

**Propuesta de estrategias de marketing turístico para el municipio de Ubaque
Cundinamarca**

Diego Alexander Flórez Velásquez
Diego Armando Hernández Hernández

Universitaria Agustiniana
Facultad de Arte, Comunicación y Cultura
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá D.C
2018

**Propuesta de estrategias de marketing turístico para el municipio de Ubaque
Cundinamarca**

Diego Alexander Flórez Velásquez
Diego Armando Hernández Hernández

Director
Diego Felipe Astudillo Valverde

Trabajo de grado para optar al título de profesional en Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana
Facultad de Arte, Comunicación y Cultura
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá D.C
2018

*A mi padre Armando y mi madre Luz Mery con los cuales
Aprendí el valor de la familia, el compromiso y el esfuerzo
Que se debe realizar para obtener grandes resultados y que
Inculcaron en mí un amor por el municipio de Ubaque.*

*A mi Familia por los consejos y valores brindados cada día de mi vida,
Por demostrarme que existen personas en el mundo
Capaces de lograr Enormes triunfos con esfuerzo, sacrificio y perseverancia.
Mil gracias por todo*

Agradecimientos

Deseamos utilizar este espacio para agradecer en primera medida a Dios, a nuestras familias, nuestra alma máter la Universitaria Agustiniana, a nuestra profesora Carolina Cárdenas y a nuestro tutor Diego Astudillo por el tiempo, los consejos y la dedicación para la elaboración del presente proyecto.

Resumen

El presente documento se realizó teniendo en cuenta el potencial turístico del municipio de Ubaque, el cual cuenta con una diversidad de atractivos y recursos que pueden ser aprovechados para la actividad turística, aunque la falta de interés por parte de los organismos municipales y la comunidad local no ha permitido el desarrollo de este como una de las principales actividades económicas, por lo tanto este destino no es reconocido como uno de los lugares preferidos por los turistas en la provincia de Oriente, por consiguiente se recolecta el mayor número de información de los diferentes ámbitos del municipio con el fin de conocer su situación actual, con esto se plantean dos tipologías turísticas las cuales son las de mayor viabilidad para ejecutar allí, finalmente con los resultados obtenidos se proponen las estrategias de marketing turístico que potencialicen la imagen de Ubaque resaltando sus factores diferenciadores y teniendo en cuenta un público objetivo al cual ofrecer los tipos de turismo que se presentan en este proyecto de investigación.

Palabras claves: estrategia, marketing turístico, potencial turístico, tipología turística

Lista de tablas

Tabla 1 Lista de prestadores de servicios turísticos. Plan de desarrollo turístico. (2018)	27
Tabla 2 Matriz MEFI fortalezas. Propia. (2018).....	62
Tabla 3 Matriz MEFI debilidades. Propia. (2018)	63
Tabla 4 Matriz MEFE oportunidades. Propia. (2018).....	64
Tabla 5 Matriz MEFE amenazas. Propia. (2018).....	65
Tabla 6 Clasificación atractivos Ubaque. Propia. (2018).....	66
Tabla 7 Tipología turística Ubaque. Propia. (2018).....	70
Tabla 8 Cuadro de estrategias. Propia. (2018)	71
Tabla 9 Propuesta de estrategias "1". Propia. (2018).....	72
Tabla 10 Propuesta de estrategia "2". Propia. (2018).....	73
Tabla 11 Prototipos de slogan. Propia. (2018)	76
Tabla 12 Variables de segmentación. Propia. (2018).....	80

Lista de figuras

Figura 1. Localización. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018).....	20
Figura 2. Mapa político Ubaque. Plan de desarrollo municipal Ubaque. (2012 - 2015)	20
Figura 3. Mapa urbano de Ubaque. Alcaldía municipal de Ubaque. (2016- 2019)	21
Figura 4. Ruta Bogotá - Ubaque. Google maps. (2018).....	22
Figura 5. Ficha de caracterización territorial. DANE. (2015).....	23
Figura 6. Datos generales de la población. DANE. (2017).....	24
Figura 7. Población étnica, resguardos indígenas y beneficiarios de programas. DNP. (2015) ...	25
Figura 8. Información socio económica. DNP. (2015)	25
Figura 9. Entorno de desarrollo. DNP. (2015)	25
Figura 10. Conflicto armado y seguridad. DNP. (2015)	26
Figura 11. Laguna sagrada del cacique Ebaque. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	28
Figura 12. Cerro de Guayacundo. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	29
Figura 13. Rio Palmar. Propia. (2018)	30
Figura 14. Paramo de Cruz Verde. Propia. (2018).....	31
Figura 15. Pictogramas en veredas Belén y Sabanilla. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	32
Figura 16. Caminos reales. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018).....	33
Figura 17. Santuario Nuestra Señora de Belén. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	34
Figura 18. Parque municipal. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	35
Figura 19. Plaza de toros Ubaque. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	36
Figura 20. Estadio municipal. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	37
Figura 21. Polideportivo. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	38
Figura 22. Plaza de mercado de Ubaque. Propia. (2018).....	39
Figura 23. Alcaldía municipal. Propia. (2018).....	40
Figura 24. Estación de policía. Propia. (2018).....	41
Figura 25. Colegio de Ubaque. Propia. (2018)	42
Figura 26. Casa de la cultura. Propia. (2018).....	43
Figura 27. Leyenda sagrada del cacique Ebaque. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018) ...	44
Figura 28. Feria agrícola campesina - municipio de Ubaque. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	45
Figura 29. Fiesta y caminata de la virgen de Nuestra Señora de Belén. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018).....	46
Figura 30. Picada de cerdo. Propia. (2018).....	47
Figura 31. Pan de Sagú. Propia. (2018)	48
Figura 32. Edad de los turistas. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	49
Figura 33. Lugar de residencia del turista. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018).....	50
Figura 34. Ocupación de los visitantes. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	50
Figura 35. Motivación de la visita. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	51
Figura 36. Primera visita al municipio. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018).....	51
Figura 37. Frecuencia de visita al municipio. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	52
Figura 38. Tiempo en días de pernoctación. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	52
Figura 39. Tipo de hospedaje utilizado. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018).....	53

Figura 40. Capacidad de consumo. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	53
Figura 41. Tipo de persona que viajaba como acompañante. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	53
Figura 42. Calidad de atractivos turísticos. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018).....	54
Figura 43. Factores de selección del municipio como destino. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018).....	54
Figura 44. Calidad de servicios y atractivos del municipio. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	55
Figura 45. Valoración en relación calidad - Precio. plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	56
Figura 46. Experiencia de viaje. plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018).....	56
Figura 47. Imagen turística del municipio. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	57
Figura 48. Medio de información del municipio. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018) ...	57
Figura 49. Frecuencia de visita por motivación turística. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)	58
Figura 50. Matriz MEFI. Fred R. David. (1997).....	59
Figura 51. Matriz MEFE. Fred R. David. (1997).....	61
Figura 52. Logo Ubaque, Alcaldía municipal, (2018)	74
Figura 53. Prototipos de logo 1. Propia. (2018).....	75
Figura 54. Prototipos de logo 2. Propia. (2018).....	75
Figura 55. Propuesta de logo Ubaque. Propia. (2018)	76
Figura 56. Propuesta de slogan con logo. Propia. (2018)	77
Figura 57. Facebook Ubaque. Propia. (2018)	78
Figura 58. Facebook Ubaque. Propia. (2018)	78
Figura 59. Instagram Ubaque. Propia. (2018).....	79
Figura 60. Fragmento presupuesto Ubaque. Consejo municipal. (2017).....	82

Tabla de contenido

1	Introducción.....	11
2	Marcos de referencias.....	12
2.1	Marco teórico.....	12
2.1.1	Marketing estratégico.....	12
2.1.2	Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca.....	12
2.1.3	Plan de desarrollo turístico de Ubaque.....	13
2.2	Marco conceptual.....	13
2.2.1	Potencial turístico.....	13
2.2.2	Marketing turístico.....	13
2.2.3	Estrategia.....	14
2.3	Marco geográfico.....	14
2.4	Marco legal.....	14
2.4.1	Plan sectorial de turismo 2014 – 2018 “turismo para la construcción de la paz”. ...	14
2.4.2	Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca.....	14
3	Problema de investigación.....	16
3.1	Pregunta problema.....	16
4	Justificación.....	17
5	Objetivo general.....	18
5.1	Objetivos específicos.....	18
6	Metodología.....	19
7	Capítulo 1 diagnóstico turístico del municipio de Ubaque.....	20
7.1	Localización del municipio de Ubaque.....	20
7.2	Caracterización del destino.....	23
7.3	Prestadores de servicios turísticos.....	27
7.4	Inventario turístico municipio de Ubaque.....	28
7.4.1	Sitios naturales.....	28
7.4.2	Patrimonio cultural inmaterial.....	32
7.4.3	Patrimonio cultural inmaterial.....	44
7.4.4	Festividades y eventos.....	45
7.4.5	Elementos gastronómicos.....	47
7.5	Análisis del perfil del turista y/o visitante del municipio de Ubaque.....	49
7.6	Análisis del perfil del turista.....	58

7.7	Análisis de la matriz MEFI.....	62
7.8	Análisis de matriz MEFE	64
8	Capítulo 2 Determinación de las tipologías turísticas para el municipio de Ubaque	66
8.1	Interpretación de la tipología turística	68
8.2	Plan de desarrollo turístico del departamento de Cundinamarca 2010 – 2019	70
8.3	Tipología.....	70
9	Capítulo 3. Estrategia de marketing turístico para el municipio de Ubaque	71
9.1	Mejorar la imagen turística del destino	74
9.1.1	Logo.....	74
9.1.2	Slogan.....	76
9.1.3	Redes sociales.....	77
9.2	Plantear una propuesta de estudio de mercado para la segmentación del mercado turístico	79
9.2.1	Segmentación.....	79
9.3	Análisis de las fortalezas turísticas de un municipio en Cundinamarca mediante Benchmarking funcional	80
9.3.1	Plan de investigación turístico.....	80
9.3.2	Documentación informativa del municipio a escoger.....	81
9.3.3	Informe de los resultados obtenidos.....	81
9.4	Presupuesto.....	82
10	Conclusiones.....	83
11	Recomendaciones	84
12	Referencias	85
13	Anexos	87
	Entrevista 1	87
	Entrevista 2.....	91
	Entrevista 3	94
	Entrevista 4.....	95
	Entrevista 5.....	99

1 Introducción

Ubaque hace parte de la provincia de Oriente del departamento de Cundinamarca siendo este un destino significativo de la región, sin embargo, no es reconocido como un lugar atractivo para los turistas que visitan esta zona. Dicho lo anterior, se busca proponer herramientas que ayuden al posicionamiento y la mejora de la imagen turística del municipio, puesto que este destino cuenta con atractivos y recursos oportunos para el desarrollo del turismo y la conservación de la cultura y tradición. Es pertinente resaltar que el turismo en Colombia se está convirtiendo en una de las principales actividades económicas gracias a su diversidad de escenarios naturales, artificiales y humanos, variedad climática y el carisma de los habitantes del territorio nacional, por ende se trabaja una investigación descriptiva con un enfoque mixto donde se tiene en cuenta los datos generales y la situación actual del municipio solidificando esta información con ayuda de los prestadores de servicios turísticos (PST) del lugar.

El municipio posee potencial en actividades turísticas relacionadas a la naturaleza y cultura como se observará en el desarrollo del documento, dichas tipologías de turismo fueron establecidas con ayuda de los PST del lugar considerando que ellos son las personas que están relacionadas directamente con los intereses y gustos de los turistas de Ubaque, como resultado de la investigación se proponen estrategias de marketing turístico enfocadas en la mejora de la imagen turística, la segmentación de un público objetivo y la capacitación de los PST que se encuentran allí.

2 Marcos de referencias

2.1 Marco teórico

2.1.1 Marketing estratégico.

La obra de Roger Best plantea una serie de herramientas y procesos necesarios para emplear distintos aspectos de marketing estratégico en el actual mundo de las empresas, para el caso del presente proyecto de investigación se aplica para el desarrollo de propuestas de marketing turístico en el Municipio de Ubaque, Cundinamarca.

Se mencionan en el libro marketing estratégico las estrategias ofensivas las cuales se orientan más al crecimiento y se dan especialmente durante la fase de crecimiento del ciclo de vida de los productos, el autor propone 3 estrategias ofensivas básicas de las cuales se tienen en cuenta 2: invertir para aumentar las ventas en el mercado, en este caso el mercado turístico de Ubaque y mejorar la posición competitiva que se aplicaría dentro de la provincia de Oriente.

Este referente teórico es de vital importancia para la investigación ya que con esta información se puede realizar la propuesta de herramientas que buscan cumplir las estrategias que se mencionan en el párrafo anterior. (Best, 2007)

2.1.2 Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca.

El plan que se estableció para Cundinamarca durante el periodo 2010 - 2019 servirá como herramienta de gestión y planificación para estudio de las alternativas competitivas más viables para cada uno de sus municipios y destinos, buscando el desarrollo turístico de estos de acuerdo a su oferta turística.

Dicho lo anterior, el plan identifica y muestra que deberá realizar cada municipio de acuerdo a sus atractivos naturales, artificiales y humanos, para Ubaque se destacan actividades de aventura aprovechando la potencialidad de varios sitios naturales como lo son la laguna y el cerro de Guayacundo.

De igual manera, el documento reconoce a la Laguna como centro ceremonial de la cultura Muisca y está enmarcada geográficamente por 15 kilómetros de farallones, este siendo el lugar más representativo del municipio, el cual se menciona en cada uno de los capítulos desarrollados en el documento de propuestas de estrategias para Ubaque. (Ministerio De Comercio Industria Y Turismo , 2012)

2.1.3 Plan de desarrollo turístico de Ubaque.

El presente Plan de desarrollo está siendo realizado en convenio con la Gobernación de Cundinamarca y la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, el cual, tiene como fin brindar herramientas y pautas necesarias para llevar a cabo actividades turísticas sostenibles, por medio de programas y productos que promueven la incursión del municipio en el mercado turístico principalmente de la región del oriente, y posteriormente, ampliar su posicionamiento a nivel nacional.

Los datos que se manejan en el diagnóstico son extraídos del plan de desarrollo turístico de Ubaque, puesto que son los datos más recientes del municipio y son de vital importancia para la realización de este proyecto de investigación. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Potencial turístico.

Es la actividad en que la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad se adapta para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas nacionales e internacionales (SECTUR, 2004)

Es la valoración de los recursos y atractivos mediante el proceso de un inventario turístico que le permita definir la viabilidad para ser desarrollado turísticamente (Covarrubías Ramírez, 2015)

Es una herramienta que ayuda a determinar las ventajas competitivas de un destino el cual debe llevar al resultado de la creación de un producto que sea rentable y sostenible con perduración en el tiempo. (Alberca Sialer, 2014)

2.2.2 Marketing turístico.

Es un conjunto de estrategias que buscan ofrecer e impulsar el potencial turístico de un destino determinado y a su vez las demás entidades relacionadas al turismo como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc. (Aire & Nicolau, 2010)

Son todas aquellas actividades que están destinadas a la promoción de los destinos que buscan impulsar la actividad turística con el fin de satisfacer necesidades y deseos de los turistas que lo visitan. (De la Colina, 2013)

Es una herramienta que sirve para crear un canal de comunicación con el turista y el lugar donde se aplique este, fundamentado en la interacción de las actividades básicas del marketing mix y los prestadores de servicios turísticos. (Kotler, T. Bowen, C. Makens, García de Madariaga, & Florez Zamora, 2011)

2.2.3 Estrategia.

Se definen como un conjunto de acciones que están orientadas a cumplir con un fin previamente establecido y estas cuentan con características de tiempo y lugar, (Contreras Sierra, 2013).

Es un análisis de los entornos internos y externos que busca crear una ventaja competitiva que a su vez sea sostenible y genere rendimientos para el lugar donde se aplique. (Best, 2007)

Son acciones en conjunto con todos los recursos disponibles para alcanzar un objetivo determinado el cual debe ser medido mediante el logro obtenido. (Fernández Lorenzo, 2012)

2.3 Marco geográfico

El municipio de Ubaque se encuentra ubicado en la región de oriente de Cundinamarca a 56 km de Bogotá, limita al norte con el municipio de Choachí, al oriente con el municipio de Fomeque, al sur con los municipios de Cáqueza y Chipaque y al occidente con Bogotá, Su topografía es típicamente montañosa, destacándose como principales accidentes orográficos los cerros de Guayacundo y el Güinto. En su aspecto hidrográfico cuenta con su propia fuente hídrica llamada Río Palmar, que nace en el Páramo de Cruz Verde y muere en el Río Negro en límites con el vecino Municipio de Fomeque. Su actividad económica primordial es la agricultura debido a sus diferentes pisos térmicos donde se destacan cultivos de papa, zanahoria, tomate y hierbas aromáticas tales como el tomillo que abastecen parte de la demanda de Bogotá y Villavicencio, su principal atractivo turístico de naturaleza es la laguna del cacique, es de gran importancia ya que pertenece al grupo de lagunas sagradas de la mitología muisca. Según (Alcaldía de Ubaque - Cundinamarca, 2017).

2.4 Marco legal

2.4.1 Plan sectorial de turismo 2014 – 2018 “turismo para la construcción de la paz”.

En el punto 3.2 se establecen los fundamentos del plan sectorial de turismo, se habla de Turismo responsable y sostenible donde se menciona el objetivo del turismo de naturaleza el cual es según (Ministerio De Comercio, 2014, pág. 33) “Posicionar a Colombia como destino de turismo de naturaleza, reconocido por el desarrollo de productos y servicios altamente competitivos y sostenibles, que permitan preservar los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras”. Por tal razón se debe abarcar para el municipio de Ubaque turismo de naturaleza debido que el gobierno apoyara el desarrollo de este tipo de turismo.

2.4.2 Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca.

En el plan de desarrollo turístico del departamento de Cundinamarca 2016 – 2019 se destaca la creación del consejo municipal de turismo de cada municipio el cual fue creado el 28 de febrero

del 2017 en Ubaque, se establece la creación de productos turísticos de naturaleza que incluya a la comunidad rural de las áreas de atractivos de valor natural, presenta las estrategias turísticas las cuales se dividen en 10 acciones, de estas corresponde las acción 3 la cual proponen la creación de aventura en Ubaque aprovechando la potencialidad del cerro de Guayacundo y la acción 5 integración de los caminos reales de Los Virreyes en Ubaque. Según (Ministerio De Comercio Industria Y Turismo , 2012).

3 Problema de investigación

Actualmente el municipio de Ubaque no es un destino principal para el desarrollo de la actividad turística en la región, de igual manera no ha logrado consolidar una imagen turística atractiva para su posicionamiento entre los municipios más competitivos en la provincia de Oriente.

Ubaque cuenta con diversos atractivos y recursos, en los cuales se han empezado a realizar actividades relacionadas al turismo de naturaleza pero cuentan con poca promoción para las personas que no estén directamente relacionadas en esta área, lo que no permite que conozcan al municipio y la potencialidad que este puede ofrecer al turista.

Este municipio al ser un lugar pequeño dentro de la provincia de Oriente donde se encuentran lugares más potencializados turísticamente como lo es Choachi, se ve afectado debido a que los turistas no lo consideran un destino llamativo para visitar y/o realizar diferentes actividades de turismo.

3.1 Pregunta problema

¿Cómo posicionar al municipio de Ubaque para alcanzar reconocimiento turístico en la provincia de Oriente?

4 Justificación

Los municipios en Cundinamarca poseen diversos recursos y atractivos para ofrecer variedad de actividades turísticas, sin embargo, no todos los destinos tienen definidas sus estrategias de posicionamiento o incursión en el mercado del turismo, como es el caso de Ubaque que no cuenta con estrategias de marketing turístico, por ende no tienen una imagen reconocida a nivel local o regional.

Para el reconocimiento de estos lugares, se necesita tener en cuenta cuáles son los atractivos y destinos que más impacto podrían generar a los turistas una experiencia agradable, que pueda satisfacer sus necesidades y deseos y que los incentive a volver, por eso es de vital importancia realizar una caracterización de estas zonas.

Ubaque cuenta con varios atractivos y recursos que pueden ser utilizados para actividades de turismo y otros que se pueden empezar a trabajar para crear nuevas alternativas; se busca en el presente proyecto proponer estrategias que ayuden a consolidar al municipio como uno de los lugares más atractivos de la provincia de Oriente. Si esta propuesta se llegase a implantar, esta influiría a corto plazo en la existencia de productos turísticos de naturaleza y cultura previamente establecidos, a mediano plazo, buscar captar nuevos turistas que conozcan y desarrollen actividades turísticas en el municipio y a largo plazo establecer un reconocimiento turístico en la provincia de Oriente.

5 Objetivo general

Proponer estrategias de marketing turístico para el municipio de Ubaque Cundinamarca.

5.1 Objetivos específicos

1. Realizar un diagnóstico turístico de Ubaque que permita la identificación de su situación actual.
2. Determinar las tipologías de turismo que potencialice la actividad turística en el municipio de Ubaque.
3. Diseñar estrategias de marketing turístico para el posicionamiento del municipio en la provincia de Oriente.

6 Metodología

La presente investigación tiene un enfoque mixto debido a que esta posee datos de tipo cuantitativo representados en la elaboración de un diagnóstico del potencial turístico de Ubaque y dentro de los datos cualitativos se encuentran el desarrollo de una serie de entrevistas a los PST del municipio y la realización de propuestas de estrategias de marketing turístico con la ayuda de los resultados obtenidos.

Se realizó una investigación de tipo descriptiva debido a que esta busca ser específica con la representación de los destinos, atractivos y recursos para la realización de la propuesta de estrategias de marketing turístico.

Los siguientes instrumentos fueron los que se utilizaron para la elaboración del proyecto: Check list (Inventario turístico) que es vital para la clasificación de atractivos y recursos turísticos del municipio, entrevistas para la determinación de los tipos de turismo adecuados para Ubaque y por último con los resultados obtenidos de estos instrumentos se procede a la formulación de tres propuestas de estrategias de marketing turístico.

7 Capítulo 1 diagnóstico turístico del municipio de Ubaque

7.1 Localización del municipio de Ubaque

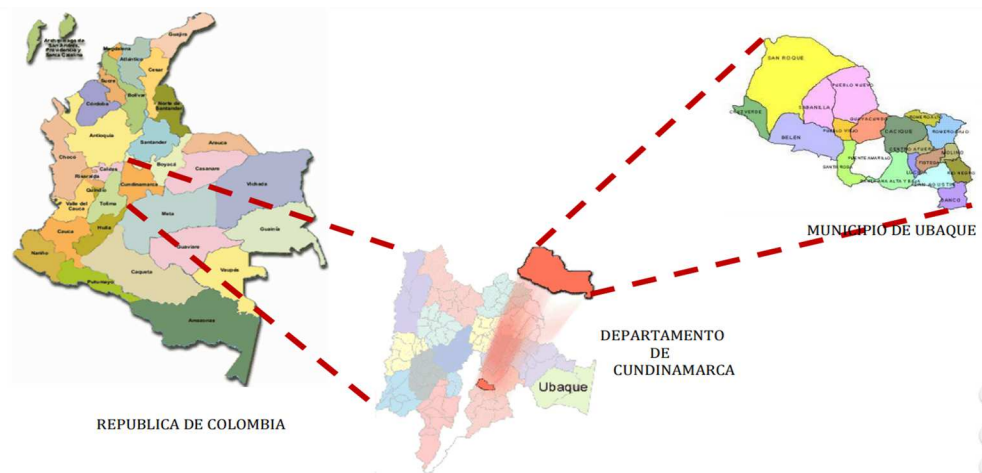


Figura 1. Localización. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

En términos de accesibilidad, dice (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018) “Ubaque hace parte de los 116 municipios que conforman el departamento de Cundinamarca, así mismo, pertenece a la provincia del oriente del departamento de Cundinamarca; se localiza sobre la cordillera oriental. La extensión total del territorio es de 117 Km²” (p.12).

