

- Sutatausa

Prestador de servicios		Restaurante	
Adriana Gamboa			
Dirección	Novoa	Teléfono	3144598455
servicios			Precio
Almuerzo Típico			\$ 12.000
Observaciones			
No hay observaciones			

Prestador de servicios		Restaurante	
Irma Montaña			
Dirección	Novoa	Teléfono	3212400071
servicios			Precio
Almuerzo Típico			\$ 12.000
Observaciones			
No hay observaciones			

Los servicios de alimentos y bebidas de Sutatausa están ubicados en la Vereda Novoa, donde se realizará la visita a los Farallones y se pernoctará. Estos proveedores, se acogieron a las capacitaciones realizadas por el SENA e incentivadas por las alcaldías, para generar procesos de Buenas Prácticas de Manufactura, lo que se traduce en bienestar y seguridad para los turistas, y además podrán disfrutar de la gastronomía típica, creando experiencias que involucren a la población flotante con la cultura local, ya que a esto se le suma el valor de almorzar en la vivienda de los proveedores y ser atendidos por ellos mismos.

Los servicios que se presten en el municipio, se harán con solicitud previa, ya que estos prestadores trabajan bajo esta dinámica y no con horarios de atención establecidos.

La oferta gastronómica de Cucunubá (tres establecimientos) se seleccionó debido a la ubicación de estos en el casco urbano, lo que favorece el desarrollo del itinerario. Ofrecen platos a la carta con precios de venta asequibles, que generen costos de servicios

gastronómicos, que permitan, sumados a una utilidad, ajustar los precios que los turistas indicaron que estarían dispuestos a pagar por un paquete turístico en los municipios (Anexo I).

Guías de turismo

- Cucunubá

Prestador de servicios		Guia	
Anderson Mendez			
Dirección	Carrera 3 # 2- 30	Teléfono	3123706386
Servicios			Precio
Recorrido por el casco urbano y el cerro de lourdes			\$ 10.000
Observaciones			
No hay observaciones			

- Sutatausa

Prestador de servicios		Guia	
Mary Luz Sierra			
Dirección		Telefono	3142581415
servicios			Precio
Caminata los farallones			\$ 20.000
Recorrido "encuentro de dos mundos"			\$ 10.000
Observaciones			
Incluye: plan de contingencia, poliza contra todo riesgo y seguro medico			

Los encargados de la guianza turística fueron seleccionados gracias a su experiencia en el mercado del municipio y al interés por mantenerse bajo los procesos de formalización para realizar estas actividades en el destino.

Transporte

Prestador de servicios		Transporte	
Yilver Monreno			
Dirección	Bogota	Teléfono	3057499182
Servicios			Precio
transporte y conductor			\$ 450.000
Observaciones			
No hay observaciones			

Prestador de servicios		Transporte	
Transrubio			
Dirección	Cra. 47a #95-56	Teléfono	4884233
Servicios			Precio
Transporte y conductor			\$ 1.200.000
Observaciones			
No hay observaciones			

Se realizaron dos cotizaciones con empresas de transporte turístico ubicadas en Bogotá. De estas dos cotizaciones se eligió la de menor valor (Yilver Moreno), gracias a que está brinda servicio de calidad a un precio que permite la disminución final de los costos. Actualmente este proveedor no cuenta con una certificación para operar en el sector turístico, sin embargo, manifestó interés por adquirirlo en caso de ser integrado en la propuesta actual.

Seguros

Prestador de servicios		Seguros de viajes	
Colasistencia			
Dirección	Carrera 22 # 87- 32, Bogotá	Teléfono	2561383
Servicios			Precio
Servicios de viajes			\$ 4.000
Observaciones			
No hay observaciones			

La contratación de los seguros se realizó con una empresa ubicada en la ciudad de Bogotá, debido a que está cumple con los requisitos necesarios para la realización de las actividades planeadas en el itinerario. Este servicio se utilizará solamente para las actividades en Cucunubá, porque el servicio de guianza de Sutatausa incluye el seguro.

Actividades

Prestador de servicios		Tejidos	
Luz Maria Rodriguez			
Dirección	Casco urbano	Telefono	3105548634
servicios			Precio
Ruta de la lana			\$ 2.000
Observaciones			
No hay observaciones			

Prestador de servicios		Museo	
William Contreras			
Dirección	Parque principal	Teléfono	3112455506
Servicios			Precio
Museo de la lana (proceso de la lana)			\$ 3.000
Observaciones			
Para grupos pequeños omiten el primer proceso de la lana			

Nombre del proveedor	Hotel	Camping	Desayuno	Almuerzo	Actividades	Guía	Seguros
Kamp Nattivo		\$ 16.000	\$ 8.000				
Mina de alojamiento rural	\$ 40.000		\$ 7.000				
Alojamiento Rural Campo Hermoso	\$ 25.000		\$ 8.000				
Adriana Gamboa				\$ 12.000			
Irma Montaña				\$ 12.000			
Luz Maria Rodriguez					\$ 2.000		
Mary Luz Sierra Farallones						\$ 20.000	
Mary Luz Sierra "Encuentro de dos mandos"						\$ 10.000	

CUCUNUBA							
Nombre del proveedor	Hotel	Camping	Desayuno	Almuerzo	Actividades	Guía	Seguros
Cabaña rayuela y babel	\$ 60.000						
La casona de Aquilino	\$ 80.000						
Rincon del parque				\$ 15.000			
Donde Teresa				\$ 15.000			
Sabor Cucunubense				\$ 15.000			
William Contreras					\$ 3.000		
Anderson Méndez						\$ 7.000	\$ 4.000

Cálculo del presupuesto de viaje

Para el cálculo del presupuesto se deben tener en cuenta tres aspectos fundamentales, lo que se le cobrará al cliente por la adquisición del paquete turístico, el pago de proveedores y la utilidad que se obtendrá con la venta de éste, todo esto en conjunto conformará el precio de venta, el cual, a su vez, debe tener en cuenta los siguientes puntos:

- La competencia, ya que el precio establecido debe responder a los instituidos por los demás oferentes de paquetes iguales o similares, bien sea entrando con un precio menor, mayor o igual a la competencia teniendo en cuenta la calidad, servicios a prestar y factores diferenciales.
- Es necesaria la cotización de cada uno de los servicios por día y por persona, con dos o más prestadores, para así elegir la opción más acorde con las necesidades del producto y con las características de los turistas que lo adquieren.
- Los impuestos con que se gravan los servicios a incluir en el producto, deben estar contenidos en el precio del proveedor.
- Las temporadas turísticas de los municipios de Cucunubá y Sutatausa y la afluencia de turistas a estos municipios, teniendo en cuenta que son los fines de semana, los festivos y las vacaciones de diciembre las fechas comunes en que las personas llegan a éstos.

El presupuesto debe comprender todos los servicios que se incluirán en el paquete turístico, los cuales de acuerdo al itinerario planteado serán:

- El transporte dentro de los destinos, el cual realizará los debidos desplazamientos a cada uno de los atractivos y sitios turísticos que abarca el paquete.
- El alojamiento previsto, su valor será cotizado por persona y se tendrá en cuenta los servicios adicionales que incluye, la comodidad de sus instalaciones y que responda a los requerimientos tanto del producto como del turista.
- Los alimentos que incluirá el paquete y que se encuentran fuera de lo ofrecido por el alojamiento. En este caso el almuerzo será la comida adicional a sumar en el precio final del paquete.
- Las visitas a los atractivos turísticos definidos en el itinerario. Aunque para el paquete turístico de Cucunubá y Sutatausa no todos los atractivos generan costo, si es necesario realizar un aporte al mantenimiento y a la preservación de los mismos.
- Los guías, tanto el que acompañará todo el viaje como el local que realizará los recorridos por los distintos sitios fijados en el itinerario.
- Los seguros de viaje.

Adicionalmente, a este precio se deben sumar otros costos en los que se incurre como la publicidad y el marketing del producto, los gastos generales de la empresa que lo produce, comisiones, etcétera.

Una vez definidos todos los costos, se debe adicionar el porcentaje de utilidad que desea obtenerse, el cual ha de variar dependiendo del tipo de producto y de la empresa que lo vende. Por último, es necesario añadir los impuestos que afectan al producto, en este caso se incluirá el 19% del IVA.

Cálculo del índice de ocupación o punto muerto

Posterior a la elaboración del presupuesto final, se debe realizar el cálculo del punto de equilibrio, el cual permitirá determinar el número mínimo de paquetes que se han de vender para cubrir los costos del viaje.

