

**LINEAMIENTOS PARA EL DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO EN EL
MUNICIPIO DE TABIO CUNDINAMARCA**



Iván David Cotame Becerra
Daniela Salcedo Torres

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO

BOGOTÁ D.C., 02/07/2019

**LINEAMIENTOS PARA EL DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO EN EL
MUNICIPIO DE TABIO CUNDINAMARCA**



Iván David Cotame Becerra

Daniela Salcedo Torres

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
PROFESIONAL EN TURISMO**

**MODALIDAD:
INVESTIGACIÓN**

**TUTOR:
Karol Fajardo Mariño**

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO**

BOGOTÁ D.C., 02/07/2019

Nota aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá D.C, Mayo 2019

Dedicatoria

Después de arduo esfuerzo, constancia y tenacidad queremos dedicar este trabajo de grado a quienes son la razón de nuestra existencia: Dios, padres y madres. Está claro que su apoyo ha sido decisivo para la culminación de este quizás hasta el momento, el proyecto más importante de nosotros. Su apoyo ha sido el resultado de la educación, principios y valores que nuestros amados abuelos depositaron en su momento en ellos y ahora se ven reflejados en una nueva generación.

Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos a Dios por todas sus bendiciones y por forjar nuestros caminos. Agradecemos a la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca por abrirnos sus puertas para cursar el pregrado en turismo, también a la planta de profesores por ser guías en este largo camino, por brindarnos apoyo académico y la motivación para la culminación de la carrera profesional. A nuestros padres, madres y abuelas por ser nuestro norte y motivación diaria, por habernos brindado tanto sustento económico como emocional.

Compromiso de los autores

Yo, Iván David Cotame Becerra con cédula de identidad 1.015.464.774, y yo, Daniela Salcedo Torres con cédula de identidad 1.019.135.866, alumnos de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca del programa académico de Turismo, declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directos legales, económicos y administrativos sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en este, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Autorización

Bogotá, Colombia, 2019

Señores:

Biblioteca general

Yo, Iván David Cotame Becerra con cedula de identidad 1.015.464.774, y yo, Daniela Salcedo Torres con cedula de identidad 1.019.135.866, autor(es) del trabajo de grado titulado lineamientos para el diseño de producto turístico en el municipio de Tabio Cundinamarca, presentado en el mes de Mayo del año de 2019, como requisito para optar el título de PROFESIONAL EN TURISMO, autorizamos a la Biblioteca General de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca para que con fines académicos:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en la página Web de la Facultad, de la Biblioteca General y en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- Permita la consulta, la reproducción total o parcial a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer.
- Muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, a través de la visibilidad de su contenido.

De conformidad con lo establecido en el Reglamento estudiantil 2018 de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, **CAPÍTULO VI DERECHOS, DEBERES Y PROHIBICIONES**, artículo 28- deberes “**Acatar la normatividad vigente relacionada con la propiedad intelectual e industrial y los derechos de autor.**” los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Resumen

El presente trabajo tiene como fin establecer los lineamientos para el diseño de producto turístico en el municipio de Tabio Cundinamarca los cuales son útiles para la creación de un producto turístico y contribuyen con dos de los pilares establecidos en el plan de desarrollo turístico municipal.

El trabajo es de tipo descriptivo y con enfoque cualitativo, en donde los instrumentos para la recolección de datos fueron encuestas a la demanda potencial y a la comunidad local de Tabio, igualmente se desarrolló el diagnóstico del potencial turístico del municipio y el análisis de los componentes de producto turístico, también se determinó el nivel de competitividad como destino turístico, y por último se establecieron los lineamientos con sus respectivas estrategias, actividades, indicadores y responsables.

Palabras claves: Diagnóstico, producto turístico, lineamientos estratégicos.

Abstract

This thesis aim to establish the guidelines for the design of tourism products in the Tabio municipality that are useful for the creation of a tourism product and contribute with two of the pillars determined in the municipal tourism development plan.

The research is descriptive and with a qualitative approach, the instruments for data collection were surveys of the potential demand and the local community of Tabio, likewise, the diagnosis of the tourism potential of the municipality and the analysis of the tourism product components were developed, also determined level of competitiveness as a tourist destination and finally the guidelines were established with their respective strategies, activities, indicators and manager.

Keywords: Diagnosis, tourism product, strategic lines.

Tabla de contenido

Introducción.....	1
1. Propósito de investigación.....	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Objetivos.....	3
1.2.1. Objetivo general.....	3
1.2.2. Objetivos específicos.....	3
1.3. Justificación.....	3
2. Antecedentes.....	5
2.1. Antecedentes documentales.....	5
2.2. Bases teóricas o referentes conceptuales.....	10
3. Marcos generales.....	16
3.1.Marco geográfico.....	16
3.2.Marco histórico.....	17
3.3.Marco legal.....	18
4. Metodología aplicada.....	19
4.1. Limitaciones.....	22
5. Análisis e interpretación de resultados.....	22
5.1.Análisis de la oferta.....	22
5.1.1. Recursos turísticos.....	22
5.1.2. Prestadores de servicios turísticos.....	24
5.1.3. Servicios complementarios.....	28
5.1.4. Accesibilidad.....	29
5.1.5. Accesibilidad a los recursos	30
5.2.Análisis de la demanda.....	31
5.3.Percepción de la comunidad local de Tabio frente al turismo.....	35
5.4.Análisis del nivel de competitividad.....	38
5.5. Lineamientos estratégicos.....	43

5.5.1. Planificación del sector turístico.....	43
5.5.2. Los componentes del producto turístico.....	45
5.5.3. Promoción de Tabio.....	48
Conclusiones.....	50
Recomendaciones.....	52
Referencias bibliográficas.....	53
Anexos.....	56

Índice de tablas

Tabla 1. Listado de recursos turísticos enmarcados en la categoría de patrimonio cultural material inmueble.....	23
Tabla 2. Listado de recursos turísticos enmarcados en la categoría de patrimonio cultural inmaterial.....	23
Tabla 3. Sitios naturales.....	23
Tabla 4. Establecimiento de hospedaje y alojamiento tipo hotel.....	24
Tabla 5. Establecimiento de gastronomía, bares y similares.....	25
Tabla 6. Transporte.....	27
Tabla 7. Servicios complementarios.....	28
Tabla 8. Empresas de transporte público ruta Bogotá – Tabio.....	30
Tabla 9. Accesibilidad a los recursos.....	31
Tabla 10. Perfil del turista.....	32
Tabla 11. Matriz de evaluación externa de Tabio.....	39
Tabla 12. Matriz de evaluación interna de Tabio.....	40

Tabla 13. Matriz de perfil competitivo de Tabio.....	41
Tabla 14. Planificación del sector turístico.....	43
Tabla 15. Los componentes del producto turístico.....	46
Tabla 16. Promoción de Tabio.....	48

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Ubicación geográfica del municipio de Tabio.....	16
Ilustración 2. Mapa división política de Tabio.....	17
Ilustración 3. Salida Bogotá – Tabio por Auto Norte.....	29
Ilustración 4. Salida Bogotá – Tabio por Chía.....	29
Ilustración 5. Salida Bogotá – Tenjo - Tabio.....	30
Ilustración 6. Porcentaje de respuestas afirmativas de la comunidad local.....	36
Ilustración 7. Porcentaje de respuestas frente a la conservación de costumbres y sitios naturales.....	37
Ilustración 8. Porcentaje de participación en proyectos turísticos.....	38

Lista de Anexos

Anexo A. Fichas de inventario de recursos turísticos.....	56
Anexo B. Formato de encuesta a la demanda potencial.....	75
Anexo C. Formato de encuesta a la comunidad local.....	78

Introducción

El presente trabajo titulado Lineamientos para el diseño de producto turístico en el municipio de Tabio Cundinamarca, pretende establecer estrategias como base para el diseño conceptual de un producto turístico y que contribuya con los pilares establecidos en el Plan de Desarrollo Turístico 2017 – 2027 “Tabio Turístico, Termal y Torbellinero” para posicionar a Tabio como un destino turístico.

En el documento, se puede observar el desarrollo de la investigación en cinco capítulos principales, el primero se titula propósito de investigación y allí se presentan el planteamiento del problema, el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación.

El segundo capítulo expone los antecedentes y referentes teóricos, seguido se presentan los marcos referenciales (marco geográfico, histórico y legal). El cuarto capítulo indica la metodología aplicada en el trabajo para el cumplimiento de los objetivos establecidos y las limitaciones que surgieron en la aplicación del mismo.

Por último, en el capítulo titulado “análisis e interpretación de resultados” se indicó cuáles fueron los resultados obtenidos para cada objetivo establecido, además finaliza con las estrategias y actividades para la estructuración de un producto turístico en el municipio.

1. Propósito de investigación

1.1. Planteamiento del problema

Según el Plan de Desarrollo Turístico 2017 – 2027 “Tabio Turístico, Termal y Torbellinero”, el municipio de Tabio cuenta con recursos turísticos naturales y culturales que se incorporan a la denominación del patrimonio cultural material e inmaterial. Estos son: las dos capillas Lourdes y Santa Bárbara, la iglesia la Inmaculada Concepción de Tabio, el parque Jardín botánico, el parque principal, la peña de Juaica, las termas del Zipa, artesanías, postres, festividades, eventos, entre otros, los cuales pueden ser vistos como oportunidad para el impulso del sector turismo.

De acuerdo al diagnóstico del sector turístico del PLAN DE DESARROLLO “TABIO COMPROMISO DE TODOS” 2016 – 2019, se presentan problemas como el deterioro de la infraestructura turística, debido a la carencia de inversión pública y sensibilización en la población sobre la importancia de la riqueza con la que cuenta el municipio, por otro lado, las estrategias para promover al municipio como destino turístico son insuficientes. Lo anterior se pudo corroborar a través de una reunión previa con los miembros del Consejo Turístico de Tabio y por medio de dos reuniones que se sostuvieron con el secretario de desarrollo económico y turismo del municipio en donde reafirmó como problemática la falta de planificación del sector turístico en el municipio además de la inexistencia de rutas, circuitos y productos turísticos.

En relación con los problemas mencionados anteriormente, se estableció abordar un problema en específico que reside en la falta de planificación en el territorio para la gestión de los recursos turísticos naturales y culturales ocasionando que el municipio no cuente con un diseño de producto turístico que permita reconocer la riqueza natural, cultural y social del municipio. Sin embargo, en el componente estratégico del plan de desarrollo turístico 2017 – 2027 “Tabio Turístico, Termal y Torbellino”, se plantea como objetivo general: “Generar un turismo sostenible y sustentable que contribuya con la calidad de vida de los habitantes, el desarrollo social, económico, ambiental y cultural; en alineación con los objetivos de los planes sectoriales y regionales, para el posicionamiento del Municipio como destino turístico de alta competitividad y reconocimiento en el mercado nacional e internacional por sus atractivos

turísticos: patrimonio cultural y recursos naturales, representados por elementos diferenciadores como las aguas termales, las manifestaciones étnicas del territorio y el Encuentro Nacional del Torbellino y las Danzas Tradicionales.” (Alcaldía municipal de Tabio, 2017, p.32)

Por lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación, ¿cuáles serían los lineamientos necesarios para el diseño de un producto turístico en el municipio de Tabio?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Establecer lineamientos estratégicos para el diseño de un producto turístico en el municipio de Tabio Cundinamarca.

Objetivos específicos

1. Realizar el diagnóstico de los recursos turísticos de Tabio mediante el análisis de los componentes de producto turístico.
2. Evaluar el nivel de competitividad que posee el municipio de Tabio como destino turístico.
3. Proponer estrategias como instrumento para el futuro diseño de un producto turístico.

1.3. Justificación

El acelerado desarrollo de la actividad turística en los últimos años en el país está llevando a la creación de nuevos productos turísticos que diversifiquen la oferta ya existente, integrando los recursos históricos, naturales y culturales.

El objetivo general del componente estratégico del plan de desarrollo turístico 2017 – 2027 “Tabio Turístico, Termal y Torbellino” es generar un turismo sostenible y sustentable que contribuya con la calidad de vida de los habitantes, el desarrollo social, económico, ambiental y cultural; en alineación con los objetivos del PLAN DE DESARROLLO “TABIO COMPROMISO DE TODOS” 2016 -2019, para el posicionamiento del Municipio como destino

turístico competitivo y reconocido en el mercado nacional e internacional por sus recursos turísticos: patrimonio cultural y recursos naturales.

Entre los recursos naturales que existen en el municipio de Tabio se encuentran bosques nativos como Bosque Alto andino que se encuentra entre los 2.750 y los 3.200 msnm, su paisaje se compone de rastros, barbechos, pajonales de páramo y complejos rocosos, con presencia de cobertura epífita y terrestre de briófitos (musgos y hepáticas) que son los indicadores de humedad en la región, y el Bosque Andino Bajo que se encuentra entre los 2.550 y 2800 mts, este ecosistema presenta una vegetación propia; Además, cuenta con pasturas, zonas aptas para cultivos y fuentes termales que sirven como recurso turístico. Tabio presenta un ecosistema natural propio altamente estratégico dado a su conservación permitiendo en este una alta fuente hídrica y mayor biodiversidad (PLAN DE DESARROLLO “TABIO COMPROMISO DE TODOS” 2016 -2019, pg. 34-35).

En cuanto a los recursos naturales turísticos que se encuentran en el municipio encontramos: la peña de Juaica, el eco parque Tygüa –Magüe, el parque ecológico Carmen de los Juncales, los termales del Zipa y el jardín botánico; por otro lado, el patrimonio cultural está constituido principalmente por la ermita de Santa Bárbara, la iglesia de la Inmaculada Concepción de Tabio, el monumento al Torbellino, el foro municipal, además de contar con el festival del Torbellino y el día del campesino.

Por lo tanto, desde el presente trabajo se pretende establecer los lineamientos necesarios para el diseño de un producto turístico en el municipio de Tabio, con el fin de aportar a dos de los pilares establecidos en el plan de desarrollo turístico 2017 – 2027 “Tabio Turístico, Termal y Torbellino”, los cuales buscan la competitividad y la conectividad entre su cadena de valor y destacarse como destino experiencial basándose en los recursos naturales y culturales, además de potencializarlos ya que estos son la fuente de motivación que originan los desplazamientos y son un componente importante del producto turístico.

Para este trabajo de grado se revisaron otras investigaciones referentes al diseño de productos turísticos con características similares, aplicadas en Colombia y el mundo.

El significativo interés por parte de la Secretaría de desarrollo económico y turismo y los integrantes del consejo municipal de Tabio fue importante para la realización de este trabajo debido a que visibilizaron las problemáticas con las que cuenta el municipio.

2. Antecedentes

2.1. Antecedentes documentales

El presente marco de antecedentes comprende trabajos de grado, manuales y metodologías que se consideran relevantes para el tema de trabajo de grado, abordando la creación y diseño de productos turísticos en el ámbito internacional y nacional.

El trabajo de grado elaborado por Chango Chasi, Verónica Elizabeth (2012), “*Producto turístico comunitario como una alternativa de desarrollo endógeno en Atocha del cantón Salcedo en la provincia de Cotopaxi, República del Ecuador*”, Se estructuró en tres capítulos: el primero consiste en el análisis teórico sobre el contexto actual del ecoturismo y turismo comunitario; el segundo abarca el marco geográfico del área de investigación y la metodología de trabajo, la cual se dividió en dos etapas. Inicialmente se desarrolló el diagnóstico de los valores naturales y socioculturales, Y luego, se realizó el diseño del producto turístico basándose en la metodología propuesta por Kotler (1991), Santesmases (1999), Promperú (2001) y Machado (2007) que consta de tres fases: diagnóstico de la situación turística, diseño del producto y comercialización del producto.

El tercer capítulo contiene el análisis y discusión de los resultados de la investigación, se observó la presencia de dos ecosistemas páramo y llano que cuentan con un potencial de atractivos turísticos naturales que se combinan con los valores socioculturales, arquitectónicos y económicos.

Por ello se diseñó el producto “Turismo Comunitario de Atocha”, el cual pone en práctica la estructura del producto y las pautas definidas para su gestión comercial a través de estrategias competitivas, y sirve para el proyecto de Tabio como referencia para realizar el diagnóstico de la situación turística.

Otra investigación es la realizada por Salinas, Carlos (2015), “*Propuesta para la creación de un producto turístico comunitario sostenible en territorio indígena de la nacionalidad achuar del Ecuador (NAE) de la provincia de Pastaza*”, se efectuó salidas de campo, inventarios, observación directa, entrevistas, encuestas y análisis SPSS con el fin de analizar los recursos turísticos. Por medio de un análisis FODA se determinó el circuito turístico apto para el área en cuestión y provee estrategias con relación a la comunidad y la actividad. En consecuencia se señalan las actividades para implementar y se analiza la factibilidad económica; Por último, se hizo un amplio análisis del mercado y una propuesta de producto turístico para el territorio de la nacionalidad Achuar del Ecuador, basado en el turismo cultural, ya que el mayor potencial de este territorio es la cultura. Se diseñaron dos paquetes turísticos con su respectivo análisis y factibilidad económica, lo cual reflejó una pérdida, así que el autor recomendó buscar inversión para actividades turísticas para cuando el escenario económico sea viable se pueda ejecutar el presente estudio.