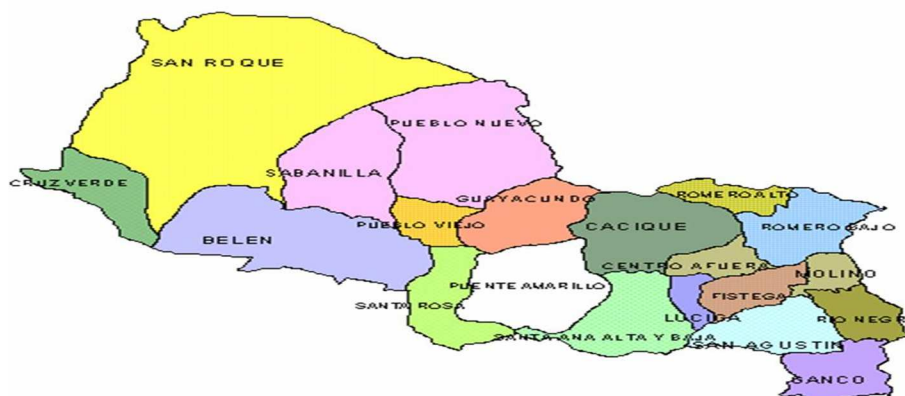


Figura 2. Mapa Político Ubaque. Plan de desarrollo municipal Ubaque. (2012 - 2015)

(Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018) El municipio de Ubaque se encuentra dividido por 20 veredas, siendo San Roque, Pueblo Nuevo y Belén las de mayor extensión territorial. (p. 12).



Figura 3. Mapa Urbano de Ubaque. Alcaldía municipal de Ubaque. (2016- 2019)

El mapa urbano de Ubaque cuenta con 21 ítems en los que se destacan un punto de encuentro marcado con el color rojo, la estación de la policía nacional marcada con un punto de color verde oscuro, los sitios donde están las estaciones de transporte veredal, intermunicipal e intermunicipal de Oriente y las cuatro vías de ingreso al casco urbano, en la parte izquierda se resalta en color amarillo la vía a Chipaque, parte derecha superior vía a la Laguna de Ubaque, parte intermedia vía Choachi siendo esta la de mayor flujo de llegada de visitantes y en la parte inferior intermedia la vía a Cáqueza. Según (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018).



Figura 4. Ruta Bogotá - Ubaque. Google Maps. (2018)

La principal vía de acceso al municipio de Ubaque es Bogotá – Choachi – Ubaque, se sale por la calle sexta hacia el barrio las cruces, luego se toma la vía hacia el cerro de Guadalupe, se pasa por un costado del páramo de Cruz Verde, llegando al empalme entre Fomeque Choachi y Ubaque se toma hacia la derecha vía Choachi – Ubaque, el recorrido es de aproximadamente 1 hora y 36 minutos según las indicaciones de Google Maps, es una vía en óptimas condiciones, su principal problema se derivado a la gran cantidad de curvas que posee y en épocas de lluvia es común encontrar tramos donde se presentan derrumbes pero esto no limita la llegada al municipio. Las autoridades encargadas del mantenimiento de esta vía están trabajando para mitigar al máximo que se presenten estas contingencias y también trabajan en arreglar tramos de la malla vial que son afectados por problemas geológicos muy comunes ya que se encuentra en medio de la cordillera Oriental de Colombia.

Una vez contextualizado el tema de localización y accesibilidad del municipio se define los recursos y atractivos con los que cuenta Ubaque a través de un diagnóstico turístico que según Para (Ricaurte Quijano, 2009) es: “de manera general, entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino”. (p.11). por lo cual se busca conocer la situación turística de Ubaque, Cundinamarca, debido a que esto ayuda a resolver preguntas como ¿qué desea el municipio realizar en temas de turismo?, ¿se ha cumplido con lo propuesto?, ¿cuáles son las tendencias turísticas que el municipio pueda realizar?, etc.

El diagnóstico turístico es de vital importancia para los destinos que buscan estar posicionados en el mercado determinado de su interés, (Ricaurte Quijano, 2009) afirma:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística. (p.12)

De acuerdo a los aspectos mencionados por Ricaurte, se infiere que los componentes principales que debe integrar un diagnóstico turístico son infraestructura, atractivos, recursos, etc.

Con lo anterior, se dará inicio con el primer punto en el presente capítulo: “Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones”. Los puntos 2 y 3 se tendrán en cuenta en los siguientes objetivos (Perfil del turista y estrategias para el plan de marketing).

7.2 Caracterización del destino

A continuación se describe los datos obtenidos del municipio de Ubaque en cuanto a temas de caracterización, población, información socioeconómica, entorno de desarrollo, información ambiental, seguridad, atractivos turísticos, prestadores de servicios, etc.

DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA
MUNICIPIO	UBAQUE
CÓDIGO MUNICIPAL	25841
REGIÓN	CENTRO ORIENTE
SUBREGIÓN	ORIENTE
ENTORNO DE DESARROLLO	INTERMEDIO
TIPOLOGÍA MUNICIPAL	C

Figura 5. Ficha de caracterización territorial. DANE. (2015)

Los municipios en Colombia se encuentran categorizados en una tipología municipal de la “A” a la “E”, La (Dirección de Desarrollo Territorial Sostenible Grupo de Estudios Territoriales, 2015) realiza un estudio nacional en el cual afirma que:

se propone una clasificación en tres entornos de desarrollo: i) Entorno de Desarrollo Robusto, con los departamentos pertenecientes a las TIP-A y TIP-B, que se encuentran en el tercio más alto de la escala de la valoración de los componentes y representan el 18% del total de los departamentos. ii) Entorno de Desarrollo Intermedio, con los departamentos pertenecientes a las TIP-C y TIP-D, que representan el 64% del total de los departamentos. iii) Entorno de Desarrollo Temprano, con los departamentos pertenecientes a TIP-E, que representan el 18% del total de los departamentos. (p.13).

Los municipios se clasifican por esta tipología bajo aspectos como Función Urbana, dinámica económica, calidad de vida, ambiental, seguridad, los cuales se mostraran y analizaran en las siguientes figuras para el caso de Ubaque que como se muestra en la Figura 1 está catalogado como tipología C, entorno de desarrollo Intermedio.

Total población en el municipio	6.036
Porcentaje población municipal del total departamental	0,2%
Total población en cabeceras	879
Total población resto	5.157
Total población hombres	2.897
Total población mujeres	3.139
Población (> 15 o < 59 años) - potencialmente activa	3.434
Población (< 15 o > 59 años) - población inactiva	2.602

Figura 6. Datos generales de la población. DANE. (2017)

Se observa en la figura 2 que más de la mitad de la población se encuentra potencialmente activa, estas personas podrían intervenir en el desarrollo turístico del municipio ya que no solo se busca potencializar la imagen de Ubaque sino que a su vez se busca ayudar a la población actual ya que podrían crearse nuevos espacios de trabajo para la comunidad.

Más familias en acción (familias beneficiadas, 2015)	277
Jóvenes en acción (jóvenes con incentivo, 2015)	0
Programa 0 a siempre (beneficiarios, 2015)	36
Colombia Mayor (cupos asignados, Julio 2014)	531
Kioscos vive digital en el departamento	1

VIVIENDA Y AGUA (CIFRAS DEL DEPARTAMENTO)

Créditos de vivienda VIP, Frech (# Viviendas)	2182
Subsidios de vivienda VIS Y NO VIS (# Viviendas)	5913

Fuente: SIFIN, Minvivienda, 2015

Figura 7. Población étnica, resguardos indígenas y beneficiarios de programas. DNP. (2015)

En la figura 3 es importante analizar la aparición del “kiosco vive digital” el cual brinda la facilidad de internet para el pueblo, factor que influiría positivamente para los turistas.

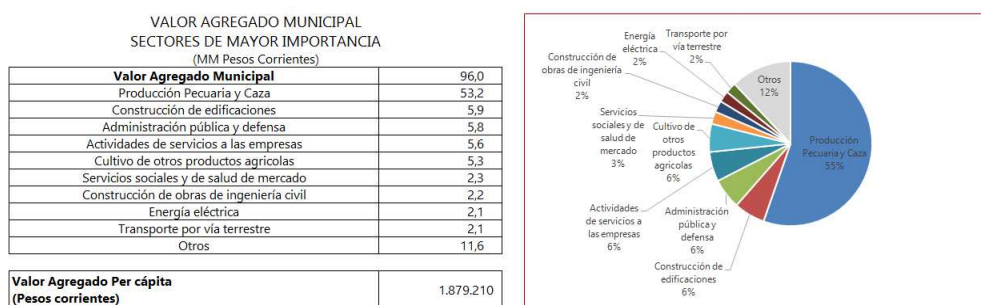


Figura 8. Información socio económica. DNP. (2015)

La figura 4 muestra que la mayor actividad económica es la producción pecuaria y caza con el 55% del valor agregado a la economía, esto indica que 3.391 personas están ocupadas en esta área de la economía del municipio, la segunda actividad más importante son otros donde se ubica la actividad turística con un aporte del 12% que son 740 personas que realizan estas actividades, estos resultados indican que la actividad turística tiene una mayor relevancia en comparación con los demás aspectos que se observan en la gráfica, dicho valor porcentual se busca incrementar con la propuesta de marketing para que exista mayor dinámica en la actividad turística

URBANA: 0 representa al municipio en Colombia con la menor dinámica urbana y 1 al municipio con la mayor.

ECONÓMICA: 0 representa al municipio en Colombia con menores capacidades económicas y 1 al municipio con mayores.

CALIDAD DE VIDA: 0 representa al municipio en Colombia con las peores condiciones de calidad de vida en el promedio de sus habitantes y 1 al municipio con las mejores

AMBIENTAL: 0 representa al municipio en Colombia con menor afinidad en temas ambientales y 1 al municipio con mayor.

SEGURIDAD: 0 representa al municipio en Colombia más inseguro y 1 al más seguro.

INSTITUCIONAL: 0 representa al municipio en Colombia con mayores limitaciones en el desempeño de la institucionalidad pública y 1 al que es más eficiente en dicho

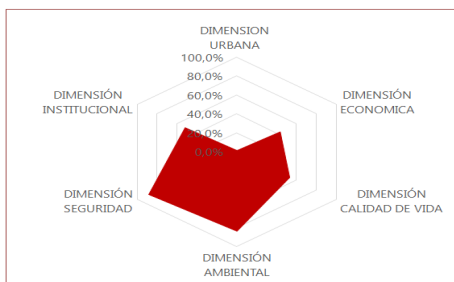


Figura 9. Entorno de desarrollo. DNP. (2015)

En la figura anterior se puede apreciar que el municipio se interesa en preservar y conservar los recursos y atractivos naturales, por lo cual se pueden incluir para promover la actividad turística y así convertirlos en un valor agregado del destino, de igual manera la propuesta de marketing lograría incrementar el valor de la dinámica económica del municipio de Ubaque.

	Municipio	Promedio departamental	Promedio regional
Homicidios por 100 mil habitantes	0,00	16,37	7,33
Hurto a comercio por 100 mil habitantes	n.d	20,47	28,43
Hurto a personas por 100 mil habitantes	32,02	30,98	68,40
Hurto a residencias por 100 mil habitantes	n.d	15,08	39,69
Hurto a automotores	n.d	5,65	15,06
Fuente: SIJIN, 2014			
Hectáreas sembradas de coca	0,00	0,00	19,04
Secuestros por 1000 habitantes	0,00	0,00	0,00
Fuente: SIMCI - 2014, Mindefensa - 2014			
Número de celulares robados	n.d	14,95	37,02
Fuente: Policía Nacional, 2014			
Desplazamiento forzado	0,00	6,51	20,52
Víctimas minas antipersonal	0,00	0,00	0,05

Figura 10. Conflicto armando y seguridad. DNP. (2015)

Es de vital importancia el tema de seguridad en cualquier lugar que se desee visitar. Ubaque se resalta como uno de los municipios más seguros de la provincia de Oriente y esto se refleja en la figura 7, donde se demuestra que la actividad delincriminal es mínima y en algunos aspectos nula, lo cual garantiza tranquilidad al turista al momento de visitar el municipio.

Para el presente diagnóstico se toman elementos considerados relevantes y se clasifican según (Cárdenas Tabares, 2004) como atractivos los cuales se componen de atractivos naturales, artificiales y humanos, el segundo ítem son las facilidades compuestas por alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento, diversión y agencias de viajes y por último se encuentra la accesibilidad que para el caso del municipio de Ubaque solo se podría manejar el terrestre debido a su cercanía con la ciudad de Bogotá (p.14)

A continuación se presenta la información de los prestadores de servicios turísticos, el inventario turístico y el análisis del perfil de turista en el municipio, información extraída del Plan de Desarrollo Turístico Ubaque 2019 – 2022 el cual es un documento que no ha sido publicado oficialmente, por tal razón se cita el presente documento trabajado por el coordinador de turismo de Ubaque de la siguiente forma: (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

7.3 Prestadores de servicios turísticos

Tabla 1

Lista de prestadores de servicio turístico.

<i>Tipo de Prestador</i>	<i>Nombre de la Empresa</i>	<i>Representante legal</i>	<i>Número RNT</i>	<i>Dirección</i>	<i>Teléfono/Celular</i>	<i>Correo Electrónico</i>
Alojamiento	Hotel San Luis Ubaque	Nelcy Yanira Daza León	38984	Cra 5 # 2 - 28	314-273-5878	yanidale01@hotmail.com
Alojamiento	Hotel Campestre Mirador de San Nicolás	Adriana del Pilar Torres Pulido	19703	Veresa Romero Alto	310-803-9637	cyt.asesoresyconsultores@hotmail.com
Alojamiento	Hotel Campestre las Palmas	Martha Varhas	41330	Vereda Luciga	310-241-0508 / 800-52-63	vadumar70@hotmail.com
Alojamiento	Finca Recreativa los Guayabos	Helber Emilio Mican Morales	31960	Vereda San Agustín	313-831-3996 / 848-72-28	emiliomican.perforaciones@gmail.com
Vivienda turística u otro tipo de hospedaje no permanente	Indika	Julián Osorio	2099813	Vereda El Cacique	320-274-5390	indika.hospedaje@gmail.com
Agencia de viajes	Guechas	Adrián Felipe Flores	Por Conformar	Vereda El Cacique	310-208-7972	fceleitavarela@gmail.com
Actividades de Ciclomontañismo	Ubike	Alex Rojas	-	Casco urbano Ubaque	311-268-3693	alexrojas@yahoo.com
Guianza	Abejas y Ambiente	-	-	Ubaque	320-303-09359	josv843@gmail.com
Guianza	Caminos del ayni	Julián Torres	-	Ubaque	314-420-0711	caminosdelaini@gmail.com
Restaurante - Asadero	Las Delicias	Alberto Gómez Pérez	-	Calle 2 # 3 - 56	-	alberto.gomez@hotmail.com
Restaurante - Piqueteadero	San Carlos	Carlos Ojeda	-	Calle 3 # 3 - 33	848-71-71	-
Restaurante - Bar	La Cabaña	Hernando Saray Bquero	-	Cra 2 # 3 - 13	312-479-7997	hernando_saray@hotmail.com
Restaurante - Piqueteadero	El Empalme	-	-	Vereda Romero Bajo	310-787-9731	-

Nota. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

7.4 Inventario turístico municipio de Ubaque

El siguiente inventario turístico se realizó con el formato que maneja el viceministerio de turismo para la caracterización de los atractivos y recursos que se encuentran en el municipio, este inventario fue sustraído del plan de desarrollo turístico Ubaque, pero solo cuenta con los atractivos más reconocidos, por ende se complementó basados en el criterio de describir los principales sitios naturales, patrimonio cultural material e inmaterial, festividades y eventos, elementos gastronómicos, los formatos que se realizaron fueron los de Rio palmar, paramo cruz verde, plaza de mercado, alcaldía municipal, estación de policía, colegio Instituto Técnico de Oriente y la casa de cultura.

7.4.1 Sitios naturales.


1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	LAGUNA SAGRADA DEL CACIQUE EBAQUE						
1.2 Departamento	Cundinamarca	1.3 Municipio	Ubaque				
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Cacique/ Romero Alto						
1.5. Administrador o Propietario	Administración Municipal						
1.6. Dirección/Ubicación	En zona rural del municipio de Ubaque						
1.7. Teléfono/Fax	No aplica						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	A 1.7 KM del casco urbano.		1.9. Tipo de Acceso				
	Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde el casco urbano por la carretera principal, en vehículo particular o empresas que prestan servicios interveredales por carretera pavimentada con duración de 20 minutos aproximadamente y un costo de 3.000, o caminando alrededor de 1 hora por la carretera principal.						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	2.4.3	Aguas lénticas/Laguna					
2.2 Descripción	<p>La laguna es la atracción turística natural más representativa del municipio de Ubaque, por su valor histórico como laguna ancestral debido a que era una de las lagunas sagradas de los Muiscas en la que se realizaba una ceremonia llamada "Correr la tierra", y por su valor natural para los habitantes del municipio, se ubica en la base de los cerros Guayacundo y Quinto a 1.7 Kilómetros del casco urbano, en área es una hectárea y ronda un kilómetro. Actualmente se ha empleado en un uso de turismo contemplativo. El terreno de la laguna y ronda pertenecen a la alcaldía municipal, sin embargo los predios que la rodean son propiedades privadas. Los domingos se realizan actividades de guianza en la laguna.</p>						
							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Sin contaminación del aire (10)				6			
Sin contaminación del agua (10)				5			
Sin contaminación visual (10)				8			
Sin contaminación sonora (10)				9			
Estado de conservación (10)				7			
Diversidad (10)				4			
Singularidad (10)				5			
Subtotal				45			
SIGNIFICADO							
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)	
							6
Total							51
Diligenciado por:		Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez			Fecha:		24/08/2017

Figura 11. Laguna sagrada del cacique Ebaque. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	CERRO GUAYACUNDO						
1.2 Departamento	Cundinamarca	1.3 Municipio	Ubaque				
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Guayacundo						
1.5. Administrador o Propietario	Administración Municipal						
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Guayacundo						
1.7. Teléfono/Fax	No aplica						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	Cáqueza / 20.5Km	1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	x	Acuático		Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:	Por diferentes caminos veredales						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	2.1.13.	Montañas/Cerro					
2.2 Descripción	<p>Este cerro usualmente es utilizado como sitio de peregrinación religiosa hacia el Alto de La Virgen. Es muy frecuentado por turistas, por sus paisajes hermosos en el recorrido para llegar allí. Es un lugar totalmente natural; allí hay un mirador desde donde se divisan los cascos urbanos de los municipios de Ubaque, Choachi, Cáqueza y Une.</p>						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD							PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)							7
Sin contaminación del agua (10)							3
Sin contaminación visual (10)							9
Sin contaminación sonora (10)							10
Estado de conservación (10)							7
Diversidad (10)							5
Singularidad (10)							6
Subtotal							47
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)				6
Total							53
Diligenciado por:	Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez			Fecha:	14/09/2017		



Figura 12. Cerro de Guayacundo. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Rio Palmar								
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Ubaque						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad									
1.5. Administrador o Propietario	Administración municipal								
1.6. Dirección / Ubicación	No aplica								
1.7. Teléfono / Fax	No aplica								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	10 km desde Choachí	1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde el pueblo, salga por la estación de gasolina Brio, siga por el camino hasta llehar a un pequeño puente.								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	2.5.5.	Rios							
2.2. Descripción	<p>Este Rio desemboca del Rio Negro que también se encuentra en Ubaque Este nace y termina en este pueblo, es conocido por tener fuertes corrientes de agua aunque en verano se calma un poco el movimiento porque el rio se seca un poco, cuando se realiza la fiesta de la virgen, algunos caminantes suelen llegar a bañarse aquí.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
Calidad									Puntaje
Sin contaminación del aire (10)									8
Sin contaminación del agua (10)									8
Sin contaminación visual (10)									6
Sin contaminación sonora (10)									8
Estado de conservación (10)									8
Diversidad (10)									8
Singularidad (10)									8
									54
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)									12
Total									66
Diligenciado por:	Diego Hernández - Diego Florez					Fecha:	12/09/2018		

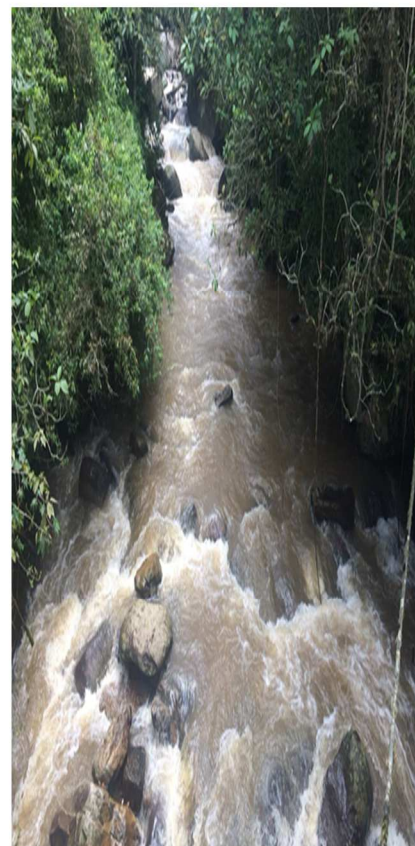


Figura 13. Rio Palmar. Propia. (2018)

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Páramo Cruz Verde								
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Ubaque - Chipaque - Choachí						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	No aplica								
1.5. Administrador o Propietario	Parques Nacionales Naturales								
1.6. Dirección / Ubicación	No aplica								
1.7. Teléfono / Fax	No aplica								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	12 km desde Choachí	1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde Ubaque por la ruta Ubaque-Choachí hasta la vía Ubaque-Chipaque y derecho.								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	2.1.12.	Páramo							
2.2. Descripción	<p>El páramo de Cruz Verde se encuentra entre los 3.300 y los 3.700 msnm. Se encuentra al oriente de Bogotá, ocupando territorios del Distrito Capital, y de los municipios de Chipaque, Ubaque, Choachí y un pequeño fragmento de La Calera.</p> <p>En su territorio nacen el río Fucha, cuyo curso se encuentra en la sabana de Bogotá, y el río Palmar, que baña el municipio de Ubaque.</p> <p>Alberga un bosque secundario y afloramientos geológicos de rocas sedimentarias del cretáceo y del terciario.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
Calidad									Puntaje
Sin contaminación del aire (10)									9
Sin contaminación del agua (10)									8
Sin contaminación visual (10)									10
Sin contaminación sonora (10)									10
Estado de conservación (10)									8
Diversidad (10)									10
Singularidad (10)									8
									63
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)									12
Total									75
Diligenciado por:	Diego Hernández - Diego Florez					Fecha:	12/09/2018		



Figura 14. Paramo de Cruz Verde. Propia. (2018)