Tabla 39: Costos fijos y variables del paquete turístico

Número de personas	15	30	45	60
Transporte total	450.000,00	850.000,00	1.250.000,00	1.650.000,00
Valores por persona				
Costo del transporte	30.000,00	28.333,33	27.777,78	27.500,00
Costo del guía	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Costo del alojamiento	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00
Costo del desayuno	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Costo del almuerzo	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Costo de snack en el hotel	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Costo del Museo en Cucunubá	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Costo del seguro	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Costo del guía en Cucunubá	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
Costo de recorrido de la lana en Sutatausa	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Costo recorrido "Encuentro entre dos mundos"	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Costo de la visita a los Farallones en Sutatausa	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
TOTAL	204.000,00	202.333,33	201.777,78	201.500,00
MARGEN DE GANANCIA	10%	10%	10%	10%
PRECIO AL PÚBLICO	226.666,67	224.814,81	224.197,53	223.888,89
UTILIDAD POR PERSONA	22.666,67	22.481,48	22.419,75	22.388,89
UTILIDAD TOTAL	340.000,00	674.444,44	1.008.888,89	1.343.333,33
IVA 19%	-	-	-	-
PRECIO DE VENTA	226.666,67	224.814,81	224.197,53	223.888,89

Fuente: Propia

CV	204.000,00
PV	227.000,00
MG	23000,00
mg %	0,10
CF	450.000,00

PEU	20
PEV	4.441.304

De acuerdo con lo anterior, se establece un precio de venta de \$227.000 basándonos en grupos de 15 personas. Este precio se encuentra en el rango de elección en los dos municipios, el cual es de 200.000- 250.000 (Anexo I). El punto muerto se alcanza en la venta de 20 paquetes turísticos, lo que equivale a un precio de 4.441.304 COP.

Resumen del paquete turístico diseñado

Los municipios de Cucunubá y Sutatausa han realizado grandes avances en la formalización de sus prestadores de servicios turísticos, lo que permitió la integración de más actores dentro del paquete turístico. La organización del itinerario incluye las actividades que los municipios pueden trabajar en alianza, de acuerdo con una temática que aproveche sus potencialidades naturales y culturales (textiles en lana) y que integre a los pobladores como protagonistas de la experiencia. El punto de partida de los itinerarios será en Cucunubá y Sutatausa, dependiendo de la opción del paquete elegida, por lo que la movilidad hasta el municipio será por cuenta de los turistas, sin embargo, los traslados, iniciado una vez el paquete, estarán incluidos en el precio de venta.

Para el caso del alojamiento se seleccionaron tres opciones diferentes, con el fin de beneficiar a un mayor número de establecimientos. Las variaciones de precios, principalmente en los hospedajes de Cucunubá, serán puntos porcentuales que se aumentarán en la rentabilidad, ya que se manejará un costo estándar de alojamiento.

En los servicios gastronómicos, para el caso de Sutatausa, de acuerdo con las inconformidades expuestas por los habitantes durante las sesiones de grupo (Anexo E- F) y siendo viable incluir el almuerzo con los prestadores de la Vereda Novoa, se hizo la selección de dos de ellos que cumplen con las Buenas Prácticas de Manufactura; y en Cucunubá por la ubicación y variedad de sus productos. Además esto se realizó con tres fines adicionales; en primer lugar, de beneficiar a las personas que viven en el territorio, para que vean las mejoras económicas y en su calidad de vida, a través del incremento de turistas, gracias a que previamente tomaron la decisión de capacitarse para mejorar la calidad de sus productos y esto los está convirtiendo en protagonistas del desarrollo turístico de su vereda; en segundo lugar, para mostrar a los demás prestadores, que las capacitaciones y procesos de formalización, adelantados por la alcaldía, les permitirán, si deciden de adaptarlos a sus establecimientos, obtener beneficios económicos y de reconocimiento y finalmente de

mostrarle al resto de la comunidad que la integración a la actividad turística no es de unos pocos y que sumarse a este sector solo necesita compromiso y ajustes en sus procesos para satisfacer a los turistas.

Los guías de turismo incluidos para la realización de los recorridos del paquete turístico, en Cucunubá, ya cuenta con la tarjeta profesional para operar y el de Sutatausa, se encuentra en trámite. Con esto se asegura que la prestación de los servicios se realizará bajo la legislación del Consejo Profesional de Guías de Turismo.

Finalmente, como punto adicional, cabe destacar la importancia de implementar canales de comercialización del paquete. Aunque el fin de este proyecto llega únicamente a la propuesta del itinerario, para una puesta en marcha real es necesaria la promoción y comercialización de éste y, con base en el estudio de la demanda, las herramientas que el internet otorga como las redes sociales, páginas web y demás, son las indicadas para estas funciones dada la tendencia de los turistas a utilizarlas como fuente de información.

Conclusiones

- Cucunubá y Sutatausa se han integrado a la oferta de turismo de naturaleza de Cundinamarca, a través, no solo de la concientización de sus recursos y atractivos, sino de los avances que se han realizado, tanto a nivel público como privado, para la prestación de servicios turísticos de calidad, por lo que se percibe un interés por el fomento del turismo en sus territorios.
- Existe desconocimiento y/o desinterés, por parte de algunos prestadores turísticos, sobre como operar buscando brindar un excelente servicio a los turistas, que mejore la planta turística e imagen del municipio, proyectando beneficios futuros para toda la comunidad.
- Actualmente, los pobladores tienen una percepción de monopolio en la actividad turística. Sin embargo, muchos de ellos se arriesgaron a entrar en el sector con sus propuestas gastronómicas, de alojamiento, entre otras, y han obtenido retribuciones.
- La alianza entre los dos municipios se da gracias a que comparten un interés por el fortalecimiento de su oferta natural y de rutas textiles. Esto permitió crear una propuesta turística combinada, generando valor a las actividades que, previamente, se realizaban por separado.
- Los turistas que visitan hoy en día estos pueblos, buscan experiencias naturales y de compartir, bien sea con sus amigos o familiares, en espacios de tranquilidad, que los saquen del estrés de la ciudad (ya que su procedencia es, principalmente, de Bogotá). Además, se cautivan con la riqueza cultural de su arte rupestre y productos en lana.
- La presente propuesta integró una forma de trabajo comunitario, para brindar un valor agregado a los turistas, un beneficio económico a las poblaciones locales y un fortalecimiento de la oferta turística de los municipios.
- La propuesta presentada cumple con los requerimientos de los turistas analizados durante el segundo capítulo y los costos fijos y variables se ajustan a las solicitudes de la demanda.

Recomendaciones

- La propuesta de paquete turístico planteada en el presente trabajo, si bien integró prestadores de servicios turísticos que se acogen a los estándares mínimos de calidad y normatividad colombiana, es necesario diseñar instrumentos para el control de calidad, evaluando de todos los elementos y procesos que lo componen, permitiendo implementar mejoras, de ser necesarias, trabajando en pro de las experiencias turísticas que ofrecen los municipios.
- Las redes sociales son una de las formas de búsqueda más usadas hoy en día y los turistas indicaron su preferencia en ellas. A pesar de esto, el manejo que se les da desde las alcaldías no es eficiente ni constante, sin embargo esta es una opción indispensable para la promoción turística de los destinos en la actualidad y para los municipios en estudio, podría manejarse tanto desde la publicidad de actividades, productos, eventos, entre otros, en sus perfiles, como en los de otras páginas que estén conformadas por miembros que busquen realizar viajes, con itinerarios que incluyan tipologías de turismo de naturaleza, ya que son estas quienes poseen una mayor demanda actualmente, comparada con la propuesta de las actividades turísticas de textilera. Además, las páginas web oficiales de las alcaldías deberían incluir información turística clara y actualizada.
- En el municipio de Cucunubá es esencial generar procesos que permitan crear conciencia a los prestadores de servicios gastronómicos acerca de los horarios de atención especialmente los días de mayor afluencia turística, en busca de la mejora en la calidad y facilidades para los visitantes.
- Las dependencias de turismo deberían delegar a un encargado únicamente de la actividad turística del municipio, en pro de un avance más acelerado para el fortalecimiento de la oferta turística.
- Una de las grandes falencias en los dos municipios son algunas vías de acceso a los atractivos turísticos y para el caso de Cucunubá, la vía Ubaté- Cucunubá, no se encuentra completamente pavimentada, a pesar de ser está la más concurrida por los turistas. Esta debilidad impide que la experiencia del turista sea de calidad, siendo esta la primera imagen del destino y por ende, necesita una pronta solución.