Asimismo, Ordoñez, Patricia (2011) Riobamba – Ecuador, en la tesis titulada “*Diseño de un producto turístico para el Cantón San Felipe de Oña, Provincia del Azuay*”, con la cual se pretendió posicionar al Cantón Oña como un destino turístico de naturaleza y cultural donde sus productos se ofertaran combinando atractivos y servicios que generalmente se compran por separado y ofreciéndolos como un producto único de turismo sostenible y sustentable. La investigación se desarrolló a través de trabajo de campo e información primaria, secundaria y talleres participativos con los involucrados en la actividad turística, elaborando un diagnóstico. Por otro lado, la autora efectuó un estudio de mercado para establecer medios publicitarios y la viabilidad económica-financiera del proyecto que considera la factibilidad de la implementación del producto turístico, para su posterior promoción y difusión en el mercado nacional e internacional. Por lo que para el presente trabajo esta referencia sirvió para la integración entre los atractivos turísticos de Tabio y los servicios complementarios determinando los recursos que se seleccionarían en el diseño del producto.

Otra indagación es la elaborada por Fuentes, Patricia (2009) “*El turismo de salud como producto turístico en auge: Análisis del caso de la Provincia de Buenos Aires*”, investigación de tipo exploratorio-descriptivo, con enfoque cualitativo que se centra en hacer un análisis

acerca de una nueva tipología de turismo, como el turismo de salud en la provincia de Buenos Aires, especialmente en la ciudad de Mar del Plata. En los objetivos busca analizar la oferta actual del turismo de salud, identificar la demanda y el papel que cumple el estado como promotor de esta tipología.

Se aborda partiendo del surgimiento de este fenómeno en la década de 1970, ya que, en esta época se comienza a desarrollar el concepto de turismo de salud y explica a qué se refiere esta modalidad de turismo, para qué sirve, con qué disciplinas se complementa y de qué manera ofrecerla.

Por otra parte, el “*Manual para la planificación de productos turísticos*”, es una iniciativa de SECO (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos), en convenio con Mincetur (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo) y PromPerú (La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo) (2014), que desarrolla un proceso metodológico para la planificación de productos turísticos. El texto comienza con una definición de producto turístico, sus elementos, etapas y aspectos a considerar, seguido de un análisis del destino turístico, la conceptualización del producto turístico, el diseño del producto y el plan de acción para el desarrollo del producto turístico.

El “*Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados*”, elaborado por SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo) (2015), se aborda desde dos aspectos: el diseño de una oferta acorde a una demanda exigente y una constante evolución al desarrollo local, busca integrarse en el desarrollo de una experiencia legítima en la multiplicidad y especialización de la oferta y de la rentabilidad de la actividad turística a nivel nacional. Está dirigida a actores potenciales y existentes del turismo, emprendedores, empresarios turísticos y gestores locales, en el ámbito público y privado con miras a un desarrollo sustentable.

Estos manuales son una guía para el presente trabajo ya que sirvieron como base para la estructuración del producto turístico de Tabio.

En el ámbito nacional se tomó como referencia el documento titulado “*Diseño del producto turístico del municipio de Honda*” apoyado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y ejecutado a través de FONTUR (Fondo Nacional de Turismo) en el año 2014.

Este propende por la organización de la oferta turística con el fin de introducirla en los mercados turísticos. Para ello se establecieron cuatro etapas de manera que analizaron la oferta de atractivos turísticos, las facilidades complementarias y de ocio, las actividades que le dan valor, la calidad en la prestación de sus servicios turísticos, el mercado y la demanda, la administración y la gobernanza, la accesibilidad, la infraestructura y la tecnología. Estos aspectos fueron revisados teniendo en cuenta fuentes secundarias, visitas de campo y entrevistas a funcionarios de las entidades e instituciones públicas y privadas del orden local y regional que contribuyen en el desarrollo turístico del destino. En segundo lugar, el diseño del producto turístico de Honda se hizo de manera participativa, se diseñaron cuatro rutas teniendo en cuenta el inventario de los atractivos turísticos seleccionados. Cada uno tiene ficha histórica, guion temático y como valor agregado el manual de operaciones y el protocolo de servicios para la operación efectiva de los recorridos. En este contexto, dos agencias operadoras locales presentaron dos paquetes al equipo técnico, los cuales fueron revisados y ajustados. En tercer lugar, se construye la imagen turística para la ciudad de Honda a partir de la consolidación de sus tesoros históricos y culturales. Por último, se establecen recomendaciones para la incorporación de criterios de sostenibilidad en el destino turístico. Que constituyeron temas claves para el análisis de la oferta y la metodología del diseño del producto turístico.

De modo similar, el documento titulado “*Diseño de producto turístico para el municipio de Pasto y sus corregimientos*” (2014). Se estructuró principalmente en cuatro fases metodológicas: en primera instancia, se actualizó el inventario turístico de Pasto y sus 17 corregimientos, por medio de entrevistas y visitas de campo en donde se implementaron talleres participativos con prestadores turísticos, actores claves del turismo y locales, con el fin de obtener resultados más completos. También se estudió la oferta de servicios complementarios como alojamiento, agencias de viajes, establecimientos gastronómicos, guías y operadores.

Finalmente, se construyó una matriz DOFA de la cadena del valor del turismo y del destino, la cual sirvió para acordar la línea de tipologías de productos potenciales a desarrollar, para así proceder a la conceptualización y estructuración del producto turístico.

Posteriormente, en el año 2015, a través de FONTUR se desarrolló el documento “*Diseño de producto turístico patrimonial de Tierradentro departamento del Cauca*”, el cual despliega tres capítulos. En primer lugar, está el diagnóstico y a partir de la revisión de fuentes secundarias se analizó el contexto territorial. Para el diagnóstico de demanda se recogió información existente en prestadores, actividades con la comunidad para determinar el segmento de mercado, lo cual se complementa con entrevistas y encuestas a turistas. En el análisis de la oferta se hicieron visitas de campo, se actualizó el inventario turístico y se conceptualizan los productos de manera participativa en los municipios de Inzá y Páez para establecer los atractivos relevantes. También se entrevistaron a los prestadores de servicios de la zona. Con esta información se elaboró una matriz DOFA de la cadena de valor de Tierradentro en primera instancia por eslabón y luego una general para los municipios ya mencionados. Seguidamente se hizo la conceptualización de productos, igualmente de manera participativa, con el fin de conocer el querer de las comunidades en el ejercicio de la actividad turística. Finalmente se priorizaron los productos utilizando el un instrumento de matriz (importancia-desempeño) según el método de Kotler, Hamlin Rain y Haider⁸, el cual permite catalogar los retos y el desempeño del producto. Las recomendaciones de acción para la implementación prioriza la gestión del territorio para el turismo, la oferta turística en donde se aconseja la organización, formación y formalización de los guías turísticos y por último, la sostenibilidad ambiental, socio cultural y económica.

Se concluye esta sección con el artículo de Barbosa, Martha (2007) titulado “*La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural: caso: corredor turístico Bogotá - Boyacá - Santander*”, que presenta el término de turismo como un proceso de descripciones que se compone de elementos no estáticos y evolutivos en tiempo y espacio. Enfatiza que el turismo ha participado en la gestión y conservación del patrimonio natural y cultural, ya que se constituye el mayor atractivo de la actividad turística y se usa como principal insumo en la creación y diseño de productos; de este se tiene la expectativa de novedoso (tendencias del mercado), pertinente y rentable económica y socialmente. Cabe resaltar que para iniciar la creación de producto, en primer lugar se debe caracterizar el destino, seguido de analizar los atractivos y recursos turísticos dividiendo el territorio y

cuatro categorías que son biológica, zonas arqueológicas, elementos socio-culturales y paisaje. De igual modo se debe analizar y evaluar la planta turística del núcleo receptor, el cual consta de elementos tangibles como los servicios complementarios y elementos intangibles que son los que se sienten y determinan su valor, por ejemplo, la acogida y la hospitalidad.

Por ende, el proceso de caracterización de los elementos del producto turístico tiene la intención de argumentar la inclusión del diseño del producto, lo cual debe contener los elementos del entorno, el espacio turístico, la protección del territorio, la utilización turística, la capacidad de carga y la presencia del sector público y sector privado que se verá reflejado a lo largo del presente trabajo.

2.2.Bases Teóricas o Referentes Conceptuales

El turismo es considerado un fenómeno social y su actividad económica lo posiciona como una de las industrias más importantes a escala mundial; es un sector en constante crecimiento y desarrollo debido al origen de viajes y experiencias de todo tipo (OMT, s.f). El consumidor (turista) también va cambiando, es más exigente y tiene expectativas más altas, por lo cual los destinos ofertan y crean productos que se adapten a las tendencias actuales. Ahora bien, para la creación y desarrollo de productos turísticos, se debe tener claridad en conceptos que a lo largo del documento se van a nombrar.

Para comenzar, es importante citar la definición de **turismo**, según la Organización Mundial del Turismo (OMT, s.f) “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos”.

Según la OMT (2008) **el turista** (o visitante que pernocta) es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con

cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

La ley 1558 del 2012 en su artículo 40 define al turista como 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.

Para la OMT (2002) el **destino turístico** es un 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.

Asimismo el destino turístico es un “lugar que tiene características conocidas por un número suficiente de visitantes potenciales para justificar su consideración como entidad, incitando al viaje por sí misma, independiente de las atracciones de otras localidades” (Mathieson y Wall, 1990 citado por SERNATUR, 2015).

En el documento Conceptos Fundamentales del Turismo (s.f) se define **recurso turístico** como aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda, estos son componentes primordiales de la oferta turística.

En el manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos de MINENTUR (2018) se entiende por recurso turístico los bienes o elementos naturales, culturales y humanos, materiales o inmateriales, muebles o inmuebles, existentes en un territorio y que, por

sus características especiales, tienen un potencial turístico que podría captar el interés de los visitantes.

En el manual del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para la destinación de recursos y presentación de proyectos a través de FONTUR (2012) se define **atractivo turístico** como todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico.

Por otra parte MINCENTUR (2011) entiende por atractivo turístico como el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor.

La **actividad turística** comprende diferentes elementos que se interrelacionan, en primer lugar se define la oferta como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (Sancho, 2011).

SERNATUR (2015) define actividad turística como las actividades a realizar en el destino, en conjunto con los atractivos de un lugar, constituye la motivación básica del viaje. Se podría decir que no es posible un desarrollo turístico si el visitante no puede realizar actividades, aunque en muchos casos se trate sólo de contemplar el paisaje.

Según la Guía para la Formulación de Proyectos de Inversión Exitosos (MINCENTUR, 2011) los **prestadores de servicios turísticos** son personas naturales o jurídicas que participan de la actividad turística con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos, de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas.

Otra definición de prestadores de servicios turísticos es la establecida en la Ley 300 de 1996 toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el registro nacional de turismo.

La **infraestructura** según Rey (2004) abarca todas aquellas construcciones y elementos, tanto internos como externos, que hacen viable un producto o un destino: agua, energía, comunicaciones marítimas, aéreas y terrestres, telecomunicaciones y seguridad.

Complementando la anterior definición SERNATUR (2015) establece que la infraestructura es la dotación de bienes y servicios básicos con que cuenta un país y permite que el viaje sea cómodo y agradable, se puede clasificar en Red de transportes (red ferroviaria y vial), Terminales terrestres (aeropuertos, terminales de buses, puertos, etc.), Redes de servicios básicos (agua potable, electricidad, etc.), Redes de comunicaciones (correo, teléfonos fijos, equipos celulares, fax, Internet, etc.)

La **superestructura turística** “comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico” (Boullón, 2006).

Para Varisco (2013) la superestructura está integrada por organismos públicos, privados y del tercer sector que tienen por objeto planificar y coordinar el funcionamiento del sistema turístico.

El término de **percepción turística** es definido como “la imagen de un destino turístico es un concepto subjetivo, dado que se concibe como una interiorización de las percepciones del turista. Se puede pues concluir sobre un predominio de las orientaciones subjetivistas, de manera que cada turista evaluará de forma diferente un mismo destino turístico, en función de su percepción” (Gallarza, Gil y Calderón, 2002 citado por Millet, s.f).

Del mismo modo en el documento **La Imagen de un Destino Turístico: Concepto e Instrumentalización. Una Aproximación a la Comunicación como Instrumento de Política**, se “entiende por imagen de un destino turístico la percepción que el turista potencial tiene del destino en base a criterios de conocimiento y a criterios de afinidad o afectividad. Esto es, la imagen de un destino es la manera en que un turista manifiesta su posición hacia éste e incluso sus expectativas en torno al mismo” (Muñoz, s.f).

En el documento lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia (MINCIT, 2012) se concibe el término de **comunidad** como un grupo de personas que se organizan e integran, en busca de un objetivo común, a través del establecimiento de normas y funciones.

Por otro lado, la **oferta turística** es “el número total de empresas, instituciones privadas o públicas, que se dedican a la detención, incitación o satisfacción directa o indirecta de una necesidad, o de un conjunto determinado de necesidades de ocio, mediante un viaje” (Valls, 2003 citado por Rey, 2004).

Siguiendo a Rey (2004), la oferta turística está conformada por dos subsectores, el primero se denomina configuradores y constituyen el núcleo central de la oferta, estos son: El alojamiento, la restauración, el transporte, la atracción y la organización del viaje; en segundo lugar, están los auxiliares conformados por las infraestructuras, las instituciones, las empresas de útiles para el turismo, y la formación y motivación.

En segundo lugar, es pertinente definir la **demanda** la cual está “formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos” (Sancho, 2011, p. 47).

Otro punto de vista es el de Rey (2004) que en su libro fundamentos de marketing turístico, afirma que la demanda es:

Volumen total de compras de un producto realizado por un grupo determinado de consumidores, en un área geográfica definida, en cierto periodo y en un entorno dado, como resultado de la aplicación de un determinado nivel de esfuerzo de Marketing; de esta definición es necesario especificar el nivel de agregación para el que se está estudiando la demanda de un producto el cual se divide en: marca, organización y sector; igualmente se debe definir el grupo de los compradores en: individuo, grupo y totalidad; finalmente el tiempo en: día, mes, año y en corto plazo y largo plazo (p. 77).

Para este trabajo es pertinente citar el significado de **producto turístico** el cual, “está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones

resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista (Cárdenas, Fabio 2008).

El producto “es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística; El producto turístico puede incluir diferentes tipos de atractivos: naturales o hechos por el hombre, hoteles, resorts, restaurantes, teatros, actividades, festividades y eventos. De acuerdo a la OMT, el desarrollo de un producto turístico es un proceso en el que los bienes de un destino en particular se adecuan a las necesidades del mercado” (Mincentur, 2014).

Teniendo en cuenta estos conceptos, se establece que un producto turístico está integrado por los siguientes componentes: “atractivo: elemento natural o cultural; planta turística: equipamiento de servicios e instalaciones; infraestructura: red de servicios sociales de toda comunidad, tanto en red interna como externa” (Muro, 2016).

Cuando el producto llega al consumidor, este debe tener ciertos beneficios que son tipificados como: “Funcionales: entendidos como aquéllos que permiten satisfacer las necesidades básicas: alojamiento, alimentación, transporte; Simbólicos: responden a emociones y satisfacción de status o satisfacción personal en el destino seleccionado; Vivenciales: relacionados con los cinco sentidos del ser humano: experiencias y vivencias únicas resultantes de la actividad turística”(Ministerio de Turismo y Deporte).

Para la OMT (s.f.) los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo

Por último, se aborda el concepto de **desarrollo sostenible** que según la Ley 1558 de 2012 es desarrollar el turismo en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

3. Marcos generales

3.1. Marco geográfico

El municipio de Tabio se encuentra ubicado en la provincia de Sabana Centro del departamento de Cundinamarca, y está localizado a 2.569 m.s.n.m. Limita al norte con el municipio de Zipaquirá, al oriente con los municipios de Chía y Cajicá, al occidente con el municipio de Subacho y al sur con el municipio de Tenjo (Plan de desarrollo turístico 2017 – 2027 “Tabio Turístico, Termal y Torbellinero, p.11)

Su extensión territorial es de 74,5 Km², correspondiéndole al área urbana 0,43 Km² y al área rural 74,2 Km².