7.4.2 Patrimonio cultural inmaterial.


1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	PICTOGRAMAS DE SABANILLA Y BELÉN						
1.2 Departamento	Cundinamarca	1.3 Municipio	Ubaque				
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	En distintas veredas del municipio de Ubaque						
1.5. Administrador o Propietario	Administración Municipal						
1.6. Dirección/Ubicación	En Vereda Belén y Vereda Sabanilla						
1.7. Teléfono/Fax	No aplica						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	Cáqueza / 20.5Km	1.9. Tipo de Acceso					
	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	Por diferentes caminos veredales						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.4.1	Arte Rupestre/Sitio Arqueológico					
2.2 Descripción	<p>Los pictogramas se encuentran en zonas rocosas de la Vereda Belén y Vereda Sabanilla, en dichas rocas se hallan imágenes trazadas con pigmento carmesí y representan figuras abstractas y en algunos casos animales. Su nivel de conservación es aceptable, pero deben generarse medidas de protección y conservación para los pictogramas. Además se han encontrado vestigios de vasijas y huesos en sitios de importancia arqueológica ubicados cerca a los pictogramas y en la vereda Guayacundo.</p>						
							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD						PUNTAJE	
Estado de conservación (21)						10	
Constitución del bien (21)						9	
Representatividad general (28)						8	
Subtotal						27	
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)				6
Total						33	
Diligenciado por:		Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez			Fecha:		14/09/2017

Figura 15. Pictogramas en veredas Belén y Sabanilla. Plan de desarrollo turístico. (2018)


1. GENERALIDADES													
1.1. Nombre	CAMINOS REALES.												
1.2 Departamento	Cundinamarca	1.3 Municipio	Ubaque										
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Se ubica en el casco urbano y distintas veredas de Ubaque (Centro afuera, Santa ana baja, Puente amarillo, Pueblo nuevo, Pueblo viejo, Belén, Guayacundo)												
1.5. Administrador o Propietario	Administración Municipal												
1.6. Dirección/Ubicación	En distintas zonas rurales del municipio												
1.7. Teléfono/Fax	No aplica												
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	Cáqueza / 20.5Km	1.9. Tipo de Acceso											
	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo							
1.10. Indicaciones para el acceso:	Caminar desde el casco urbano a las distintas zonas rurales del municipio.												
2. CARACTERÍSTICAS													
2.1. Código Asignado	1.1.5.	Obras de ingeniería e infraestructura/ Camino real											
2.2 Descripción	<p>Son bienes patrimoniales de carácter inmueble, hacen parte de la red de rutas construidas durante la época de la colonia en las que se transportaban diferentes bienes y comunicaban con la capital del país. Hay diferentes caminos reales ubicados en algunas veredas del municipio algunos son el Camino de los Virreyes, Camino Real parte alta Peña Azul y Camino Real parte baja Peña Azul. Sin embargo a partir del desarrollo de las vías carretables se han destruido gran parte de los caminos originales.</p>												
													
							3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
							CALIDAD						PUNTAJE
							Estado de conservación (21)						6
							Constitución del bien (21)						6
							Representatividad general (28)						5
							Subtotal						17
							SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)				6						
Total						23							
Diligenciado por:		Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez			Fecha:		24/08/2017						

Figura 16. Caminos Reales. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE BELÉN					
1.2 Departamento	Cundinamarca	1.3 Municipio	Ubaque			
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano - Ubaque					
1.5. Administrador o Propietario	Santuario de Nuestra Señora de Belén de Ubaque/ José Ovidio Soto Monsalve (Párroco actual)					
1.6. Dirección/Ubicación	En zona urbana del municipio					
1.7. Teléfono/Fax	3147626920					
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	Cáqueza / 20.5Km	1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:	Llegar hasta el casco urbano del municipio y caminar dos cuadras desde la terminal hasta el Parque Principal del municipio					
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.3.1.	Arquitectura religiosa / Templo				
2.2 Descripción	<p>El Santuario es una joya arquitectónica del municipio un edificio monumental por su tamaño y estilo arquitectónico, de gran importancia por su infraestructura e historia, su construcción data en el año 1651, en 1964 después de un derrumbe se hizo una reconstrucción y remodelaciones y el 28 de Noviembre de 2015 se erige como santuario por su sentido especial y peregrinaciones que se realiza desde Bogotá hasta el santuario, por este motivo su significado tiene un gran valor para toda la arquidiócesis regional. Tiene una capacidad para 100 personas.</p>					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD						PUNTAJE
Estado de conservación (21)						13
Constitución del bien (21)						15
Representatividad general (28)						20
Subtotal						48
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)			
						6
Total						54
Diligenciado por:		Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez			Fecha:	24/08/2017

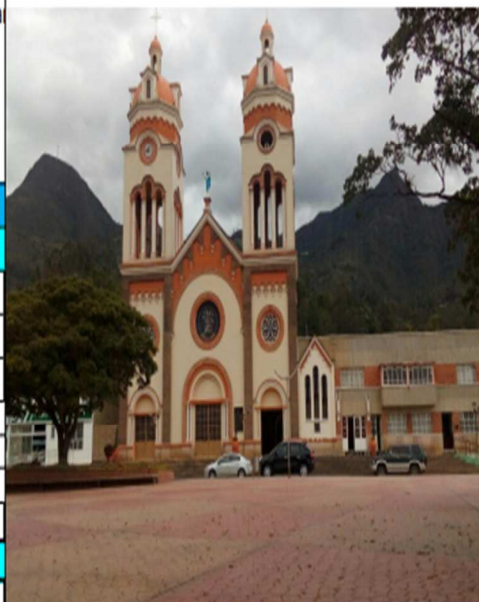


Figura 17. Santuario Nuestra Señora de Belén. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	PARQUE MUNICIPAL								
1.2 Departamento	Cundinamarca	1.3 Municipio	Ubaque						
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad		Casco urbano - Ubaque							
1.5. Administrador o Propietario	Administración Municipal								
1.6. Dirección/Ubicación	En zona urbana del municipio								
1.7. Teléfono/Fax	8487003								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	Cáqueza / 20.5Km	1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	Llegar hasta el casco urbano del municipio y caminar dos cuadras desde la terminal hasta el Parque Principal del municipio								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.2.2.	Elementos del espacio público/ Parque urbano							
2.2 Descripción	<p>El parque principal del municipio ubicado en el casco urbano, es uno de los lugares emblemáticos históricamente por ser el parque fundacional del municipio, varios hechos históricos han acontecido allí, y en la actualidad es el punto de encuentro y reuniones en el que se realizan las ferias, conciertos y demás reuniones sociales importantes del municipio.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD								PUNTAJE	
Estado de conservación (21)								15	
Constitución del bien (21)								13	
Representatividad general (28)								18	
Subtotal								46	
SIGNIFICADO									
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)		6	
Total								52	
Diligenciado por:		Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez				Fecha:		24/08/2017	



Figura 18. Parque municipal. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

1. GENERALIDADES								
1.1. Nombre	PLAZA DE TOROS MUNICIPAL.							
1.2 Departamento	Cundinamarca	1.3 Municipio	Ubaque					
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano - Ubaque							
1.5. Administrador o Propietario	Administración Municipal							
1.6. Dirección/Ubicación	A cuatro cuadras del casco urbano del municipio.							
1.7. Teléfono/Fax	8487003							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	Cáqueza / 20.5Km	1.9. Tipo de Acceso						
	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde Parque Principal del municipio, cuatro cuadras con sentido sur.							
2. CARACTERÍSTICAS								
2.1. Código Asignado	1.1.4.5.	Escenario para la recreación y el deporte/ Plaza de toros.						
2.2 Descripción	Este es un lugar históricamente importante para el municipio, porque tiene un valor cultural importante anteriormente era el centro de reuniones, en el que se reunían para celebrar las ferias y fiestas, y también corridas de toros. Sin embargo en la actualidad presenta un gran deterioro en sus instalaciones y está prohibido su uso sin previa autorización y estudios de riesgos, por su infraestructura.							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN								
CALIDAD							PUNTAJE	
Estado de conservación (21)							6	
Constitución del bien (21)							7	
Representatividad general (28)							7	
Subtotal							20	
SIGNIFICADO								
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)					6
Total							26	
Diligenciado por:		Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez			Fecha:	24/08/2017		

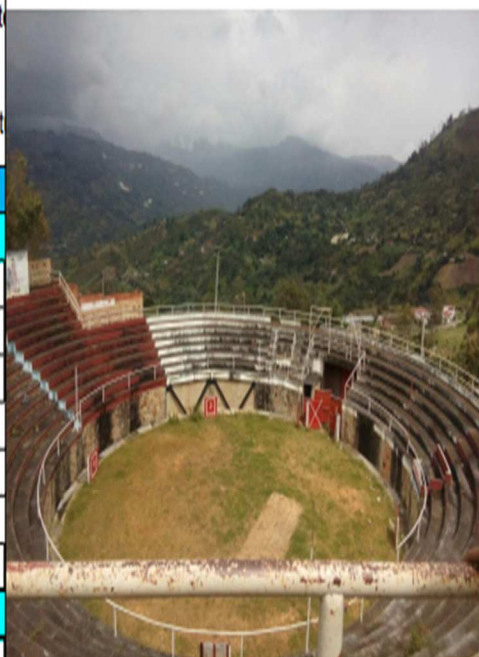


Figura 19. Plaza de toros Ubaque. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)


1. GENERALIDADES													
1.1. Nombre	ESTADIO MUNICIPAL.												
1.2 Departamento	Cundinamarca	1.3 Municipio	Ubaque										
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano - Ubaque												
1.5. Administrador o Propietario	Administración Municipal												
1.6. Dirección/Ubicación	En zona urbana del municipio												
1.7. Teléfono/Fax	8487003												
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	Cáqueza / 20.5Km	1.9. Tipo de Acceso											
	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo							
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde Parque Principal del municipio, cuatro cuadras con sentido norte.												
2. CARACTERÍSTICAS													
2.1. Código Asignado	1.1.4.5.	Escenario para la recreación y el deporte/ Estadio											
2.2 Descripción	<p>El estadio municipal es uno de los espacios deportivos con los que cuenta el municipio, se encuentra ubicado a unos pocos kilómetros del casco urbano, es un espacio bien conservado rodeado por naturaleza, sin embargo son notorios algunos problemas de mantenimiento en sus instalaciones y condiciones de seguridad, necesita algunas remodelaciones.</p>												
													
							3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
							CALIDAD						PUNTAJE
							Estado de conservación (21)						9
							Constitución del bien (21)						8
							Representatividad general (28)						10
							Subtotal						27
							SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)			6							
Total						33							
Diligenciado por:		Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez			Fecha:	24/08/2017							

Figura 20. Estadio municipal. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	POLIDEPORTIVO.					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3 Municipio	Ubaque			
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano - Ubaque					
1.5. Administrador o Propietario	Administración Municipal					
1.6. Dirección/Ubicación	En zona urbana del municipio					
1.7. Teléfono/Fax	8487003					
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	Cáqueza / 20.5Km	1.9. Tipo de Acceso				
	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	Frente a la plaza de mercado municipal.					
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.4.5.	Escenario para la recreación y el deporte				
2.2 Descripción	<p>El polideportivo es uno de los espacios deportivos del municipio, en su mayoría es utilizado por los estudiantes, está ubicado en el casco urbano, cerca a la plaza de mercado, aunque es un espacio amplio requiere de mantenimiento en su infraestructura debido a que algunos de sus espacios puede representar riesgo, por falta de mantenimiento o aseo.</p>					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD						PUNTAJE
Estado de conservación (21)						11
Constitución del bien (21)						9
Representatividad general (28)						10
Subtotal						30
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)			
						6
Total						36
Diligenciado por:			Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez		Fecha:	14/09/2017



Figura 21. Polideportivo. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Plaza de mercado								
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Ubaque						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano Ubaque								
1.5. Administrador o Propietario	Administración municipal								
1.6. Dirección / Ubicación	No aplica								
1.7. Teléfono / Fax	No aplica								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	10 km desde Choachí	1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	Dirigase por la Calle 2 via plaza de toros								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.7.1.6.	Encuentro							
2.2. Descripción	<p>La plaza de mercado de ubaque, cuenta con la producción distribución para ubaque y el único mercado de este departamento, para poder comprar está abierto desde las 5:30 AM</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
Calidad									Puntaje
Estado de Conservación (21)									18
Constitución del bien (21)									19
Representatividad (28)									25
									62
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)									6
Total									68
Diligenciado por:	Diego Hernández - Diego Florez				Fecha:	12/09/2018			



Figura 22. Plaza de Mercado de Ubaque. Propia. (2018)

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Alcaldía de Ubaque								
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Ubaque						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano Ubaque								
1.5. Administrador o Propietario	Administración municipal								
1.6. Dirección / Ubicación	Cra 3 # 2 - 46								
1.7. Teléfono / Fax	8487003								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	10 km desde Choachí	1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	Entrada principal del pueblo al frente de la estación de policía y al lado izquierdo del parque principal de Ubaque.								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.1.4. - 1.1.4.1	Arquitectura institucional - Edificación Gubernamental							
2.2. Descripción	<p>Edificación de tipo colonial con techo en teja española, donde se encuentran las oficinas Gubernamentales del municipio de Ubaque. Es una estructura de dos pisos que se encuentra ubicada en la plaza principal al costado izquierdo diagonal a la Estación de policía y en su parte inferior costado derecho encontramos una de las Cafeterías más reconocidas del pueblo.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
Calidad									Puntaje
Estado de Conservación (21)									20
Constitución del bien (21)									19
Representatividad (28)									25
									64
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)									6
Total									70
Diligenciado por:	Diego Hernández - Diego Florez					Fecha:	12/09/2018		



Figura 23. Alcaldía municipal. Propia. (2018)

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Estación de policía de Ubaque								
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Ubaque						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano Ubaque								
1.5. Administrador o Propietario	Policía Nacional								
1.6. Dirección / Ubicación	Cll 3 # 3 - 15								
1.7. Teléfono / Fax	8487023								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	10 km desde Choachí	1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	Al costado izquierdo de la plaza principal de ubaque								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.1.4.1	Edificación Gubernamental							
2.2. Descripción	<p>Estructura moderna, construida alrededor de 8 meses, en la cual funciona la estación de Policía del municipio de ubaque, está conformada por una sola planta donde encontramos las oficinas administrativas y en su parte trasera Se encuentra las celdas de Reclusión.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
Calidad									Puntaje
Estado de Conservación (21)									20
Constitución del bien (21)									20
Representatividad (28)									25
									65
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)									6
Total									71
Diligenciado por:	Diego Hernández - Diego Florez				Fecha:	12/09/2018			



Figura 24. Estación de policía. Propia. (2018)

1. GENERALIDADES								
1.1. Nombre	Colegio Instituto Técnico de Oriente							
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Ubaque					
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano Ubaque							
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Municipal							
1.6. Dirección / Ubicación	Cll 3 # 4 - 30							
1.7. Teléfono / Fax	8487060							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	10 km desde Choachí	1.9. Tipo de Acceso						
	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	Bajando por la calle 3 en dirección a la entrada de la carretera de la laguna de ubaque							
2. CARACTERÍSTICAS								
2.1. Código Asignado	1.1.4.2	Edificación para la Educación						
2.2. Descripción	<p>Institución educativa del municipio de ubaque, que cuenta con una estructura de dos Plantas con un diámetro de 300 metros cuadrados, conformada por 3 sedes donde se imparte hasta el grado once y se brinda diversidad en talleres deportivos y culturales.</p>							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN								
Calidad							Puntaje	
Estado de Conservación (21)							17	
Constitución del bien (21)							21	
Representatividad (28)							28	
							66	
SIGNIFICADO								
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)					6
Total							72	
Diligenciado por:	Diego Hernández - Diego Florez			Fecha:	12/09/2018			



Figura 25. Colegio de Ubaque. Propia. (2018)

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Casa de la Cultura de Ubaque								
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Ubaque						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano Ubaque								
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Municipal								
1.6. Dirección / Ubicación	Cll 3 - Cr 5								
1.7. Teléfono / Fax	8487060								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	10 km desde Choachí	1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	Bajando por la calle 3 en dirección a la entrada de la carretera de la laguna de ubaque								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.1.4.4	Edificación para la Cultura							
2.2. Descripción	<p>Edificación de dos pisos donde se encuentran las oficinas administrativas y las talleres Donde se imparten las diferentes actividades para la comunidad de ubaque, cuenta Con un salón que hace las veces de museo cuando al pueblo llegan exposiciones o Presentaciones para los habitantes de ubaque.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
Calidad									Puntaje
Estado de Conservación (21)									21
Constitución del bien (21)									21
Representatividad (28)									24
									66
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)									6
Total									72
Diligenciado por:	Diego Hernández - Diego Florez					Fecha:	12/09/2018		



Figura 26. Casa de la cultura. Propia. (2018)

7.4.3 Patrimonio cultural inmaterial.

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	LEYENDA SAGRADA DEL CACIQUE EBAQUE						
1.2 Departamento	Cundinamarca	1.3 Municipio	Ubaque				
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Cacique/ Romero Alto						
1.5. Administrador o Propietario	Tradición Oral						
1.6. Dirección/Ubicación	No aplica						
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre		Acuático		Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:	No aplica						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.6.4.	Patrimonio Cultural Inmaterial / Otro					
2.2 Descripción	<p>El Jeque Popón de Ubaque fue un verdadero jeque o sacerdote muisca que existió en el siglo XVI y que, según él mismo decía, predijo la llegada de los conquistadores españoles a las tierras del Zipa. La leyenda cobra importancia a partir de la mitología muisca, debido a que en la Laguna del Cacique Ebaque, se llevaban a cabo oratorios indígenas, y fue templo de adoración del Cacique Ebaque, quien habitó el territorio de Ubaque, dándole forma a la leyenda. Además esta leyenda está relacionada con otro de los atractivos inmateriales de la laguna de Ubaque como lo es el un ritual denominado el "correr la tierra" del que hace parte la Laguna Sagrada del Cacique Ebaque.</p>						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Colectividad (14)				8			
Tradicional (14)				10			
Anónima (14)				8			
Espontánea (14)				5			
Popular (14)				8			
Subtotal				39			
SIGNIFICADO							
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)	
				6			
Total				45			
Diligenciado por:			Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez			Fecha: 14/09/2017	

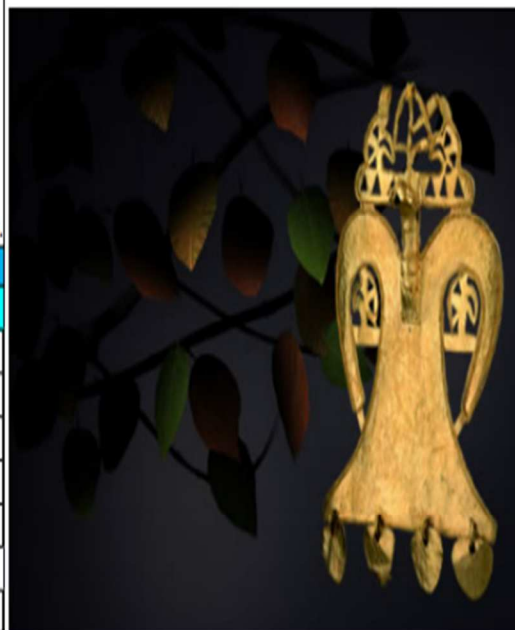


Figura 27. Leyenda sagrada del cacique Ebaque. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

7.4.4 Festividades y eventos.


1. GENERALIDADES								
1.1. Nombre	La II Feria Agrícola, Exposición Artesanal y Gastronómica Campesina							
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Ubaque					
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano - Ubaque							
1.5. Administrador o Propietario	Administración Municipal							
1.6. Dirección/Ubicación	En zona urbana del municipio							
1.7. Teléfono/Fax	8487003							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	Cáqueza / 20.5Km	1.9. Tipo de Acceso						
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	En el parque principal del municipio.							
2. CARACTERÍSTICAS								
2.1. Código Asignado	1.7.2.1	Ferias y exposiciones - Agrícola						
2.2. Descripción	<p>La II Feria Agrícola, Exposición Artesanal y Gastronómica Campesina en Ubaque se realiza durante los días 14 y 15 de octubre. Es una tradición cultural que se celebra anualmente en el mes de Octubre, anteriormente conocida como la fiesta del campesino. Durante su desarrollo se conmemora la función del campesino en el municipio y se realizan otras actividades como la feria comercial y ganadera, cabalgatas, desfiles, muestras culturales y artísticas, y muestras gastronómicas de parte de cada una de las veredas que conforman el municipio. Es una festividad de integración de todas las veredas del municipio.</p>							
								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN								
	CALIDAD			PUNTAJE				
	Organización del evento (30)			11				
	Beneficios socioculturales para la comunidad (20)			10				
	Beneficios económicos locales (20)			15				
	Subtotal			36				
SIGNIFICADO								
	Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)				6
	Total							42
Diligenciado por:	Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez				Fecha:	15/10/2017		

Figura 28. Feria agrícola campesina - Municipio de Ubaque. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	FIESTA Y CAMINATA DE NUESTRA SEÑORA DE BELÉN						
1.2 Departamento	Cundinamarca	1.3 Municipio	Ubaque				
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano - Ubaque						
1.5. Administrador o Propietario	Santuario de Nuestra Señora de Belén						
1.6. Dirección/Ubicación	En zona urbana del municipio						
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de Acceso						
	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:	La caminata se realiza desde el barrio San Cristobal, Bogotá hasta el municipio Ubaque en su Santuario.						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.7.1.5.	Fiestas Religiosas / Patronales					
2.2 Descripción	<p>La caminata se realiza el último Domingo del mes de Enero, y consiste en una caminata o peregrinación que sale desde la localidad de San Cristóbal en Bogotá y recorre hasta Ubaque unos 32 Kilómetros, a través de predios del Distrito Capital, pasa por el municipio de Chipaque, cruza el páramo Cruz Verde hasta llegar al casco urbano del municipio de Ubaque. Está fiesta se hace en conmemoración a la Virgen de Belén y tiene una alta afluencia de peregrinos y caminantes logrando posicionarse como una de las fiestas religiosas más importantes del municipio.</p>						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD							PUNTAJE
Organización del evento (30)							12
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)							12
Beneficios económicos locales (20)							12
Subtotal							36
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)							6
Total							42
Diligenciado por:	Vanessa Barriga - Laura Gómez - Carolina Mendez				Fecha:	15/10/2017	



Figura 29. Fiesta y caminata de la virgen de Nuestra Señora de Belén. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

7.4.5 Elementos gastronómicos.

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Picada de Cerdo						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Ubaque				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	General						
1.5. Administrador o Propietario	No Aplica						
1.6. Dirección / Ubicación	No Aplica						
1.7. Teléfono / Fax	No Aplica						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	10 km desde Choachí	1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:	No Aplica						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.6.2.	La Gastronomía y los sabores culinarios					
2.2. Descripción	<p>La picada de cerdo es una de las comidas más típicas del municipio por ser deliciosa y tener diferentes ingredientes, sobre todo la diferencia frente a otras picadas es que esta la sirven con carne de cerdo, ¡todo un manjar! contiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rellena • Longaniza • Bofe • Papa salada • Yuca • Plátano • Chicharrón • Carne de cerdo 						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
Calidad							Puntaje
Colectiva (14)							14
Tradicional (14)							12
Anónima (14)							14
Espontanea (14)							12
Popular (14)							14
							66
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)							12
Total							78
Diligenciado por:	Diego Hernández - Diego Florez			Fecha:	12/09/2018		