Referencias

- Alcaldía de Bogotá. (2014). *Alcaldía de Bogotá*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=56882>
- Cardenas Tabares, F. (2008). Producto turístico. En F. Cardenas Tabares, *Producto turístico* (pág. 13). México: Trillas.
- Cerezo Medina, A., & Galacho Jiménez, F. B. (Enero - Junio de 2011). *RUA. Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante*. Obtenido de RUA. Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante: <https://rua.ua.es>
- Concejo municipal de Sutatausa. (2016). *Plan de Desarrollo 2016- 2019*. Sutatausa.
- Contraloría Cundinamarca. (2016). Consolidado Ubaté . Colombia .
- Cooper, Fletcher, Fyal, Gilbert, & Wanhill. (2007). El turismo, Teoría y Práctica. En Cooper, Fletcher, Fyal, Gilbert, & Wanhill, *El turismo, Teoría y Práctica* (pág. 93).
- Covarrubias, R. (2002). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. En R. Covarrubias, *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas* (pág. 28).
- Díaz, B. (2011). Diseño de productos turísticos. En B. Díaz, *Diseño de productos turísticos* (pág. 18). España: Síntesis.
- FONTUR. (s.f.). *Manual de presentación de proyectos*.
- García, O., & Sinclair, M. (2012). *Marketing turístico*.
- Gobernación de Cundinamarca. (2016). *Plan de Desarrollo Departamental 2016- 2020 "Unidos Podemos Más"*. Cundinamarca.
- Goeldner, C., & Ritchie, B. (2016). *Turismo. Planeación, administración y perspectivas*. México: Limusa.

González Cobreros, M. Á. (2002). Fundamentos teóricos y gestión práctica de las Agencias de Viajes. En M. Á. González Cobreros, *Fundamentos teóricos y gestión práctica de las Agencias de Viajes* (pág. 283). Madrid: Síntesis.

IDEAM; PNUD. (2015). *IDEAM*. Obtenido de Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales:
<http://modelos.ideam.gov.co/media/dynamic/escenarios/documento-nacional-departamental-2015.pdf>

Malhota, N. K. (2008). Investigación de mercados. En N. K. Malhota, *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.

Martínez Celis, D., & Mendoza Lafaurie, S. (2014). Sutatausa, memoria del encuentro de dos mundos. *Sutatausa, memoria del encuentro de dos mundos*. Sutatausa, Cundinamarca, Colombia: Alcaldía Municipal de Sutatausa; IDECUT.

Méndez, M. P. (4 de Diciembre de 2016). El turismo ya genera mas divisas que el café y las flores. *El Tiempo*.

Ministerio de Comercio, Industria Turismo. (2010). *Mincit*. Obtenido de Mincit:
http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/16387/inventarios_turisticos

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (1996). *Mincit*. Obtenido de Mincit:
<http://www.mincit.gov.co>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2007). *Fontur*. Obtenido de Fontur:
<https://www.fontur.com.co>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/kids/publicaciones/29842/el_turista

Montaner, J. (2001). Estructura del mercado turístico. En J. Montaner, *Estructura del mercado turístico* (pág. 31). Madrid: Síntesis.

Oficina de estudios económicos- MinCIT. (Diciembre de 2016). *Ministerio de Industria, Comercio y Turismo*. Recuperado el Agosto de 2017, de MinCIT:
<http://www.mincit.gov.co>

Portafolio. (17 de Marzo de 2016). El Dorado fue reconocido como el mejor aeropuerto de Suramérica. *Portafolio*.

Presidencia de la República. (Diciembre de 2016). *Presidencia de la República*. Recuperado el Agosto de 2017, de <http://es.presidencia.gov.co>

Pulido, I., & Sáez, A. (s.f.). Estructura general del mercado turístico. En I. Pulido, & A. Sáez, *Estructura general del mercado turístico* (pág. 186). Madrid: Síntesis.

Radio Santa Fe. (17 de Junio de 2016). *Radio Santa Fe*. Recuperado el Agosto de 2017, de <http://www.radiosantafe.com>

Revista Semana. (2017). ¿Colombia podría ser una potencia turística? *Semana*.

Vogeler, & Hernández. (2002).

Índice de tablas

Tabla 1: Espacios naturales de Cucunubá	41
Tabla 2: Espacios naturales de Sutatausa	42
Tabla 3: Museos y manifestaciones culturales e históricas de Cucunubá	42
Tabla 4: Museos y manifestaciones culturales e históricas de Sutatausa	43
Tabla 5: Folclore en Sutatausa	43
Tabla 6: Acontecimientos programados de Cucunubá	44
Tabla 7: Diagnóstico Posada Orgánica Cucunuvaca	49
Tabla 8: Diagnóstico Cabañas Rayuela y Babel	49
Tabla 9: Diagnóstico Hotel Los Duraznos	49
Tabla 10: Diagnóstico La Casona de Aquilino	49
Tabla 11: Diagnóstico Farallones de Sutatausa El Rincón	51
Tabla 12: Diagnóstico Kamp Nattivo	51
Tabla 13: Diagnóstico Hotel La Esmeralda Sutatausa	51
Tabla 14: Diagnóstico Refugio del Abuelo	51
Tabla 15: Diagnóstico Hotel y Restaurante La Estación Villa Yeny	52
Tabla 16: Diagnóstico Hotel y Restaurante La Colina Campestre	52
Tabla 17: Diagnóstico Hotel La Posada Sutatausa	52
Tabla 18: Diagnóstico Rocas de Zunubá	52
Tabla 19: Diagnóstico Alojamiento Rural Campo Hermoso	53

Tabla 20: Diagnóstico Hotel y restaurante Monteverde	53
Tabla 21: Diagnóstico Quinta de Fagua	53
Tabla 22: Diagnóstico ALBERTOUR	54
Tabla 23: Diagnóstico Casa Madera y Sándalo Arte y Café	55
Tabla 24: Diagnóstico Restaurante El Sabor Cucunubense	55
Tabla 25: Diagnóstico Cubambu	56
Tabla 26: Diagnóstico Donde Teresita	56
Tabla 27: Diagnóstico La Belle Epoque	56
Tabla 28: Diagnóstico El Rincón del Parque	56
Tabla 29: Diagnóstico Restaurante y Piqueteadero Donde Pipe	57
Tabla 30: Diagnóstico El Sazón del Pacífico	57
Tabla 31: Diagnóstico Restaurante y Piqueteadero La Abuela	57
Tabla 32: Diagnóstico Súper Deli Broaster	57
Tabla 33: Diagnóstico Restaurante El Cacique	58
Tabla 34: Diagnóstico Restaurante y Piqueteadero El Sol	58
Tabla 35: Diagnóstico Restaurante Piqueteadero El Zaque	58
Tabla 36: Diagnóstico Casa de La Gallina	58
Tabla 37: Diagnóstico Punto de Sabor Valluno	58
Tabla 38: Diagnóstico Parador El Santandereano	59
Tabla 39: Costos fijos y variables del paquete turístico	125

Tabla de gráficas

Gráfica 1. Motivaciones de viaje de los huéspedes	23
Gráfica 2. Procedencia del turista	91
Gráfica 3. Cantidad de días de pernoctación	92
Gráfica 4. Motivo de viaje	92
Gráfica 5. Ocupación	97
Gráfica 6. Motivo de viaje	98
Gráfica 7. Grupo de viaje	99
Gráfica 8. Medios de búsqueda de información	99
Gráfica 9. Medio de programación de viaje	100
Gráfica 10. Ocupación	101
Gráfica 11. Motivo de viaje	102
Gráfica 12. Grupo de viaje	102
Gráfica 13. Medios de búsqueda de información	103
Gráfica 14. Medio de programación de viaje	103
Gráfica 15. Servicio del producto turístico en Cucunubá	112
Gráfica 16. Servicio del producto turístico de Sutatausa	113

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Modelo de ficha de clasificación de los atractivos turísticos.	20
Ilustración 2. Mapa Cucunubá	30
Ilustración 3. Mapa Sutatausa	32
Ilustración 4: Clasificación climática de Holdrige para Colombia	45
Ilustración 5. Capilla de la Virgen de Lourdes	64

Anexos

Anexo A. Entrevista a Mary Luz Sierra (Sutatausa)

Entrevista realizada el día 11 de septiembre a la Sra. Mary Luz Sierra, encargada de la oficina de turismo del municipio de Sutatausa, Cundinamarca.

1. En materia turística, ¿qué se ha desarrollado? ¿Existe interés por el desarrollo turístico?
 - Mary Luz: en materia turística, se ha desarrollado lo que es: construcción del Plan de Desarrollo Turístico 2011-2021, todavía está en vigencia, está por acuerdo municipal y hasta el momento estamos completando casi el 50% de implementación, y, actualmente estamos haciendo la actualización de este Plan de Desarrollo porque, como se hizo antes de que existiera la ley 1558, que esa fue sancionada en el 2011, este plan de desarrollo se hizo en el 2011, entonces se vio la necesidad de actualizarla para que esté más a la par a los requerimientos de la misma ley 1558 del 2011, esta ley es la que modifica la ley 300 de 1996.