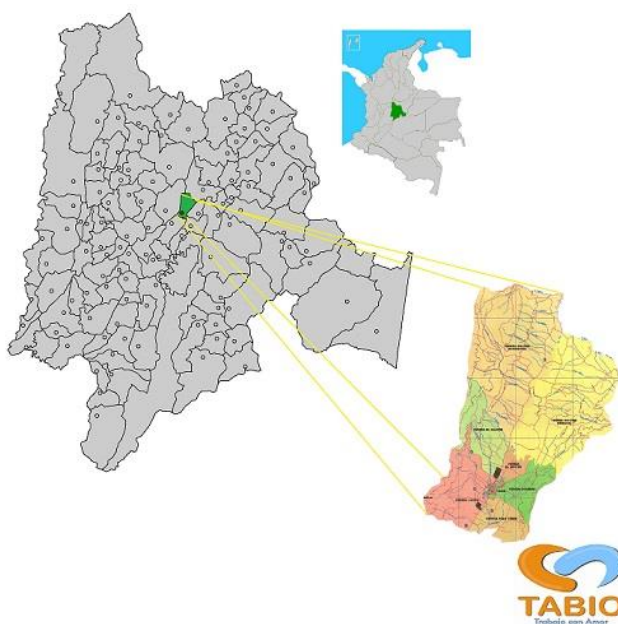


Ilustración 1. Ubicación geográfica del municipio de Tabio. Fuente: Pagina web de Tabio

<http://alcaldiadetabio.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Galeria-de-Mapas.aspx>

El municipio está compuesto por siete veredas: Rio frio occidental, Rio frio oriental, El salitre, Juaica, Paloverde, Lourdes y vereda centro cada una divina en sectores.



Ilustración 2. Mapa división política de Tabio. Fuente: Plan integral único (PIU)

3.2.Marco histórico

La región del Sabana, donde se encuentra Tabio, está marcada por la realización de alfarería descendiente de la cultura Muiscas que existió desde aproximadamente el año 310 al 1305, es decir doce siglos antes de la invasión provocada por los españoles. Su sistema de

gobierno era por jerarquía, tenían a la cabeza de la civilización al cacique, estos tenían el nombre de Zipa y el Zaque, seguidos por otros llamados los Usaques, luego venían los consejeros, los sacerdotes, los guerreros y el pueblo, compuestos principalmente por agricultores, alfareros, orfebres, tejedores y comerciantes (Plan de desarrollo turístico 2017 – 2027 “Tabio Turístico, Termal y Torbellinero, p. 10).

El municipio de Tabio fue fundado el 8 de abril de 1603 por Diego Gómez de Mena.

Tabio deriva su nombre de “Teib” que significa abolladura o boquerón, término acorde con su posición geográfica, junto al boquerón del Río Frío o Sinca. A la llegada de los españoles, los Chibchas ocupaban el actual territorio de Tabio, cuyo nombre aborigen significa “El Boquerón de la Labranza”, y se dedicaban a la agricultura. Aquella región de Tabio era famosa entre los chibchas por sus aguas termales; en dicha fuente poseían un templo natural a donde el Zipa y Bacatá acudían a celebrar las fiestas de la Diosa de las Aguas. Fray Cristóbal de Torres prohibió las fiestas astrales. Los cultos al agua, al sol y a la luna eran la manifestación externa de su religión (Plan de desarrollo turístico de Tabio 2010 – 2020, p.81).

3.3. Marco legal

Es importante mencionar la legislación correspondiente o en relación con la actividad turística.

Ley General de turismo (Ley 300 de 1996): Se destaca el Artículo 1º: El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y para las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social. El estado le dará protección especial debido a la importancia que tiene para el desarrollo nacional. El anterior artículo se modifica por el artículo 2 de la ley 1558 de 2012, reformando la definición de la importancia de la industria turística quedando de la siguiente manera: “El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social. Como industria que es, las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos en materia impositiva, serán las que correspondan a la actividad industrial o comercial si le es más favorable. El estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional”.

Artículo 13º: Apoya la descentralización. “El Ministerio de Desarrollo Económico, hoy el Ministerio de Comercio, industria Turismo apoyará la descentralización para que la competencia de las entidades territoriales en materia de turismo se ejerza de acuerdo a los principios de coordinación, concurrencia y subsidiariedad que dispone el artículo 288 de la 49 constitución nacional. Para tal efecto establecerá programas de asistencia técnica y asesoría a las entidades territoriales. Así mismo el Artículo 14º: consiste sobre la Armonía regional: Los departamentos, los distritos, los municipios, los territorios indígenas, así como las regiones y provincias a las que la ley diese el carácter de entidades territoriales, ejercerán sus funciones constitucionales y legales relacionadas con el turismo, de manera coordinada y armónica, con sujeción a las normas de carácter superior y a las directrices de la política nacional turística, a fin de garantizar un manejo unificado, racional y coherente del turismo.

Y por último el Artículo 17º: Planes sectoriales de desarrollo departamentales, distritales y municipales. Corresponde a los departamentos, a las regiones, a los distritos, municipios y comunidades indígenas, la elaboración de los planes sectoriales de desarrollo turístico en su respectiva jurisdicción, con fundamento en la ley.

4. Metodología aplicada

El presente trabajo se desarrolló desde un enfoque cualitativo que según Sampieri (2014) se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente. Tal recolección consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos).

El tipo de investigación es descriptiva, es decir, “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas” (Sampieri, 2014, p.92).

Este tipo de investigación nos permite especificar las características de Tabio Cundinamarca, establecer el perfil del turista que visita el municipio y su comunidad qué posición tiene frente al desarrollo del turismo en el mismo, lo anterior con el fin de establecer los lineamientos para el

diseño de un producto turístico en el municipio; teniendo en cuenta que este tipo de investigación permite recoger información de manera independiente, en primera instancia, se realizó una visita al municipio donde se recolectaron datos a través de la observación directa y entrevistas con los actores.

Para el cumplimiento del primer objetivo específico se realizó un análisis de la oferta y la demanda del municipio; para abordar la oferta se actualizó el inventario de atractivos turísticos con el método sugerido e implementado por MINCIT (2010). Se utilizó el instrumento de fichas de inventario el cual permite la sistematización, valoración y jerarquización de los atractivos naturales y culturales del municipio (Anexo A). Además se hizo un análisis del estado de formalización y el cumplimiento de los requisitos exigidos en las normas técnicas sectoriales de los prestadores de servicios turísticos, servicios complementarios y accesibilidad ya que estos son elementos importantes de la oferta y generan un valor agregado a los turistas que visiten el municipio.

En segundo lugar, se implementó el instrumento de encuesta dirigida a los habitantes de Bogotá entre la edad de 25 a 44 años en el 2018, los cuales se consideraron como demanda potencial del municipio, lo anterior con el fin de conocer la percepción que tienen de Tabio como destino turístico (Anexo B).

Para delimitar el tamaño de la muestra se tomó como referencia la fórmula establecida en el documento *Criterios de orientación para la realización de Encuestas de satisfacción del Ayuntamiento de Madrid* (2012).

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Donde:

N: Es el tamaño de la población (número total de posibles encuestados).

K: Es una constante que depende del nivel de confianza que se asigne por el investigador.

e: Es el error muestral deseado.

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio.

q: Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p.

n: Es el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 2539043}{(10^2 * (2539043 - 1)) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 97$$

Por último, se elaboró el instrumento de encuesta dirigido a la comunidad local de Tabio con el fin de conocer la percepción de esta frente al turismo y ante el diseño e implementación de un producto turístico en el municipio (Anexo C).

Para determinar la muestra se realizó la siguiente fórmula definida en el documento Criterios de orientación para la realización de Encuestas de satisfacción del Ayuntamiento de Madrid (2012, p.15).

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 6679}{(10^2 * (6679 - 1)) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 95$$

El segundo objetivo de este trabajo consiste en determinar el nivel de competitividad del municipio, para ello se utilizó la matriz de evaluación externa (EFE) que permite resumir y evaluar la información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, legal, tecnológica y competitiva; y la matriz de evaluación interna (EFI) que resume y evalúa las fortalezas y las debilidades principales en el destino, al igual que proporciona una base para

identificar y evaluar las relaciones entre estos (Fred R, 2003). Las matrices incluyen factores de la estructura, infraestructura y superestructura turística.

Posteriormente, se usó la matriz MPC (matriz de perfil competitivo) para comparar el municipio frente a otros municipios de Cundinamarca posicionados en la actividad turística como lo son Choachí, Machetá y Guasca, los cuales tienen recursos turísticos similares a los de Tabio y que más adelante sirvieron como insumo para el desarrollo de productos turísticos.

Para el cumplimiento del tercer objetivo específico se realizó un Cuadro de Mando Integral (CMI) que según Berríos, R., y Flores, R. (2017) “permite monitorear el cumplimiento de estrategias tanto en el corto como en el largo plazo, por medio de indicadores de resultado e inductores de actuación o desempeño”, lo anterior con el fin de lograr el cumplimiento de los lineamientos para el desarrollo de productos turísticos.

4.1.Limitaciones

Las limitaciones que surgieron a lo largo del trabajo fueron las siguientes:

- El desconocimiento acerca de los conceptos del turismo de los actores públicos.
- El punto de información turística en la mayoría de las visitas al municipio no se encontraba abierto, lo cual retrasó el proceso de recolección de información.
- Dificil acceso a algunos atractivos turísticos.
- Escasez de información y señalización de los atractivos.

5. Análisis e interpretación de resultados

5.1. Análisis de la oferta.

5.1.1. Atractivos turísticos

La materia prima fundamental para la elaboración de un diseño de producto turístico son los recursos turísticos que existan en el destino, de modo que, a través de las fichas de inventario de recursos turísticos de Tabio Cundinamarca se identificaron 19 recursos, dentro de los cuales 8 se encuentran en la categoría de patrimonio cultural material inmueble, 1 en la categoría de

patrimonio cultural material mueble, 3 en la clasificación de patrimonio cultural inmaterial, 3 festividades y eventos y 4 sitios naturales.

En las siguientes tablas se despliega el listado de los recursos turísticos del municipio con su respectivo nombre, código y calificación.

Tabla 1. Listado de recursos turísticos enmarcados en la categoría de patrimonio cultural material inmueble.

CUADRO DE RESUMEN										
Nombre	Código	A	B	C	Calificación	Loc	Reg	Nal	Int	Calificación Total
CAPILLA DE SAN ANTONIO	1.1.3.1	12	10	20	42	6				48
IGLESIA INMACULADA CONCEPCION	1.1.3.1	21	20	28	69	6				75
ERMITA DE SANTA BARBARA	1.1.3.1	21	21	28	70			18		88
CAPILLA DE LOURDES	1.1.3.1	21	21	28	70	6				76
ORATORIOS DE CARRON	1.1.3.1	10	10	20	40	6				46
JARDIN BOTANICO	1.1.4.3	10	10	20	40	6				46
FORO MUNICIPAL	1.1.4.5	21	21	28	70	6				76
PARQUE PRINCIPAL	1.2.2	21	21	28	70	6				76
MONUMENTO AL TORBELLINO	1.5.2.6	21	21	28	70	6				76
Diligenciado por:	DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME							Fecha:	25 de Octubre de 2018	

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Listado de recursos turísticos enmarcados en la categoría de patrimonio cultural inmaterial.

ACTUALIZACION INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS TABIO														
CUADRO DE RESUMEN														
Nombre	Código	A	B	C	D	E	F	G	Calificación	Loc	Reg	Nal	Int	Calificación Total
TAMAL DE CALABAZA	1.6.2	14	14	8	14	14	N/A	N/A	64	6				70
POSTRES	1.6.2	14	14	8	14	14	N/A	N/A	64	6				70
ARTESANIAS	1.6.10	14	14	8	14	14	N/A	N/A	64	6				70
ANIVERSARIO DE FUNDACION	1.7.1.1	26	20	20					66	6				72
DIA DEL CAMPESINO TABIUNO	1.7.1.7	28	20	20					68	6				74
ENCUENTRO NACIONAL DEL TORBELLINO Y LAS DANZAS TRADICIONALES	1.7.3.1	28	20	20					68			18		86
Diligenciado por:	DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME								Fecha:	25 de Octubre de 2018				

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Sitios naturales.

ACTUALIZACION INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS TABIO														
CUADRO DE RESUMEN														
Nombre	Código	A	B	C	D	E	F	G	Calificación	Loc	Reg	Nal	Int	Calificación Total
TERMALES EL ZIPA	2.11.2	7	7	10	5	10	6	10	55	6				61
PARQUE ECOLOGICO CARMEN DE LOS JUNCALES	2.10.1.2	10	10	8	10	10	10	10	68		12			80
TYGÜA MAGÜE	2.10.1.5	10	N/A	10	10	10	10	10	60	6				66
PEÑA DE JUAICA	2.1.13	10	10	7	5	10	10	10	62		12			74
Diligenciado por:	DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME								Fecha:	25 de Octubre de 2018				

Nota. Fuente: Elaboración propia

Partiendo de los resultados del inventario turístico, se puede analizar que la mayoría de los recursos turísticos que tiene Tabio están clasificados como patrimonio cultural material inmueble y sitios naturales, por lo tanto, para el diseño de productos turísticos se pueden enfocar en diferentes tipologías de turismo como lo son el turismo cultural, turismo religioso, turismo de naturaleza y de bienestar, teniendo mayor énfasis hacia la línea del turismo natural combinado con el turismo de bienestar, ya que algunos recursos que encontramos allí son polifacéticos y cumplen con las dos características de tipología natural y de bienestar.

5.1.2. Prestadores de servicios turísticos

En las siguientes tablas se exponen los prestadores de servicios turísticos existentes en el municipio de Tabio.

Tabla 4. Establecimiento de hospedaje y alojamiento tipo hotel

N	Nombre del establecimiento	Categoría	Registro nacional de turismo
1	Hospedaje la casona	Establecimiento de alojamiento turístico	12003
2	Finca el refugio	Vivienda turística	33995
3	Lima limón Tabio eco - hostel	Vivienda turística	51679
4	Tygua Magüe	Vivienda turística	68551

5	Hospedaje campestre Carsuluma	Establecimiento de alojamiento turístico	54322
6	Hospedaje la séptima avenida Tabio	Establecimiento de alojamiento turístico	57817
7	Hotel la Tomineja	Establecimiento de alojamiento	Sin actualizar

Nota. Fuente: Elaboración propia

El 90% de los establecimientos de hospedaje tienen el RNT (Registro Nacional de Turismo) sin embargo, no cumplen con la NTS TS 002 de requisitos de sostenibilidad, la cual establece los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica, definidos en sus dos niveles básico y alto.

En cuanto a seguridad:

1. No existe un plan definido de emergencias.
2. No hay señalización exigida por la ARL.

Mobiliario y dotación:

1. No cuentan con las toallas requeridas según lo estándar.
2. No se indica el voltaje en las conexiones para aparatos electrónicos cerca al lavamanos.

Servicios generales:

1. No hay zona de cargue y descargue de materias primas e implementos de aseo.
2. No realizan mantenimiento adecuado de los tanques de agua.

Documentos de calidad:

1. No hay un programa de mantenimiento preventivo para equipos e instalaciones.
2. No hay control de residuos.
3. No utilizan los productos industriales adecuados para la limpieza y desinfección.

Accesibilidad:

1. La mayoría cuenta con los requisitos mínimos exigidos que garantizan la seguridad a personas en condición de discapacidad.

Servicio:

1. No cuentan con procesos o protocolos que les permita mejorar el servicio.
2. No tienen protocolos escritos de entrada y salida.

Tabla 5. Establecimiento de gastronomía, bares y similares

n	Nombre del establecimiento	Categoría	Registro nacional de turismo
1	Plaza de Amareto	Restaurante	Sin actualizar
2	Zócalo sazón mexicano	Restaurante	
3	Donde Arturo	Restaurante	Sin actualizar
4	Kimoshi comida japonesa	Restaurante	Sin actualizar
5	Piccola	Restaurante	Sin actualizar
6	Buen sartén	Restaurante	Sin actualizar
7	El Girasol	Restaurante	Sin actualizar
8	Delicias Angelos Gourmet	Restaurante	Sin actualizar
9	El mesón de Tabio	Restaurante	Sin actualizar
10	El Foro	Restaurante	Sin actualizar
11	Ancestral pasteles de yuca	Restaurante	Sin actualizar
12	Casa grande	Restaurante	Sin actualizar
13	Empanadas Colombianas	Restaurante	Sin actualizar
14	El trébol de cuatro esquinas	Restaurante	Sin actualizar
15	Murck gastronomía de origen	Restaurante	Sin actualizar
16	Sanduches la estación	Restaurante	Sin actualizar
17	La Colina	Restaurante	Sin actualizar
18	Mandioca cocina y cultura	Restaurante	Sin actualizar
19	Mink'a Alimentos Artesanales	Restaurante	Sin actualizar
20	Casa la estancia	Restaurante	Sin actualizar
21	Barbacoa	Restaurante	Sin actualizar
22	Tortas y ponqués Choco	Pastelería	Sin actualizar

	nuez		
23	Panadería Mallorca	Pastelería	Sin actualizar
24	Delicias Patty	Amasijos	Sin actualizar
25	Frescos-batidos-jugos-ensaladas	Frutería	Sin actualizar
26	Moramora	Frutería	Sin actualizar
27	Antojos Santa Gema	Postres	Sin actualizar
28	Chupipanda	Postres	Sin actualizar
29	Caseritos	Postres y amasijos	Sin actualizar
30	Café Nomy	Café	Sin actualizar
31	BBC	Bar	Sin actualizar
32	3er tiempo	Bar	Sin actualizar
33	Licorera Old Barr	Bar	Sin actualizar

Nota. Fuente: Elaboración propia

Aunque la mayoría de los establecimientos de gastronomía, bares y similares se encuentran alrededor del parque principal del municipio ninguno de ellos cuenta con el RNT, por otra parte, no existe conocimiento alguno sobre la NTS USNA 007, indispensable norma para la manipulación de alimentos es decir que:

1. No hay procesos documentados.
2. Desconocen los procesos de congelación y refrigeración.
3. No utilizan los productos industriales adecuados para la limpieza y desinfección.
4. Faltan programas de manejo de residuos.
5. No existe control de mantenimiento de sus instalaciones y equipos, por ende no tienen un cronograma definido.