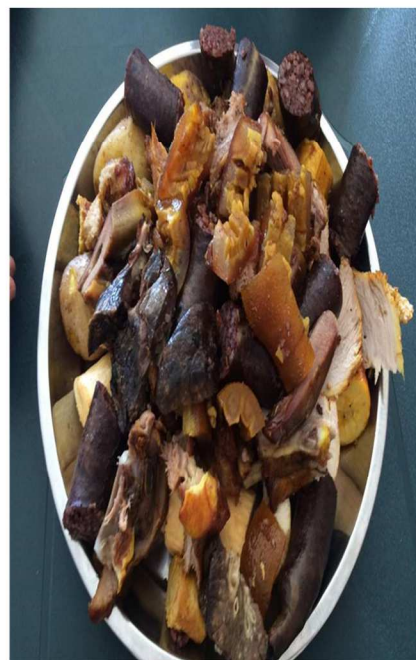


Figura 30. Picada de cerdo. Propia. (2018)

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Pan de Sagú								
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Ubaque						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	General								
1.5. Administrador o Propietario	No Aplica								
1.6. Dirección / Ubicación	No Aplica								
1.7. Teléfono / Fax	No Aplica								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	10 km desde Choachí	1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	No Aplica								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.6.2	La Gastronomía y los sabores culinarios							
2.2. Descripción	<p>Pan de sagú es una levadura que se obtiene del sagú (o achira) el sagú es un ingrediente que heredamos de nuestros antepasados, sirviendo de alimento a numerosas familias a través del siglo por ejemplo, este exquisito, delicioso y no tan común pan de sagú que es preparado en horno de leña su interior tiene cuajada. Por lo general se consume con bebidas calientes en el desayuno.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
Calidad									Puntaje
Colectiva (14)									9
Tradicional (14)									9
Anónima (14)									14
Espontanea (14)									14
Popular (14)									12
									58
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Intemacional (30)									12
Total									70
Diligenciado por:	Diego Hernández - Diego Florez				Fecha:	12/09/2018			

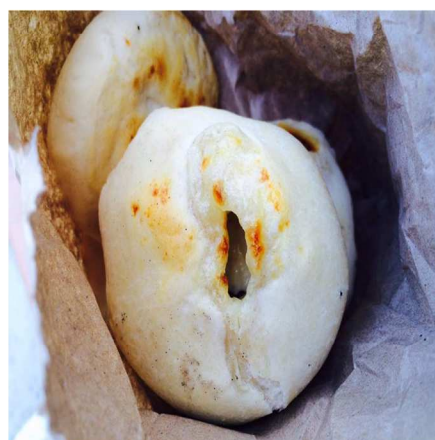


Figura 31. Pan de Sagú. Propia. (2018)

7.5 Análisis del perfil del turista y/o visitante del municipio de Ubaque

El presente perfil fue un estudio realizado por Barriga y otros¹, se realiza una encuesta con 29 preguntas a los turistas del municipio con el fin de determinar sus intereses, gustos y necesidades, el sistema de muestreo utilizado fue el probabilístico – aleatorio simple con un margen de error del 10%, las personas encuestadas fueron 68 debido a que no se tiene cifras claras y verídicas de la cantidad de turistas que visitan el municipio. Según (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

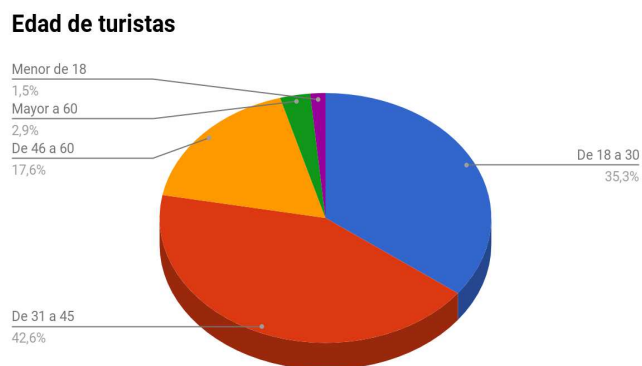


Figura 32. Edad de los turistas. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

En la gráfica de edades se resaltan que existen 3 grupos que contienen el mayor número de personas entrevistadas, el primero con un 42,6% que lo componen personas entre los 31 a los 45 años, el segundo en importancia es el grupo de 18 a 30 años con un 35,3% y el tercero con un 17,6% con personas entre los 46 a 60 años, son rangos de edades bastante grandes pero se puede tener una percepción de que el turista promedio de Ubaque es una persona de una edad adulta. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

¹ Las profesionales en turismo Laura Vanessa Barriga, Laura Marcela Gómez y Astrid Carolina Méndez de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca en coordinación del señor Julio Cesar Torrijos Lavado coordinador encargado de turismo del municipio de Ubaque

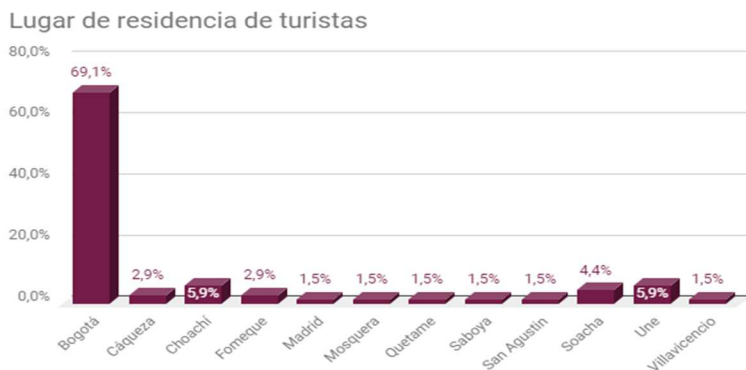


Figura 33. Lugar de residencia del turista. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

El municipio de Ubaque es visitado en su gran mayoría por turistas de la ciudad de Bogotá, ya que el 69% de las personas encuestadas provenían de la capital debido a su gran cercanía a esta, el 30,9% restante proviene de los municipios circundantes a Ubaque pero no existe un municipio en determinado que provea de turistas de igual o similar manera como lo hace Bogotá (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

Ocupación de los visitantes

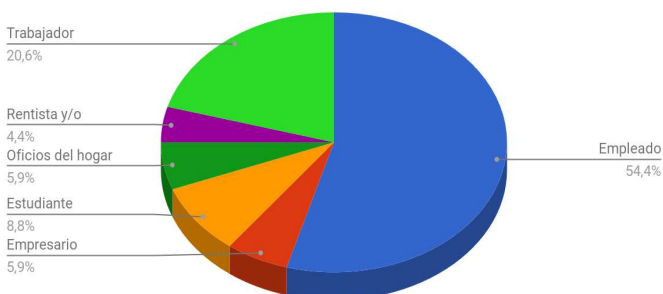


Figura 34. Ocupación de los visitantes. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

En cuestiones de ocupación laboral los turistas que visitan el municipio de Ubaque, están dentro de la población económicamente activa ya que cuentan con un trabajo formal o son empresarios de algún sector de la economía, se infiere que utilizan su tiempo libre para visitar municipios cercanos a su residencia. Según (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

Motivación de visita

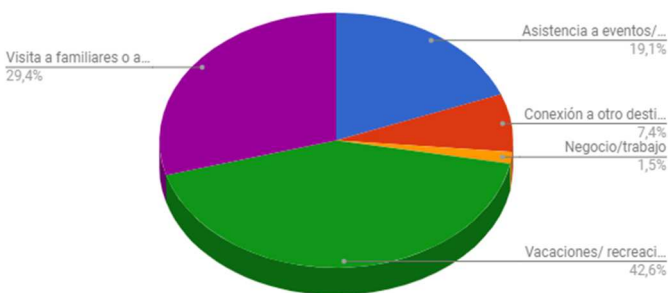


Figura 35. Motivación de la visita. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

El 42,6% de las personas encuestadas visitan el municipio de Ubaque por motivos de vacaciones y/o recreación, esto permite ver que las diversas actividades que ofrece el destino son un foco de atracción para turistas, cabe resaltar que el municipio tiene un auge en el desarrollo de eventos para la integración y a su vez se está convirtiendo en un destino de conexión con otras regiones del país. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

Primera vista al municipio

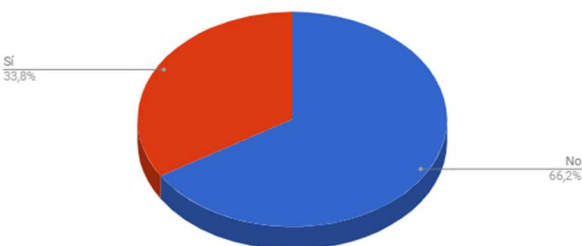


Figura 36. Primera visita al municipio. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

En cuestiones de primera visita al municipio el 33,8% de las personas encuestadas contestaron que si era la primera vez que conocían a Ubaque, esto demuestra que el grado de reconocimiento del municipio está creciendo paulatinamente. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

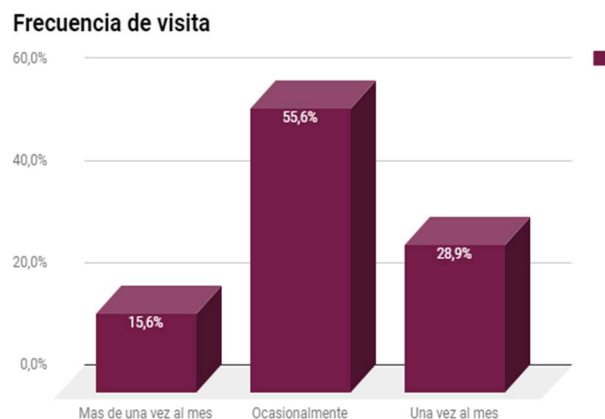


Figura 37. Frecuencia de visita al municipio. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

Según las personas encuestadas el 55,6% ocasionalmente visitan el municipio lo que demuestra que en reiteradas oportunidades hacen uso de alguno de los servicios que ofrece el destino y a su vez se genera una habitualidad de regreso al lugar. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

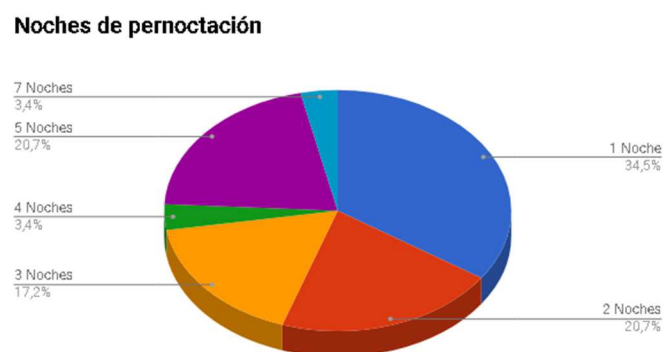


Figura 38. Tiempo en días de pernoctación. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

Los turistas que pernotan en el municipio con un 34,5% lo hacen por una noche siendo este el de mayor relevancia lo que permite analizar que el destino es un lugar de visitas cortas y si la estadía se prolonga es por motivos de ferias y fiestas o visita a familiares. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

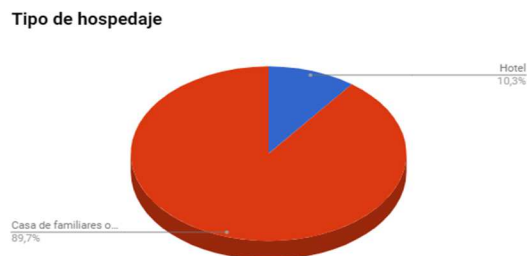


Figura 39. Tipo de hospedaje utilizado. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

En cuestiones del tipo de alojamiento que utilizan los turistas cuando se encuentran en el municipio en su gran mayoría con un 89,7% utilizan casa de familiares y/o amigos lo que indica que los servicios de hospedaje son poco recurrentes por motivos individuales de cada persona encuestada. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

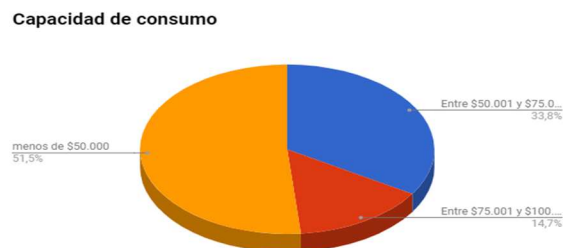


Figura 40. Capacidad de consumo. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

La cantidad de dinero que gasta el turista promedio que visita el destino se encuentra por debajo de los 50.000 pesos colombianos, esto se ve reflejado por la poca existencia de paquetes o productos turísticos consolidados y a su vez el turista hace un análisis de precio calidad por lo tanto su gasto es mínimo en comparación con los municipios cercanos a Ubaque. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

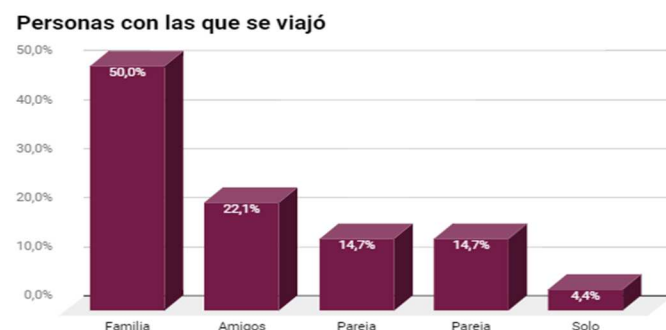


Figura 41. Tipo de persona que viajaba como acompañante. Plan de desarrollo turístico. (2018)

Las personas encuestadas realizan el viaje a Ubaque en compañía de familia con un 50% lo que posiciona el municipio como lugar de integración familiar, en segundo lugar se encuentran con un 22,1% el viaje realizado con amigos debido a motivos de cercanía a Bogotá y/o la práctica de alguna actividad física tal como el ciclomontañismo muy común en esta región del país. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

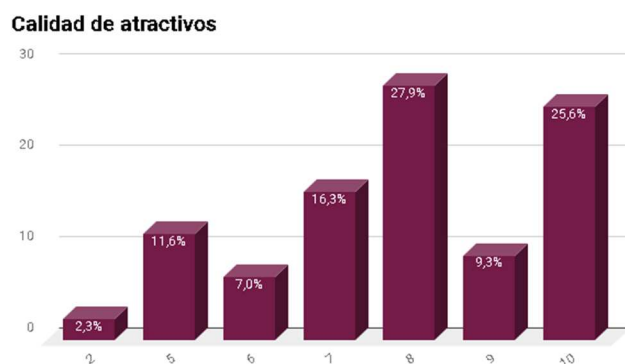


Figura 42. Calidad de atractivos turísticos. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

En lo relacionado con el tema de calidad de los atractivos se evalúa en una escala de 1 a 10 donde el 61% de las persas encuestadas creen que los atractivos que ofrece el destino se encuentran en condiciones aceptables de uso y conservación debido a la poca demanda que estos reciben siendo esto un valor agregado ya que se convierten en lugares de descubrimiento y apreciación para el turista. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

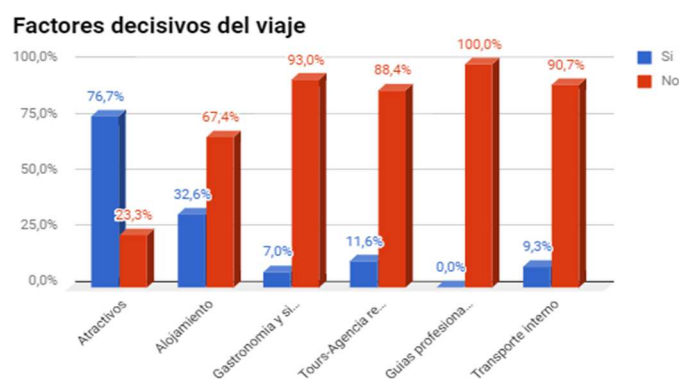


Figura 43. Factores de selección del municipio como destino. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

Como se refleja en la ilustración, se aprecia los motivos principales por los cuales los turistas viajan al municipio, siendo los atractivos turísticos el dato más destacado, pero esto no es lo más relevante que se muestra, también se analiza este factor es el principal potencial turístico de Ubaque, por lo que es donde se debe encaminar para realizar las estrategias de marketing del presente trabajo de investigación, sin embargo, no se puede dejar de un lado el Alojamiento ya que fue el segundo aspecto más importante escogido por los visitantes, por lo que se puede sugerir incentivar a la inversión de nuevos prestadores de servicios turísticos encaminados a la hotelería. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

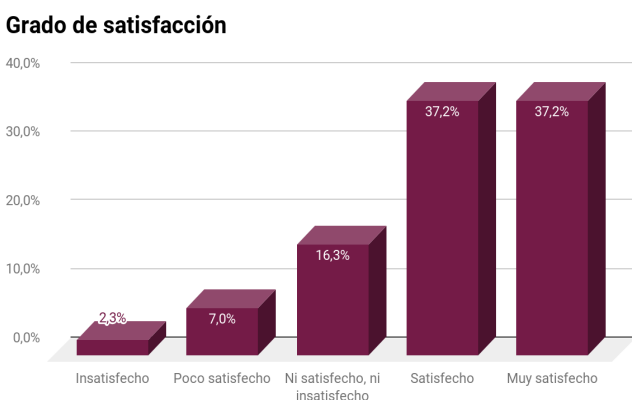


Figura 44. Calidad de servicios y atractivos del municipio. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

En cuanto al grado de satisfacción de los turistas los ítems “de muy satisfecho” y “satisfecho” sumados, muestran un total de 74.4% de los encuestados de acuerdo a su experiencia con los servicios que adquirieron en el municipio, es algo muy bueno ya que si se lograra generar una mayor visita en Ubaque, los visitantes en su mayoría quedarían felices con su paso por el lugar, aunque sin dejar a un lado que un total del 9.3% refleja un descontento, por lo que a pesar que en su mayoría sean buenos, hay que buscar el modo de mejorar esos aspectos que hicieron que los entrevistados eligieran el grado de satisfacción como “poco satisfecho” o “insatisfecho”. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

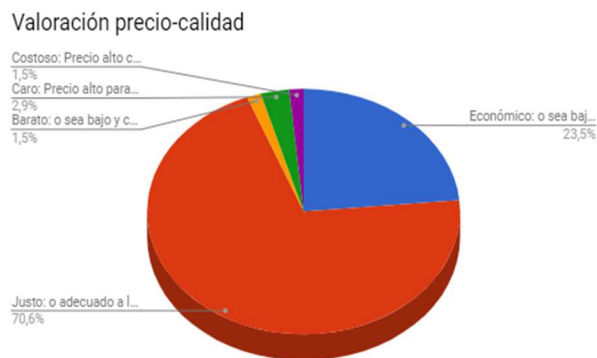


Figura 45. Valoración en relación calidad - precio. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

Tal y como muestra la ilustración, el 70,6% de los encuestados califica justo la relación precio-calidad en el municipio, por lo que se puede decir que es un lugar asequible en términos de prestadores de servicios turísticos para la mayoría del público en general, el siguiente 23,5% indicó que el precio es económico, quiere decir es bajo pero sin desmeritar la calidad, de lo anterior se deduce que en términos monetarios los viajeros califican económico estos datos por lo que el destino es de bajo costo. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

Experiencia de viaje

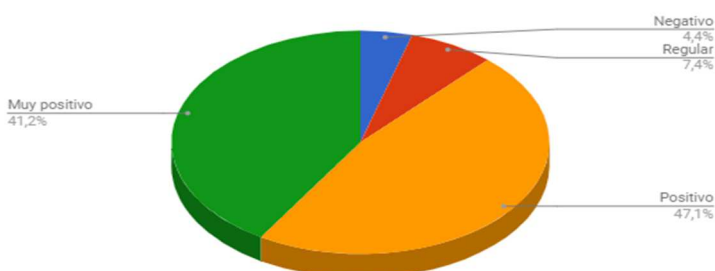


Figura 46. Experiencia de viaje. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

La travesía del turista tal y como se refleja en el gráfico anterior se aprecia que casi en su totalidad es buena debido a que el 88,3% del total de los encuestados califica como “muy positivo” y “positivo” su experiencia en el municipio, factor que no solamente debe mantener sino mejorar para tratar de que el 100% de los futuros visitantes califiquen muy positiva y positiva su experiencia en Ubaque. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

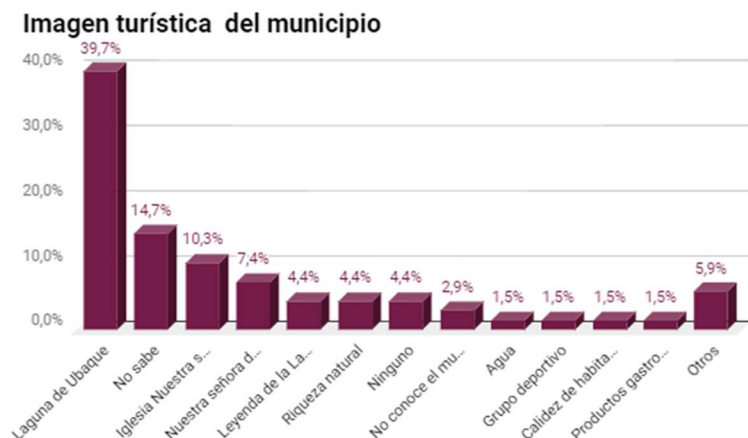


Figura 47. Imagen turística del municipio. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

Los turistas califican a la laguna de Ubaque como el atractivo más simbólico del municipio con gran diferencia con respecto a los otros aspectos debido a la gran acogida, reconocimiento que tiene en la provincia de oriente y el gran espacio e historia con el que cuenta el lugar, hay un poco de preocupación con un dato que muestra esta gráfica y es que el segundo aspecto más escogido por los turistas es el de que no identifican ningún ícono representativo en el municipio, por lo que se debe consolidar el destino con sus tradiciones, cultura, etc. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

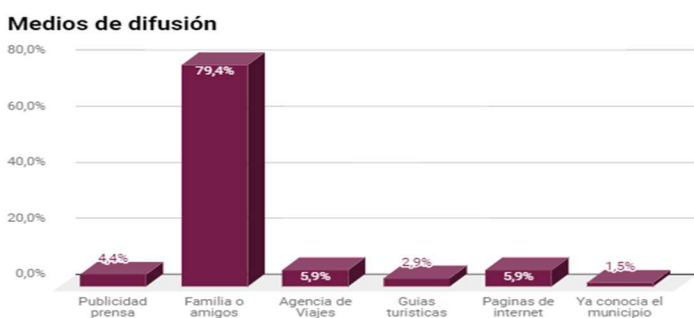


Figura 48. Medio de información del municipio. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

El medio más frecuente por el cual los viajeros se notifican de Ubaque es principalmente por el voz a voz entre familiares o amigos, cifra que como se aprecia en el gráfico es de un 79,4% de los encuestados, principalmente porque los familiares o cercanos viven o tienen un hogar de paso en el municipio, por lo que se debe impulsar e incentivar temas de publicidad para que el municipio cuente con mayor afluencia de turistas. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

Frecuencia de visita por motivación turística

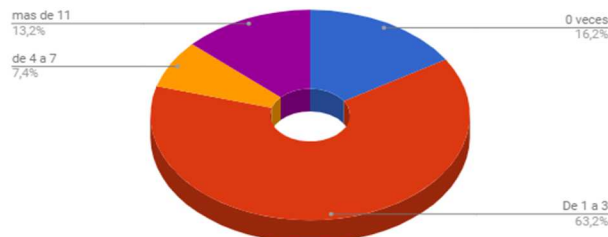


Figura 49. Frecuencia de visita por motivación turística. Plan de desarrollo turístico Ubaque. (2018)

Tal y como se aprecia en el gráfico, el 63,2% de los encuestados eligió el rango entre 1 a 3 noches principalmente elegido por los conocidos o familiares de los turistas que viven en el municipio y por el tamaño del casco urbano que al ser pequeño se puede recorrer en un tiempo no muy largo, los otros rangos fueron elegidos principalmente por personas que visitan al municipio por términos de descanso. (Alcaldía Municipal de Ubaque, 2018)

7.6 Análisis del perfil del turista

El anterior análisis del perfil del turista que como se menciona al inicio de este capítulo fue extraído del Plan de Desarrollo Turístico Ubaque 2019 – 2022 (documento no publicado), se tuvo en cuenta las variables de mayor importancia para el desarrollo del presente diagnóstico.