2. ¿Existe una oficina de turismo? ¿Cuáles son sus funciones?
 - Mary Luz: existe la Secretaría de Deporte, Cultura y Turismo, donde tiene con apoyo la gestión y la coordinación de programas y proyectos turísticos y comerciales que es una orden de prestación de servicios, que tiene contratada la administración por medio de la Secretaría.

3. ¿Considera usted que la población local es receptiva al turismo?
 - Mary Luz: Digamos que en un 70% sí.
 - Entrevistadora: ¿Qué falta? ¿Por qué?
 - Mary Luz: Que es lo que pasa, la gente actúa normal pero no se da cuenta que lo que está haciendo cuando viene un visitante o cuando viene un turista, al dar una información o a prestar un servicio sea comercial o sea comercial turístico, está cumpliendo una función de que está siendo receptiva a esta actividad.
 - Entrevistadora: ¿Es como concientización?

- Mary Luz: No, aceptación. Porque capacitaciones se han dado cantidad de veces. Es por aceptación por parte de la comunidad, porque el municipio ha sido muy juicioso obviamente no perfecto, le falta, pero el municipio mira, creó ya una persona encargada que sea el cargo de apoyo a la gestión y coordinación de programas turísticos y comerciales, le ha apostado a un Plan de Desarrollo Turístico, le ha apostado a la inversión en infraestructura, le ha apostado a muchas cosas alrededor de mejorar las condiciones de vida de los Sutatausanos dentro de ellas las condiciones de vida económicas a través pues del turismo. Entonces, todo es cuestión de la comunidad, que se dé cuenta y que lo acepte y que lo maneje, que Sutatausa tiene una tendencia a convertirse en turístico. Tal vez podrá ser la excelencia, ojalá lo fuera, pero tenemos una actividad comercial que es la minería, que hasta ahora va liderando esa etapa.
 - Entrevistadora: Como quien dice, hasta que ellos sientan que se verán beneficiados van a aportar.
 - Mary Luz: total.
4. Atendiendo al decreto del Viceministerio de Turismo para la implementación de procesos de calidad, ¿cómo el municipio adelantó este proceso? ¿Se alcanzaron los objetivos propuestos?
- Mary Luz: Sí, claro. Porque, en la oferta turística, la base de datos que tiene aquí la coordinación de turismo, lo que es la prestación de servicios turísticos en alojamiento y hospedaje, se hizo con ayuda de Cámara de Comercio las capacitaciones y sensibilizaciones en calidad turística, la autoimplementación por primera parte como requisito para el Registro Nacional de Turismo de once hoteles participaron siete, los otros cuatro de los once que no participaron aquí con el municipio lo hicieron ya por si solos, y uno que no ha entrado en el proceso y está por verificar el tema de Registro Nacional de Turismo.
5. Actualmente, ¿existen alianzas con otros municipios en materia turística? ¿Cómo se están llevando a cabo estos procesos? ¿Estarían interesados en crear alianzas?
- Mary Luz: Pues alianzas que digan un documento que diga que acá alianza de tal cosa, no. Pero si existe entre los prestadores de servicio, los empresarios de turismo, si existen alianzas comerciales para manejar paquetes de algunos

operadores con otros municipios. Pero ya a nivel institucional como la alcaldía con otra alcaldía, no.

- Entrevistadora: ¿Sabe cuáles son los municipios?
- Mary Luz: Se trabaja con Carmen de Carupa, Cucunubá, Fúquene, Ubaté y Sutatausa obviamente que son los que mueven más turismo, digámoslo así.
- Entrevistadora: Pero el municipio si se encuentra interesado en crear una alianza.
- Mary Luz: Si claro, claro que sí.
- Entrevistadora: ¿A nivel de alcaldía?
- Mary Luz: Lo que pasa es que el turismo no puede manejarse solamente local, eso ya por estudios, por todo. Porque haber, cada vez las tendencias de turismo son más diversas, ¿cierto? Entonces, si yo tengo un paquete aquí en el municipio, que este municipio no es el más pequeño, pero si esta entre los más pequeños de la Provincia e incluso de las regiones que tiene Cundinamarca de las quince, la provincia de uvate es la más pequeña, pero si yo ya oferté todo lo que tiene Sutatausa, el empresario no puede dejar ir al cliente entonces ¿qué necesita? dejar que el cliente conozca otros sitios y la única forma es con mi vecino, con mi amigo, con el que está aquí al lado, qué es lo que tiene usted que yo no tengo, que yo pueda ofertar. Eso es clave, toca y se debe hacer.

6. De las tipologías de turismo, ¿cuál es la de mayor interés para el desarrollo turístico del municipio?

- Mary Luz: En este momento estamos hablando nosotros de turismo de naturaleza, turismo de aventura, turismo deportivo y turismo religioso y cultural, es lo que más nosotros tenemos acá y bienestar, de salud y bienestar porque se está impulsando bastante, o sea, digamos que turismo de aventura, deportivo, bienestar y cultural están casi en la misma, pero por, digamos que por un puntico más arriba de aventura y deportivo.
- Entrevistadora: ¿De bienestar que ofrecen?
- Mary Luz: Aquí ofrecen spa, tenemos uno de los spas más grandes que tiene esta región. Bueno, tenemos spa en Sutatausa, en Ubaté, en Simijaca, Fúquene, también tenemos. Entonces cada vez la gente busca más esa de bienestar, de tranquilidad, de paz, entonces se está fortaleciendo bastante.

7. ¿El municipio se encuentra preparado para el desarrollo de la actividad turística? ¿De qué manera?
- Mary Luz: No se encuentra preparado. Ha hecho un gran avance, pero falta mucha infraestructura y superestructura. Y lo que hablábamos anteriormente la aceptación de la comunidad que Sutatausa es comercialmente viable dentro de la actividad del turismo, eso nos hace falta. Por eso es que esta como, pero de todos los municipios este es el que más ha avanzado.
8. ¿Cuál es el lugar más visitado por los turistas y excursionistas?
- Mary Luz:
9. ¿Existe una integración entre los prestadores?
- Mary Luz: Dentro del municipio, sí. No digamos agremiados, pero estamos en ese crecimiento en este momento, la idea es que se cree, la meta es que en estos cuatro años debemos crear la asociación de empresarios de turismo del municipio de Sutatausa, esa es una meta que nosotros tenemos, pudiéramos hacerla este año, buenísimo, pero tenemos todavía, la idea no es dejarla para el último año, pero si esa es una meta, y si, no es fácil trabajar, por ejemplo crear una asociación de turismo donde la prestación sea hotelera, porque casi todos son competencia, pero si se puede trabajar, claro.
10. Actualmente, ¿se venden productos turísticos con agencias, tanto dentro como fuera del municipio?
- Mary Luz: Hay una, dos, tres agencias de viajes regionales que ofertan lo que se tiene aquí en Sutatausa como producto empresarial de ellos, ¿sí?, por ejemplo, hay alguien que oferta el Conjunto Doctrinero como historia y patrimonio, hay otra que la ofertamos como el encuentro de dos mundos, y hay otra pues que la oferta como el centro histórico de Sutatausa, entonces si hay agencias de viajes, regionales hay tres.

Entrevista realizada el día 11 de septiembre al Sr. José Luis, encargado del turismo del municipio de Cucunubá, Cundinamarca.

1. En materia turística, ¿qué se ha desarrollado? ¿Existe interés por el desarrollo turístico?
 - José Luis: Bueno, si existe el interés por parte del municipio en nuestro Plan de Desarrollo tenemos estipulado pues, promover el turismo y apoyar todo lo que tiene que ver con el turismo. Y qué hemos desarrollado, nosotros pues, actualmente tenemos identificados todos los puntos de interés turístico, todos los atractivos turísticos, prestadores de servicio, tenemos los inventarios de los prestadores. Y estamos desarrollando anualmente algún proyecto que tenga que ver con el turismo, con su promoción y con el marketing del turismo más que todo.

2. ¿Existe una oficina de turismo? ¿Cuáles son sus funciones?
 - José Luis: Si, la Secretaría de Desarrollo Económico es la oficina que se encarga del turismo aquí en el municipio, y pues sus funciones son todo lo que tenga que ver con el desarrollo y la promoción en el municipio.
 - Entrevistadora: O sea, ¿en este momento como están promocionando el municipio?
 - José Luis: En este momento tenemos varias estrategias, por redes sociales, tenemos diferentes eventos que son pues, de bastante atractivo turístico para las personas, ahorita se viene una feria que se llama ExpoCundinamarca que vamos a estar ahí promocionando turísticamente al municipio.

3. ¿Considera usted que la población local es receptiva al turismo?
 - José Luis: Si, si claro. Aquí la población y los prestadores de servicio pues, han ido cogiendo la costumbre de mirar cómo atraer el turismo y son bastante receptivos.