Tabla 6. Transporte

n	Nombre de establecimiento	Categoría	Registro nacional de turismo
1	Exceltur S.A.S	Transporte especial de turismo	Sin actualizar
2	Tax Tabio S.A.S	Transporte	Sin actualizar

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabio cuenta con dos empresas de transporte especial de turismo, sin embargo no siguen a cabalidad su NTS 005 empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas

operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico por lo cual:

1. No cuentan con una política de sostenibilidad, para establecer sus compromisos ambientales, socioculturales y económicos.
2. No realizan una evaluación de impactos que permita determinar las prioridades de actuación e incluya consideraciones ambientales, socioculturales y económicas.
3. No brindan información a los empleados, vinculados y clientes sobre la posibilidad de participa en actividades sostenibles.
4. No hay capacitación a los empleados y demás personal vinculado en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor sobre la política de sostenibilidad.
5. No cuentan con un plan mantenimiento preventivo, para todos los equipos e instalaciones hidráulicas y sanitarias.
6. No cuentan con registro y control mensual de los combustibles utilizados, de los costos y el consumo respecto a los desplazamientos generados por el parque automotor.
7. No hay definición de mecanismos que permitan un uso eficiente del combustible en el parque automotor.

Para finalizar no existen en el municipio ninguna agencia de viajes, por lo tanto cabe analizar que no hay quien llegar a operar y promocionar un producto turístico de Tabio.

5.1.3. Servicios complementarios

En el diseño de productos turísticos es relevante el análisis de los servicios complementarios ya que agregan valor y seguridad a la visita de los turistas, en el municipio se encuentran:

Tabla 7. Servicios complementarios

Bancos	Ubicación
Bancolombia	Cra. 3 #4 – 15
Banco de Bogotá	Cra. 3 #4 – 19
Cajero Automático Red Aval	Cra. 3 #4 – 19

Centros de salud	Ubicación
E.S.E Hospital Nuestra Señora Del Carmen De Tabio	CL 3 No. 4-00
Vida Sana Colombia	Cra. 4 #6-2 a 6-104
Droguerías y centros naturistas	Ubicación
Farma Ya	Río frío occidental sector el Bote
Farmacenter	Carrera 4 #6 -11
Farmacenter	Calle 5 #4 - 02
Tienda naturista Santa Bárbara	Carrera 2 #2b 46
Estación de Policía	Carrera 5 # 2-20
CAI Las Margaritas	Km. 3, Cajicá-Tabio

Nota. Fuente: Elaboración propia.

5.1.4. Accesibilidad

En primer lugar se debe tener en cuenta que desde Bogotá distrito capital existen tres salidas hacia el municipio de Tabio, la primera es saliendo por Autopista Norte – Cajicá –Tabio tiene una distancia de 36,6 Km, en esta ruta se encuentra el peaje Andes cuyo valor para la categoría I es de \$ 8.800.

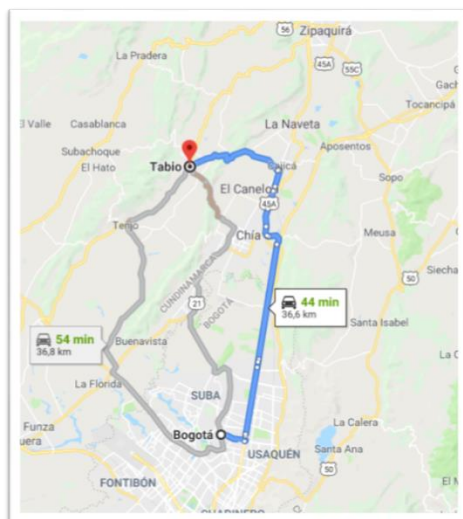


Ilustración 3. Salida Bogotá – Tabio por Auto Norte. Fuente: Google Maps.

La segunda ruta es por la vía Chía – Tabio, tiene una distancia de 30,3 km y no cuenta con peajes.



Ilustración 4. Salida Bogotá – Tabio por Chía. Fuente: Google Maps

Por último, está el trayecto Bogotá –Tenjo – Tabio que tiene una distancia de 36,8 km y no cuenta con peajes.

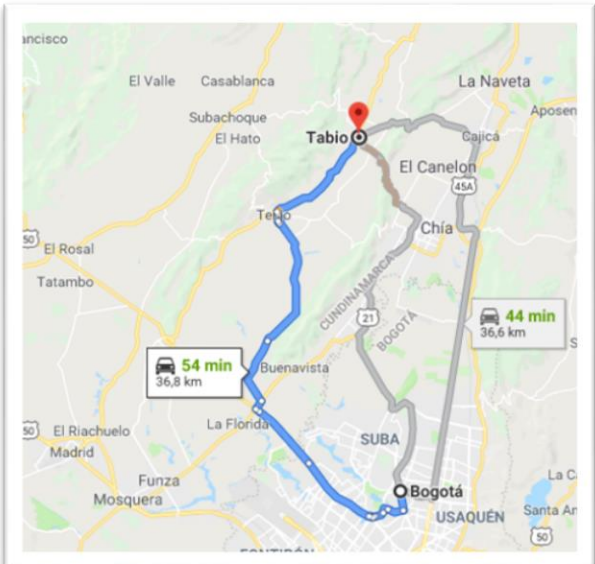


Ilustración 5. Salida Bogotá – Tenjo - Tabio. Fuente: Google Maps

Desde Bogotá existen dos salidas por servicio intermunicipal hacia el municipio de Tabio, la primera por el portal del norte y la otra por el portal de la 80, la siguiente tabla relaciona las empresas que prestan el servicio, especificando la salida, la tarifa por recorrido y duración.

Tabla 8. Empresas de transporte público ruta Bogotá – Tabio

Nombre de empresa	Salida	Tarifa	Duración
Flota águila	Portal norte	\$4200	44 min
Trans esperanza S. A	Portal norte	\$4200	44min
Trans Tisquesusa	Portal norte	\$4200	44 min
Flota águila	Portal 80	\$4900	29min
Trans esperanza S. A	Portal 80	\$4900	29min
Trans Tisquesusa	Portal 80	\$4900	29min

Nota.

Fuente: Elaboración propia

5.1.5. Accesibilidad a los recursos

En el recorrido realizado a los recursos, se pudo observar el acceso a cada uno de estos, la siguiente tabla refleja los aspectos más relevantes.

Tabla 9. Accesibilidad a los recursos.

Patrimonio material	La mayoría de los recursos turísticos culturales muebles e inmuebles, tienen facilidades en la accesibilidad ya que se encuentran a las cercanías del centro del municipio, se pueden acceder a pie y el desplazamiento es muy sencillo debido a la proximidad entre ellos, sin embargo, el oratorio el Carrón y la capilla de Lourdes el acceso se dificulta por la ubicación de estas lejanas del casco urbano y tienen un leve ascenso que tiene realizarse a pie.
Sitios naturales	La accesibilidad de los sitios naturales del municipio de Tabio es muy buena ya que están muy cerca del casco urbano, en primer lugar, tenemos el acceso a la peña de Juaica su ingreso está sobre la vía Tenjo -Tabio se puede realizar a pie o automóvil ya que sobre la base del tiene servicio de parqueadero , al parque ecológico Carmen de Juncas se puede llegar en carro al igual que el eco-parque Tygua Magüe y por último el acceso a las termas y jardín botánico permite que se puedan hacer a pie por su cercanía al casco urbano y entre

	ellas mismas , también el complejo de termales cuenta con servicio de parqueadero.
--	--

Nota. Fuente: Elaboración propia

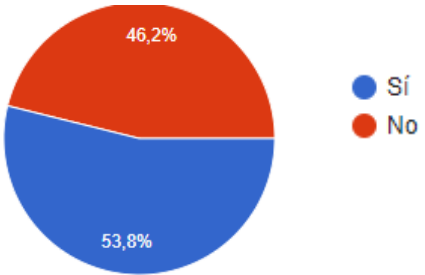
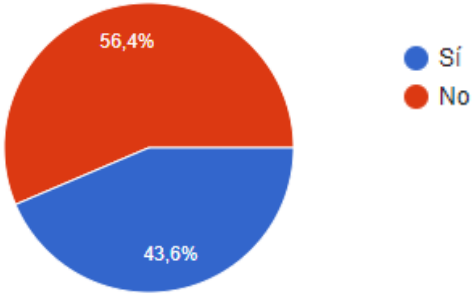
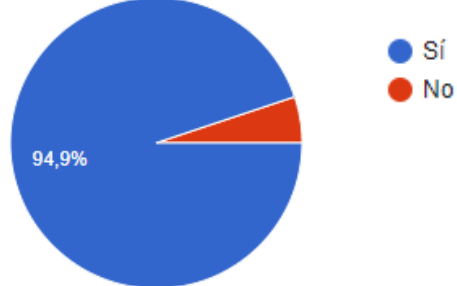
5.2. Análisis de la demanda

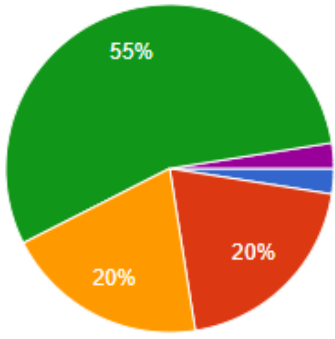
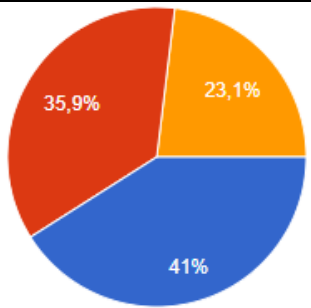
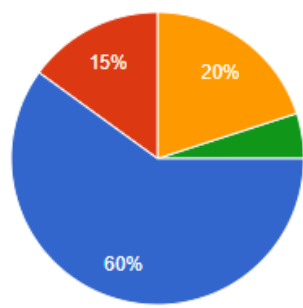
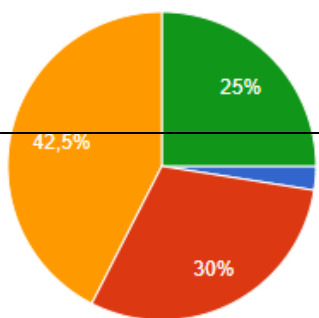
La demanda objeto en torno a la cual se realizó la encuesta para identificar la percepción y el interés por parte de la población de Bogotá para el desarrollo de un producto turístico en Tabio Cundinamarca fueron los habitantes de Bogotá en la edad de 25 a 44 años, que según la proyección del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) en el 2018 había 2.539.043 habitantes, la muestra para este caso fue de 97 personas.

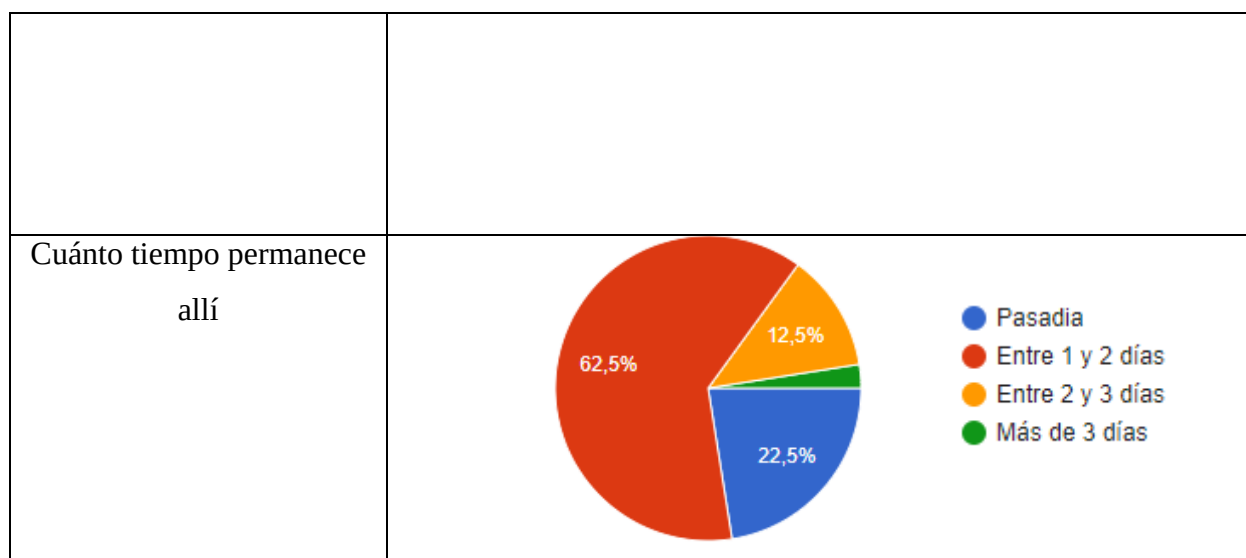
En la siguiente gráfica se exponen los resultados de la encuesta a la demanda potencial y se define el perfil del turista.

Tabla 10. Perfil del turista

VARIABLE	CARACTERIZACIÓN
Género	● Masculino ● Femenino
Edad	● Menos de 25 años ● De 25 a 30 años ● De 30 a 35 años ● De 35 a 40 años ● Más de 40 años

Conoce el municipio	 53,8% 46,2% ● Sí ● No
Visita con fines turísticos el municipio	 43,6% 56,4% ● Sí ● No
Cree que debería existir una actividad turística en el municipio	 94,9% ● Sí ● No
Atractivos que conoce	Termales del Zipa – 37,5% Parque los Juncasles – 0% Tygua Mague – 5% La peña de Juaica – 10% La capilla de Lourdes – 5% La ermita de Santa Bárbara – 10% Jardín Botánico – 27,5% Ninguno – 50%

Tipología de turismo que realizaría	 - Turismo religioso - Turismo de bienestar - Turismo cultural - Ecoturismo - Gastroturismo
Modo de acompañamiento	 - Familia - Grupos de amigos - Pareja - Solo
Donde se alojaría	 - Hotel - Hostal - Camping - Ninguno
Cuánto gasta en sus viajes completos de turismo por persona	 - Menos de \$50.000 - Entre \$50.000 y \$100.000 - Entre 100.000 y \$200.000 - Más de \$200.000



En resumen se puede decir que el perfil del turista que es apto para ser cliente potencial de un producto en el municipio de Tabio tiene las siguientes características:

1. Personas entre 20 y 44 años.
2. Busca el ecoturismo, turismo de bienestar y el turismo cultural.
3. Viaja en familia o con grupos de amigos.
4. Se aloja en hoteles o camping.
5. Frecuenta gastar entre \$100.000 y \$200.000.
6. Su estancia es entre 1 y 2 días.

También se puede observar en las gráficas que el 57,5% de las personas encuestadas no han visitado con fines turísticos el municipio porque lo consideran un lugar de paso pero el 95% considera que debería existir un producto/actividad turística en él, por lo cual, se consideró que el diseño e implementación de un producto turístico posicionaría a Tabio como un destino turístico al mismo tiempo que motivaría al turista a visitarlo.

5.3.Percepción de la comunidad local de Tabio frente al turismo

La comunidad local es clave a la hora de diseñar un producto turístico, por lo cual, se desarrolló una encuesta a la comunidad local de Tabio que estuviera entre los 25 y 59 años de edad, en el año 2018 había un total de 29.042 habitantes según Terridata, dentro de los cuales 6.679 entraban en esta categoría.