Se destaca que el mayor porcentaje de turistas oscilan entre los 25 a 40 años, su lugar de residencia es la ciudad de Bogotá, la mayoría cuentan con empleo formal, la mayor motivación que tienen al momento de visitar Ubaque es por vacaciones y/o recreación, la mayoría de los encuestados ya conocían al municipio con anterioridad debido a que lo visitan ocasionalmente, por lo general pernotan 1 noche y se hospedan en la casa de familiares, su mayor capacidad de consumo es menor de \$50.000, generalmente viajan en la familia, van al municipio principalmente por conocer y visitar los atractivos turísticos y tienen un grado de percepción de calidad del 8%, aceptan que los precios ofrecidos por parte de los prestadores de servicios es justo para lo que ofrecen, la experiencia del viaje fue positiva para casi todos los turistas, reconocen el municipio principalmente por la laguna del cacique, el medio por el cual conocen el municipio es por medio de familia o amigos, la frecuencia por motivos turísticos es de 1 a 3 veces y resaltan que si

volverían a visitar Ubaque, otra de las razones por las que más visitan el municipio es para visitar familiares o amigos cercanos que habitan allí .

De acuerdo con la información recolectada se procede a evaluar las variables del DOFA que se plantea en el plan de desarrollo turístico Ubaque 2019 – 2022 a través de la matriz de la evaluación de los factores internos y externos.

De acuerdo con (Talancón, 2006) define:

El procedimiento para la elaboración de una MEFI se constituye por cinco etapas, y la diferencia se tomará solamente para realizar la evaluación de las fortalezas y debilidades de la organización y los valores de las calificaciones son distintos: Es fundamental hacer una lista de las fortalezas y debilidades de la organización para su análisis, entre las que figuran:

1. Asignar un peso entre 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante), el peso otorgado a cada factor, expresa la importancia relativa del mismo, y el total de todos los pesos en su conjunto debe tener la suma de 1.0.
2. Asignar una calificación entre 1 y 4, en orden de importancia, donde el 1 es irrelevante y el 4 se evalúa como muy importante.
3. Efectuar la multiplicación del peso de cada factor para su calificación correspondiente, para determinar una calificación ponderada de cada factor, ya sea fortaleza o debilidad.
4. Sumar las calificaciones ponderadas de cada factor para determinar el total ponderado de la organización en su conjunto.

FACTOR A ANALIZAR	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
1. Adquisición de maquinaria moderna	.06	4	.24
2. El margen de utilidad subió a 6.94	.16	4	.64
3. la moral del personal es alta.	.18	4	.72
4. Sistema nuevo de informática.	.08	3	.24
5. La participación en el mercado se incrementó en un 24%	.12	3	.36
DEBILIDADES			
1. Demandas legales sin resolver.	.05	2	.10
2. La capacidad de la planta ha disminuido en un 74%.	.15	2	.30
3. Falta de un sistema para la administración estratégica.	.06	1	.06
4. El gasto para la investigación y desarrollo se ha incrementado en un 31%	.08	1	.08
5. Los incentivos para distribuidores no han sido eficaces.	.06	1	.06
TOTAL	1.00		2.80

Figura 50. Matriz MEFI. Fred R. David. (1997)

La suma total de la matriz anterior suma 2.80, arriba del promedio (2.5). Pero se encuentra en la explicación de David el mismo caso de la Matriz de Factores Externos, destacando que lo más importante no consiste en sumar el peso ponderado de las fortalezas y las debilidades, lo relevante es comparar el peso ponderado total de las fortalezas contra el peso ponderado total de las debilidades, determinando si las fuerzas internas de la organización en su conjunto son favorables o desfavorables, o si el medio ambiente interno de la misma es favorable o desfavorable. En el caso anterior, las fuerzas internas son favorables a la organización, con un peso ponderado total de 2.20, contra un 0.60 de las debilidades.

Una vez realizada la evaluación de los factores internos se procede a evaluar los externos, De acuerdo con (Talancón, 2006) afirma que:

La siguiente matriz es de evaluación de los factores externos como se aprecia en la siguiente figura, observando algunos cambios con respecto a las anteriores, ya que establece un análisis cuantitativo simple de los factores externos, es decir, de las oportunidades y las amenazas mediante el siguiente procedimiento:

1. Hacer una lista de las oportunidades y amenazas externas con que cuenta la empresa.
2. Asignar un peso relativo en un rango de cero (irrelevante) a 1.0 (muy importante), el peso manifiesta la importancia considerada relativa que tiene cada factor, soslayando que las oportunidades deben tener más peso que las amenazas, siendo necesario establecer que la suma de todas las oportunidades y las amenazas deben sumar 1.0.
3. Ponderar con una calificación de 1 a 4 para cada uno de los factores considerados determinantes para el éxito, con el propósito de evaluar si las estrategias actuales de la empresa son realmente eficaces, el 4 es una respuesta considerada superior, 3 es una respuesta superior a la media, 2 una respuesta de término medio y 1 una respuesta mala.
4. Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.
5. Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total del ponderado de la organización en cuestión.

FACTOR EXTERNO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1. El Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Canadá y México fomenta el crecimiento.	.08	3	.24
2. Los valores del capital saludables son	.06	2	.12
3. El ingreso disponible está creciendo en un promedio de 3% al año.	.11	1	.11
4. Los consumidores están dispuestos a pagar por empaques biodegradables.	.09	4	.36
5. El software nuevo puede aumentar el ciclo de vida del producto.	.09	4	.36
AMENAZAS			
1. Los mercados japoneses están cerrados para muchos productos norteamericanos.	.10	2	.20
2. El dólar ha ido perdiendo terreno frente al euro.	.12	4	.48
3. La República de Rusia no es políticamente estable.	.07	3	.21
4. El apoyo federal y estatal para las empresas está disminuyendo.	.13	2	.26
5. Las tasas de desempleo en el mundo han ido aumentando.	.10	1	.10
TOTAL:	1.00		2.44

Figura 51. Matriz MEFE. Fred R. David. (1997)

El total ponderado de 2.44 indica que dicha organización está por debajo de la media en cuanto al esfuerzo por seguir estrategias que permitan aprovechar las oportunidades externas y evitar las amenazas externas, la clave de la Matriz de Evaluación de los Factores Externos consiste en que el valor del peso ponderado total de las oportunidades sea mayor al peso ponderado total de las amenazas.

Al evaluar el ejemplo anterior el peso ponderado total de las oportunidades es de 1.19, y de las amenazas es de 1.25, lo cual establece que el medio ambiente externo es desfavorable para la organización.

7.7 Análisis de la matriz MEFI

Tabla 2

Matriz MEFI Fortalezas

<i>Matriz de la Evaluación de los Factores Internos (MEFI)</i>			
Fortalezas			
<i>Factor a Analizar</i>	<i>Peso</i>	<i>Calificación</i>	<i>Peso Ponderado</i>
Considerable presencia de recursos históricos ancestrales de carácter patrimonial inmueble en las veredas de Sabanilla, Belén y Guayacudo.	0,08	4	0,32
Las zonas rurales del municipio tienen un alto potencial natural y recursos susceptibles de aprovechar turísticamente.	0,09	4	0,36
Proyectos en marcha para mejorar la malla vial del municipio en vías terciarias urbanas y rurales.	0,05	2	0,1
Alto gasto turístico en gastronomía.	0,06	3	0,18
Alta participación de comunidad local en los establecimientos turísticos	0,05	2	0,1
Hay una comunicación asertiva y cooperación entre los PST del municipio.	0,05	2	0,1
Algunas veredas del municipio implementan Planes de gestión integral de residuos sólidos referidos a continuación como: (PGIRS), Planes de. Saneamiento y Manejo de. Vertimientos (PSMV) y Programa de uso eficiente y ahorro del agua - PUEAA procesos de reciclaje para la gestión de basuras, y manejo de vertimientos y gestión del recurso hídrico respectivamente.	0,05	2	0,1
Total			1,26

Nota. Propia. (2018)

El plan de desarrollo turístico de Ubaque plantea 7 fortalezas de las cuales se resaltan el potencial de las zonas rurales y naturales del municipio, siendo este factor el más importante debido a que la matriz MEFI y el diagnóstico en general refleja que el turismo en Ubaque se puede desarrollar mediante el aprovechamiento de los recursos y atractivos que este posee.

El segundo factor a resaltar es el tema arqueológico que se puede encontrar en algunas veredas del municipio gracias a que existieron comunidades indígenas que crearon figuras rupestres y esto puede generar al interés de un grupo determinado de personas.

Tabla 3

Matriz MEFI Debilidades

Matriz de la Evaluación de los Factores Internos (MEFI)			
Debilidades			
Factor a Analizar	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Falta de capacitación de talento humano en habilidades y competencias para atender las necesidades del desarrollo turístico.	0,05	2	0,1
Poca presencia de instituciones educativas que involucren procesos de capacitación turística o formación del sector.	0,05	2	0,1
No hay registro de turistas en el municipio, lo cual impide que se establezca un promedio de visitantes anuales con información real.	0,05	2	0,1
Falta mejorar las estrategias de promoción del municipio de forma efectiva en la que se involucre diferentes medios de comunicación como la página web o folletos turísticos informativos actualizados entre otros medios.	0,08	4	0,32
Escasa utilización de las TIC's y herramientas tecnológicas por parte de los prestadores de servicios turísticos existentes.	0,05	2	0,1
Poco reconocimiento a nivel departamental por parte de turistas, por ende, las visitas al municipio son limitadas.	0,06	3	0,18
Informalidad en el control y medición del grado de satisfacción del turista en su experiencia de viaje y calidad de los servicios por parte de los PST.	0,05	2	0,1
Desconocimiento y falta de asesoría de oportunidades de financiamiento de bajo costo y fácil acceso para la creación de empresa o formulación de proyectos para el sector turístico.	0,06	3	0,18
No hay capacitación por parte de los PST hacia la población local que emplean en temas que conciernen al ámbito turístico.	0,05	2	0,1
Pérdida progresiva de cultivos tradicionales como el fique, que repercute en la ausencia de actividades y venta de artesanías típicas del municipio.	0,07	4	0,28
Total	1		1,56
Sumatoria Total			2,82

Nota. Propia. (2018)

La segunda parte que comprende la matriz MEFI son las debilidades, cabe resaltar que el municipio tiene una mayor problemática interna, se resalta principalmente que no se cuenta con

una promoción que muestre al municipio competitivo turísticamente y esto se refleja en que existen pocas personas que lo conocen y viajan a Ubaque.

Cabe aclarar que se debe tener en cuenta la pérdida de cultivos tradicionales que destacan al municipio dentro de la provincia de Oriente, lo que afectaría en cierta medida a la identidad cultural de Ubaque.

Lo anteriormente analizado muestra que los factores internos son desfavorables para el municipio, según como (Talancón, 2006) califica los resultados que se obtienen en esta matriz, lo que indica que se debe priorizar el trabajo para eliminar y/o controlar los puntos débiles ya que estos le generan al municipio internamente falencias que no permiten el trabajo y mejora adecuada de las fortalezas.

7.8 Análisis de matriz MEFE

Tabla 4

Matriz MEFE Oportunidades.

<i>Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)</i>			
<i>Oportunidades</i>			
<i>Factor Externo</i>	<i>Peso</i>	<i>Calificación</i>	<i>Peso Ponderado</i>
La delimitación de zonas de páramo para la conservación de recursos hídricos del municipio.	0,16	3	0,48
Alianzas sectoriales con otros municipios para promover el turismo de la Región.	0,18	4	0,72
La proximidad del municipio a Bogotá permite que haya mayor facilidad de visita	0,15	3	0,45
Las diferentes instituciones públicas y privadas han identificado el turismo como una alternativa para el desarrollo local.	0,17	4	0,68
Total			2,33

Nota. Propia. (2018)

Se infiere en la matriz que se están empezando a generar alianzas con otros municipios, buscando con esto que los visitantes de otros lugares se enteren y deseen conocer más acerca de Ubaque, mediante elementos de publicidad escrita.

Las entidades públicas y privadas resaltan el potencial turístico con el que cuenta el municipio gracias a los diferentes tipos de atractivos y recursos que este tiene, esto es de vital importancia ya

que si se fomenta el turismo como una de las principales actividades de impulso para el desarrollo económico ayudará al crecimiento de Ubaque.

Tabla 5

Matriz MEF E Amenazas.

<i>Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)</i>			
<i>Amenazas</i>			
<i>Factor Externo</i>	<i>Peso</i>	<i>Calificación</i>	<i>Peso Ponderado</i>
El desarrollo y fortalecimiento de otras zonas con mejor planta turística y mayor formalidad en la prestación de servicios turísticos como los municipios aledaños.	0,13	3	0,39
Poco interés de inversión hacia el municipio, por falta de políticas a la atracción de capital de inversión.	0,12	3	0,36
Efectos del cambio climático en los ecosistemas del municipio.	0,09	1	0,09
Total	1		0,84
Sumatoria de totales			3,17

Nota. Propia. (2018)

En la segunda parte de la matriz MEF E aparece un factor preocupante para Ubaque ya que algunos de los otros municipios en la provincia de Oriente cuentan con mayores ventajas competitivas en términos de turismo debido a que estos cuentan con un mejor manejo e interés por temas relacionados a este.

Otro factor sobresaliente es el desinterés por invertir en el municipio debido a que Ubaque no cuenta con un plan de fomento establecido para entidades o personas que tengan el deseo de hacer parte de la oferta turística del municipio.

El resultado de la matriz muestra que los factores externos son muy favorables para el municipio debido a que el aspecto de oportunidad supera en 1,49 al de amenazas por lo que se debe trabajar con bastante detalle para consolidar las posibles ventajas de Ubaque frente al resto de los municipios cercanos.

De acuerdo con los datos e información recolectada se resalta que el municipio cuenta con una serie de atractivos y recursos que pueden ser utilizados para lograr potencializar y posicionar el municipio como lugar reconocido para realizar diferentes actividades y/o tipos de turismo, pero existe una gran falencia en temas de planeación por parte de la alcaldía ya que no se presentan actores que ayuden al mejoramiento de la misma.

8 Capítulo 2 Determinación de las tipologías turísticas para el municipio de Ubaque

Una vez consolidado el diagnóstico, se procede a establecer las tipologías turísticas que según (Ibáñez & Rodríguez Villalobos, 2010) la definen de acuerdo a las actividades de turismo que se realizan en el destino y estas se determinan mediante componentes de tiempo, ubicación y propósito de viaje. Cada modalidad turística se forma por un grupo establecido de actividades las cuales en el presente capítulo se van a proponer para el municipio de acuerdo a la información recolectada de los prestadores de servicios turísticos (PST), opinión de la oferta turística mediante entrevistas y algunos de los datos obtenidos en el diagnóstico turístico de Ubaque.

A continuación se muestra la información simplificada del inventario turístico mediante una tabla que identifica el tipo de atractivo, su nombre y puntaje obtenido que fue calificado bajo criterio propio según los componentes de accesibilidad, conservación e identidad con el destino.

Tabla 6

Clasificación atractivos Ubaque

Tipo de Atractivo	Nombre	Puntuacion
Naturaleza	Laguna Sagrada del Cacique Ebaque	51
Naturaleza	Cerro de Guayacundo	53
Naturaleza	Río Palmar	66
Naturaleza	Páramo de Cruz Verde	75
Artificial	pictogramas de Sabanilla y Belén	33
Artificial	Caminos Reales	23
Artificial	Santuario de Nuestra Señora de Belén	54
Artificial	Parque Municipal	52
Artificial	Plaza de Toros Municipal	26
Artificial	Estadio Municipal	33
Artificial	Polideportivo	36
Artificial	Plaza de Mercado	68
Artificial	Alcaldía de Ubaque	70
Artificial	Estación de policía de Ubaque	71
Artificial	Colegio Instituto Técnico de Oriente	72
Artificial	Casa de la Cultura de Ubaque	72
Humanos o Sociales	Leyenda Sagrada del Cacique Ebaque	45
Humanos o Sociales	Feria Agrícola, Exposición y Gastronómica Campesina	42
Humanos o Sociales	Fiesta y Caminata de Nuestra Señora de Belén	42
Humanos o Sociales	Picada de Cerdo	78
Humanos o Sociales	Pan de Sagu	70

Nota. Propia. (2018)

De acuerdo al resultado del inventario turístico del municipio, este cuenta con 4 atractivos de naturaleza, 12 atractivos artificiales y 5 atractivos humanos o sociales, los atractivos de naturaleza son los de mayor representación para el municipio debido a que estos son el principal foco que atrae a los visitantes, el de mayor puntaje es el páramo de Cruz Verde gracias a su conservación y

su fácil accesibilidad, el de mayor importancia para la comunidad y turistas es la laguna Sagrada del Cacique Ebaque, debido a sus aspectos históricos, culturales y naturales. En cuanto a los atractivos artificiales el de mayor representatividad es el Santuario de Nuestras Señora de Belén ya que es el único de su clase en la provincia de Oriente. De igual manera en los atractivos humanos o sociales se encuentra como principal actividad la fiesta y caminata de Nuestra Señora de Belén gracias a su trayectoria convirtiéndose en un símbolo de cultura para los residentes del municipio y devotos de la Virgen de Belén.

Teniendo en cuenta que los atractivos más representativos del municipio son los de naturaleza se puede empezar a deducir que Ubaque tiene un gran potencial para esta tipología de turismo y sus categorías.

El segundo aspecto que se tendrá en cuenta para la definición del tipo de turismo en Ubaque son las entrevistas realizadas a los propietarios de establecimiento de servicios turísticos² los cuales también ayudaran a la ratificación del perfil del turista que visita Ubaque.

Los entrevistados mencionan que no hay un perfil específico de turistas que marque una tendencia en las visitas a Ubaque, van desde niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, parejas y familias según (Guerrero & otros, 2018) dicho en otras palabras, no se ha tratado de segmentar a un mercado en cuanto a su condición de edad. En cuanto a la segmentación por ingresos de las personas se puede determinar un rango de estrato socio económico entre 3 y 4 ya que los precios que se manejan en estos establecimientos oscilan entre 20.000 y 90.000 COP por persona y noche según (Guerrero & otros, 2018) valor que no es muy grande comparados con los de otros destinos, por lo que una gran cantidad de personas que estén interesados en viajar a este municipio lo pueden lograr sin preocuparse en gran medida por un inmenso gasto en los hoteles.

En cuanto al lugar de procedencia del turista de Ubaque la gran mayoría son de Bogotá, debido a la cercanía con el municipio, otra parte de los visitantes son de Villavicencio ya que Ubaque cuenta con una vía alterna de acceso a la ciudad capital del departamento de Meta y se crea una relación comercial según (Espinoza, 2018). Otras ciudades de las cuales llegan otros turistas

² Miguel Guerrero 02/10/2018 dueño del Hotel Casa de Campo la Prosperidad ubicado en la vereda Romero Bajo del municipio de Ubaque. Martha Vargas 04/10/2018 dueña del Hotel Campestre las Palmas ubicado en la vereda Luciga del municipio de Ubaque. Alexander Rojas 13/10/2018 dueño del proyecto para la puesta en marcha de cabañas ecológicas en la laguna de Ubaque. Julián Mejía 13/10/2018 dueño del Hotel Indika Hospedaje ubicado en la vereda El Cacique. Nubia Espinoza Administradora del Hotel San Luis ubicado en el casco urbano del municipio

aunque no en gran medida son de Bucaramanga, Barranquilla y extranjeros principalmente de Europa según (Mejía, 2018).

En temas de motivo de visitas por los cuales el turista llega a Ubaque se mantiene una tendencia al descanso y esparcimiento familiar, realizar actividades deportivas en combinación con la naturaleza como lo son caminatas y ciclomontañismo y por ultimo realizar actividades de comercio según (Guerrero & otros, 2018).

Los turistas que hacen pernoctación en los hoteles del municipio de Ubaque según (Guerrero & otros, 2018) en su mayoría se hospedan una noche y esto es los fines de semana, la segunda tendencia que se maneja es que llegan muy temprano y se regresan ese mismo día en horas de la noche y también se presentan casos en las que las personas se quedan entre 3 y 4 noches, esto suele suceder cuando en el pueblo se realizan las ferias y fiestas o la caminata de Nuestra Señora la Virgen de Belén.

La tendencia que se marcó en cuanto con quien realiza el viaje al municipio según (Guerrero & otros, 2018) la mayoría viaja en familia compuesta por papa, mama e hijos o en parejas regularmente jóvenes con deseos de hacer actividades de naturaleza.

8.1 Interpretación de la tipología turística

Como tal se encontró que en el casco Urbano, solo hay 1 establecimiento que presta el servicio de alojamiento debidamente reglamentado bajo la ley, el resto de los entrevistados se encuentran alrededor de Ubaque distribuidos en diferentes veredas. Estos proyectos fueron ubicados en este municipio porque los encargados habitan y/o habitaron allí, su idea principalmente era aportar al lugar en el cual crecieron y ubicando sus proyectos en espacios que ya poseían o adquirieron con el tiempo.

A excepción del Hotel San Luís, ubicado en el casco urbano, todos los proyectos que ya están en funcionamiento y se tuvieron en cuenta en las entrevistas del presente documento, prestan servicios similares como lo es la alimentación, eventos, juegos de mesa, zona de camping, actividades ecológicas inclinadas hacia el senderismo, 3 de los hoteles prestan actividades de caminatas cada uno con rutas diferentes. Según (Guerrero & otros, 2018)

Un tema de vital importancia para la investigación y que se tuvo en cuenta para la aplicación de las entrevistas es ¿por qué Ubaque no es un sitio turístico tan reconocido? Se resaltaron varios aspectos que caben mencionarlos, por ejemplo para (Guerrero & otros, 2018) la falta de promoción en las actividades que se pueden realizar en Ubaque de acuerdo a los espacios que ofrece,

actividades inclinadas a lo ecológico, lo deportivo y lo Religioso, impulsar más estas iniciativas a los jóvenes que viven alrededor del municipio, también hubo respuestas las cuales son un tema delicado y es que a mediados de los 90 la guerrilla tuvo asentamientos en este sitio, incluso fue considerada como “zona roja” debido a la presencia del grupo armado en Ubaque, este factor hizo que muchas personas perdieran el interés de viajar por la carretera vía Bogotá – Choachí – Ubaque y que tomaran rutas alternas para llegar a otros sitios.