4. Atendiendo al decreto del Viceministerio de Turismo para la implementación de procesos de calidad, ¿cómo el municipio adelantó este proceso? ¿Se alcanzaron los objetivos propuestos?

- José Luis: Pues ese proceso lo vienen haciendo ellos independientemente, cada hotel, cada restaurante, ellos vienen haciendo su proceso de Registro Nacional de Turismo, de todo lo de turismo. Cuando alguien lo necesita lo pide. Nosotros a principio de año dictamos unas capacitaciones y eso, pero pues hasta ahí.
5. Actualmente, ¿existen alianzas con otros municipios en materia turística? ¿Cómo se están llevando a cabo estos procesos? ¿Estarían interesados en crear alianzas?
- José Luis: No.
 - Entrevistadora: ¿Están interesados en qué eso suceda?
 - José Luis: Si, claro.
6. De las tipologías de turismo, ¿cuál es la de mayor interés para el desarrollo turístico del municipio?
- José Luis: Pues aquí la gente se interesa mucho por el turismo de aventura, por caminatas ecológicas, por bicimontañismo, por motocross, tenemos bastantes paisajes en ocasiones para desarrollar ese tipo de actividades.
7. ¿El municipio se encuentra preparado para el desarrollo de la actividad turística? ¿De qué manera?
- José Luis: Nos falta prepararnos con bastantes cositas, pero si podemos hacerlo.
8. ¿Cuál es el lugar más visitado por los turistas y excursionistas?
- José Luis: El casco urbano, la Capilla de Lourdes, los Túneles del Ferrocarril en el Ruhr.
 - Entrevistador: ¿Estamos lejos de los túneles?
 - José Luis: De los túneles sí.
 - Entrevistadora: ¿Y el municipio cuenta digamos con transportes si uno quisiera ir?
 - José Luis: No.
 - Entrevistadora: ¿O sea, cada turista llega individual?
 - José Luis: Exacto, que haya un servicio exclusivo los lleve y los traiga, no.
9. ¿Existe una integración entre los prestadores?

- José Luis: No

10. Actualmente, ¿se venden productos turísticos con agencias, tanto dentro como fuera del municipio?

- José Luis: Hay una sola persona que tiene como su agencia de prestación de servicios turísticos, que se llama Tertour, y el sí está prestando paquetes de hacer rapel y cabalgatas, caminatas.

- ¿Y se vende acá dentro del municipio?

- Él está aquí dentro del municipio, sí.

- ¿No opera en ningún otro lugar?

- Uy, no sabría decirte si tiene, creo que, si lo hace, Anderson si opera en algunos otros sitios. Por ejemplo, a fin de año yo he visto que lleva a ver la iluminación en otros pueblos, pero seguro no estoy.

- Entrevistadora: ¿Y hay algún municipio que a ustedes les interesara a nivel de que sientan que puede haber como una alianza?

- José Luis: Si, de hecho, ahorita estamos detrás de un proyecto de biciturismo que va a estar Nemocón, Suesca y Cucunubá. Entonces estamos esperando a ver con la gobernación a ver si nos sale el projectico. Pero si, la idea es mirar que municipio tiene algún tema en común que podamos desarrollar en turismo.

- Entrevistadora: ¿O sea que si nosotras pasamos nuestra propuesta a la alcaldía estaría interesada en trabajar de la mano con nosotras?

- José Luis: Si, habría que revisar y, si, porqué no.

Anexo C

FORMATO PARA DIAGNÓSTICO DE HOTEL/ RESTAURANTE/ AGENCIA DE VIAJE				
Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	Dirección	Capacidad		
	RNT			

Anexo D. Focus group para el análisis de la oferta turística

FOCUS GROUP	
(2 minutos)	Primera sección
Preámbulo	<i>Buenos días. Bienvenidos y muchas gracias por asistir a esta sesión de grupo</i>
	<i>Está será una sesión de carácter informal y de fines netamente académicos</i>
	<i>Será grabada en audio</i>
	<i>El fin de esta actividad es averiguar lo que ustedes piensan acerca del desarrollo turístico en el municipio</i>
	<i>Servicio A y B</i>
(3 minutos)	Segunda sección
Introducción y calentamiento	<i>Nombre</i>
	<i>Trabajo Actual</i>
(4 minutos)	Tercera sección
Turismo como actividad económica	<i>¿Por qué creen que el desarrollo de la actividad turística es importante para el municipio?</i>
	<i>¿Qué beneficios han percibido con la llegada de turistas?</i>
(5 minutos)	Cuarta sección
Percepción actual de la actividad turística	<i>¿Cuáles creen que son los lugares más visitados por los turistas?</i>
	<i>¿Cuáles creen que son las temporadas altas del turismo en el municipio?</i>
	<i>¿Tiene el municipio actividades de artesanías?</i>
(5 minutos)	Quinta sección
Vocación turística	<i>¿Cómo creen que el municipio podría ser más fuerte en la actividad turística?</i>
	<i>¿Qué actividades turísticas creen que se pueden realizar en el municipio?</i>
(7 minutos)	Sexta sección
Conocimiento del desarrollo turístico del municipio	<i>¿Conocen algún plan (es) de la alcaldía para incentivar los productos en lana para favorecer al desarrollo turístico del municipio?</i>
	<i>¿Saben si la alcaldía cuenta con una oficina de turismo?</i>
	<i>¿Conocen sus funciones?</i>
	<i>¿Qué prestadores de servicios turísticos conocen, que operen en el municipio?</i>
	<i>¿Si alguno es prestador de servicios turísticos, ¿Estaría dispuesto a formalizarse con el RNT?</i>
(4 minutos)	Séptima sección
Interés en el desarrollo turístico	<i>¿Por qué consideran importante el aumento de turistas en el municipio?</i>
	<i>¿Cómo creen que podrían vincularse con la actividad turística de forma directa? (Si es de su interés)</i>

(2 minutos)	Octava sección
Aspectos negativos	<i>¿Qué beneficios o perjuicios consideran que se han dado y se dan actualmente con la llegada de turistas?</i>
(4 minutos)	Noveno sección
Ejercicio de cierre	<i>Para finalizar, me gustaría que usarán su creatividad para decirme</i>
	<i>Sin importar si es una idea modesta o una gran idea, solo digan cualquier cosas que se les ocurra</i>
	<i>¿Cómo creen ustedes que pueden colaborar a incrementar el número de visitantes?</i>
	<i>Agradecemos su colaboración y participación en esta sesión de grupo.</i>

Anexo E. Focus group Cucunubá

Coordinadora: - Esta sesión de grupo es netamente con fines académicos, es una sesión informal y es para que ustedes me den su opinión acerca de lo que han visto que ha ido desarrollando el municipio en materia turística. Inicialmente me gustaría que cada uno dijera su nombre y en que trabaja actualmente.

Participantes:

- Mi nombre es Claudia Méndez y actualmente me desempeño como docente.
- Mi nombre es Victoria carrillo, tengo como un poquito de varios oficios, soy ingeniera doméstica, me encargo de la finca y trabajo aquí en el restaurante.
- Mi nombre es Daniel Velásquez y soy estudiante.
- Mi nombre es Denisse Velásquez y trabajo en un restaurante.
- Mi nombre es Carolina Suarez y soy docente.
- Mi nombre es Reinaldo Velasco soy entrenador de fútbol.
- Mi nombre es Yomara Suarez y soy docente.
- Mi nombre es Viviana Velásquez y soy ama de casa.
- Mi nombre es Julián

Coordinadora: - Bueno, la primera pregunta es, ¿Por qué creen que el desarrollo de la actividad turística es importante para el municipio?

Participantes:

- Pues personalmente pienso que es una base de la economía de las personas. Además, el pueblo tiene algunos lugares llamativos, es un pueblo muy bonito, entonces para muchas de las personas es su base económica a nivel familiar.
- Porque debido al estilo que tiene el municipio es importante afianzar que podemos cambiar un poco la mentalidad de que solo vengan y nos visiten sino que se vuelva atractivo, en que podemos hacer ese impulso ya que tenemos algunas bases, tenemos servicio de hoteles, servicio de restaurantes, tenemos los postres de varias clases y aprovechando que se le puede dar cabida a la gente que ya no quiere trabajar en la minería para que empiece a trabajar con el turismo y que, además tenemos bastante

afluencia de visitantes entonces hay que aprovechar ese recurso para que haya trabajo y haya más progreso y haya mejor calidad de vida de la gente del municipio.

Coordinadora: - ¿Qué beneficios han percibido con la llegada de turistas?