La muestra fue de 95 personas a encuestar con el fin de conocer la percepción de la comunidad local frente al turismo y ante la posible inclusión de un producto turístico, y se obtuvieron los siguientes resultados:

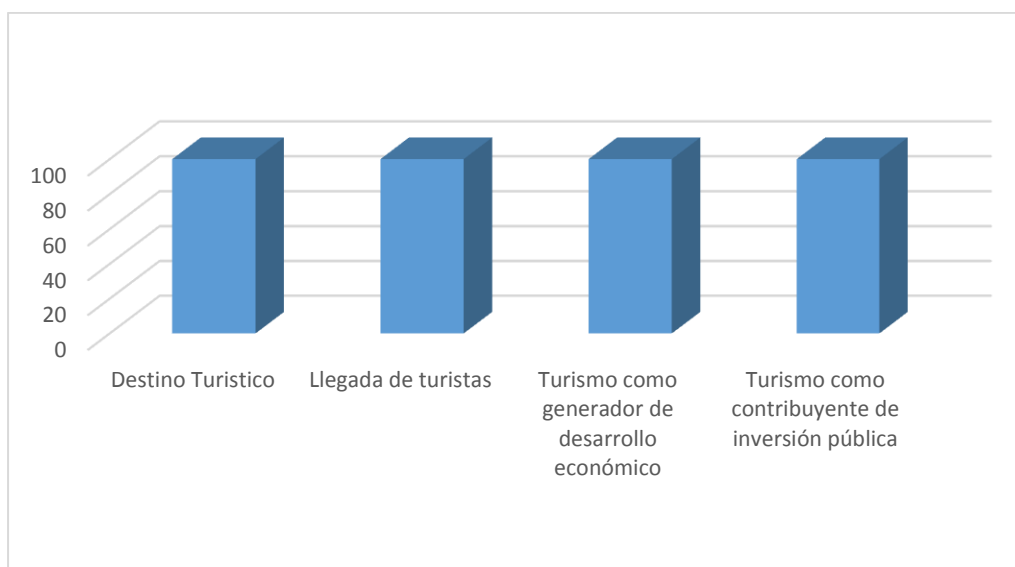


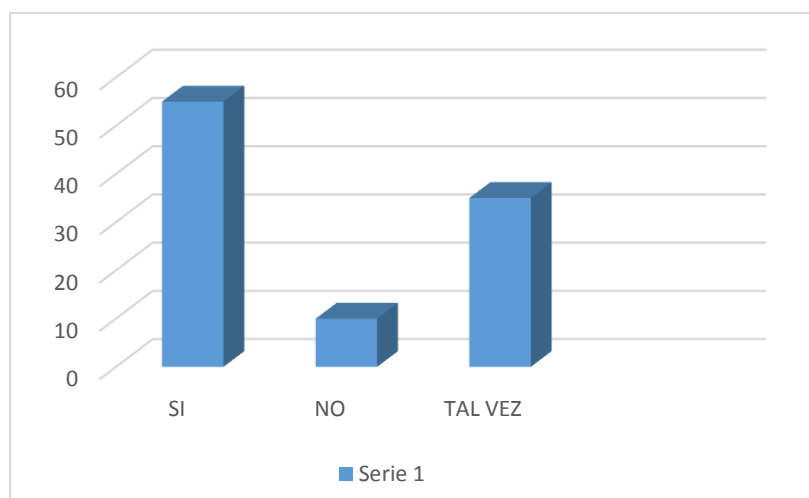
Ilustración 6. Porcentaje de respuestas afirmativas de la comunidad local. Fuente: Propia

Las preguntas número 1, 2, 3 y 5 establecidas en el Anexo C, fueron contestadas afirmativamente por el 100% de los encuestados y tuvieron particularidades en común como:

1. La comunidad local considera que Tabio ya es un destino turístico pero que hace falta promocionar, articular sus atractivos turísticos y la cultura para posicionarlo como un destino turístico pionero en el departamento.
2. La comunidad local quiere que los turistas visiten Tabio porque consideran que es un lugar tranquilo, que hay gente acogedora y porque quieren que conozcan los diferentes atractivos turísticos, dentro de los que más mencionan están los termales del Zipa, las iglesias y su arquitectura, el parque los juncales, la peña de Juaca y la historia del municipio.

3. También piensan que al ingresar más personas al municipio se incrementan las ventas de los negocios y estos progresarían más. Así como también afirman que gran parte de su economía es enfocada al turismo.

Por lo cual, se concluye que al crear un producto turístico que integre los principales atractivos turísticos del municipio la comunidad participaría en las diferentes actividades y



recorridos que se planteen en el mismo.

Ilustración 7. Porcentaje de respuestas frente a la conservación de costumbres y sitios naturales. Fuente: Propia.

El 55% de las personas respondieron que el turismo si ayuda a la preservación de costumbres y sitios naturales del municipio porque el turista busca lo tradicional y que al haber más llegada de turistas se preservaría la cultura, la historia, la arquitectura y la naturaleza debido a que ellos van a admirar estos lugares.

El 10% contestó que no ayuda porque el turista no tiene la conciencia ambiental y por ende llega a contaminar los sitios naturales y las calles del municipio, también al llegar más personas traen consigo otras costumbres y se perdería lo autóctono.

El 35% de los encuestados opinó que si las autoridades locales le dan un buen manejo a la actividad turística y administra adecuadamente los recursos del municipio si se conservarían los sitios naturales y las costumbres, también creando conciencia en los turistas para que no dañen ni contaminen los atractivos y el municipio, de lo contrario se perderían.

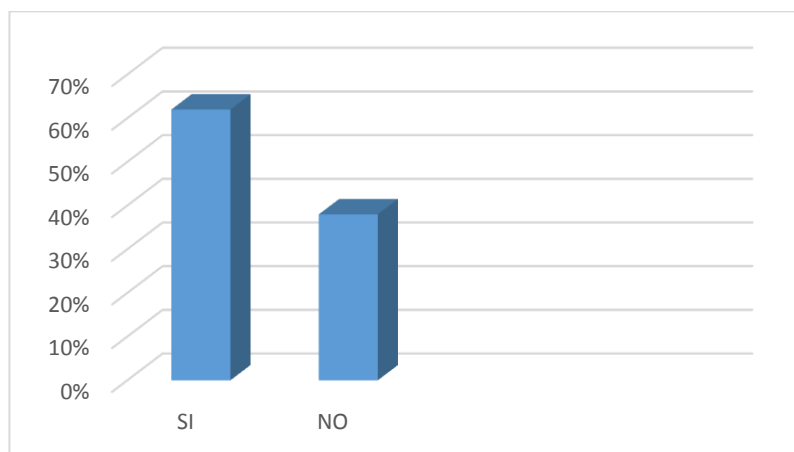


Ilustración 8. Porcentaje de participación en proyectos turísticos. Fuente: Propia

El 62 % de la comunidad local de Tabio participaría en un proyecto turístico del municipio a través de:

1. Charlas de la historia del municipio incluyendo sus mitos y leyendas.
2. Caminatas ecológicas por los sitios naturales del municipio.
3. Realizando eventos musicales y bazares.
4. Ofreciendo los productos que producen y dando una buena atención al turista.

El otro 38% no participaría en un proyecto turístico pero indicaron que cuidan de su municipio.

Se concluye que la comunidad de Tabio, cuida de su municipio, conoce su historia, le importa preservarla al igual que sus costumbres y sus sitios naturales y que participaría en un proyecto turístico tanto para beneficio económico como para desarrollo del municipio como destino turístico.

5.4. Análisis del nivel de competitividad

En primer instancia para realizar el análisis del nivel de competitividad del municipio se utilizó la matriz EFE, por medio de la cual se evalúa aquellos factores externos claves como: sociales, económicos, ambientales, políticos y tecnológicos, en que el municipio no tiene una influencia directa, pero son importantes en el momento de medir y evaluar a Tabio como un

destino turístico competitivo; se identificaron factores externos ya establecidos en el plan sectorial de turismo 2014 -2018 “Turismo para la construcción de la paz”, para posicionar a Tabio como destino turístico sostenible y sustentable a nivel nacional para posteriormente posicionarlo a nivel internacional. A continuación a cada factor externo se le asigna un valor, la matriz exige que la suma de los valores de un total de 1, el valor de los factores fue elaborada por tres profesores de la Universidad Colegio de Cundinamarca expertos en el sector turismo, posteriormente, se califican con rangos de 1 a 4, en donde 1 es la debilidad mayor, 2 es la debilidad menor, 3 es la fortaleza menor y 4 es la fortaleza mayor. Por último, para determinar el valor ponderado se multiplica la calificación por el valor, esto dio un puntaje de 2,04 lo cual, según el ranking establecido por la misma matriz, está por debajo del resultado promedio que es 2.5, como se observa en la siguiente tabla.

FACTORES EXTERNOS CLAVES	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
PROMOCIÓN TURÍSTICA	0,10	2	0,2
MARCA TURÍSTICA	0,09	1	0,09
DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	0,25	1	0,25
PLANES Y PROYECTOS EN PRO DEL TURISMO	0,30	3	0,9
ALIANZAS PÚBLICO-PRIVADAS	0,10	3	0,3
CONVENIOS CON LA ACADEMIA	0,09	1	0,09
CAPACIDAD DE ASOCIATIVIDAD	0,07	3	0,21
TOTAL	1,00		2,04

Tabla 11. Matriz de evaluación externa de Tabio.

Nota. Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, el municipio de Tabio no cuenta con la competitividad turística suficiente y es poco atractivo en el sector turismo por lo cual debe buscar estrategias para fortalecer los factores externos; una de las estrategias que se desarrolló en este trabajo es establecer los lineamientos para la creación de un producto turístico, porque como se evidencia en la *tabla 12* en el factor de desarrollo de productos turísticos los expertos dan mayor ponderación pero no tiene una buena calificación, lo que hace percibir que Tabio no cuenta con un producto turístico desarrollado, también se puede deducir que este factor puede ser un eje que ayude a que los

demás factores que aparecen en esta tabla para puedan mejorar la calificación, ya que factores como los planes y proyectos en pro al turismo ,las alianzas público –privadas y la capacidad de asociatividad, en cierta medida estos factores pueden verse como el pre en el momento de la elaboración de producto turístico y factores como la promoción y marca turística, pueden verse como el post en el momento de la comercialización del producto turístico.

Por otra parte, la matriz de evaluación interna (EFI), permite revisar los factores internos que influyen en la competitividad de una empresa o en este caso un destino turístico. Estos factores, al igual que la matriz EFE, fueron tomados del plan sectorial de turismo 2014 -2018 “Turismo para la construcción de la paz”. El valor fue dado por tres profesores de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca expertos en el sector turismo para posteriormente calificar los factores. El valor ponderado dio 1.9, lo cual según el ranking definido por la misma matriz, el municipio de Tabio está por debajo del promedio que debe ser de 2.5. Como se observa en la gráfica 2, estableciendo que el municipio tiene muchas debilidades que sobrepasan las fortalezas.

Tabla 12. Matriz de evaluación interna de Tabio.

FACTORES INTERNOS CLAVES	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
CALIDAD DE ALOJAMIENTO	0,10	2	0,20
CAPACITACIÓN DE GUÍAS	0,06	1	0,06
CALIDAD DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	0,10	2	0,20
INFRAESTRUCTURA VIAL	0,06	2	0,12
NÚMERO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS	0,12	3	0,36
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	0,07	3	0,21
CALIDAD DE LOS TERMALES	0,10	2	0,20
CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO	0,10	1	0,10
CALIDAD DE LOS RESTAURANTES	0,08	3	0,24
CALIDAD DE LAS AGENCIAS DE VIAJE	0,12	1	0,12
NÚMERO DE PRODUCTOS	0,09	1	0,09

TURÍSTICOS			
TOTAL	1,00		1,90

Nota. Fuente: Elaboración propia

Esta matriz muestra que el municipio de Tabio tiene que trabajar en el fortalecimiento de la calidad de sus servicios turísticos, partiendo desde incentivar a cada uno de los prestadores de servicios turísticos a la formalidad obteniendo el RNT y adoptando las NTS de cada uno de sus establecimientos, de esta manera se incrementa el nivel de satisfacción del turista y la confiabilidad como destino turístico.

Otra de las matrices propuestas es la matriz de la MPC. Esta matriz permite identificar la posición de una empresa o destino frente a sus competidores. En el caso de Tabio se decidió comparar con los municipios que tienen recurso turístico similares como: Choachi (Termales Santa Mónica, Parque Ecológico Matarredonda, Parque Natural El Verjón, Páramo de Cruz Verde y Cascada La Chorrera), Guasca (Termales Aguas Calientes, Laguna de Siecha, Páramo Grande de Guasca, Reserva Forestal Protectora Regional Cerros Pionono y las Águilas) y Macheta (Termales Volcanes, Nápoles y el Paraíso, Laguna del Cerro, Cerro de la cruz alta). Se usaron los factores de las matrices EFE-EFI, igualmente el valor sopesado fue dado por los tres profesores expertos y después se calificó. Los municipios de Choachí y Guasca fueron los dos municipios de mayor puntaje con 3.01 y 2.66 respectivamente, Tabio en esta matriz obtuvo un puntaje de 1.99, lo cual lo ubica en el tercer lugar.

Tabla 13. Matriz de perfil competitivo de Tabio.

	GUASCA			MACHETA		CHOACHI		TABIO	
FACTORES DE EXITO	VALOR	CALIF	PUN	CALIF	PUN	CALIF	PUN	CALIF	PUN
CALIDAD DE ALOJAMIENTO	0,07	3	0,21	1	0,07	3	0,21	2	0,14
CAPACITACIÓN DE GUIAS	0,06	3	0,18	1	0,06	3	0,18	1	0,06
CALIDAD DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	0,04	2	0,08	1	0,04	3	0,12	2	0,08
INFRAESTRUCTURA VIAL	0,03	3	0,09	2	0,06	2	0,06	2	0,06

NÚMERO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS	0,07	3	0,21	3	0,21	4	0,28	3	0,21
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	0,04	3	0,12	2	0,08	3	0,12	3	0,12
CALIDAD DE LOS TERMALES	0,10	3	0,3	2	0,2	4	0,4	2	0,2
CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO	0,05	2	0,1	2	0,1	2	0,1	1	0,05
CALIDAD DE LOS RESTAURANTES	0,06	4	0,24	3	0,18	3	0,18	3	0,18
CALIDAD DE LAS AGENCIAS DE VIAJES	0,05	1	0,05	1	0,05	2	0,1	1	0,05
NÚMERO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	0,03	2	0,06	1	0,03	2	0,06	1	0,03
PROMOCIÓN TURÍSTICA	0,05	3	0,15	2	0,1	3	0,15	2	0,1
MARCA TURÍSTICA	0,03	3	0,09	1	0,03	3	0,09	1	0,03
DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	0,10	2	0,2	1	0,1	3	0,3	1	0,1
PLANES Y PROYECTOS EN PRO DEL TURISMO	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27	3	0,27
ALIANZAS PÚBLICO-PRIVADAS	0,05	3	0,15	2	0,1	3	0,15	3	0,15
CONVENIOS CON LA ACADEMIA	0,04	1	0,04	2	0,08	3	0,12	1	0,04
CAPACIDAD DE ASOCIATIVIDAD	0,04	3	0,12	3	0,12	3	0,12	3	0,12
TOTAL	1,00		2,66		1,88		3,01		1,99

Nota. Fuente: Elaboración propia

Concluyendo, se confirma con las matrices que Tabio debe mejorar en varios factores tanto internos como externos para convertirse en un destino turístico competitivo en el departamento de Cundinamarca, la estrategia que se abordó en este trabajo fue establecer los lineamientos para el diseño de un producto turístico más experiencial con el fin de que el turista vuelva y que a partir de este se elaboren trabajos que complementen y fortalezcan sus factores de éxito.

5.5. Lineamientos estratégicos

A través de los resultados obtenidos en nuestros dos objetivos anteriores, se establecieron tres lineamientos en los cuales el municipio de Tabio debe trabajar para el diseño de productos turísticos y convertirse en un destino competitivo en el departamento, estos son: la planificación del sector turístico, los componentes del producto turístico y la promoción de Tabio.

Cada uno de estos lineamientos tiene planteado estrategias, sus respectivos indicadores y los responsables para dar cumplimiento a estos y se establecen en un cuadro de mando integral.

5.5.1. Planificación del sector turístico

“La planificación continúa siendo, y será, una estrategia y un instrumento valioso para orientar al sistema turístico, aun cuando se consolide una economía abierta y se liberen muchos procesos sociales y culturales. Lo que efectivamente está cambiando es el modelo de planificación, de modo que la planificación centralizada está dando paso a una más participativa, que reconoce las capacidades e intereses locales y regionales y las realidades de los grupos humanos y económicos que actúan en sus respectivas áreas” (Molina, 1991, p. 11 – 12).

Teniendo en cuenta el concepto anterior y relacionando que una de las problemáticas del municipio es la falta de planificación turística por parte de las autoridades locales que trae como consecuencia el desaprovechamiento de los recursos turísticos culturales y naturales además de la desarticulación de los diferentes componentes del sistema turístico del municipio, se plantean las siguientes estrategias de planificación las cuales aportan al desarrollo del turismo en el municipio generando impactos positivos en la comunidad local en el ámbito social ,ambiental y económico.