Cabe aclarar que también se habla de un déficit económico en el pueblo, el presupuesto destinado es muy poco y por ende no se puede invertir en actividades que puedan incentivar el turismo y la imagen del municipio a gran escala, según (Mejía, 2018)

Por último, la falta de señalización en las vías que sirven para dirigirse a Ubaque, en la carretera saliendo de Bogotá hay señalizaciones solo para sitios turísticos en Choachí y en ningún momento se menciona a Ubaque, por lo que hace que la gente que recorra este camino no se informe sobre el municipio y sus atractivos. Según (Mejía, 2018)

Se preguntó a los entrevistados ¿Qué actividades consideran pertinentes para incentivar el turismo en Ubaque? Esto mostro una tendencia principalmente a la combinación entre lo deportivo con lo histórico, actividades como el senderismo y el ciclo montañismo que se están realizando considerablemente en los últimos años en este destino, aunque en su mayoría son deportistas que realizan esto independiente de un operador turístico que ofrezca este tipo de actividades, hay entidades que ofrecen y venden estos paquetes pero no a gran escala según (Guerrero & otros, 2018).

Es fundamental impulsar el tema de senderismo fusionado con reconocimiento histórico ya que Ubaque hace parte de “La leyenda del dorado” y existen personas habitantes del municipio que conocen muy bien este tema, también hay caminos reales que usaron grupos indígenas como los muiscas y por estos caminos realizaron pictogramas, estos recursos pueden ser aprovechados para impulsar la actividad turística en el municipio. Según (Mejía & Rojas, 2018).

La laguna de Ubaque es el atractivo más reconocido del lugar, pero también se quería obtener información sobre que otros sitios pueden estar catalogados dentro de un reconocimiento turístico, a lo que los entrevistados hablaron principalmente de los cerros de Guayacundo, el Guinto y el Rio Palmar en los cuales se pueden obtener vistas increíbles y también realizar parapente y otras actividades de naturaleza, según (Guerrero & otros, 2018).

La definición de la tipología turística para el municipio de Ubaque mediante las entrevistas marca una tendencia entre la fusión de actividades de naturaleza e históricas incluyendo dentro de esta tipología la laguna, los cerros y las veredas que cuentan con los espacios históricos de la comunidades indígenas.

8.2 Plan de desarrollo turístico del departamento de Cundinamarca 2010 – 2019

En este se establece la creación de productos turísticos de naturaleza que incluya a la comunidad rural de las áreas de atractivos de valor natural, presenta las estrategias turísticas las cuales se dividen en 10 acciones, de estas corresponde las acción 3 la cual proponen la creación de Aventura extrema en Ubaque aprovechando la potencialidad del cerro de Guayacundo y la acción 5 integración de los caminos reales de Los Virreyes en Ubaque. Según (Ministerio De Comercio Industria Y Turismo , 2012)

8.3 Tipología

Tabla 7

Tipología turística Ubaque.

Tipo de Turismo	Definición	Autor	¿por qué?
Turismo de Naturaleza	Es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales	(OMT, 2002)	La Organización mundial del turismo OMT categoriza el turismo de naturaleza en tres tipos los cuales son, en la naturaleza, sobre la naturaleza y por la naturaleza, para el caso de Ubaque el más recomendable de acuerdo a los resultados del capítulo I y II es sobre la naturaleza que se puntualiza en “la realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos” según (OMT, 2012).
Turismo Cultural	Es aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines– a su mantenimiento y protección.	(UNESCO,1978)	Ubaque cuenta con una serie de atractivos y recursos vinculados con culturas indígenas que existieron antes y durante el proceso de colonización, siendo la laguna el centro de esta historia y el atractivo más reconocido del municipio, también se encuentran pictogramas y caminos reales de estas culturas, lo que genera un incentivo a las personas interesadas en los temas culturales de este lugar.

Nota. Propia. (2018)

9 Capítulo 3. Estrategia de marketing turístico para el municipio de Ubaque

Para el inicio de este capítulo se procederá a proponer estrategias de marketing para el mejoramiento de la actividad turística del municipio. Las estrategias se definen como un conjunto de acciones que están orientadas a cumplir con un fin previamente establecido y estas cuentan con características de tiempo y lugar, según (Contreras Sierra, 2013).

Ya establecido una idea general de lo que es una estrategia, es importante concretar una idea de lo que es estrategia de marketing que según (Ferrell & Hartiline, 2006) es un tipo de estrategia que está destinada a definir el mercado meta, posicionamiento en el mercado, la utilización del marketing mix, y la determinación presupuestal de dicha estrategia.

Para Ubaque se propone la creación de estrategias que permitan su competencia en el mercado turístico que según (Best, 2007) se dividen en estrategias básicas que se toman como las estrategias macro las cuales muestran la idea global, luego se define el objetivo estratégico de estas y por último las subestrategias o estrategias micro que muestran las acciones para desarrollar dichas estrategias.

Tabla 8

Cuadro de estrategias.

<i>Estrategias</i>	
<i>Estrategia Básica (Macro)</i>	
Invertir para aumentar las ventas en el mercado turístico de la provincia de Oriente	Invertir para mejorar la posición competitiva
<i>Objetivo Estratégico</i>	
Crecer en el mercado existente	Mejorar la calidad de servicios
<i>Subestrategias (Micro)</i>	
Mejorar la imagen turística del destino Identificar la segmentación del mercado turístico del municipio	Analizar las fortalezas turísticas de un municipio en Cundinamarca mediante Benchmarking funcional

Nota. Propia. (2018)

Tabla 9
Propuesta de Estrategias “1”.

Estrategia	Objetivo	Acción	Descripción	Indicador
	Proponer una imagen que identifique al municipio como un destino natural y cultural en la provincia de Oriente.	Logo	Se busca proponer un cambio de la marca turística con la que cuenta el municipio con el fin de que genere una mayor recordación en los turistas.	$\frac{\# \text{ de personas que reconocen el logo}}{\# \text{ de personas encuestadas}}$
Mejorar la imagen turística del destino	Establecer un slogan que resalte las potencialidades turísticas del destino.	Slogan	Mediante una frase distintiva para el municipio de Ubaque generar una recordación junto a la imagen.	$\frac{\# \text{ de personas que identifican el slogan}}{\# \text{ de personas encuestadas}}$
	Crear un perfil en las redes sociales de Instagram y Facebook para el municipio y así complementar su imagen turística.	Perfil de Instagram y Facebook	En esta acción se pretende la creación del perfil oficial del municipio (Instagram y Facebook) cual se promocionen las diferentes atractivos, actividades y prestadores de servicio turístico del municipio.	$\frac{\# \text{ de personas que conocen las redes sociales de Ubaque}}{\# \text{ de personas encuestadas}}$
Plantear una propuesta de estudio de mercado para la segmentación del mercado turístico para el municipio de Ubaque.	Definir la segmentación geográfica para el mercado turístico del municipio de Ubaque.	Segmentación geográfica	Clasificar los turistas según sus variables geográficas como país, región, departamento, provincia y municipio.	$\frac{\# \text{ de turistas Nacionales}}{\# \text{ total de turistas encuestados}}$
	Realizar la segmentación demográfica para el mercado turístico del municipio de Ubaque.	Segmentación demográfica	Catalogar los turistas según sus variables demográficas como edad, género, tamaño familiar, la renta, la profesión, la educación, la nacionalidad.	$\frac{\# \text{ de turistas entre las edades de 0 a 5 años}}{\# \text{ total de turistas encuestados}}$
	Desarrollar la segmentación psicográfica para el mercado turístico del municipio de Ubaque	Segmentación psicográfica	Separar a los turistas según su clase social, estilo de vida y características de personalidad.	$\frac{\# \text{ de turistas interesados por temas culturales}}{\# \text{ total de turistas encuestados}}$
Analizar las fortalezas turísticas de un municipio en Cundinamarca mediante Benchmarking funcional	Investigar los factores turísticos que necesitan una mejora en Ubaque	Plan de investigación turístico	Identificar las debilidades turísticas del municipio y priorizar las de mayor importancia	$\frac{\# \text{ de Fortalezas Turísticas}}{\# \text{ de Debilidades Turísticas}}$
	Analizar un municipio turísticamente consolidado en el departamento de Cundinamarca	Documentación informativa del municipio a escoger	Sustraer información que permita resaltar las fortalezas del municipio a escoger	$\frac{\text{Información Viable}}{\text{Información Recolectada}}$
	Consolidar los hallazgos de las acciones anteriores para decidir las propuestas de mejora en el municipio de Ubaque	Informe de los resultados obtenidos	Elaborar un documento en el que se ilustre la información recolectada de ambos municipios para el desarrollo del Benchmarking	$\frac{\# \text{ de Acciones elegidas}}{\# \text{ de Acciones obtenidas}}$

Nota. Propia. (2018)

De acuerdo con la tabla se plantean 3 estrategias que tiene como finalidad ubicar al municipio como uno de los más competitivos en temas de turismo en la provincia de Oriente, esta tabla muestra la estrategia micro la cual se divide en tres objetivos, cada uno de estos objetivos tiene una acción que lo define, se presenta la descripción de la acción, un indicador para medir que tan efectiva fue esta.

Tabla 10

Propuesta de Estrategia "2".

Acción	Meta	Periodo de Ejecución			Recursos			Presupuesto
		Corto	Mediano	Largo	Humanos	Tecnológicos	Financieros	
Logo	Definir el logo	X			X	X	X	\$ 500.000
Slogan	Establecer slogan	X			X	X	X	\$ 200.000
Perfil de Instagram y Facebook	Crear Redes sociales	X			X	X		\$ 0
Segmentación geográfica	Desarrollar segmentación geográfica		X		X	X	X	
Segmentación demográfica	Emplear la segmentación demográfica		X		X	X	X	\$ 1.800.000
Segmentación psicográfica	Seleccionar segmentación psicográfica		X		X	X	X	
Plan de investigación turístico	Definir los problemas turísticos de Ubaque			X	X	X	X	—
Documentación informativa del municipio a escoger	Consolidar el mayor numero de información posible acerca del otro municipio			X	X	X	X	—
Informe de los resultados obtenidos	Proponer un plan de acción para el desarrollo turístico de municipio de Ubaque			X	X	X	X	—

Nota. Propia. (2018)

La segunda parte de la tabla la compone de la descripción de la meta a alcanzar con un periodo de tiempo determinado, y se establecen los recursos que se necesitaran y se propone un valor para desarrollar dicha estrategia, estas están divididas en corto, mediano y largo plazo, para este proyecto se desarrollará el mejoramiento de la imagen turística del destino la cual propone 3 acciones: logo, slogan y perfiles en redes sociales con el fin de proponer una marca turística que ayude al posicionamiento del municipio en la provincia de Oriente en temas relacionados con el turismo.

9.1 Mejorar la imagen turística del destino

9.1.1 Logo.

El municipio de Ubaque cuenta ya con un logo que a su vez lo utilizan como marca turística, pero este no enseña un mensaje claro de los factores diferenciadores con los que cuenta el municipio, por ende se diseñan unas propuestas de logo con el objetivo de crear una imagen que refleje la identidad del municipio en cuanto aspectos naturales, culturales y los tipos de turismo que se puede impulsar en el municipio.

A continuación se muestra el logo que la alcaldía a establecido para promocionar el municipio, como se aprecia en este, la imagen de la marca no es clara al transmitir la información de identidad del municipio ya que esta imagen es la representación de una figura muisca llamada tumbaga, en este logo se busca resaltar el tema ancestral relacionado a la Leyenda del Dorado, sin embargo la caligrafía utilizada es confusa al momento de ser leída.



Figura 52. Logo Ubaque, Alcaldía municipal, (2018)

Por consecuencia, se diseñan diferentes propuestas para la implementación de un logo que sea la marca turística del municipio de Ubaque y esta genere una recordación en las personas que visitan el lugar, los factores a tener en cuenta son las actividades turísticas que se pueden practicar en el municipio en temas relacionados con el turismo de naturaleza y el turismo cultural. En las siguientes figuras se muestran los diferentes diseños de logo preestablecidos que sirven de boceto para la unificación de una imagen distintiva.



Figura 53. Prototipos de logo 1. Propia. (2018)

Con la intención de crear unos prototipos de logo estos fueron los primeros resultados que se obtuvieron donde se buscaba reflejar los temas de cultura y naturaleza con la ayuda de figuras muisca representativas y los atractivos principales del municipio.



Figura 54. Prototipos de logo 2. Propia. (2018)

Después de un análisis de los resultados de los primeros prototipos se determinó un estilo donde se refleje el principal cerro de Ubaque llamado Guayacundo la inclusión de la forma de la laguna del cacique y las letras con curvas dinámicas donde resalte el color dorado que genera esa relación con la mitología muisca.



Figura 55. Propuesta de logo Ubaque. Propia. (2018)

Una vez determinadas las características del logo y realizadas las combinaciones posibles, este es el resultado obtenido donde se rescata el cerro de Guayacundo y la laguna del cacique los dos principales atractivos turísticos del municipio, se establece el color dorado que resalta la “Leyenda del Dorado”, el color verde debido a su biodiversidad y el color azul por su riqueza hídrica. La figura que se encuentra en la parte media de la letra U hace parte del alfabeto muisca la cual es la representación de la “U”

9.1.2 Slogan.

La segunda acción a proponer es la creación de un slogan que ayude a fortalecer el logo (ver figura 59) en este se busca una frase corta y concisa que motive el interés de los turistas que tenga contacto con este, se utiliza la técnica de ritmo y rima jugando con las palabras para generar recordación e impacte de forma positiva en la memoria de corto plazo de las personas.

Se diseñan 10 prototipos de slogan donde se pretende tener en cuenta los temas de cultura y naturaleza que son las palabras de la tipología de turismo que se propone en el municipio de Ubaque Cundinamarca.

Tabla 11

Prototipos de slogan.

Prototipos de Slogan	
Tranquilidad en la amabilidad	Destino de paz
Tierra sagrada	Magia, naturaleza y cultura
Destino natural y cultural	Nuestra historia perdura, vive en la naturaleza y cultura
Donde nace el universo	Diversidad cultural y natural
Tradición, naturaleza y cultura	Tierra de riqueza, historia, cultura y naturaleza

Nota. Propia. (2018)

A partir de estos prototipos se tuvo en cuenta la frase con mayor dinamismo y que se relacione con la imagen del logo, es por eso que se selecciona “Nuestra historia perdura, vive en la naturaleza y cultura” como slogan para la propuesta de imagen, por consiguiente se realizan las siguientes propuesta de logo con el slogan.



Figura 56. Propuesta de slogan con logo. Propia. (2018)

Para finalizar con lo propuesto en la anterior figura, se elige por su armonía con el logo y el tipo de letra usado el prototipo número 2 por el dinamismo y la estética que tiene con este.

9.1.3 Redes sociales.

La última acción de la estrategia de mejoramiento de imagen es la creación de redes sociales en las aplicaciones de Facebook e Instagram siendo estas las de mayor número de usuarios a nivel global y la de mayor importancia en temas de posicionamiento y plataforma de publicidad gratuita.

Con esta acción se busca aumentar la visibilidad de la marca que se está proponiendo en la estrategia, el uso de estas redes sociales como herramienta de publicidad permite mejorar la reputación on-line del municipio, abrir nuevas posibilidades de mercado, facilitar vías de comunicación para los interesados en visitar el municipio ya que estas no tiene fronteras de espacio y tiempo, facilitan el estudio de la competencia, ayudan a conocer lo que quiere, necesita y demanda el público objetivo y sirve para generar una fidelización de los turistas con el municipio.



Figura 57. Facebook Ubaque. Propia. (2018)

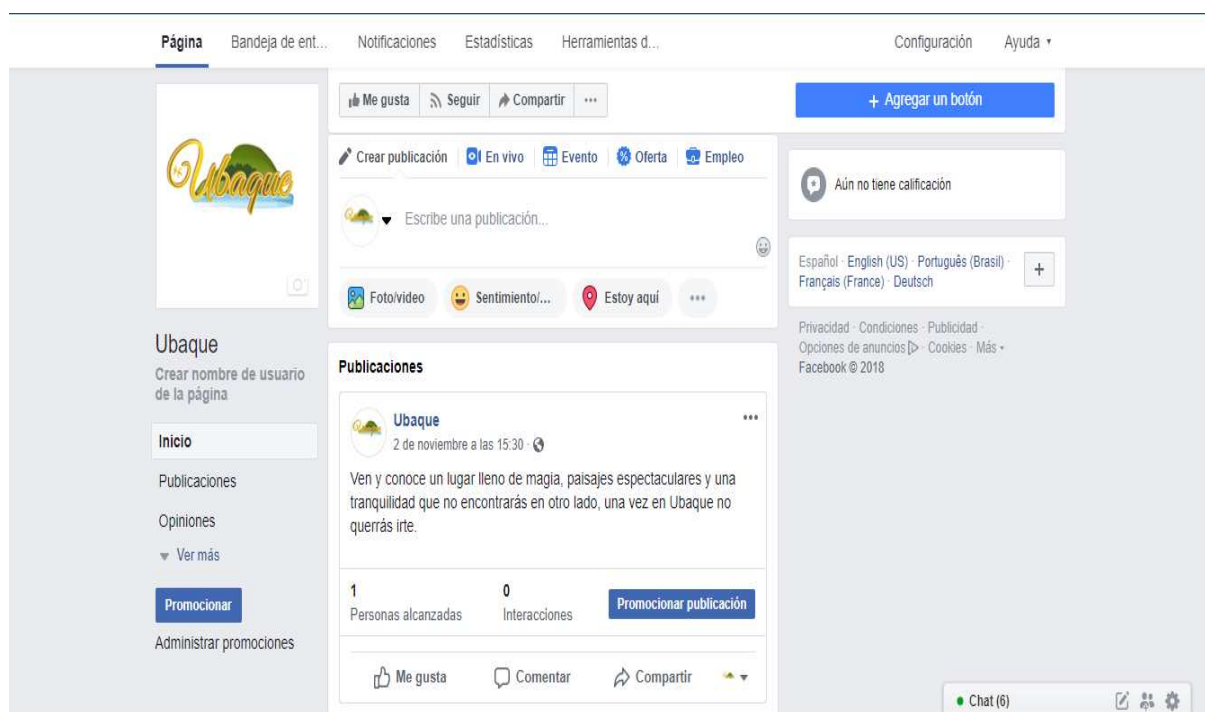


Figura 58. Facebook Ubaque. Propia. (2018)



Figura 59. Instagram Ubaque. Propia. (2018)

En Instagram y Facebook se destaca la ubicación del municipio para que las personas que visiten la página conozcan con exactitud donde se encuentra Ubaque, a su vez se publican las fotos de los principales atractivos turísticos, hoteles y sitios de interés para el conocimiento de los visitantes convirtiéndose en un foco de información turística del municipio donde también se podrá resaltar las actividades de integración cultural tales como la caminata en honor a la virgen de Belén y la fiesta del Campesino.

9.2 Plantear una propuesta de estudio de mercado para la segmentación del mercado turístico

9.2.1 Segmentación.

Para el municipio de Ubaque se propone el desarrollo de un estudio de mercado el cual según (Best, 2007) es la recolección de información relevante compuesta por datos externos e internos que ayudan a la toma de decisiones de forma eficiente. La herramienta a utilizar para este estudio de mercado es una segmentación que reúnan las características principales de los turistas en temas de necesidades, comportamiento y características de identificación.

Tabla 12

Variables de Segmentación

Variables de Segmentación		
Geográficas	Demográficas	Psicográficas
País	Edad	Actitudes
Ciudad	Genero	Actividades
	Renta	Intereses
	Situación Marital	Motivaciones
	Educación	
	Ocupación	

Nota. Propia. (2018)

Las variables que se deberán tener en cuenta para realizar dicha segmentación son geográficas, demográficas y psicográficas las cuales determinaran el lugar de procedencia del visitante, su características y rasgos distintivos y los comportamientos y gustos que estos poseen.

Se recomienda que este proceso se dirigido y realizado por empresas especializadas que desarrollen un cuestionario donde se expongan el mayor número de variables y se aplique a un grupo considerable de turistas.

9.3 Análisis de las fortalezas turísticas de un municipio en Cundinamarca mediante Benchmarking funcional

El Benchmarking funcional se define según (Gómez & González, 2012) como la identificación practica más exitosa de otra empresa que para este caso seria del municipio, no necesariamente debe ser líder en todos sus campos pero por lo menos debe serlo en un área específica de interés. Esta herramienta se divide en 3 fases las cuales se aplicaran a Ubaque de la siguiente manera:

9.3.1 Plan de investigación turístico.

Para el desarrollo de la última estrategia se propone definir los factores a investigar en el municipio de Ubaque, estos factores deberán ser viables y factibles debido a que se debe manejar datos concretos para conseguir mejores resultados al momento de aplicar el Benchmarking funcional, para definir los datos que se trabajaran del municipio se deberá tener en cuenta una serie de requisitos los cuales caben resaltar: información que se encuentre al alcance de todos, estudios de los factores competitivos del municipio a evaluar, esquema que facilite los datos internos de Ubaque, etc.

9.3.2 Documentación informativa del municipio a escoger.

En esta fase se busca como Ubaque puede adoptar a su desarrollo turístico las ventajas y fortalezas de un municipio ya consolidado en el municipio de Cundinamarca, según los actores se establecen dos pasos para el desarrollo de la acción.

1. Determinar la brecha del desempeño actual, la cual radica en analizar las prácticas que realiza el municipio ya consolidado y que factores pueden ser similares para el beneficio de Ubaque. Dependiendo de los resultados obtenidos se puede establecer que el municipio tenga una brecha negativa, positiva o en igualdad de condiciones, esto ayudara a entender en qué posición se encuentra el municipio en relación al otro.
2. Se deberá realizar un pronóstico del posible desempeño en el futuro, los actores establecen el manejo de estos datos mediante un gráfico el cuales está compuesto por 3 elementos fundamentales, productividad histórica, brecha de benchmarking y productividad futura.

9.3.3 Informe de los resultados obtenidos.

Una vez recolectada la información de las acciones anteriores, se realiza un documento en donde se evidencien las propuestas a realizar para la mejora en el desarrollo turístico de Ubaque. Es de vital importancia generar canales de comunicación buscando con esto un cambio regular con las propuestas seleccionadas y como se van a cumplir.

Por último se debe buscar que sea un proceso continuo en el que se lleven a cabo las acciones y a la vez este sea supervisado. Es necesario tener unas pautas de realización del trabajo y un líder que asegure que se están obteniendo buenos resultados, por esto cabe aclarar que deberá consolidar un proceso continuo de investigación interna en el municipio, buscando con esto localizar posibles cambios que puedan desarrollar un retroceso en la estrategia de Benchmarking.

9.4 Presupuesto

23114	PROMOCION DEL DESARROLLO TURISTICO	15,000,000.00
2311401	2.7.1.2 Formulación e Implementación del Plan de desarrollo turístico municipal	15,000,000.00
23115	ATENCIÓN A GRUPOS VULNERABLES	76,100,000.00
2311501	1.1.5.2 Dar continuidad al programa "Más Familias en acción"	15,000,000.00
2311502	1.2.1.6. Apoyo a la discapacidad	28,000,000.00
2311503	1.2.2.1. Protección y garantía de derechos para los niños, niñas y adolescentes	10,000,000.00
2311504	1.2.4.1 Redes	5,000,000.00
2311505	1.3.3.3 Mujeres Emprendedoras	7,000,000.00
2311506	1.3.3.4 Realización del Evento Carrera de la Mujer	3,000,000.00
2311507	1.4.1.1 Cumplimiento de las acciones, programas y proyectos establecidos en el PAT - Víctimas	10,000,000.00

Figura 60. Fragmento presupuesto Ubaque. Consejo municipal. (2017)

Se tuvo en cuenta para las anteriores estrategias el presupuesto general de rentas y gastos para la vigencia fiscal del 2018 del municipio de Ubaque, el cual destina para la promoción turística un total de 15'000.000 COP, estas propuestas tienen un valor de 2'500.000 COP cifras que salieron de varias cotizaciones de empresas expertas en investigación de mercados, esto es para el caso de las dos primeras propuestas, en la tercera propuesta no es posible colocar un valor monetario debido al SENA al momento de solicitar este servicio generara el valor correspondiente para dichas capacitaciones.