Participantes:

- Económicos, porque hay más movimiento, hay más afluencia, ya se ve más gente, ya hay mejores ingresos para el comercio en general, para artesanos para restaurantes.
- Se ve que se ha generado empleo para las personas que de pronto carecían de él.
- Sí, digamos que yo veo una necesidad en el contexto que se maneja aquí en el municipio, ya requiere que para la llegada del turista mejor prepararse para brindarles un buen servicio, digamos hay un beneficio, pero también la necesidad de preparar el talento humano para atender la población.
- Es importante también que para esta parte se preparen personas que conozcan o sea, que se dediquen específicamente para esta partecita pero con la colaboración de todos, o sea que haya una unidad de todas las personas que prestan ese servicio y digamos que si uno lo necesita, hoy no lo tengo, pero entonces ellos lo tienen, ellos le prestan esa parte que necesita, entonces es como integrar todos los créditos de trabajo hacia prestar un mejor servicio ya que es un atractivo que tiene Cucunubá, es un pueblo muy bonito, no por los que vivimos acá, sino el turista que ha venido, muchos vienen y quedan encantados del pueblo, entonces hay que aprovechar esa parte, también para la parte económica.

Coordinadora: - ¿Cuáles creen que son los lugares que más visitan los turistas cuando vienen?

Participantes:

- La capilla de Lourdes
- Bueno si, esos son sitios específicos que tenemos, pero que son sitios que hay que hacerles una inversión para arreglar para que sean más llamativos, sean de una buena presentación para que la gente vaya a verlos, se han arreglado pero la misma gente se ha encargado de dañarlos. Teníamos el parque lineal, lo dañaron, teníamos la capilla, también la han dañado, tenemos la laguna de Cucunubá, pero falta hacerle

mantenimiento y un mirador para impulsarla, pero se ha disparado mucho el turismo deportivo, bueno la gente viene mucho a hacer ciclomontañismo, viene a hacer downhill, motocross, y hay gente que pasa haciendo caminatas, es más todo el turismo deportivo y también el turismo sano, de naturales, ecoturismo. Aquí no encuentra un bar, no encuentra una discoteca, no encuentra sitios que sea más de bulla de eso, es más de tranquilidad y eso es bueno. A veces es bueno, pero a veces ya la gente toma mucha largura en eso, por ejemplo Villa de Leyva, ya hemos escuchado muchas críticas de que hay mucha bulla, mucho ruido, la gente ya no quiere, y aquí no, aquí por decreto en Cucunubá por cuenta de la alcaldía todos los establecimientos tienen que cerrar a las nueve de la noche, y la gente que quiere tomarse una cerveza o algo, no tiene que hacer ruido ni tener carros con equipos a todo volumen, nada, si usted quiere se sienta ahí, se toma su cerveza y cero ruidos para no dañar la tranquilidad.

Coordinadora: - ¿Algún otro lugar que les parezca relevante?

Participantes:

- Pues, las personas vienen a conocer el pueblo, digamos que es tradicional por sus calles empedradas, su estructura colonial. El pueblo en sí es un atractivo para el turista, de pronto lo que dicen de la capilla pues sí, la necesidad es que es falta de cultura, acá no se apropian de lo que tienen.
- Pues, hemos escuchado mucho que hay gente que a veces va de noche, de pronto no sean de aquí sino puedan ser de otra parte que se dedican a dañar los sitios.

Coordinadora: - ¿Cuáles creen que son las temporadas altas del turismo en el municipio?

Participantes:

- Diciembre, se ha convertido de unos dos años para acá se ha convertido en una temporada de bastante afluencia de turistas, por la innovación que hicieron por sectores, están haciendo unas actividades muy bonitas por cuadas y además se ha visto la unión de la comunidad para hacer esas cosas, entonces pues pienso que diciembre, cuando hay la actividad de la Música Andina y Festilana también es un tiempo que viene la gente mucho, la Semana Santa es otra temporada.

- Y los puentes es buena la afluencia el día sábado y domingo, ya el lunes es muerto. Pero, por ejemplo, aquí como en Cucunubá no hay ferias y fiestas hace un tiempo, entonces ellos se organizaron en concretar ciertas festividades que son Andina, Festilana, Olimpiadas mineras, el Festival de villancicos, el Festival de danza, día del campesino, festival de la bandola.

Coordinadora: - ¿El municipio tiene alguna actividad de artesanías?

- Si, comercio sí, porque Cucunubá por tradición ha sido siempre artesanal, viene desde los antepasados, y tenemos un museo de la lana, Nenqueteba, inaugurado hace ocho días.
- Es importante porque tiene una exposición fotográfica, de más o menos 100 años, entonces es algo muy innovador, acá no se había visto antes.
- Igual cada artesano tiene su local y ellos ahí tienen sus máquinas de trabajo.
- Los telares, las máquinas con que hacen las prendas entonces exhiben eso para que sea un atractivo para que la gente llegue.
- Y allá en el museo está todo eso.
- Está toda la maquinaria que se utiliza para hacer las prendas, todo el proceso de la lana.

Coordinadora: - ¿Cómo creen que el municipio podría ser más fuerte en materia turística?
¿Qué creen que se puede mejorar?

Participantes:

- Primero, arreglar la carretera, las vías de acceso están tenaces. Y yo creo que también la gente debe capacitarse, para que empiecen a traer la gente y que arreglen los sitios que se van a visitar, porque igual no creo que la gente vaya, así como están.
- Pues yo les cuento, el año pasado y parte de este hemos estado en una reunión con la Secretaría de Integración de la Gobernación de Cundinamarca. La idea del gobernador era organizar unas rutas turísticas. En el departamento organizó cuatro rutas turísticas, que es la ruta del agua, la ruta dulce y la ruta que nos correspondía a nosotros estaba por definir el nombre que habían dicho que era la vía láctea, después dieron otro nombre que era la ruta de la sal, la lana y la leche, y al final quedó la ruta del dorado. Estas rutas estuvieron en Expocundinamarca ahora que estuvo organizado, entonces el

ideal de la Secretaría era hacer un sondeo con toda la gente que está integrada con el turismo, que eran los hoteles, los operadores turísticos, los restaurantes, para mirar que era lo que más predominaba en cada municipio porque era a nivel del Valle de Ubaté, para evaluar qué fortalezas y qué debilidades tenía. Dentro de ese proyecto está arreglar en cada municipio los sitios turísticos más relevantes, entonces pues eso en cuanto a lo de las rutas turísticas, y , de pronto cambiarle un poco la mentalidad a la gente de que podemos trabajar los fines de semana, de que podemos prestar ese servicio no, porque de pronto hay mucha gente que dice que pereza trabajar un fin de semana, no yo que me voy a sacrificar un domingo, pero si uno no trabaja no hay turismo, porque la gente no va a volver, no es que allá no abren a qué voy, qué voy a buscar, entonces es como irnos cambiando un poco el chip.

- Digamos que sí, empieza por la educación, vienen pero no hay un plan o una logística como tal, sería más como capacitar a las personas para ofrecer, por ejemplo, qué tipo de turismo viene a buscar el visitante.
- Si unificar a los artesanos para que sea un beneficio común para el municipio.

Coordinadora: - ¿Qué actividades turísticas creen que se pueden desarrollar en el municipio? O sea, aparte de lo que ya conocemos, ¿ustedes conocen o les gustaría que se implementara algo nuevo?

Participantes:

- Pues nosotros hemos tratado de implementar lo del proceso de la lana, que es hacer la visita a los criaderos de las ovejas, pasar a donde hacen la transformación del vellón a la lana como tal y de ahí pasarla a los telares para hacer las prendas y la gente que se dedica a trabajar en dos agujas. De pronto sería bueno organizarlo bien para mostrarlo, eso lo tenía Anderson en un comienzo.
- Lo que pasa es que ahorita la gente, como se dice, cada uno tira para su lado, no hay un bien común, sino que cada uno hace por lo que tiene, como solamente Anderson es el operar turístico.
- Y es que hay una cosa importante en eso, que la persona que vaya a organizar eso tiene que tener un Registro Nacional de Turismo, ya no se pueden hacer las cosas porque yo quiero entonces el señor que le gusta montar bicicleta él dice venga, publico en Facebook o en las redes sociales “espero tantos para ir”, va y los lleva a hacer un

tour, pero se le cae alguno, le pasa algo. Y eso también lo estaban organizando aquí en el Valle de Ubaté del Viceministerio de comercio y turismo, en esa reunión estuve el año pasado. Hubo un grupo para capacitar a los operadores turísticos, a los hoteles, a los restaurantes, a los transportadores, para mirar que ya teníamos todos que estar cumpliendo con el RNT. Entonces, no cualquiera se puede poner a hacer turismo.

Coordinadora: - ¿A esas reuniones va mucha gente?