Tabla 14. Planificación del sector turístico

Estrategias	Actividades	Indicador	Responsables
Alianzas público-privadas	Realizar licitaciones para la operación de	Número de licitaciones	Alcaldía municipal y el sector privado

	los recursos turísticos		
	Desarrollar planes de inversión en el sector turismo	Número de planes de inversión	
Convenios con la academia	Abrir prácticas académicas y laborales para elaborar proyectos en pro del turismo	Número de prácticas Número de proyectos	Alcaldía municipal y entidades académicas
Asociatividad	Desarrollar micro clúster con todos los actores involucrados en la cadena de valor del turismo Desarrollar clúster con los municipios aledaños	Número de actores involucrados Número de municipios participantes	Alcaldía municipal y actores del turismo
Fortalecimiento de la superestructura	Elaborar documentos pertinentes en la planificación del turismo que sirvan como base para la toma de decisiones en	Número de documentos	Alcaldía municipal

	el sector turístico	Número	de
	Realizar alianzas que permitan la articulación entre dependencias o secretarías de la alcaldía municipal de Tabio	alianzas	

Nota. Fuente: Elaboración propia

5.5.2. Los componentes del producto turístico

Siguiendo a Muro (2006), el producto turístico está integrado por los siguientes componentes: “atractivo: elemento natural o cultural; planta turística: equipamiento de servicios e instalaciones; infraestructura: red de servicios sociales de toda comunidad, tanto en red interna como externa”.

Considerando que Tabio tiene recursos turísticos culturales como sus capillas, el foro municipal, festivales como el del Torbellino y el día del campesino, entre otros y recursos naturales como la peña de Juaica, el jardín botánico, el eco parque Tygua-Magüe y el parque ecológico Carmen de los juncas estos dos últimos de orden privado y en vista de que el estado de la mayoría de estos recursos no es la más óptima por la falta de gestión en ellos se plantearon las siguientes estrategias para que exista un proceso de reconocimiento y planificación por parte de la alcaldía municipal y los prestadores de servicios turísticos para que en primer instancia los recursos turísticos pasen a ser atractivos turísticos promoviendo la conservación y el adecuado uso de los mismos y en segundo lugar se busca la formalización y un servicio de calidad por parte de los prestadores de servicios turísticos que en su mayoría no cuentan con RNT y no cumplen cabalmente con las NTS correspondientes a cada una de las actividades que el prestador realiza; también la capacitación a la comunidad local y la integración de la misma a procesos turísticos es clave para el diseño de un producto turístico en el municipio.

Tabla 15. Los componentes del producto turístico

Estrategias	Actividades	Indicador	Responsables
Accesibilidad al municipio	Pavimentar y realizar mantenimiento periódico de las vías internas que se encuentran en mal estado Mejorar e implementar señalización turística	Número de vías pavimentadas Número de mantenimientos Número de señalizaciones	Alcaldía municipal
Calidad de los recursos turísticos	Promover la conservación y el uso consciente de los recursos turísticos Establecer la capacidad de carga de los recursos Desarrollo de campañas de mantenimiento de los recursos turísticos	Número de campañas ambientales Número de turistas que visitan el recurso Número de campañas de mantenimiento	Alcaldía municipal
Participación de la comunidad local	Sensibilizar y capacitar a la comunidad en temas de	Número de capacitaciones	Alcaldía municipal y comunidad local

	turismo sostenible		
Calidad de los prestadores de servicios turísticos	Jornadas de formalización a hoteles, restaurantes, empresas de transporte, entre otros (exigir RNT) Capacitación a guías de turismo en bilingüismo, interpretación ambiental y cultural Capacitar a los prestadores de servicios turísticos para que adopten las NTS	Número de jornadas de formalización Número de guías capacitados Número de guías bilingües Número de capacitaciones	Alcaldía municipal y prestadores de servicios turísticos
Desarrollo de productos turísticos	Diseñar productos turísticos de manera participativa Realizar estudios de mercados	Número de talleres con la comunidad Número de productos Número de estudios de mercados	Alcaldía municipal y comunidad local

Nota. Fuente: Elaboración propia

5.5.3. Promoción de Tabio

En cuanto a la promoción turística Ejarque (2005: 231) establece que consiste en “comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo”.

En contexto, las personas que conocen Tabio no tienen una visión de este como destino turístico si no simplemente lo ven como un municipio de paso, por eso no solo basta con el diseño de productos turísticos también se debe promocionar el municipio con el fin de generar en los turistas una motivación para visitarlo, adicionalmente Tabio no cuenta con una marca turística reconocida que el turista identifique y en la cual la comunidad local se sienta representada, no cuenta con participación en vitrinas turísticas que ayuden a visibilizar al municipio en el sector, la falta de una agencia de viajes o convenios con este prestador elemental que muestre al municipio en el mercado y los productos que pueda llegar a tener también influye a la hora de presentarlo como destino turístico y que capte la atención de los posibles turistas, en conclusión, este lineamiento busca exponer la imagen de Tabio como destino turístico, asimismo generar una marca que identifique los recursos turísticos y a la comunidad del municipio e incentive el desplazamiento de personas hacia el mismo.

Tabla 16. Promoción de Tabio

Estrategias	Actividades	Indicador	Responsables
Marca turística y promoción de destino turístico	Crear una marca turística que identifique al municipio de Tabio	Número de campañas de promoción	Alcaldía municipal
	Promocionar el municipio	Número de interacciones en las	

	a través de redes sociales, material multimedia y productos televisivos Participar en eventos públicos y vitrinas turística para promocionar turísticamente el municipio	redes sociales Número de ferias y exposiciones	
Promoción de producto turístico	Crear convenios con agencias de viajes del país para que comercialicen el producto turístico Usar el punto de información turística para promocionar el producto turístico	Número de convenios Número de turistas que van al PIT	Alcaldía municipal, agencias de viajes y PIT

Nota. Fuente: Elaboración propia

El desarrollo de cada uno de los objetivos específicos y los resultados que arrojaron permitieron tener un mayor visión de la situación del sector turístico en el municipio, dando a conocer el estado de la oferta turística, por otra parte, desde las matrices no solo se evaluó el nivel de competitividad y el posicionamiento como destino turístico si no también el sistema turístico del municipio, todo lo anterior con el fin de plantear unos lineamientos que aportan al antes y después del diseño conceptual de productos turísticos.

Adicionalmente, estos lineamientos pretenden ser la base que contribuya con los pilares establecidos en el plan de desarrollo turístico 2017 – 2027 “Tabio Turístico, Termal y Torbellino”, por medio del fortalecimiento de la oferta turística y del posicionamiento del municipio como destino turístico.

Conclusiones

El presente trabajo que tuvo por objetivo establecer los lineamientos estratégicos para el diseño de un producto turístico en el municipio de Tabio Cundinamarca y arrojó las siguientes conclusiones:

- Por medio del diagnóstico de los componentes de producto turístico se pudo identificar que el sistema turístico del municipio se encuentra en desequilibrio, en cada una de sus partes se identificaron diferentes problemas que dificultan el desarrollo de productos turísticos y son el reflejo de la escasa planificación.
- Así mismo, se pudo evidenciar que el municipio posee gran variedad de recursos turísticos naturales y culturales sin embargo, algunos presentan problemas de deterioro, contaminación y señalización debido en primer lugar al poco cuidado y a la limitada planificación de la actividad turística por parte de la administración municipal, también, a la poca conciencia ambiental y sentido de pertenencia tanto de los visitantes como de la comunidad, pero, por su valor natural, cultural e histórico pueden ser aprovechados mediante la articulación e integración de los actores del turismo como son la comunidad, prestadores de servicios turísticos y entes gubernamentales con el fin de asegurar beneficios tanto para el destino como para la comunidad.
- Por otro lado, la demanda del municipio no está realizando una pernoctación significativa, como se observa en la *tabla 10*, la estancia es entre 1 y 2 días o pasadía y no viajan con fines turísticos debido a que no existe la motivación para realizar actividades turísticas ni la suficiente información de los recursos turísticos que tiene el municipio esto es causado principalmente por la falta de promoción del destino y por la no articulación de todo el sistema turístico.
- En cuanto a los prestadores de servicios turísticos estos no se encuentran articulados, más de la mitad no están formalizados ni cumplen a cabalidad con las NTS y la formación en temas de turismo es insuficiente por ende, para mejorar la calidad del servicio y beneficiar

municipio se hace necesario capacitar, sensibilizar y formalizarlos en la actividad turística.

- Un aspecto relevante es que la comunidad local de Tabio no se incluye en los procesos turísticos a pesar de que está dispuesta aceptar la actividad turística, consideran que puede ser un vehículo para el desarrollo económico y social del municipio y además están dispuestos a participar en proyectos relacionados con el turismo. También se debe tener en cuenta que a la comunidad le hace falta identidad y apropiación de su territorio, por lo cual, la comunidad en primera instancia debe ser partícipe y capacitada sobre la riqueza natural y cultural que posee Tabio en la realización de cualquier proyecto turístico del municipio.
- Finalmente, el municipio reúne potencialidades en cuanto a sus recursos naturales y culturales, sin embargo, de acuerdo al análisis de las matrices EFE, EFI y MPC, el municipio debe empezar a planificar el turismo articulando todos los actores involucrados y reforzando los factores internos para superar las debilidades encontradas teniendo en cuenta los lineamientos estratégicos propuestos anteriormente para la posterior creación de un producto turístico.

Recomendaciones

- Se recomienda que la oficina de desarrollo económico y turismo de Tabio haga uso del presente trabajo en pro de la actividad turística del municipio.
- Es de suma importancia mejorar el estado de los atractivos turísticos, señalizarlos, operarlos adecuadamente y brindar más información de estos.
- Se recomienda a los prestadores de servicios turísticos que renueven el RNT y apliquen las NTS en sus establecimientos con el fin de incrementar la calidad del servicio que prestan.
- Es necesario aumentar el número de las reuniones del consejo municipal de turismo con los entes gubernamentales con el fin de que la cadena de valor del turismo siga fortaleciéndose.
- Aprovechar el consejo municipal de turismo como espacio para desarrollar nuevos proyectos en pro del turismo.
- Desarrollar estrategias para generar asociatividad en los prestadores de servicios turísticos.
- Buscar alianzas con la academia para apoyar el desarrollo turístico del municipio.
- Se recomienda realizar programas de capacitación a los prestadores de servicios para dar un buen uso a los atractivos turísticos y reducir los impactos negativos sobre estos.
- Incentivar la guianza certificada en el municipio.

Referencias bibliográficas

- Alcaldía Municipal de Tabio. (2017). Plan de desarrollo turístico 2017 – 2027 “Tabio turístico, termal y torbellinero”. Recuperado de: <http://www.tabio-cundinamarca.gov.co/>
- Alcaldía Municipal de Tabio Plan de desarrollo turístico de Tabio 2010 – 2020, 81.
- Ayuntamiento de Madrid. (2012). Criterios de orientación para la realización de Encuestas de satisfacción del Ayuntamiento de Madrid, 15.
- Barbosa, M. (2007). La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural: caso: corredor turístico Bogotá - Boyacá – Santander.
- Berrios, R., y Flores, R. (2017). Cuadro de Mando Integral. Serie Creación n° 27. Facultad de Economía y Negocios. Centro de Investigación Sobre Educación Superior CIES - USS; Santiago
- Boullon, R. C. (2006). Planificación del espacio turístico (4ª. ed.), 31 – 55.
- Blanco, R. (2006). El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso (p.10).
- Chango, V. E. (2012), Producto turístico comunitario como una alternativa de desarrollo endógeno en Atocha del cantón Salcedo en la provincia de Cotopaxi, República del Ecuador.
- De la puente, M. (2015). Turismo de bienestar: limitación conceptual y posicionamiento internacional. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/287645731_TURISMO_DE_BIENESTAR_LI MITACION_CONCEPTUAL_Y_POSICIONAMIENTO_INTERNACIONAL.
- Fuentes, P. (2009). El turismo de salud como producto turístico en auge: Análisis del caso de la Provincia de Buenos Aires.
- FONTUR. (2014). Diseño del producto turístico del municipio de Honda.
- FONTUR. (2014). Diseño de producto turístico para el municipio de Pasto y sus corregimientos.
- FONTUR. (2015). Diseño de producto turístico patrimonial de Tierradentro departamento del Cauca.
- FONTUR. (s.f), Glosario de terminología de turismo. Tomado de: <https://www.fontur.com.co/interactue/glosario/63>.

- Fred, D. (2003). Conceptos de administración estratégica (9ª. ed.), 110 – 149.
- Gómez, C. Amaya, C.M. Mundo, R (2014). Diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, 82.
- Ley 300 (1996) Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Congreso de La República.
- Ley 1558 Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. (2012) Congreso de La República.
- Millet, O (s.f) La Imagen de un Destino Turístico como Herramienta de Marketing, 15.
- Ministerio de comercio exterior y turismo. (2011). Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf.
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (2010). Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos.
- Ministerio de Turismo y Deporte. (s.f). Manual de productos turísticos.
- MINCIT (2012). Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia.
- MINCENTUR (2014). Manual para la planificación de productos turísticos.
- Muñoz, A (2002). La Imagen de un Destino Turístico: Concepto e Instrumentalización. Una Aproximación a la Comunicación como Instrumento de Política.
- Muro, M. Saravia, M (2016), Productos turísticos. Metodología para su elaboración, 56.
- Molina E., Sergio (1991). Planificación integral del turismo: un enfoque para Latinoamérica. -- 2a ed. -- México: Trillas, 1991 (reimp. 2005).
- Organización Mundial del Turismo. (s.f), Entender el turismo: glosario básico. Tomado de: <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
- Ordoñez, P.V (2011). Diseño de un producto turístico para el Cantón San Felipe de Oña, Provincia del Azuay.
- Rey, M. (2004). Fundamentos de Marketing Turístico.
- Salinas, C. M. (2015), Propuesta para la creación de un producto turístico comunitario sostenible en territorio indígena de la nacionalidad achuar del Ecuador (NAE) de la provincia de Pastaza.

Sancho, A. (2011). Introducción al turismo, 45 – 55.

Sampieri, R., Fernández, C., & Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación (6ª. ed.), 9, 92-93.

SECO, Mincetur & PromPerú. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos.

SERNATUR. (2015).Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados.

Varisco, C. (s.f). Capítulo 2. Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios.

Anexos

Anexo A. Fichas de inventario de recursos turísticos

1. Patrimonio cultural material inmueble

Ficha 1

FORMATO PARA LA ACTUALIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS									
PATRIMONIO CULTURAL - MATERIAL INMUEBLE									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	CAPILLA DE SAN ANTONIO								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	CALLE DE SAN ANTONIO								
1.5. Administrador o Propietario	DIOCESIS DE FACATATIVA								
1.6. Dirección / Ubicación	Tenjo - Tabio #4 - 89 a 4 - 1								
1.7. Teléfono / Fax	8647217								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	8,5 KM	1.9 Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:	Se encuentra ubicada en la esquina de la calle San Antonio - via Tenjo - Tabio								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.1.3.1		ARQUITECTURA RELIGIOSA						
2.2. Descripción:	TEMPLO (CAPILLA)								
Es una antigua Capilla que data del siglo XVII. En 1940 fue consagrada a San Antonio y fue un recinto para aquellos que hacían la oración nocturna, también, era frecuentada por las solteras del pueblo quienes movidas por su fe y afán de matrimonio, solían robar el niño de la imagen de San Antonio y guardarlo por varios días con su cabeza tapada para lograr así su deseo de desposarse. Actualmente es utilizada como sala de velación.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD									PUNTAJE
Estado de conservación (21)	Conservación arquitectónica deteriorada								12
Constitución del bien (21)	Arquitectura moderna								10
Representatividad General (28)	Lugar de velación de los habitantes de Tabio								20
Subtotal:									42
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6
TOTAL									48
 									
Diligenciado por:		DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25 de Octubre de 2018	

Ficha 2

FORMATO PARA LA ACTUALIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS									
PATRIMONIO CULTURAL - MATERIAL INMUEBLE									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	IGLESIA INMACULADA CONCEPCION DE TABIO								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA			1.3. Municipio	TABIO				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	TABIO CUNDINAMARCA (BARRIO CENTRO)								
1.5. Administrador o Propietario	DIOCESIS DE FACATATIVA								
1.6. Dirección / Ubicación	Cra 4 # 3 - 14								
1.7. Teléfono / Fax	8647217								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	8,4 KM	1.9 Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo		
1.10 Indicaciones para el acceso:		Se encuentra ubicada en la plaza principal de Tabio a mano derecha							
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.1.3.1		ARQUITECTURA RELIGIOSA						
2.2. Descripción:	PARROQUIA (IGLESIA)								
Es la iglesia principal del municipio, tiene una historia interesante ya que antes en el sitio donde se halla el templo existió una capilla de tapia pisada y paja, construida alrededor de 1550, sobre un cementerio indígena. La ejecución de la iglesia duró 56 años y fue terminada en 1904 por el padre Andrés Avelino Pérez y consagrada el 28 de diciembre de 1929, el templo cuenta con el único órgano a nivel nacional de 909 voces, un reloj suizo y una capilla menor, su arquitectura es característica del periodo republicano y en su fachada se mezclan estilos clásicos, góticos y barrocos. El templo abre sus puertas todos los días.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD								PUNTAJE	
Estado de conservación (21)	Vista desde su Arquitectura frontal presenta buen estado de conservación							21	
Constitución del bien (21)	Conserva su estructura Arquitectónica							20	
Representatividad General (28)	Es la representación un pueblo unido							28	
Subtotal:								69	
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)				6		
TOTAL								75	
 									