10 Conclusiones

Como se puede apreciar en el presente documento, Ubaque es un municipio que tiene potencial para ejercer la actividad turística, aunque hay poco interés por parte de la comunidad y gobierno local, cabe resaltar que las pocas personas que reconocen este destino lo hacen por la laguna que es su principal atractivo, a pesar de que es un factor que puede atraer varios turistas, también debe tenerse en cuenta que se deben promocionar otros sitios como lo son los Cerros de Guayacundo y el Guinto y los pictogramas en las veredas de Belén y Sabanilla, entre otros.

Según con la información recolectada en el diagnóstico turístico y las entrevistas a los PST del municipio, se establecen que el turismo cultural y de naturaleza son las tipologías turísticas más adecuadas de acuerdo a los atractivos y recursos con los que cuenta Ubaque puesto que en estos se practican actividades deportivas como lo es el senderismo y el ciclomontañismo, de igual manera se tienen en cuenta actividades culturales relacionadas a la tradición e historia ancestral de las tribus muiscas que habitaron allí.

Las estrategias que se proponen son el resultado del análisis de la información de los primeros dos capítulos las cuales ayudaran al posicionamiento de la imagen turística del municipio, teniendo en cuenta que la primera estrategia “mejorar la imagen turística del destino” es en la que se realiza mayor énfasis debido a que esta propuesta busca el lanzamiento de una nueva marca en el mercado que genere mayor valor al municipio y un vínculo emocional del turista hacia Ubaque, mostrándolo como un destino con una identidad que le permita diferenciarse de los demás municipios de la provincia de Oriente.

11 Recomendaciones

Con estas estrategias de marketing turístico no solo se busca el posicionamiento del municipio en la provincia de Oriente, también se pretende la intervención del gobierno local para el desarrollo de estas propuestas buscando promover el turismo en Ubaque, al mismo tiempo se quiere que la comunidad haga parte del proceso turístico ya que ellos se pueden ver beneficiados debido a que el turismo puede incentivar la economía del municipio.

Es pertinente que el municipio destine un mayor valor a la promoción en el desarrollo turístico teniendo en cuenta que existen varias propuestas que se pueden implementar, por ejemplo, atraer a personas y compañías que inviertan en el municipio para que estas ayuden a equilibrar los gastos y costos destinados a esta actividad.

En definitiva Ubaque cuenta con vocación para realizar turismo, solo hace falta crear conciencia a la población local y alcaldía de las ventajas que puede generar tanto a los locales como a los turistas, todo esto con ayuda de una buena organización puede impulsar el destino como el más reconocido en la provincia de Oriente turísticamente hablando, creando en los visitantes recordación y que recomienden el municipio como un destino necesario dónde realizar actividades de naturaleza y cultura.

12 Referencias

- Aire, G., & Nicolau, K. (Abril de 2010). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000200005
- Alberca Sialer, F. A. (2014). *usmp.edu.pe*. Obtenido de usmp.edu.pe: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1453/3/alberca_sf.pdf
- Alcaldía de Ubaque - Cundinamarca. (31 de Agosto de 2017). *Ubaque-cundinamarca.gov.co*. Obtenido de www.Ubaque-cundinamarca.gov.co: http://www.ubaque-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml
- Alcaldía Municipal de Ubaque. (2018). *Alcaldía Municipal de Ubaque*. Obtenido de Alcaldía Municipal de Ubaque: [file:///C:/Users/d-ale/Downloads/Mapa%20cuarto%20pliego%20final%20\(2\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/d-ale/Downloads/Mapa%20cuarto%20pliego%20final%20(2)%20(1).pdf)
- Alcaldia Municipal de Ubaque. (2018). *Plan de Desarrollo Turístico Ubaque*. Ubaque.
- Best, R. J. (2007). *Marketing Estratégico*. Madrid: Prentice Hall.
- Cárdenas Tabares, F. (2004). Producto Turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño. En F. Cardenás Tabares, *Producto Turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño* (pág. 14). México: Trillas.
- Contreras Sierra, E. R. (23 de Julio de 2013). *redalyc.org*. Obtenido de redalyc.org: <http://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- Covarrubías Ramírez, R. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. México: eumed.
- De la Colina, J. M. (2013). *udea.edu.co*. Obtenido de udea.edu.co: http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2541/1/delaColinaJuan_marketingturistico.pdf
- Dirrección de Desarrollo Territorial Sostenible Grupo de Estudios Territoriales. (15 de Junio de 2015). *Departamento Nacional de Planeación*. Obtenido de Departamento Nacional de Planeación: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Territorial/Tip-FormatoPublicacion%20%28tipolog%C3%ADas%29%2023.pdf?Web>

- Fernández Lorenzo, A. (Enero de 2012). *EscueladeOrganizaciónIndustrial.es*. Obtenido de EscueladeOrganizaciónIndustrial.es:
http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf
- Ferrell, O., & Hartiline, M. (2006). *Estrategia de Marketing*. México: Cengage Learning. Obtenido de <http://www.marketing-free.com/glosario/estrategias-marketing.html>
- Gómez, R., & González, V. (julio de 2012). *riull.ull.es*. Obtenido de riull.ull.es:
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1342/Benchmarking.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ibáñez, R., & Rodríguez Villalobos, I. (2010). *gob.mx*. Obtenido de gob.mx:
<https://micrositios.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>
- Kotler, P., T. Bowen, J., C. Makens, J., García de Madariaga, J., & Florez Zamora, J. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Pearson.
- Ministerio De Comercio Industria Y Turismo . (julio de 2012). *Mincit.gov.co*. Obtenido de www.mincit.gov.co:
<http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=65678&name=CUNDINAMARCA-JULIO-2012.pdf&prefijo=file>
- Ministerio De Comercio, I. y. (Agosto de 2014). *Mincit.gov.co*. Obtenido de www.mincit.gov.co:
http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN_SECTORIAL_DE_TURISMO_2014-2018_16_DE_SEPTIEMBRE_DE_2014.pdf&prefijo=file
- Ricaurte Quijano, C. (2009). *Rio Negro Universidad Nacional*. Obtenido de Rio Negro Universidad Nacional:
<http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- SECTUR, S. d. (2004). *www.gob.mx/sectur/*. Obtenido de www.gob.mx/sectur/:
<https://www.gob.mx/sectur/>
- Talancón, H. P. (Septiembre de 2006). *eco.mdp.edu.ar*. Obtenido de eco.mdp.edu.ar:
<https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>

13 Anexos

Entrevista 1

Miguel Guerrero 02/10/2018 dueño del Hotel Casa de Campo la Prosperidad ubicado en la vereda Romero Bajo del municipio de Ubaque.

¿Cuál es el nombre del proyecto y que es lo que hace?

Bueno el proyecto es la casa de campo la prosperidad, está ubicado en la vereda romero bajo del municipio de ubaque Cundinamarca, romero bajo es como su nombre lo indica es una de las veredas bajas del pueblo y está muy pegada al rio blanco y negro que baja de los otros dos pueblo vecinos el sector está catalogado como uno de los más calientes de ubaque por lo que queda cercano al rio ese es como tal el proyecto

¿Ósea que se podría decir que de acuerdo a la ubicación de la vereda por sus climas se ubicaron allí las cabañas o porque usted ubico ahí las cabañas?

Bueno la vereda romero bajo fue donde yo me crie, mis padres, mi madre es de ubaque y mi padre de fomeque, ellos hicieron su casa ahí, al transcurrir los años viaje a Bogotá y estudie pero siempre quise hacer algo donde fue mi niñez y adolescencia, entonces compre un lote y empezamos el proyecto más o menos hace 8 años, a construirlo por etapas,

¿Entonces desde cuando llevan en funcionamiento operando como actividad turística?

Estamos más o menos hace un año

¿Y cómo tal que servicios ofrecen allí?

El servicio que ofrecemos en las cabañas que son tres, dos de ellas son en guadua con tres habitaciones y hay una cabaña en concreto con 5 habitaciones en total tenemos 8 habitaciones para alquiler, en esas 8 habitaciones caben cómodos 25 personas, están entre 4 y 6 personas por habitación, si se quiere tomar una pareja no importa, si se quiere tomar por grupo también, el servicio que prestamos es de comida, ósea se les ofrece y se les vende la alimentación o si quiere una familia ir a cocinar están adecuadas 2 cocinas con sus implementos para que ellos mismo lo hagan, si quieren una estadía de un solo día está el BBQ, esta para hacer diferentes cosas, también hay hornilla para hacer sancocho, esta su asador de carne aparte, entonces lo que se quiera se le prestan los utensilios para que realicen su asado. Hay unas canchas de mini tejo, hay juegos nativos como el mini tejo, la rana, tenemos juegos de mesa como el rumi, el ajedrez, el domino, cartas, tenemos material para el que esté interesado en estos juegos, también hay una zona de camping

que es más o menos para 5 carpas y parqueaderos que le caben cómodos 8 carros, entonces esos servicios son los que se prestan con alimentación incluida o BBQ

¿Más o menos qué tipo de cliente va allá, en cuanto a edad, de donde proviene, con quien realizan el viajes, si acompañados o solos?

Bueno como llevamos un año en este proceso hemos empezado con conocidos y los mismos conocidos nos han llevado más amigos, la voz a voz, las tarjetas de promoción, por Facebook

¿Por redes sociales?

Si, por redes sociales, el tipo de edades ha sido muy variable

Ha ido gente mayor como gente muy joven, pero ha gustado por las atracciones que hay a los alrededores de la vereda y cercanos a la vereda

¿Más o menos cuanto es el tiempo de estadía regularmente?

Regular mente se queda entre 3 y 4 días

¿Más o menos que actividades realizan?

Bueno hay gente que va solo por descansar, va hacer su asado o va hacer una reunión, por ejemplo van a celebrar su cumpleaños, los 50 años, entonces hay un salón social para eso, entonces se quedan entre 1 y 2 días máximo, entonces ellos se quedan en la casa la prosperidad, hay otros grupos que van solo a hospedarse pero se van en el día, entonces nosotros también ofrecemos eso, la ida a la laguna de Ubaque, la ida al rio, las caminatas ecológicas o algunos quieren ir a conocer restaurantes típicos, dentro de la vereda tenemos 3 restaurantes típicos, en el empalme muy pegados y hay otros que quieren conocer los pueblos, entonces se les ofrece el servicio de ir acompañándolos y conocer lo pueblos

¿Usted qué cree que actividades de turismo se pueden implementar en ubaque?

En un ubaque debería o se está trabajando con las personas de la alcaldía para impulsar el ciclo montañismo y los deportes extremos, aprovechar más la laguna de ubaque con de pronto un buen restaurante, canoas con toda la seguridad y caminatas ecológicas, es lo que hemos hablado con la parte de turismo y de los que manejan la alcaldía entonces se está tratando de impulsar eso

¿Ósea entre naturaleza y aventura más que todo?

Exacto si señor

¿Qué factores cree usted que ubaque no presenta para ser reconocido turísticamente?

Para ser competitivo ubaque falta mejorar esas cosas que acabamos de nombrar, promocionar más el eco turismo promocionar más los deportes extremos y promocionar más la laguna de ubaque e incluso promocionar más nuestra catedral de la virgen de velen para que se vuelva algo ecológico algo aventurero y algo religiosos, pero es de nosotros mismos como habitantes y como alcaldía u de los que promocionan pero podríamos tener un buen turismo parecido a Salento o a Montenegro Quindío, así como en armenia se está promocionando las fincas cafeteras pero falta más impulsos de nosotros mismos o de la alcaldía y que la gente conozca eso para que llegue a ubaque y no sé qué en el pueblo más cercano.

Usted menciona lo de las fincas cafeteras, cree que en ubaque se puede implementar, digamos ubaque es conocido por los cultivos que se tiene del agro y que se implemente eso, ósea cerca de la finca o ahí en los cultivos montar las cabañas y ofrece a la gente eso, como mostrarle a la gente el cultivo de papa tomate, creería que eso sería factible

Esta funcionado el agro hay una o dos finca ya en el mismo romero bajo donde se está promocionado como el Quindío, ellos tiene siempre café y su hotel pequeño y promociona como se cosecha el café darle una vueltica, están haciendo algo parecido al Quindío, no estoy seguro si es una o dos fincas en romero bajo

¿Y cree usted que el turismo se puede convertir en la principal actividad económica de ubaque si se aprovecha correctamente?

Si se aprovechara correctamente si claro, tenemos potencial con lo que acabo de decir, no solo en otra verdearas o frutas así que si se puede

Y por último ¿usted cree que aparte de la laguna existe otro atractivo que pueda reconocer a ubaque como atractivo turístico?

Pues como venimos comentamos aparte de la laguna se puede implantar todo lo de fincas finca hotel, se puede implementar lo de deportes extremos en el rio tenemos el rio palmar de ubaque entonces ahí se puede aprovechar el rio palmar de ubaque, pero cono le digo ahí se pueden aprovechar muchas cosas pero nos falta a nosotros como habitantes proponer meternos en el proyecto y trabajar con la alcaldía

¿Usted cree que con estas actividades va a generar un flujo de turistas igual como se genera por ejemplo en las ferias y fiestas, la caminata puede haber este mismo impacto con otras actividades de turismo?

Si creo que se alcanza, se debe perseverar pero si se alcanza, puede ser un poco difícil pero si se propone un muy buen plan se si puede

¿Para usted ubaque tiene buen potencial turístico?

Si, ¿por qué lo tiene? Aparte de todo lo que hemos hablado anterior mente es porque es muy cerca de Bogotá por que el turista ya está cansado de viajar a Girardot y melgar porque hay mucho trancón, aquí estamos a hora y cuarto u hora y media y no tenemos peaje las vía la están arreglando muy bien, entonces el turista ya está muy cazado de ir a hacer lo mismo en melgar y en Girardot y está empezando a aprovechar los pueblos cercanos para hacer otras cosas, entonces si existe mucho potencial.

Yo hablaba con los candidatos a la alcaldía hace 3 años y les preguntaban que propuestas tenían para la laguna, le preguntaba a una candidata sobre el tema y se quedó callada, entonces que se puede proponer, pues es fácil hagan dos quioscos en guagua o en palo bueno lo que sea, pero que estén bien organizados, monten un buen restaurante no la alcaldía, alquílelo para un buen restaurante, monten una buena cafetería, que ofrezca tinto agua aromática una aguardientico una cerveza pero bien servidita así sea en un vasito

Ponen dos cosas bien montadas, la alquilan le hacen un buen baño y si hay que hacerlos ecológicos se hacen

Si claro porque al igual afectaría la laguna por el tema de residuos

No pero se ubican bien y algunos me decían pero es que es muy lejos pero si uno va a la laguna va y solo hay una tiendita

No se nosotros hemos ido y la percepción de la gente que vive allá es que quieren el espacio solo para ellos, como que nadie más vaya a la laguna porque eso es de ellos

Pero eso es por culpa de la alcaldía y de alguien que proponga eso, porque cuando el presidente fue Samper que tiene finca ahí en la laguna no nos dejaban ahí a la laguna ponían ejercito ahí y ellos decían “no que pena esta Samper no pueden seguir” y uno quedaba como ¿Cómo así? Aunque eso fue hace muchos años, entonces hubo un alcalde que fue muy verraco y dijo no que pena con ustedes de aquí para arriba es su finca pero de aquí para abajo es público y el alcalde logro derrumbar unas plataformas que tenían en espacio público las cuales usaban para broncearse, querían privatizar la laguna pero si le metiéramos varios la ficha eso sería muy bueno.

También generar conciencia de la población local por que también les puede ayudar y generar trabajo para ellos

Pueden salir meseros cocineros, gente que prepare muchas cosas, hasta guías

Si yo cuando llevo personas a la laguna les leo la información que está allí y ellos me dicen que si soy guía turístico y yo les digo que simplemente les doy la información que hay aquí y la información del pueblo

Al igual hace falta la formación profesional de la persona

Por ejemplo las personas que yo he llevado al pueblo o que llegan por el tema del voz a voz han vuelto al municipio, entonces ellos decían yo la vez pasada hice esto ahora quiero hacer lo otro Y eso es bueno porque nadie vuelve a un lugar que no le guste

Sería bueno que hubiera alguien que impulsara todo esto, porque no sé si ustedes han visto que en la candelaria llega mucho turista, llegan y existen posadas sencillas, entonces eso también se puede hacer aquí

Otro ejemplo la gente va a las minas de sal y estando allá les dan información de todos los museos de ir a Monserrate que ir al parque simón bolívar a los parques de atracción, entonces esta la idea de contactarme con una agencia de viaje por que el turista llega a estos puntos y pregunta que destinos visitar.

Una vez le mostré las fotos delas cabañas a dos extranjeros y les fascinaron porque eran en guadua, entonces es como impulsar esa información para establecerla en la candelaria.

Hay gente que llega y no le gusta realizar ningún actividad solo quiere descansar, a quedarse y disfruta de un asado, cerveza, jugar mini tejo otros que rana.

Bueno, ¿usted qué precios maneja para estos servicios?

Bueno el precio por persona está en 20 mil pesos.

¿Ustedes manejan precios por temporada, por lo general cuando llega mucho turista?

Si digamos que la temporada de diciembre y enero y ya uno puede cobrar entre 25 y 30 máximo.

Entrevista 2

Martha Vargas 04/10/2018 dueña del Hotel Campestre las Palmas ubicado en la vereda Luciga del municipio de Ubaque.

Entrevista 2

¿Cómo puede definir el proyecto turístico que ustedes tienen?

El proyecto turístico de nosotros es el hotel campestre las palmas, hace más o menos 4 años lo construimos, está ubicado en la vereda Luciga, como a 10 – 15 minutos caminando desde el pueblo

¿Que los llevo hacer ese proyecto en ubaque?

Nos llevó la misma gente como el progreso ayudar a ubaque como a su desarrollo

¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el proyecto?

Llevamos ya 4 años

¿Qué servicios ofrece?

Ofrecemos servicio de hotel piscina restaurante salón de eventos

¿Qué precios manejan?

Igual mente son precios cómodos, digamos la noche vale 40 mil pesos igual mente es cómodo por ser campestre, súper barato

¿Igualmente manejan precios diferentes por temporadas?

No siempre manejamos los mismos precios durante todo el año

¿Qué planes a futuro tienen con el proyecto, una meta que quieran llegar?

No pues igualmente apenas estamos empezando, pues uno planea muchas cosas pero el tiempo le va exigiendo a uno

¿Cuál es el promedio de edad de las personas que visitan las palmas?

Nos visitan de todas las edades tanto digamos para el hotel la piscina para la juventud, pero igual por lo general todas las edades

¿No existe uno específico en cuestiones de personas de la tercera edad, niños?

No, siempre es variable

¿Por lo general son de Bogotá o de otras partes?

La mayoría de gente es de Bogotá y de un pequeño grupo es de los pueblo aledaños

¿Por lo general la gente con quien realiza el viaje, con la pareja, con la familia?

En familia.

¿En general cuanto tiempo se quedan en el hotel?

Un día completo, cuando llegan familias llegan a las 9 de la mañana y se van a las 5 de la tarde aprovechan todo el día.

¿Ellos pernotan, es decir se quedan en la noche?

Depende, hay gente que se queda 3 o 4 días, algunas veces cada 8 días como hay veces está solo. O se quedan solo el fin de semana

¿Qué actividades realizan los turistas en ubaque?

Caminatas, ósea por lo general caminatas es lo que se hace con los turistas en ubaque

¿Qué actividades de turismo creen ustedes que se puedan implementar en ubaque, que ustedes digan que puede ayudar al fortalecimiento del turismo?

Digamos a mi esposo le gusta mucho el deporte, eso hace falta, incrementar más el deporte en el pueblo, podría ser el uso de la bicicleta, eso hace falta mucho para la juventud más que todo del pueblo

¿Ustedes creen que el turismo se puede convertir en la principal actividad económica del pueblo?

Si claro, igualmente ese es el proyecto, que a futuro ese sea el mejor

¿Ustedes que factores creen que se presenta en ubaque para que no sea turísticamente reconocido?

Digamos la gente, la misma gente se encarga de no hacerle publicidad, hay veces hablan lo más feo por decir algo entonces ahora por lo menos ha bajado mucho las vistas de turismo por las carreteras en mal estado por la lluvia porque no existe apoyo ni tanto de la gente del pueblo ni de las personas que tiene la responsabilidad.

¿Creen que se pueden generar actividades igual o superior que atraigan un flujo de turistas como en las festividades de las ferias y la caminata anual de la virgen de Belén?

Tendría que uno hacer una actividad pero invertir mucho para que la gente llegue, si la verdad no creo.

¿Aparte de la laguna cree que existe otro atractivo que pueda hacer reconocer a ubaque como un destino turístico?

La iglesia de la virgen de Belén, que ahora es santuario, lo más reconocido de ubaque es la laguna y la iglesia de resto nada más.

Se debería implementar caminatas dentro del pueblo así como se hace en Bogotá con las carreras o maratones en diferentes modalidades. Incentivar el deporte en familia, jóvenes.

Tratar de que el turista perciba la naturaleza con la que cuenta el municipio, sería bueno incentivar el arreglo de la carretera hacia el alto de la virgen.

A veces uno se desanima porque uno comenta ideas y las mismas personas son negativas, en el pueblo la alcaldía no tiene un líder que incentive que diga hagamos algo o aquello.

Yo tenía varias ideas pero una sola persona no puede lograr muchas cosas, yo por eso me retire y ya no visito a ubaque porque las personas son muy negativas y lo primero que dicen es el tema del dinero y a la final no es eso, si entre todos nos unimos podemos lograr que los proyectos se desarrollen pero existen muchos intereses particulares y es ahí cuando uno se desanima.

Entrevista 3

Nubia Espinoza Administradora del Hotel San Luis ubicado en el casco urbano del municipio

¿Cuál es el proyecto turístico que está en funcionamiento, como se llama? ¿Cuanto se fundó?

El hotel lleva 10 años, son 7 habitaciones, todas tienen baño privado, televisor y ducha con agua caliente, se presta el servicio para los comerciantes entre semana y los fines de semana los turistas, muchas personas viene a conocer el municipio los días viernes debido a que viene al termalazo que se realiza en choachi, pero allá la tarifa del hotel es más costosa entonces ellos apartan el hotel y se hospedan el fin de semana. El hotel es para más o menos 35 a 40 personas, lo primordial es el servicio al cliente la limpieza del hotel el tinto por la mañana y siempre estamos dispuestos a recibir la opinión de las personas y así saber que mejorar.

¿Aparte del servicio de hospedaje tiene algún otro servicio?

No, solo el servicio de hospedaje y no ofrecemos el desayuno porque solo trabaja una personas en la mañana

¿Por qué ubicaron el hotel aquí en Ubaque?

