas	Tatiana Pérez	Solicitud y recepción de manual de imagen, cartografía, logo e insumos para diseño.  Elaboración de guiones y copys para publicaciones y actividades turísticas que deben ser promocionadas.
Propuesta de ruta de bienestar	1 semanas	Tatiana Pérez  Estephania Garcia:  Contratista	Análisis y evaluación de la ruta de bienestar
Acompañamiento a prestadores turísticos para diligenciar las	4 semanas	Tatiana Pérez  Andrea Mora:  Contratista	Reuniones y apoyo a agencias, hoteles y restaurantes en el diligenciamiento de encuestas

encuestas		Alejandra Romero: Contratista  Estephania Garcia	
Redacción y edición de contenidos de la guía	4 semanas	Tatiana Perez Daniela Torres: Traductora	Desarrollo de secciones: historia, lugares emblemáticos, agenda, festivales, alojamientos y gastronomía, entre otros.
Apoyo a eventos y actividades culturales	4 semanas	Andrea Mora: Contratista  Tatiana Perez: Apoyo	Asistencia en reuniones y coordinación para el Festival Gastronómico y apoya en las actividades

*Nota: Elaboración propia.*