Diligenciado por:		DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25 de Octubre de 2018	

Ficha 3

Ubicada a 450 metros del parque principal por cra 5.+J2+A1:AD83										
PATRIMONIO CULTURAL - MATERIAL INMUEBLE										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	ERMITA DE SANTA BARABRA									
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	TABIO CUNDINAMARCA (CASCO URBANO)									
1.5. Administrador o Propietario	DIOCESIS DE FACATATIVA									
1.6. Dirección / Ubicación	Carrera 4 - una cuadra arriba de la calle 7									
1.7. Teléfono / Fax	8647217									
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	8,8 KM	1.9 Tipo de Acceso							
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:	Ubicada a 450 metros del parque principal por cra 5.									
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	1.1.3.1		ARQUITECTURA RELIGIOSA							
2.2. Descripción:	CAPILLA									
Se encuentra en lo alto de una pequeña colina como testigo mudo de la transformación y desarrollo de Tabio, es una reliquia colonial fundada en 1604, declarada como bien de interés cultural del ámbito nacional según la resolución 1686 de 2004 del ministerio de cultura. Abre sus puertas el primer domingo de cada mes para la celebración de la eucaristía, en su interior se encuentra un pequeño altar tallado y dorado, su piso de cerámica y la estructura de la cubierta en madera rolliza.										
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD									PUNTAJE	
Estado de conservación (21)	Estado de conservación arquitectónico								21	
Constitución del bien (21)	Su estructura original ha prevalecido en el tiempo								21	
Representatividad General (28)	Lugar sagrado, reliquia histórica y patrimonio de Tabio								28	
Subtotal:									70	
SIGNIFICADO										
Local (6)	X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						18
TOTAL									88	
										
Diligenciado por:		DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25 de Octubre de 2018		

Ficha 4

FORMATO PARA LA ACTUALIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS									
PATRIMONIO CULTURAL - MATERIAL INMUEBLE									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	CAPILLA DE LOURDES								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	VEREDA LOURDES								
1.5. Administrador o Propietario	DIOCESIS DE FACATATIVA								
1.6. Dirección / Ubicación	VEREDA LOURDES KM.2								
1.7. Teléfono / Fax	8647217								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	10,4 KM	1.9 Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:	Tomar la vía a la Vereda Lourdes, 5 mts antes de la intersección de la vía a Chía, tomar la entrada a mano izquierda 200 mts hasta la capilla.								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.1.3.1		ARQUITECTURA RELIGIOSA						
2.2. Descripción:	TEMPLO (CAPILLA)								
Fue construida en el siglo XVIII por los maestros Nicolás, Francisco Aguilar y Rafael Rubiano, su arquitectura es de tipo republicana de finales de siglo XIX, consagrada a la virgen de Lourdes, tiene capacidad para 150 personas, abre sus puertas el ultimo sábado de cada mes. Se accede por una escalera en piedra que termina en un pequeño atrio que funciona como idílico mirador para observar el paisaje.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD									PUNTAJE
Estado de conservación (21)	Esta en buen estado, se conserva intacto su estilo Arquitectónico								21
Constitución del bien (21)	Su estructura original ha prevalecido en el tiempo								21
Representatividad General (28)	En su interior se encuentran objetos de gran importancia								28
Subtotal:									70
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6
TOTAL									76
									
Diligenciado por:			DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME				Fecha:		25 de Octubre de 2018

Ficha 5

FORMATO PARA LA ACTUALIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS									
PATRIMONIO CULTURAL - MATERIAL INMUEBLE									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	ORATORIOS DE CARRON								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	VEREDA CARRON								
1.5. Administrador o Propietario	DIOCESIS DE FACATATIVA								
1.6. Dirección / Ubicación	KM. 2 VIA VEREDA JUAICA								
1.7. Teléfono / Fax	8647217								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	9,3 KM	1.9 Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo		
1.10 Indicaciones para el acceso:		Tomar la vía a la vereda Carrón, en el Km. 2 se encuentran los oratorios							
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.1.3.1		ARQUITECTURA RELIGIOSA						
2.2. Descripción:	TEMPLO (CAPILLA)								
Construidos en honor a la virgen de Guadalupe, son sitios donde la espiritualidad y la naturaleza forman un todo, en el lugar no se realiza actividad religiosa. Esta abierto todos los días y el primer sábado de cada mes se hace una misa.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD									PUNTAJE
Estado de conservación (21)	Su estado de conservacion es malo								10
Constitución del bien (21)	Su tecnica y material de elaboracion								10
Representatividad General (28)	Lugar sagrado de los habitantes de Tabio								20
Subtotal:									40
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6
TOTAL									46
									
Diligenciado por:		DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25 de Octubre de 2018	

Ficha 6

FORMATO PARA LA ACTUALIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS										
PATRIMONIO CULTURAL - MATERIAL INMUEBLE										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	PARQUE JARDIN BOTANICO									
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	TABIO									
1.5. Administrador o Propietario	SECRETARIA DE ASUNTOS AMBIENTALES Y RECURSOS AGROPECUARIOS									
1.6. Dirección / Ubicación	100 MTS. VIA TERMALES									
1.7. Teléfono / Fax	Saara@tabio-cundinamarca.gov.co									
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	9 KM	1.9 Tipo de Acceso							
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:			Avenida termales el zipa por calle 7							
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	1.1.4.3		EDIFICACION PARA LA CIENCIA							
2.2. Descripción:										
Se inauguró en Agosto del año 2000 con el apoyo de la CAR y la administracion municipal. Es un espacio abierto para el disfrute, la contemplación y la reflexión. Posee un lago, una tarima para eventos, un sendero que lo recorre en su totalidad y en su interior se elevan tres esculturas en yeso de la artista Margarita Restrepo, dos de ellas miran hacia el cielo simbolizando el futuro y una tercera con expresion de tristeza porque la tierra esta llorando. La entrada al parque no tiene ningun costo y esta abierto al publico de miercoles a domingo de 9 de la mañana a 5 de la tarde.										
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD									PUNTAJE	
Estado de conservación (21)	INTEGRIDAD FISICA EN ABANDONO								10	
Constitución del bien (21)	SE OBSERVA DETERIORO Y CONTAMINACION								10	
Representatividad General (28)	SELLO CARACTERISTICO DE MUNICIPIO VERDE DE COLOMBIA								20	
Subtotal:									40	
SIGNIFICADO										
Local (6)	X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6
TOTAL									46	
										
Diligenciado por:			DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME				Fecha:	25 de Octubre de 2018		

Ficha 7

FORMATO PARA LA ACTUALIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS									
PATRIMONIO CULTURAL - MATERIAL INMUEBLE									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	FORO MUNICIPAL								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	TABIO								
1.5. Administrador o Propietario	ADMINISTRACION MUNICIPAL								
1.6. Dirección / Ubicación	CALLE 7, TABIO CUNDINAMARCA								
1.7. Teléfono / Fax	091 864 7148 - 7270								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJ O	8,8 KM	1.9 Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:		Tomar carrera 6 hasta calle 7							
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.1.4.5		Escenario para la Recreación						
2.2. Descripción:		Fue construido y Fundado en el año 1.998 su construcción es inspirada en el estilo greco-romano pero construido en ladrillo y piedra para hacer armonía con las calles del pueblo. Esta formado por dos plazas a diferentes niveles, 17 arcos y 11 faroles, 8 locales pequeños dispuestos para los artesanos y restaurantes, ha sido escenario del mercado campesino, multiplicidad culinaria y del encuentro nacional del Torbellino y las Danzas Tradicionales.							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD									PUNTAJE
Estado de conservación (21)	Conserva su estructura original y esta en buen estado								21
Constitución del bien (21)	Estilo greco-romano								21
Representatividad General (28)	Escenario de manifestaciones socio culturales								28
Subtotal:									70
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6
TOTAL									76
Diligenciado por:		DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25+A36:AD83 de Octubre de 2018	



Ficha 8

FORMATO PARA LA ACTUALIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS										
PATRIMONIO CULTURAL - MATERIAL INMUEBLE										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	PARQUE PRINCIPAL									
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	TABIO									
1.5. Administrador o Propietario	ALCALDIA MUNICIPAL									
1.6. Dirección / Ubicación	Ubicado entre calles 2a y 3a y carreras 5a y 6a									
1.7. Teléfono / Fax	091 864 7148 - 7270									
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	8,5 KM	1.9 Tipo de Acceso							
			Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo			
1.10 Indicaciones para el acceso:			Via Tenjo - Tabio por calle 5							
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	1.2.2		Plaza mayor							
2.2. Descripción:										
Este parque está ubicado en pleno centro del casco urbano, de construcción arquitectónica dura, es decir de amplios espacios libres que permiten la concentración multitudinaria de personas y el transito libre. En él se ha forjado parte de la historia del Municipio. Es el punto de encuentro principal de sus habitantes y visitantes, allí se realizan encuentros familiares y de amigos, ofreciendo buena calidad de vida para sus pobladores, en el tema del entretenimiento y descanso. En su entorno se encuentra la alcaldía municipal, el Monumento en homenaje al Torbellino, la casa de cultura, el punto de información turística (pit), la iglesia inmaculada concepcion, el museo fotografico y diferentes establecimientos comerciales.										
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD									PUNTAJE	
Estado de conservación (21)	Conservación Arquitectónica en buen estado.								21	
Constitución del bien (21)	Construcción Arquitectónica de espacios amplios y libres								21	
Representatividad General (28)	Es un espacio de conragación de lugareños y visitantes.								28	
Subtotal:									70	
SIGNIFICADO										
Local (6)	X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6
TOTAL									76	
										
Diligenciado por:		DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25 de Octubre de 2018		

2. Patrimonio cultural material mueble

Ficha 1

FORMATO PARA LA ACTUALIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS										
PATRIMONIO CULTURAL - MATERIAL MUEBLE										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	MONUMENTO EN HOMENAJE A LOS 20 AÑOS DE EL TORBELLINO TABIUNO									
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	CASCO URBANO									
1.5. Administrador o Propietario	ALCALDIA MUNICIPAL									
1.6. Dirección / Ubicación	Ubicado entre calles 2a y 3a y carreras 5a y 6a									
1.7. Teléfono / Fax	091 864 7148 - 7270									
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	8,5 KM	1.9 Tipo de Acceso							
			Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo			
1.10 Indicaciones para el acceso:		Se encuentra ubicado en el parque principal - diagonal a la alcaldía municipal								
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	1.5.2.6		Monumento							
2.2. Descripción:										
Escultura realizada por Carlos J. Cristancho P. representa el cuerpo entero de una pareja realizando uno de los pasos del tradicional baile como Homenaje a los 20 años del Torbellino Tobiuno.										
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD									PUNTAJE	
Estado de conservación (21)	Conservación Arquitectónica en buen estado.								21	
Constitución del bien (21)	Es una obra de arte y técnica moderna.								21	
Representatividad General (28)	Hace alusión al mas antiguo de los aires populares colombianos.								28	
Subtotal:									70	
SIGNIFICADO										
Local (6)	X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6
TOTAL									76	
Diligenciado por: DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME Fecha: 25 de Octubre de 2018										



3. Patrimonio cultural inmaterial

Ficha 1

FORMATO ÚNICO PARA LA ACTUALIZACION DE INVENTARIOS TURÍSTICOS									
PATRIMONIO CULTURAL - INMATERIAL									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	EL TAMAL DE CALABAZA								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	CASCO URBANO Y RURAL								
1.5. Administrador o Propietario	PRESTADORES DE SERVICIOS GASTRONOMICOS								
1.6. Dirección / Ubicación	TABIO								
1.7. Teléfono / Fax	N/A								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	9 KM	1.9 Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:	VIA TENJO TABIO ENTRE CALLES 1 Y 8								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.6.2.		GASTRONOMIA Y SABERES CULINARIOS						
2.2. Descripción:	PLATOS TÍPICOS DE LA REGION								
Es considerado el plato típico de Tabio, alimento de origen indígena, que reemplaza la masa popular de los tamales colombianos por calabaza (cucurbita o zapallo) se pela y se corta en cuadrillos, se cocina y se deja enfriar. Hecho esto, se cuele (para quitarle el exceso de agua). Entonces, se mezcla con un arroz hecho previamente con picado de alverja y zanahoria, además de cebolla y harina de trigo. La mezcla va sobre hojas de chigua antes lavadas y desvenadas. Se le añaden trozos de pollo y cerdo cocinados, se envuelve y se hace la cocción final.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD									PUNTAJE
Colectiva (14)	Expresión cultural gastronómica								14
Tradicional (14)	Saber transmitido de generacion en generacion								14
Anónima (14)	Su origen se remonta a tiempos muy antiguos								8
Espontánea (14)	Entregado puerta a puerta								14
Popular (14)	Plato típico del municipio								14
								Subtotal:	64
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6
								TOTAL	70
									
Diligenciado por:		DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25 de Octubre de 2018	

Ficha 2

FORMATO ÚNICO PARA LA ACTUALIZACION DE INVENTARIOS TURÍSTICOS									
PATRIMONIO CULTURAL - INMATERIAL									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	POSTRES								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio		TABIO					
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	CASCO URBANO								
1.5. Administrador o Propietario	PRESTADORES DE SERVICIOS GASTRONOMICOS - RESTAURANTES - FRUTERIAS								
1.6. Dirección / Ubicación	PARQUE PRINCIPAL Y ALREDEDORES								
1.7. Teléfono / Fax	N/A								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	9 KM	1.9 Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.6.2		GASTRONOMIA Y SABERES CULINARIOS						
2.2. Descripción:	POSTRES								
Tabio cuenta con una gran diversidad de establecimientos comerciales que ofrecen variedad del postres preparados con recetas tradicionales como lo son: las brebas con arequipe, mielmesabe, merengon, arroz con leche, postre de oreo, de milo, de coco, de frutas, entre otros que estan a disposición del turista y visitante para deleitar su paladar.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD									PUNTAJE
Colectiva (14)	Los prestadores de servicios gastronómicos - repostería promocionan sus productos no solo en sus negocios si no en diferentes ferias del municipio								14
Tradicional (14)	Los prestadores de servicios gastronómicos - repostería, las ofrecen en diferentes recetas para deleitar el paladar de visitantes								14
Anónima (14)	No tiene autor conocido								8
Espontánea (14)	Cada prestador hace su mayor esfuerzo por prestar el mejor servicio a los turistas y visitantes								14
Popular (14)	Por encontrarse en el parque principal y sus alrededores es un paso obligado								14
Subtotal:								64	
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6
TOTAL								70	
  									
Diligenciado por: DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME Fecha: 25 de Octubre de 2018									

Ficha 3

FORMATO ÚNICO PARA LA ACTUALIZACION DE INVENTARIOS TURÍSTICOS																		
PATRIMONIO CULTURAL - INMATERIAL																		
1. GENERALIDADES																		
1.1. Nombre	ARTESANIAS																	
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO															
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	CASCO URBANO																	
1.5. Administrador o Propietario																		
1.6. Dirección / Ubicación	PARQUE PRINCIPAL Y ALREDEDORES																	
1.7. Teléfono / Fax	N/A																	
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	9 KM	1.9 Tipo de Acceso															
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo									
1.10 Indicaciones para el acceso:																		
2. CARACTERÍSTICAS																		
2.1. Código Asignado	1.6.10		Las técnicas de elaboración de objetos artesanales e instrumentos.															
2.2. Descripción:																		
egión cerca de unos 200 artesanos que con diferentes técnicas realizan cerámica, talla en madera, metales, muñecas elaboradas en pétalos de rosa, velas, lámparas, vidrio, fibras vegetales, joyería, guadua, lanas y tejidos con diseños novedosos y creativos.																		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN																		
CALIDAD									PUNTAJE									
Colectiva (14)	Mas de 200 artesanos se encuentran en el municipio								14									
Tradicional (14)	Se transmite de generación en generación las diferentes tecnicas								14									
Anònima (14)	No tiene autor conocido								8									
Espontánea (14)	Se invita al turista a conocer los procesos de elaboración								14									
Popular (14)	Artesanía original y tradicional								14									
Subtotal:									64									
SIGNIFICADO																		
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6									
TOTAL									70									
																		
<table border="1"> <tr> <td>Diligenciado por:</td> <td colspan="5">DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME</td> <td>Fecha:</td> <td colspan="2">25 de Octubre de 2018</td> </tr> </table>										Diligenciado por:	DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25 de Octubre de 2018	
Diligenciado por:	DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25 de Octubre de 2018											