Porque en el pueblo no existía un servicio de hospedaje, entonces se decidió abrir un hotel con el fin de cubrir esa demanda, nosotros fuimos el primer hotel del pueblo, después ya en diciembre se comienzan a inaugurar otros hoteles.

¿Cuál es el promedio de edad de las personas que se hospedan en el hotel regularmente?

Yo creo que 45 a 50 años ya que son comerciantes, son personas que viene a vender sus productos

¿De dónde son los turistas que se quedan en el hotel?

La gran mayoría son de Villavicencio ya que son comerciantes y las demás personas son de Bogotá, también he hospedado personas de Brasil, Uruguay, Paraguay y estados unidos

¿Las personas que se hospedan aquí regularmente con quien lo hacen?

Los comerciantes con sus ayudantes y eso es entre semana y los fines de semana son familias de papa, mama e hijos generalmente 3 a 4 personas.

¿Cuánto es el tiempo de estadía de las personas?

Las personas que viene hacer proyectos con la alcaldía o comerciantes llegan a quedarse hasta una semana pero las personas que viene hacer turismo se quedan una noche o dos por mucho.

¿Qué actividades turísticas cree usted que se pueden implementar en Ubaque?

Caminatas hacia la laguna y hacia los cerros, son caminatas exigentes para las personas pero los paisajes son muy bonitos y eso es algo que los turistas buscan.

¿Usted cree que el turismo se puede convertir en la principal fuente económica del municipio?

Claro que si, al existir turismo existe dinero y eso genera entradas para todos los comerciantes del pueblo, para los hoteles y los restaurantes.

Entrevista 4

Alexander Rojas 13/10/2018 dueño del proyecto para la puesta en marcha de cabañas ecológicas en la laguna de Ubaque.

Definición del proyecto

Nosotros tenemos un proyecto familiar, aquí vemos unos lotes cerca de la laguna de Ubaque que consideramos es el sitio turístico más importante que tiene la región, inicialmente el proyecto es para la vivienda de la familia pero con miras en el futuro para poder prestar un servicio turístico de habitaciones y recreativo en el sector, basado principalmente en un turismo histórico, ecológico y pasivo de recreación aprovechando el sitio que es muy bonito.

¿Qué lo llevo a ubicar el proyecto en Ubaque?

Nosotros somos de Ubaque, habitantes y nacidos, vecinos del municipio y siempre hemos considerado que el municipio está muy bien ubicado cerca a Bogotá, 1 hora larga y que tiene un tesoro muy bonito que es la laguna de Ubaque, es el sector más bonito de acá y que tiene un gran potencial turístico que no ha sido desarrollado como se debiera y pensamos que es el momento en que la gente conozca este paraíso

¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el proyecto?

Hace 2 años compramos nuestro primer lote, donde esta digamos la vivienda familiar, en el futuro vamos a tener unas habitaciones de alquiler y hace un año adquirimos un lote anexo a la

laguna, es un lote pequeño pero tiene las dimensiones precisas para poder generar una atención al turista al borde de la laguna y poder generar posiblemente en un futuro una zona de camping o de estadía natural dentro del entorno un poco más cercano.

Datos demográficos

Bueno acá hay turistas de todos los rangos de edad, pero como le decía no ha sido explotado debidamente, entonces es un turismo muy esporádico, básicamente el turismo de acá es los domingos y festivos, muy poco los sábados, hay gente del pueblo que sube a hacer deporte y vienen una vez a la semana y hay gente de otros municipios y Bogotá o del mundo inclusive que han conocido por terceras personas que es un sitio paradisiaco y que es muy poco conocido y que es muy solo. Aquí hay turistas de todo tipo, 3ra edad, familias, ambientalistas, jóvenes y niños, el turismo es generalizado, - ¿hay una tendencia en el rango de edad o es todo por igual? – todos por igual, pero consideramos que puede ser en un futuro personas jóvenes que quieren tener contacto con la naturaleza, profesionales, independientes, ese tipo de personas son las que creo que aplicaran ese turismo de moda, turismo rural, ecológico, camping, cabañas, esa gente que se quiere desconectarse un poco de su trabajo en las grandes ciudades y descansar y estar en contacto con la naturaleza un par de días a la semana.

Actividades que realizan los turistas

El turismo por ahora es pasivo completamente, básicamente vienen a caminar, disfrutar de la laguna, tomar fotografías, disfrutar la naturaleza, inclusive ahorita a raíz de un problema que hubo con unas personas que hicieron un mal uso de la laguna tuvieron un accidente está prohibido el canotaje o los botes dentro la laguna, entonces está un poco restringido el acceso a la laguna, seguramente eso lo volverán a abrir pero con cierta restricción entonces el turismo por ahora es pasivo, nosotros queremos meterle un poquito de turismo histórico contarle a la gente la historia de la laguna, esta laguna tiene una historia muy bonita, es una de las 7 lagunas sagradas de Cundinamarca, también la leyenda del dorado es probable que haya sido acá y no en Guatavita y hay muchas leyendas que son importantes que la gente conozca, ese turismo histórico que no ha sido explotado y que ojala la misma gente de la región o los muchachos del colegio de Ubaque puedan transmitírselo a las personas que vienen.

¿Aquí practican algún deporte que sea como insignia del municipio?

Claro que sí, entonces este municipio decimos nosotros que es ideal para el ciclo montañismo porque es un municipio muy cerca a Bogotá que es la ciudad más grande de Colombia donde más

se practica este deporte, además tiene montañas espectaculares y unos paisajes muy hermosos y las carreteras están vueltas pedazos, entonces son muy buenas para aplicar el ciclo montañismo, también el atletismo, el Cross Country y también un deporte que es con perritos entonces los perritos van halando a la persona para recorrer los espacios, básicamente eso. Creemos que hay un potencial entre el municipio de Ubaque y Choachi para hacer una Triatlón, en la laguna se podría hacer la parte de natación, entre los 2 municipios se podría hacer la parte de ciclismo y atletismo, entonces quisiéramos en un futuro cercano poder implementar ese deporte acá.

- ¿O sea que la principal actividad turística con la que el municipio se podría sustentar sería como tal el deporte, el turismo de aventura? – El turismo de aventura sería una línea pero no sería la única, turismo histórico, ecológico - ¿pero cuál es la que Ubaque podría tener más potencial dentro de esas tipologías de turismo? Pues hombre, a mí me gustaría porque soy deportista que fuera turismo de aventura, pero me he estado dando cuenta que en Cundinamarca todos los pueblos tienen lo mismo, tienen más o menos las mismas características, cerca de Bogotá, entonces si nos vamos por ese lado todo el mundo tiene lo mismo y pues no, yo pensaría que el turismo ecológico, natural o descanso metiéndole lo histórico y lo deportivo también para crear algo único porque si usted se pone a ver todos los pueblos de Cundinamarca ahora que el montañismo que el ciclismo todo el mundo lo mismo entonces no, aunque ubaque sería perfecto para eso o incluso lo es de hecho, me parece que sería como copiar lo de los demás entonces tenemos que tener una línea única, meterse por lo histórico, lo cultural, lo místico, la leyenda y lo natural

Turismo como principal actividad económica para el municipio

Si no se vuelve el turismo la principal actividad, si en una muy grande, ustedes saben que ya Colombia ha crecido en posición turística mucho, Bogotá creo que tiene entre 4 y 5 millones de turistas al año y tenemos todos estos pueblos alrededor de Bogotá que es el polo más grande de desarrollo y son pueblos que tienen un turismo muy avanzado dese cuenta Zipaquirá, Chía, Ubaque y por el lado del oriente de Cundinamarca por esta carretera de Choachi, Ubaque, Fomeque estamos todavía con un déficit, es decir, la gente todavía no conoce estos municipios, esta todo el potencial para hacerlo, seguramente si no es la principal actividad económica estaría dentro de las primeras 3 del municipio en un futuro si se hace bien, si nos dejan, si el municipio colabora, si la gente colabora porque muchas veces hay intereses que se contraponen, entonces la idea es que se respeten los intereses de todos pero que también mostremos estos sitios tan hermosos a la gente.

Factores por los cuales Ubaque no sea reconocido turísticamente.

Ubaque es un municipio que es muy cerca a Bogotá, está a una hora larga de Bogotá pero este ha sido restringido en cuanto a turismo debido a que primero la violencia, la guerrilla, esta fue una zona (aunque nunca hubo problemas graves) fue considerada zona roja, a la gente de Bogotá a veces le da miedo venir, la carretera era insegura, tenía fama de que ahí se realizaban robos, atracos, ese tipo de cosas, entonces la gente le daba como temor ir hacia el oriente y siempre tomaban la ruta del norte por Chía, La Calera, Cajicá, Por Zipaquirá, Mosquera, en fin pero no venían por este lado. Hoy en día la gente ha cambiado ese paradigma con todo el asunto de La Paz, la carretera está muy buena, la acaban de arreglar y está muy linda entonces la gente ya empieza a venir, empiezan a perderle miedo y empiezan a buscar destinos turísticos es muy cansón uno arrancar para Chía un sábado y demorarse 3 horas de para allá en un trancón, ir a almorzar 1 hora y demorarse otras 3, 4 horas devolviéndose a Bogotá en trancones absurdos y larguísimos, los costos se han multiplicado mientras que a Ubaque uno se demora lo mismo porque nunca hay trancón, la salida es muy hermosa, la carretera muy bonita, seguramente la gente poco a poco irá conociendo.

Si se implanta el turismo, ¿habrá un flujo de visitantes como los hay en ferias y fiestas del municipio?

Claro que sí, esa es otra cosa importante que me acuerda, el turismo religioso. Ubaque tiene un Santuario con una virgen muy especial que también puede ser un turismo que podemos explotar muy bien y la gente que viene a la iglesia vaya a la laguna le da una vuelta y listo, se devuelve a su sitio de origen, ese también es un gancho muy bueno, y bueno, pues la idea es que se puedan recibir muchos turistas, mientras sea organizado, podría ser muy bonito.

¿Aparte de la laguna cree que hay otro atractivo para que Ubaque sea reconocido?

Si, como les comentaba, el santuario con una virgen muy especial también la gastronomía de Ubaque es muy especial, muy rica. Este municipio tiene todos los pisos térmicos, desde páramo hasta piso templado cálido entonces tenemos un páramo donde nace nuestro río que es la arteria principal que se llama el Río Palmar, toda la vertiente del río palmar que es muy hermosa y las veredas bajas donde están el río negro que va al Río Guayuriba en el llano y es un clima muy hermoso acá, hay pesca, vista de aves, están las caminatas, hay muchas cosas para ir a hacer, eso sería lo que yo creería.

Entrevista 5

Julián Mejía 13/10/2018 dueño del Hotel Indika Hospedaje ubicado en la vereda El Cacique.

Definición del proyecto

Con Índika llevamos acá ya 2 años, tenemos 3 cabañas con algunos materiales reciclados, acá lo que nosotros hacemos es turismo sostenible y turismo que involucra ciertas actividades ambientales y de reutilización de residuos, tenemos también zonas de camping habilitadas con capacidad de ocupación en todo el lugar para 75-80 personas. Tenemos Índika como un espacio cerca de la laguna de Ubaque, toda nuestra trayectoria y esfuerzo ha sido apuntada hacia un turismo ambiental pero no tanto hacia el ecoturismo porque el Ecoturismo digamos que es el nombre de marketing de este tipo de turismo pero nosotros lo llevamos más bien hacia un turismo sostenible porque yo como Ing. Ambiental no creo en el Ecoturismo pero eso ya es un tema diferente.

¿Qué lo llevo a ubicar el proyecto en Ubaque?

Bueno, eso es por una razón de peso, mi abuelo fue un antropólogo indigenista y el escribió el libro “El indio y su causa” por alguna razón de mi vida llegue a Ubaque, cuando llegue aquí, me enamoré de su gente, de su patrimonio ambiental, de la laguna de Ubaque y apostamos todo por esta iniciativa, hay que tener en cuenta que Ubaque es un patrimonio indígena y en el libro “Chigys mie” se revelan muchas más cosas de lo que realmente de lo que puede pensar la gente de lo que realmente puede llegar a ser Ubaque, llegamos a Ubaque por destino de la vida y pues creemos en su potencial como destino turístico y por su cercanía a Bogotá.

Servicios que ofrecen

Ofrecemos servicio de alojamiento y hospedaje en las cabañas, servicio de alimentación (desayuno, almuerzo y cena) también ofrecemos cenas románticas, armamos paquetes dependiendo las necesidades de los clientes, también se hacen despedidas de soltera, se hacen eventos, fiestas, cumpleaños, también tenemos un museo el cual estamos en el proceso de reconstrucción y de la curaduría de todas las piezas del museo, estamos en la construcción de un bar y estamos planeando hacer un pequeño teatro para niños y cine bajo las estrellas.

Planes a futuro.

A corto plazo la inauguración del bar y museo que ya son hechos reales. A mediano plazo queremos hacer un nuevo estilo de cabañas en nuestros árboles como “casa de árbol” pero estilo diferente y queremos hacer 4 cabañas adicionales, vamos a hacer un puente para una canalización del agua porque en temporada de invierno hay varios deslizamientos y pues los predios y terrenos no son muy firmes entonces tenemos un plan de canalización de aguas-lluvias.

Datos demográficos

En este momento estamos manejando una rotación entre 25-35 personas por cada fin de semana, puente o festivos. En este momento estamos apuntándole a un promedio de 10 turistas diarios que es nuestro objetivo, nuestro plan de desarrollo y marketing, ustedes saben que Ubaque no es un municipio comercialmente turístico ni que sea muy escuchado pero a lo que nosotros queremos llegar es a los 10 turistas diarios todos los días de la semana. El promedio de edad que manejamos es de bebés desde recién nacidos, vienen familias, parejas, aquí se abarcan todas las edades, estamos comprometidos con la política “ojos en todas partes” con la policía, porque digamos no aceptamos que sea solicitadas las reservas por menores de edad, hemos tenido también adultos mayores, señoras de 89-90 años que incluso hacen las caminatas, hemos tenido una limitante y es por la vía de acceso hacia el hotel no tenemos acceso a gente con discapacidad motriz, no tenemos una cabaña que disponga de condiciones para discapacitados, pero de resto si, de todas maneras estamos tratando de tener servicio de sillas de ruedas y políticas para facilitar este tema. La mayoría de los turistas vienen de Bogotá aunque hemos tenido mucha gente de Bucaramanga, de Manizales, hasta Costeños, pero la mayoría de gente viene de Bogotá y de turistas extranjeros más que todo de Europa y un poquito de estadounidenses

Estrategias de distribución y promoción

Nosotros trabajamos a través de Airbnb, estamos también en otras plataformas como Facebook, tenemos una línea exclusiva de Índika y por fortuna domino un poco el Inglés entonces las reservas que son internacionales yo mismo las atiendo, el tema del idioma es fundamental, también trabajamos con Cuponatic pero digamos que serían con paquetes diferentes, también por Instagram, más que todo nos movemos por redes sociales, además Ubaque se ve como un lugar no turístico y eso le causa mucha curiosidad a las personas extranjeras cuando encuentran por internet a Ubaque, otra cosa que cabe resaltar es que Ubaque es productor (no a gran escala) de Café, es un municipio

que despierta la curiosidad en muchas personas, otro de los ganchos que tenemos es el museo y las ruinas indígenas, la laguna también pero digamos que es algo que siempre va a estar ahí, nuestro turismo con lo que queremos innovar es que siempre le dejemos algo al turista cuando viene y ese algo es precisamente la historia y les dejamos inculcado no solo la historia muisca sino también de la cultura indígena de Colombia que pues está plasmada en el libro “El indio y su causa”

Actividades que realizan los turistas

Bajan a la laguna, tenemos una caminata llamada “caminata Índika” inicia en el museo hacemos un recuento de los libros “El indio y su causa” y “Chigys Mie” hacemos una observación y recuento hacia el cerro “El Guinto” y su historia sagrada luego hacemos un recorrido por unas ruinas, bajamos a unas fincas campesinas vecinas, entramos a una finca cafetera, vemos algunas esculturas en talla de piedra autóctonas de Ubaque, también realizan actividades de caminatas hacia otros prestadores turísticos del municipio

Actividades para implementar en Turismo

Acá se pueden realizar muchas actividades pero el problema es el apoyo económico y financiero por parte de la gobernación, los ministerios y la alcaldía que como ustedes pueden ver las vías de acceso hacia el hotel no son las más óptimas para prestar un servicio de calidad turística, nosotros vendemos el servicio con camionetas 4x4 para la llegada al hotel pero no es el ideal ya que hay gente que llega por su cuenta y el común denominador de las personas no tienen camionetas 4x4

A futuro se puede hacer actividades relacionadas al canopy, nosotros acá estamos ubicados en uno de los sitios más altos lo cual se tiene una excelente vista y tenemos la intención y hemos hecho estudios para hacer canopy desde aquí hasta el casco urbano conectado la laguna que es el punto turístico para relacionar el casco urbano y conozca los distintos espacios, la estrategia en si es interconectar todo el municipio como tal y colaborar al fortalecimiento económico de las familias campesinas que es la columna vertebral de nuestro proyecto porque también buscamos hacer turismo comunitario, ayudando la población local, que estas familias obtengan otros recursos e ingresos fuera de cómo normalmente los obtienen.

¿El turismo puede ser la principal actividad económica para el municipio?

Puede ser posible pero hay que tener en cuenta, turismo es todo aquello que genera una actividad y esas actividades van intrínsecas a lo que hacen los campesinos, por ejemplo el hecho de llevar al turista y ver como una campesina que produce huevos criollos en su propia finca ¿cómo lo hace?, es un turismo vivencial, es pasar un turismo campesino 1 día o talla de piedra otro día, pero la idea es involucrar varios procesos y si nos enfocamos en solo turismo como tal la tierra se olvida y todo en exceso es malo además, hay que tener en cuenta que Ubaque es un municipio netamente agrícola. Por ejemplo, nosotros tenemos unas gallinitas y cuando vienen niños nosotros creamos ese proceso de que vayan y recojan los huevos y esos huevos que recojan sean el desayuno, lo que generamos es un valor agregado al servicio. También las familias que vienen las llevamos a una finca para que extraigan los alimentos cultivados y esos mismos se usan acá para hacer la comida con el proceso de calidad debido, por esa razón articulamos el turismo con las actividades agrícolas creando experiencias siempre teniendo en cuenta la población local y la sociedad para que todos salgan beneficiados de esta actividad.

¿Factores por las que Ubaque no es reconocido turísticamente?

Primero la parte económica, Ubaque es un municipio de 6000 habitantes y sus ingresos anuales son de 7000 millones para este año, fue el monto para la destinación de los proyectos en Ubaque, si uno lo mira para una población de 6000 habitantes no es nada, más teniendo en cuenta que estamos cerca a Bogotá y que es un municipio que genera muy pocos ingresos, el potencial es inmenso pero la parte económica es fundamental y si la gobernación de Cundinamarca, Corporinoquia no invierten el recurso necesario que requiere Ubaque no va llegar a ser lo que se quiere de Ubaque, otra razón es que Ubaque a mediados de los años 90 tuvo una toma guerrillera y la carretera que conduce de Bogotá a Choachí y Ubaque genero mucho susto en las personas porque se generaban robos, homicidios y este paso de acá fue un paso de la guerrilla, entonces eso quiere decir que es un municipio que fue azotado por la violencia, fue declarado como zona roja hace años, entonces esto hace que Ubaque quedara en el olvido y en el subdesarrollo, bueno subdesarrollo de motores económicos, otra razón es que Ubaque no se promociona en la salida, o sea no hay señalización, por ejemplo cuando uno va a la Calera uno encuentra la valla en la 30, pero con Ubaque no hay una señalización idónea, pero camino por la carretera Bogotá – Choachí – Ubaque hay 5 señales que dicen la chorrera (Atractivo de Choachí) pero uno no ve por ejemplo

Laguna de Ubaque o Ubaque, no se promociona absolutamente nada, incluso se promociona los termales de Santa Mónica (Atractivo de Choachí) y no se encuentre nada informativo sobre Ubaque

¿Aparte de la laguna cree que hay otro atractivo para que Ubaque sea reconocido?

Claro que sí, tenemos los cerros de Guayacundo y El Guinto, el Páramo de Cruz Verde, el Rio Palmar, súper bonito por cierto, también pues nuestro museo podría considerarlo dentro de estos atractivos, tenemos algunas caminatas extremas, otras no, eso se maneja con otros prestadores, creando alianzas para promover la imagen del municipio y pues digamos el tema gastronómico, yo por ejemplo creo que Ubaque debe innovar en sus platos con identidad gastronómica para transmitir tradición y crear “algo autóctono”, también crear platos fusión combinando ingredientes tradicionales con los nuevos que se están dando como la flor de loto, que viene de la cultura hindú. Cuando la gente viene con su equipo de camping tiene un precio de 18 mil por persona la noche, nosotros también tenemos equipo para acampar tiene un costo de 10 mil. 28 mil sería por persona La cabaña pequeña tiene un costo de 70 mil pesos pareja, luego le sigue la cabaña mediana que tiene un costo de 98 mil pesos por pareja y la cabaña grande que es nuestra luxury comfort esa tiene un costo de 180 mil la noche por pareja, la grande tiene capacidad para 12 a 15 persona, la media na capacidad para 6 y la pequeña para dos personas.

¿Tiene algunas tarifas de temporalidad?

No, nosotros manejamos un mismo precio durante todo el año, nosotros no manejamos precios por las diferentes temporadas del año, por cuestiones éticas no lo hacemos, manejamos un estándar de precios fijos y eso genera una constancia de turistas durante todo el año.

Cuál es la época del año donde la gente más visita el hotel

En época de vacaciones es donde más turistas recibimos pero nosotros afortunadamente manejamos un promedio de turistas durante todo el año. Igual donde estamos más vacíos es entre semana.

¿Cuál es el proyecto de cultura que están manejando?

Nosotros apenas estamos empezando, toda la parte turística la trabajamos de la mano de Julián, pero nosotros estamos más enfocados a residencias artísticas, nosotros no tenemos un flujo semanal, nosotros abrimos unas convocatorias y tenemos un estimado de 6 residentes con nosotros, que son los italianos, Mario y Magdalena pero ella ya se va en dos días, la idea es que ellos se

queden con nosotros alrededor de dos meses, nosotros no necesitamos estar generando un gran tráfico de personas por que nosotros hacemos un presupuesto al principio de año para identificar cuánto dinero necesitamos para mantener en pie el proyecto entonces identificamos cuantas personas debemos tener por mes y así cubrir los gastos de las personas que están de residentes en hotel. Ellos no pagan nada de la residencia solo pagan sus tiquetes y llegan al hotel y ya está, luego cuando el proyecto tenga más fuerza si va a tener un costo la residencia y solo se va ir abriendo un cupo cada dos meses y las personas interesadas deberán postularse y enviar su video explicando las razones de porque quieren estar aquí y trabajar con la comunidad, parte interesante de la residencia es venir a trabajar con la comunidad y generar proyecto artísticos con ello y entre los mismo artistas de diferentes nacionalidades crear proyectos y es más o menos un retiro de trabajo comunitario.

El proyecto busca reforzar la identidad de las personas del municipio para que vuelvan apropiarse de esos valores y se identifiquen con ubaque nuevamente y esto a través del arte ya que pueden practicar cualquier tipo de arte y con el fin de que exista esa integración cultural.