Participantes:

- Pues a esas reuniones fuimos contados, yo estaba porque yo quería por lo de restaurantes, enterarse uno bien que se necesitaba para lo del registro. Pero ellos explicaban que es de tanta venta anual, entonces aquí se vende, pero no la cantidad para obligar a registrarnos, sino ya más que todo los que obligan son los operadores, los hoteles, las hosterías, bueno todo lo relacionado con alojamiento y para que sea autosostenible, también era lo que nos explicaba el señor que era importante. Hay muchas cosas que uno cumple pero que de pronto uno no sabía que le sirven para eso, para ser autosostenible, y el proceso es bastante largo, porque yo me lo leí y yo decía “Cuando acabo de hacer esto”, super largo, pero uno cumple cositas y bastante bien. Por ejemplo, con el restaurante hice hartas cosas, entonces por la facilidad de que esta aquí en un pueblo y no en una ciudad, digamos con respecto a los residuos de cocina.

Coordinadora: - ¿Conocen algún plan que tenga la alcaldía para incentivar el tema de los productos en lana, precisamente para favorecer el turismo?

- Pues, el año pasado, la alcaldía y la Fundación Compartir se encargaban de organizar Festilana, ellos impulsaban la venta de las artesanías, pero este año no hay Festilana.
- Por parte de la alcaldía como tal, no hay.
- Ese festival lo organizaba la Fundación, pero la alcaldía, la gobernación, la fundación y los patrocinadores, todos tenían que poner platica, para poder organizar ese súper festival que se gastaba bastante dinero, y era bueno, porque había bastante movimiento. El año antepasado las ventas fueron buenas, la gente no se quejó porque vendieron arto, los artesanos, los que trabajamos en restaurantes también, la hotelería yo creo también que estuvo buena, el año pasado también, pero este año hubo un poco de crisis no va a haber, pero se va a tratar de organizar algo del municipio, como algo

más pequeño 'para que la gente del campo se integre, para tomar conciencia de que se debería hacer hecho antes de hacer el grande. Empezar, por ejemplo, veredas y después municipio y después el resto de municipios y después más. Pero pues como la gente que lo organizaba pensaba más macro, entonces lo habían hecho de esa forma.

Coordinadora: - ¿Saben si la alcaldía tiene actualmente una oficina de turismo?

Participantes:

- No la han abierto, pero si está todo listo para adquirirla.

Coordinadora: - ¿Qué prestadores de servicios turísticos conocen que operen en el municipio?

Participantes:

- Anderson.
- Y los hoteles, los duraznos, Donde Flor, la Posada de Aquilino, Cucunuvaca, Pueblito Viejo y donde la Señora Paty, ella tiene como una hostería, como para tres cuatro personas, hay un alojamiento para ellos. Y hay dos cabañas en la vereda la Ramada, que se llama Rayuela y Babel, y de restaurantes está donde Teresita, Cucunuvaca, la Posada de Aquilino, Sabor Cucunubense, La Belle Epoque, y el Rincón del Parque y el Gran Salón, donde Bety, Julimar.

Coordinadora: - ¿Por qué consideran que es importante la llegada de turistas al municipio?

Participantes:

- Porque hay más comercio en el municipio, hay más empleo, por economía.
- Básicamente por la economía que genera a la comunidad.
- La imagen.
- En mi opinión es una economía alternativa diferente a la explotación de carbón, que es por lo que se mueve la economía del pueblo, y que es una opción bastante favorable en pro de la naturaleza, entonces es una forma muy buena de cambiar.

Coordinadora: - ¿Para alguien es de su interés vincularse al turismo del municipio?

Participantes:

- Pues nosotros ya estamos vinculados porque trabajamos en el restaurante. Más relacionado uno no puede estar porque aquí llega la gente, venga y aquí en donde puedo conseguir tal cosa, entonces yo llamo a Flor, Señorita Flor que, si hay hospedaje, ya si es más uno tiene aquí el listado de los contactos, entonces uno empieza con el voz a voz. Uno mismo se encarga de que no haya tanto roce con los otros establecimientos, sino abrir puertas para que haya un trabajo en equipo.

Coordinadora: - ¿Qué beneficios o perjuicios creen que podrían darse con la llegada de turistas?

Participantes:

- Beneficios, pues que se activa más lo económico. Perjuicios que de pronto llegue gente que no quiera hacer turismo sino mirar qué hay para después venir y llevárselo.
- O que viene a mirar y de paso dañan las cosas.
- Lo que pasó con Villa de Leyva, que se crezca mucho y se convierta en un Villa de Leyva.

Coordinadora: - Para finalizar, me gustaría que fueran creativos y me dijeran ustedes como habitantes de Cucunubá como creen que podrían colaborar a incrementar el turismo en el municipio.

Participantes:

- Siendo cordial con la gente que llega.
- El servicio lo dice todo.
- A mí me parecería chévere tener rutas de turismo, digamos ofrecer este paquete, digamos primero vamos allí, luego vamos a almorzar en un restaurante que es popular en el pueblo, después tenemos la visita a _____, podemos ir a recorrer la primera casa que hubo acá, o sea hacer una ruta turística, algo bien bonito, acá en el pueblo hay muchas cosas que se reconocen y las olvidamos.
- Hacer el listado de los sitios específicos.
- Guillermo tenía en mente de hacer visita en la mina, él tiene organizada una mina para que pueda ser visitada por los turistas. Porque lo que decía Daniel de cambiar la

mentalidad un poco de trabajo de la minería, pero también tenemos que ser claros en esto, de que la minería es la base de la economía del municipio y eso no ha sido de veinte años atrás. Ha sido de muchísimos años atrás, pero es una alternativa y muy buena.

Coordinadora: Bueno, eso sería todo, les agradezco mucho su colaboración.

Anexo F. Focus group Sutatausa

Coordinadora: - Bueno, nosotras queremos hacer una propuesta de desarrollo de turismo en esta región, entonces nos interesa saber lo que ustedes opinan del turismo. Es con fines netamente académicos. Para iniciar me gustaría que cada uno nos dijera su nombre y en qué trabajan actualmente.

Participantes:

- Adriana y trabajo vendiendo obleas.
- Mi nombre es Marina Zuluaga, nosotros tenemos una granja familiar con mi esposo y mis dos hijos. Como puede ver los productos que ofrecemos, tenemos huevos, lechuga, tomate, pollos, también les tenemos chicha.

Coordinadora: - la primera pregunta es ¿Por qué creen que el desarrollo de la actividad turística es importante para el municipio?

Participantes:

- Para aquí para nosotros no es muy interesante, ya hemos visto todo eso y no es muy importante para nosotros. Pero para las personas que tienen la oportunidad de ir a ayudar y de dar las explicaciones es un buen dinero que está entrando y un aprovechamiento del terreno y de las cosas que hay acá, para aquí para Cundinamarca hay muchas personas que no conocen esas cosas, pero digamos vienen personas de Bogotá vienen personas del extranjero a conocer, y para las personas que están explicando todo eso, pues es un beneficio económico.

Coordinadora: - ¿Qué beneficios adicionales han percibido con la llegada de turistas?

Participantes:

- Tiene sus pros y sus contras, por lo menos en el sector donde van viene mucha gente y se han presentado robos y atracos, y como viene mucha gente extraña pues no se sabe, detrás de eso llega la delincuencia, llega la inseguridad, también llega el desorden, la basura, muchas cosas, esos serían los contras. Y el pro, pues igual son ellos los que vienen y compran los productos que nosotros ofrecemos.
- Los beneficios que yo diría es que hay muchas cosas donde ellos pueden ver y aprender de esas cosas, y también pueden hacer sus comerciales y cosas que ya se han realizado durante mucho tiempo.

Coordinadora: - ¿Cuáles creen que son los lugares más visitados por los turistas?

Participantes:

- Los farallones y la Iglesia

Coordinadora: - ¿Cuáles consideran que son las temporadas altas del turismo aquí en el municipio?

Participantes:

- Los fines de semana cuando son festivo.
- Las vacaciones

Coordinadora: - ¿El municipio tiene algunas actividades de artesanía?

Participantes:

- Si, si ellos tienen lo de lana.
- Estuvieron en el desfile en París con los vestidos en lana.
- La señora que nos dirige, estuvo en Estados Unidos presentando los productos.

Coordinadora: - ¿De qué manera creen que el municipio podría ser más fuerte en su oferta turística?

Participantes:

- Ser más organizados, en cada sitio donde es turístico que le den la oportunidad a la gente de ahí, de la
- vereda, pienso que tienen monopolizado lo del turismo, son muy pocos los que tienen monopolizado y la idea es que sea para todos.
- Vienen personas de otros lados a aprovechar la oportunidad del turismo, entonces ellos tienen el estudio para moverlo, pero tampoco dan la oportunidad al real natal de ahí de la vereda.

Coordinadora: - Adicional a las actividades que ya se realizan, ¿qué otras actividades creen que se pueden realizar?