4. Festividades y Eventos

Ficha 1

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS									
FESTIVIDADES Y EVENTOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	ANIVERSARIO DE FUNDACION								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	CASCO URBANO								
1.5. Administrador o Propietario	ALCALDIA MUNICIPAL - INSTITUTO DE CULTURA								
1.6. Dirección / Ubicación	Cra 5 # 4 - 27								
1.7. Teléfono / Fax	8648618 - 8648439								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	8,3 KM	1.9 Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:	Via Tenjo Tabio hasta calle 5 - parque principal								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1. 7.1.1		ANIVERSARIOS DE FUNDACION Y/O FIESTAS DEL RETORNO						
2.2. Descripción:	ANIVERSARIO DE TABIO								
Es la celebración del cumpleaños del municipio y su fundación, la cual fue el 8 de abril de 1603 por el oidor Diego Gómez de Mena. Las festividades se celebran en el casco urbano del municipio, tiene una duración de dos días y cuenta con actividades culturales y artísticas como danzas, teatro, conciertos, desfiles, entre otros.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD									PUNTAJE
Organización del Evento (30)	EVENTO ORGANIZADO CON TIEMPO, CUENTA CON PROGRAMACION (DIA, HORA Y ACTIVIDAD) Y DIVULGACION DEL MISMO								26
Beneficios Socioculturales (20)	PARTICIPACION DE TODA LA COMUNIDAD								20
Beneficios Económicos Locales (20)	ESPACIO DE ESPARCIMIENTO PARA EL TURISTA								20
Subtotal:									66
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6
TOTAL									72

FUENTE: PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE TABIO (2010-2020) PAGINA 98

Ficha 2

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS									
FESTIVIDADES Y EVENTOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	DIA DEL CAMPESINO TABIUNO								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	CASCO URBANO								
1.5. Administrador o Propietario	ALCALDIA MUNICIPAL- INSTITUTO DE CULTURA								
1.6. Dirección / Ubicación	Cra 5 # 4 - 27								
1.7. Teléfono / Fax	8648618 - 8648439								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	8,3 KM	1.9 Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:	Via Tenjo Tabio hasta calle 5 - parque principal								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.7.1.7		OTRAS						
2.2. Descripción:	Es una fiesta que se celebra desde 1964 en el mes de Julio en honor al campesino, en la cual se realizan diversas actividades como danzas, teatro, presentaciones musicales, orquesta, desfiles y otras actividades que pretenden reconocer la actividad de los campesinos y mostrar la importancia de sus labores para la vida diaria, a través de la integración de los mismos.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD								PUNTAJE	
Organización del Evento (30)	EVENTO ORGANIZADO POR LA ALCALDIA MUNICIPAL Y LOS TABIUNOS							28	
Beneficios Socioculturales (20)	RESCATE DE IDENTIDAD Y PERTENENCIA CAMPESINA							20	
Beneficios Económicos Locales (20)	EVENTO QUE SIRVE DE APOYO AL TURISMO							20	
Subtotal:								68	
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)				6		
TOTAL								74	
									
FUENTE: PLAN DE DESARROLLO TURISTICO (2010-2020) PAGINA 98.									
Diligenciado por:		DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25 de Octubre de 2018	

Ficha 3

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS									
FESTIVIDADES Y EVENTOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	ENCUENTRO NACIONAL DEL TORBELLINO Y LAS DANZAS TRADICIONALES								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	CASCO URBANO								
1.5. Administrador o Propietario	ALCALDIA MUNICIPAL- INSTITUTO DE CULTURA								
1.6. Dirección / Ubicación	Cra 5 # 4 - 27								
1.7. Teléfono / Fax	8648618 - 8648439								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	8,3 KM	1.9 Tipo de Acceso						
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10 Indicaciones para el acceso:	FORO MUNICIPAL								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.7.3.1		DANZA						
2.2. Descripción:	FESTIVAL DEL TORBELLINO Y DANZAS TRADICIONALES								
El encuentro se realiza desde 1992 en la primera semana de Noviembre en el casco urbano con acceso libre, en donde se resaltan las danzas artísticas representativas de diversas regiones de Colombia, cada año asisten más de 20 delegaciones de todo el país. El Festival del Torbellino, es un festival con gran importancia en el ámbito nacional, es uno de los eventos de la agenda del ministerio de cultura, gracias a su intercambio cultural en torno a la danza y representaciones artísticas, es un evento para fortalecer la imagen del municipio en el tema artístico y cultural.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD									PUNTAJE
Organización del Evento (30)	EVENTO BIEN ORGANIZADO QUE INTEGRA LA COMUNIDAD EN GENERAL								28
Beneficios Socioculturales (20)	FESTIVAL DE IMPORTANTE INTERCAMBIO CULTURAL								20
Beneficios Económicos Locales (20)	EVENTO QUE ATRAE A TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES								20
Subtotal:									68
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						18
TOTAL									86
 									
Diligenciado por:		DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25 de Octubre de 2018	

5. Sitios Naturales

Ficha 1

FORMATO ÚNICO PARA LA ACTUALIZACION DE INVENTARIOS TURÍSTICOS									
SITIOS NATURALES									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	LOS TERMALES DEL ZIPA								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	EL CARRON								
1.5. Administrador o Propietario	JAVIER PERAZA OSORIO								
1.6. Dirección / Ubicación	VEREDA JUAICA 200 MTS. DEL CASCO URBANO VIA TERMALES								
1.7. Teléfono / Fax	3134037313								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	10 KM	1.9 Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:	VIA TERMALES - CALLE 7								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	2.11.2								
2.2. Descripción:	AGUAS TERMALES								
Las Termales El Zipa son fuentes de agua caliente de Tabio, eran para la comunidad Chibcha el sitio de descanso exclusivo para el cacique y su séquito de Gobierno. Es un lugar ideal para realizar turismo termal y de bienestar, el sitio cuenta con dos piscinas termales, jacuzzi, turco, servicio de restaurante, cafetería, baños, duchas y parqueadero. DICIEMBRE 1970 DON JOSE JOAQUIN PINEROS									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD									PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)	LA PRESENCIA DE ARBOLES MEJORAN LA CALIDAD DEL AIRE								7
Sin contaminación del agua (10)	NO SE PERSIVE CONTAMINACION DEL ELEMENTO AGUA								7
Sin contaminación visual (10)	CUENTA CON LA SEÑALIZACION NECESARIA								10
Estado de conservación (10)	ACTUALMETE ESTA EN REMODELACION								5
Sin contaminación sonora (10)	LUGAR TRANQUILO, ALEJADO DEL CASCO URBANO								10
Diversidad (10)	SU PRINCIPAL CARACTERISTICA ES EL AGUA TERMAL RODEADO DE NATURALEZA								6
Singularidad (10)	TERMALES								10
Subtotal:									55
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6
TOTAL									61
									
Diligenciado por:			DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME				Fecha:		25 de Octubre de 2018

Ficha 2

FORMATO ÚNICO PARA LA ACTUALIZACION DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
SITIOS NATURALES						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	PARQUE ECOLOGICO CARMEN DE LOS JUNCALES					
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	VIA TABIO SUBACHOQUE					
1.5. Administrador o Propietario	ARMANDO JUNCA					
1.6. Dirección / Ubicación	KM 2 VIA TABIO SUBACHOQUE					
1.7. Teléfono / Fax	3204997740					
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	SUBACHOQUE	12,1 KM	1.9 Tipo de Acceso			
			Terrestre	X	Acuático	Férreo
1.10 Indicaciones para el acceso:	KM 2 VIA TABIO SUBACHOQUE					
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	2.10.1.2					
2.2. Descripción:	BOSQUE TEMATICO					
El bosque pretende ser un lugar para la enseñanza de la cultura ecológica y pretende afianzar en la comunidad el amor por la tierra y por si mismos, cuenta con más de 22 mil árboles de especies nativas como el tuno, el encenillo, el cedro rosado, el trompeto, el mano de oso, entre otros. En el lugar se hace un recorrido por el bosque nativo que dura aproximadamente una hora, el parque ha recuperado juegos que, se presume, anteriormente practicaban los indígenas, como el balancín, el pasavolante y el columpio, cuenta con siete cabañas, donde caben dos personas, para que los que quieran hospedarse. Por ultimo, el parque fue declarado por el departamento de cundinamarca como patrimonio ecológico de cundinamarca.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD						PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)	PRESENCIA DE BOSQUE NATIVO					10
Sin contaminación del agua (10)	SIN CONTAMINACION EN SU NACIMIENTO					10
Sin contaminación visual (10)	SITIO DESPEJADO, POCA SEÑALIZACION					8
Estado de conservación (10)	SE INCULCA EL CUIDADO POR EL MEDIO AMBIENTE					10
Sin contaminación sonora (10)	DISTANTE DEL CACO URBANO					10
Diversidad (10)	GRAN DIVERSIDAD DE FLORA Y FAUNA					10
Singularidad (10)	PARQUE TEMATICO CON ENFASIS EDUCATIVO					10
					Subtotal:	68
SIGNIFICADO						
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)			
					TOTAL	80
						
FUENTE: COMERCIODETABIO.COM						
Diligenciado por: DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME Fecha: 25 de Octubre de 2018						

Ficha 3

FORMATO ÚNICO PARA LA ACTUALIZACION DE INVENTARIOS TURÍSTICOS													
SITIOS NATURALES													
1. GENERALIDADES													
1.1. Nombre	TYGÚA MAGÜE												
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO										
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	VEREDA LOURDES												
1.5. Administrador o Propietario	BERNARDO SALDARIAGA												
1.6. Dirección / Ubicación	VEREDA LOURDES												
1.7. Teléfono / Fax	3168735014 - 3175107909												
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	5,2 KM	1.9 Tipo de Acceso										
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo				
1.10 Indicaciones para el acceso:	VARIANTE TABIO - TEJO												
2. CARACTERÍSTICAS													
2.1. Código Asignado	2.10.1.5												
2.2. Descripción:	ECOPARQUE												
El ecoparque TYGÚA MAGÜE se encuentra dentro de una zona de reserva forestal, que va desde el Bosque Alto Andino hasta el subparamo; cuenta con mas de 242 especies de plantas, 50 clases de aves y otros organismos. El ecoparque tiene tres senderos principales y 17 estaciones para observar, meditar y respirar; Tambien ofrece al visitante paisajismo, yoga, safaris fotograficos, conciertos de musica espiritual, ceremonias ancestrales, entre otros.													
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN													
CALIDAD									PUNTAJE				
Sin contaminación del aire (10)	ZONA DE RESERVA FORESTAL								10				
Sin contaminación del agua (10)	NO EXISTE LA PRESENCIA DEL ELEMENTO AGUA								N/A				
Sin contaminación visual (10)	SITIO DESPEJADO CON ZONAS VERDES								10				
Estado de conservación (10)	BIEN CONSERVADO								10				
Sin contaminación sonora (10)	DISTANTE DEL CASO URBANO								10				
Diversidad (10)	FLORA Y FAUNA DEL BOSQUE ALTO ANDINO Y EL SUBPARAMO								10				
Singularidad (10)	LUGAR QUE COMBINA LA NATURALEZA CON LA ESPIRITUALIDAD								10				
Subtotal:									60				
SIGNIFICADO													
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						6				
TOTAL									66				
													
FUENTE: TYGUAMAGUE.COM													
<table border="1"> <tr> <td>Diligenciado por:</td> <td>DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME</td> <td>Fecha:</td> <td>25 de Octubre de 2018</td> </tr> </table>										Diligenciado por:	DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME	Fecha:	25 de Octubre de 2018
Diligenciado por:	DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME	Fecha:	25 de Octubre de 2018										

Ficha 4

FORMATO ÚNICO PARA LA ACTUALIZACION DE INVENTARIOS TURÍSTICOS									
SITIOS NATURALES									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	PEÑA DE JUAICA								
1.2. Departamento	CUNDINAMARCA	1.3. Municipio	TABIO						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	VEREDA JUAICA								
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía municipal de Tabio y Tenjo								
1.6. Dirección / Ubicación	Entre Palmarito, Tenjo y Juaica, Tabio, Cundinamarca								
1.7. Teléfono / Fax	8648618 - 8646471								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	TENJO	6,6 KM	1.9 Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:			VIA TENJO - TABIO						
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	2.1.13		CERRO						
2.2. Descripción:									
Su nombre en chibcha quiere decir la diosa que abraza, cuenta con una altitud de 3100 msnm. La Peña de Juaica es el cerro tutelar del municipio de Tabio, se destaca por su pared rocosa y su forma piramidal, es considerada un "portal místico" y forma parte de los tres puntos energéticos más importantes de Colombia, su cima está adornada con un bosque de montaña y desde allí se pueden observar los municipios de Cajica, Chia, Tabio y la capital Bogotá, la belleza de esta cumbre ha servido para tejer mitos y leyendas a su alrededor.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD									PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)	ALEJADO DE LAS CARRETERAS								10
Sin contaminación del agua (10)	NO ESTÁ EXPUESTO A CONTAMINACIÓN DE AGUA								10
Sin contaminación visual (10)	SITIO NATURAL CON DISPERSIÓN DE BASURAS								7
Estado de conservación (10)	EL ESTADO DE CONSERVACIÓN ES BUENO, PERO SE NECESITA UN CONTROL AMBIENTAL								5
Sin contaminación sonora (10)	ALEJADO DEL CASCO URBANO								10
Diversidad (10)	GRAN DIVERSIDAD DE FLORA, FAUNA Y PAISAJES								10
Singularidad (10)	AVISTAMIENTO DE OVNIS								10
Subtotal:									62
SIGNIFICADO									
Local (6) X	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)						12
TOTAL									74
									
Diligenciado por:		DANIELA SALCEDO Y DAVID COTAME					Fecha:	25 de Octubre de 2018	

Anexo B. Formato de encuesta a la demanda potencial

ENCUESTA A LA DEMANDA POTENCIAL DE UN PRODUCTO TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE TABIO CUNDIMANARCA

INSTRUMENTO 1

La presente encuesta tiene como objetivo identificar la percepción y el interés por parte de la población de Bogotá para el desarrollo de un producto turístico en Tabio Cundinamarca. La información recopilada en este instrumento se destinará al ejercicio académico de nuestro trabajo de grado del Programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

1. Genero

M	F

2. Edad

Menos de 25 años	
De 30 a 34 años	
De 35 a 39 años	
Más de 44 años	

3. ¿Conoce usted el municipio de Tabio?

SI	
NO	

4. ¿Ha visitado el municipio de Tabio con fines turísticos?

SI	
NO	

5. ¿Cree usted que debería existir una actividad turística en el municipio de Tabio?

SI	
NO	

6. ¿Cuáles atractivos turísticos de Tabio conoce?

Termales del Zipa	
Parque los Juncas	
Tygua Mague	
La peña de Juaica	
La capilla de Lourdes	
La Ermita de Santa Bárbara	
Jardín Botánico	

Otro, ¿Cuál? _____ .

7. ¿Qué tipología de turismo le gustaría realizar en el municipio?

Turismo religioso	
Turismo de bienestar	
Turismo cultural	
Ecoturismo	

Otro, ¿Cuál? _____ .

8. De haber actividades antes descritas ¿Cómo viajaría?

Familia	
Grupos de amigos	
Pareja	
Solo	

9. ¿En qué tipo de lugares se alojaría?

Hotel	
Hostal	
Camping	
Ninguno	

10. ¿Cuánto frecuente gastar en sus viajes de turismo diario por persona?

Menos de \$50.000	
Entre \$50.000 y \$100.000	
Entre 100.000 y \$200.000	
Más de \$200.000	

11. Cuando realice sus viajes de turismo en Tabio ¿cuánto tiempo permanecería allí?

Pasadía	
Entre 1 y 2 días	
Entre 2 y 3 días	
Más de 3 días	

Anexo C. Formato de encuesta a la comunidad local

ENCUESTA A LA COMUNIDAD LOCAL DEL MUNICIPIO DE TABIO CUNDINAMARCA

INSTRUMENTO 2

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la percepción de la comunidad local ante el turismo y la posible inclusión de un producto turístico. La información recopilada en este instrumento se destinará al ejercicio académico de nuestro trabajo de grado del Programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

1. ¿Le gustaría que Tabio fuera un destino turístico?

SI	
NO	

¿Porque?

2. ¿Quiere usted que los turistas vengan a conocer su municipio?

SI	
NO	

¿Porque?

3. ¿Cree usted que el turismo puede generar mayor desarrollo económico en el municipio?

SI	
NO	

¿Porque?

4. ¿Cree usted que el turismo puede ayudar a la preservación de costumbres y sitios naturales del municipio?

SI	
NO	

¿Porque?

5. ¿Cree usted que el turismo puede contribuir a que haya mayor inversión pública en el municipio (infraestructura vial, seguridad, servicios públicos etc.)?

SI	
NO	

6. ¿Participaría en algún proyecto turístico del municipio?

SI	
NO	

¿Cómo?