Participantes:

- Podemos vender las zonas de camping, hay veredas en Naval, Hato viejo y eso, hay veredas que aún están como campo real, no hay tanta construcción ni nada de esas cosas. Se centran más en el conjunto doctrinero y los farallones porque son algo representativo de Sutatausa, pero existen otras veredas que también son opción para esas cosas.

Coordinadora: - ¿Saben ustedes de algún plan o planes que tenga la alcaldía para incentivar los productos en lana?

Participantes:

- De lana, la persona encargada de eso ha tenido ayuda de la gobernación.
- Por parte de la gobernación en compañía con la alcaldía salen algunos proyectos que ahorita están el de la mujer emprendedora, y hacemos la presentación. Por parte del municipio el apoyo es con la señora que trabaja con la UMATA, ella nos colabora para pasar los proyectos de los negocios, de lo que queramos trabajar, pasa los proyectos a la gobernación y ya la gobernación pues da la colaboración para el municipio. Es un apoyo para las microempresas, para los pequeños negocios, para lo que uno quiera emprender como independiente.

Coordinadora: - ¿Saben si actualmente la alcaldía cuenta con una persona de turismo?
¿Saben cuáles son sus funciones?

Participantes:

- Si hay una oficina de turismo, pero no hay una persona que se dedique solamente a eso, porque la misma encargada de turismo es la de deportes, la de cultura entonces no se centran solamente el turismo que sería muy opcional para Sutatausa, pero entonces, no sé porque no hay una sola persona dedicada a eso, si realmente vale la pena explotar el turismo para los recursos de Sutatausa.

Coordinadora: - ¿Por qué creen que es importante el aumento de turistas en el municipio?

Participantes:

- Es importante, pero como le decía antes no tiene que monopolizarse, sino darles la oportunidad a las veredas, porque hacen el combo, mandan el transporte y los manda allá y ya, y los que se lucran son poquitos.

Coordinadora: - Ya para finalizar, ustedes hablando desde el punto de vista de pobladores, ¿Cómo creen que pueden ayudar a que el turismo creciera?

Participantes:

- Organizándonos y también pues por parte de la alcaldía, un plan de desarrollo para que todos tengan la oportunidad de surgir. Hay que tener en cuenta que cada vereda tiene su sitio turístico, entonces darles la oportunidad a todos, hacer una organización cada vereda qué tiene qué sitios puede visitar, que se involucre más a la comunidad, porque la verdad eso es de terceros.
- Que pongan parámetros, que pongan sus reglas, por ejemplo, cuando dejan basura, son los mismos turistas donde ellos van ir, donde ellos van a estar, donde ellos van a convivir, entonces que intenten no dejar las cosas botadas, la basura. Hay que ayudar con el medio ambiente.
- Unir lo de gastronomía y lo del turismo, digamos cuando suben a los farallones, entonces hacen la guianza suben y hacen el recorrido y uno organiza lo del almuerzo, por ejemplo. La idea es que realmente usen los recursos de Sutatausa.

Coordinadora: - En el caso de nosotras, que tendríamos un paquete y sería como ¿almorzar acá y estrían usando los restaurantes?

- No, es que digamos, este es el centro y hacia la vereda.

Coordinadora: - ¿En la vereda también encontramos restaurantes?

- Si ustedes contratan claro, también se trabajan los almuerzos. Entonces si hacen el recorrido al contrario entonces llegan allá y quieren terminar acá entonces almuerzan en los restaurantes de acá, y si hacen el recorrido de aquí para allá, suben al recorrido y bajan a la vereda y ahí uno hace los almuerzos, desayunos, lo que pidan.

Coordinadora: - Bueno, eso sería todo, muchas gracias.

Anexo G. Formato de encuesta para la demanda

Encuesta de análisis de la demanda

Buen día, somos estudiantes del programa de Hotelería y Turismo de la UNIAGUSTINIANA de Bogotá D.C. Estamos realizando un estudio en el municipio, para el desarrollo de nuestro trabajo de grado, por ello, le solicitamos su colaboración con la respuesta a las siguientes preguntas, las cuales han sido formuladas con el objetivo de analizar el perfil de los turistas del municipio. La información y los datos obtenidos en esta entrevista serán utilizados únicamente para fines académicos. Nuevamente agradecemos su apoyo y atención.

Género: _____

d. Tres

Edad: _____

e. Más, ¿Cuántas? _____

Ocupación: _____

1. ¿Cuál es su motivo de viaje?

4. ¿Dónde pernochará?

a. Religioso

b. Bienestar

c. Cultura

5. ¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría incluir en un producto turístico?

d. Aventura

a. Alojamiento

e. Otro, ¿cuál? _____

b. Restaurante

c. Transporte turístico

2. ¿Qué actividades ha realizado o planea realizar en su viaje?

d. Guía

e. Otro, ¿cuál? _____

3. ¿Cuántas personas viajan con usted?

6. En su opinión, ¿Qué puntaje merecen los siguientes elementos de infraestructura turística? Siendo uno el más bajo y cinco el más alto

a. Ninguna

a. Transporte (____)

b. Uno

b. Servicios (hoteles, restaurantes, centros comerciales) (____)

c. Dos

c. Atractivos (museos, sitios arqueológicos) (____)

7. ¿De qué manera programo su viaje?

a. Agencia de viajes

b. Internet

c. Conocidos

d. Otro, ¿cuál? _____

8. ¿Por qué medio se enteró del municipio?

9. ¿En qué medio le gustaría encontrar información de los servicios, eventos y promociones?

a. Voz a voz

b. Redes sociales

c. Página web

d. Otro, ¿cuál? _____

10. ¿Qué aplicaciones móviles utiliza antes y durante sus viajes?

a. Google maps

b. TripAdvisor

c. Hostelworld

d. Otro, ¿cuál? _____

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en un producto turístico en el municipio?

a. \$200.000 a \$250.000

b. \$300.000 a \$350.000

c. \$400.000 a \$450.000

d. Mas, ¿cuánto? _____

12. ¿Qué transporte utilizó para llegar al municipio?

a. Vehículo particular

b. Transporte turístico

c. Bus intermunicipal

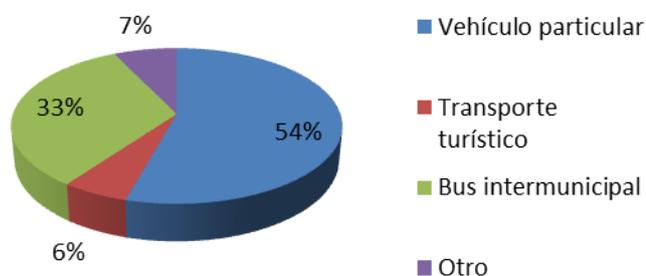
d. Otro, ¿cuál? _____

Anexo H. Medio de transporte utilizado por la demanda para llegar a los municipios

- Sutatausa

Medio de transporte		
	No.	%
Vehículo particular	38	54,3
Transporte turístico	4	5,7
Bus intermunicipal	23	32,9
Otro	5	7,1
	70	100,0

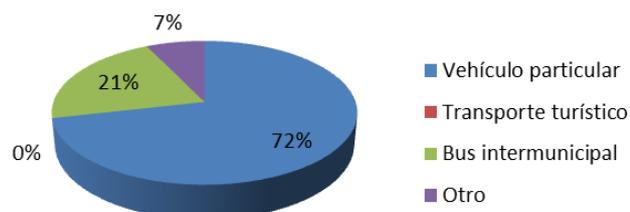
Medio de transporte



- Cucunubá

Medio de transporte		
	No.	%
Vehículo particular	50	71,4
Transporte turístico	0	0,0
Bus intermunicipal	15	21,4
Otro	5	7,1
	70	100,0

Medio de transporte

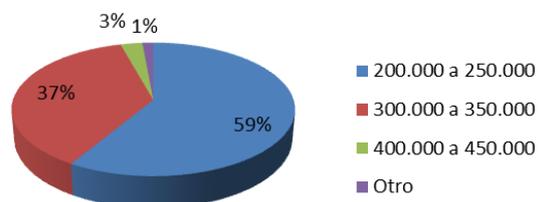


Anexo I. Precio promedio aceptado por los turistas para un paquete turístico

- Sutatausa

Precio para el producto turístico		
	No.	%
200.000 a 250.000	41	58,6
300.000 a 350.000	26	37,1
400.000 a 450.000	2	2,9
Otro	1	1,4
	70	100,0

Precio promedio



- Cucunubá

Precio para el producto turístico		
	No.	%
\$200.000 a \$250.000	37	52,9
\$300.000 a \$350.000	25	35,7
\$400.000 a \$450.000	7	10,0
Otro	1	1,4
	70	100,0

