

PROPUESTA DE PAQUETE TURISTICO PARA LOS MUNICIPIOS DE CUCUNUBÁ
Y SUTATAUSA

CELY ALVIZ LEIDY MAYERLI

MONROY CANDELA ANGGI YISETH

NEIRA MONTAÑEZ VALERY CATALINA

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

PROGRAMA HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ D.C.

2017

PROPUESTA DE PAQUETE TURÍSTICO PARA LOS MUNICIPIOS DE CUCUNUBÁ
Y SUTATAUSA

CELY ALVIZ LEIDY MAYERLI

MONROY CANDELA ANGGI YISETH

NEIRA MONTAÑEZ VALERY CATALINA

Giovanna Carolina Cárdenas Mora

Director de Trabajo

Trabajo de grado para optar por el título de Profesional de Hotelería y Turismo

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ D.C.

2017

Dedicatoria

En primer lugar, queremos dedicarle este logro a Dios, pues nos ha permitido la oportunidad de encontrarnos como equipo de trabajo, darnos entendimiento y sabiduría para desarrollar este proyecto y llegar al fin de nuestro pregrado. En segundo lugar, a nuestras familias, quienes nos han apoyado con nuestros planes de vida de ser profesionales y desde el hogar nos dieron bases de integridad y compromiso para la realización de nuestros sueños. A la Universitaria Agustiniana por ser un pilar fundamental en nuestra formación académica y espiritual. Finalmente dedicarlo a nuestros maestros, compañeros y amigos que nos dejaron conocimientos y lecciones para nuestra vida profesional y personal.

Agradecimientos

Para iniciar queremos dar gracias a la Universitaria Agustiniense, institución de educación superior, que nos abrió sus puertas durante los años de duración del pregrado y donde, gracias a sus docentes, actividades extracurriculares y convenios internacionales, nos apasionamos más por la Hotelería y el Turismo, y donde adquirimos nuevos conocimientos, que fueron los cimientos de esta idea. También queremos agradecer a nuestra tutora de trabajo de grado, la profesora Giovanna Carolina Cárdenas Mora, quién nos colaboró en los procesos de estructuración de los contenidos y redacción de los mismos. Además, queremos agradecer al profesor Wilson Ricardo Pinillos Castillo, quién a lo largo de los últimos semestres de formación, nos brindó conocimientos indispensables para la estructuración de esta propuesta, nos incentivó a ser críticos sobre las problemáticas actuales de nuestro entorno, para crear soluciones desde nuestro enfoque profesional. Por otro lado, agradecemos a las alcaldías de los municipios de Cucunubá, José Luis Flechas como su representante y Anderson Méndez como operador turístico y Sutatausa, en cabeza de Mary Luz Sierra, que estuvieron en disposición para la entrega de documentación e información. Finalmente queremos agradecer a nuestras familias, quienes han sido un apoyo incondicional en el desarrollo de ciertas actividades para la estructuración de la propuesta y para culminar el proceso académico en la institución.

Resumen

Para comenzar, es indispensable aclarar, que después del chequeo y análisis de los recursos y atractivos turísticos de Cucunubá y Sutatausa, se encontró que su mayor porcentaje eran los espacios naturales, con una flora y fauna que se mantiene casi intacta, pero que tiene falencias para prestar un servicio a los turistas y recursos hídricos que se han visto afectados con el progresivo y acelerado cambio climático del último milenio.

Adicionalmente cuenta con un arte rupestre y artesanías en lana que hacen parte del folclore y tradiciones de un pueblo que se ubicó sobre la zona Andina del país e incorporó, años atrás, el procesamiento de materia prima obtenida de las ovejas para su sobrevivencia y que aún sirve como textil para los pobladores que siguen viviendo en la región. Estos espacios naturales y tradiciones ancestrales, componen la potencialidad turística de los municipios y se convirtieron en la base para el desarrollo de esta propuesta turística.

Sin embargo, no solo los recursos y atractivos hacen parte de la oferta turística. Los prestadores de servicios turísticos son fundamentales para la llegada de turistas y hacen parte inseparable de su experiencia. Por ello se realizaron diagnósticos que permitieron identificar las condiciones, variedad y formalidad de los establecimientos turísticos de los municipios, los que indicaron que sus representantes legales se acogen, en su gran mayoría, a la formalización de sus procesos, bajo la normatividad vigente establecida por el Viceministerio de Turismo.

Estos procesos han sido apoyados por la alcaldía, en representación de las oficinas de turismo y sus delegados, lo que facilitó la integración de un mayor número de actores dentro de la propuesta, ya que se encuentran en las condiciones necesarias para prestar un servicio de calidad a su demanda.

Si bien la alcaldía apoya de forma directa y constante el fomento del turismo, los encargados de las oficinas no solo tienen funciones de turismo y esto no permite un enfoque único en la actividad, retrasando la administración turística.

Tabla de contenido

Tabla de contenido	VI
Introducción	10
Planteamiento del problema	11
Pregunta de investigación	11
Justificación	12
Objetivos	13
Objetivo general	13
Objetivos específicos	13
Marco teórico	14
Oferta turística	16
Atractivos.	17
Facilidades.	17
Accesibilidad.	18
Inventario de atractivos turísticos.	19
Inventario de Planta turística.	20
Inventario de la infraestructura.	21
Demanda turística	22
Motivaciones del turista.	22
Nuevas tendencias de la demanda turística.	25

Marco conceptual	28
Recurso turístico	28
Atractivo turístico	28
Producto turístico	28
Oferta turística	28
Demanda turística	28
Turista	29
Marco geográfico.	30
Marco legal	33
Metodología	35
Check list de los recursos turísticos	35
Entrevista para los encargados de turismo del municipio	35
Matriz de análisis de los prestadores de servicios turísticos.	36
Focus group para la población local	36
Inventario turístico	37
Encuestas	37
Capítulo I: Potencialidades turísticas de Cucunubá y Sutatausa	39
Recursos y atractivos turísticos	40
Espacios naturales.	41
Museos y manifestaciones culturales e históricas.	42
Folclore.	43

Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas.	44
Oferta turística de Cucunubá y Sutatausa	44
Recursos naturales y ambiente.	45
Ambiente construido.	46
Espíritu de hospitalidad y recursos culturales.	59
Inventario turístico	63
Inventario Turístico de Cucunubá	64
Inventario turístico de Sutatausa	79
Resultados del análisis del inventario turístico	88
Capítulo II: Análisis de la demanda turística de los municipios de Cucunubá y Sutatausa	90
Demanda turística	90
Diseño del instrumento de recopilación de información	96
Análisis de los resultados	97
Conclusiones del análisis de los resultados obtenidos en la encuesta	104
Definición del perfil del turista que visita Cucunubá y Sutatausa.	105
Capítulo III: Propuesta de paquete turístico para los municipios de Cucunubá y Sutatausa	106
El paquete turístico	107
Aspectos gráficos del paquete turístico	109
Mapa de ubicación de las actividades del itinerario	110

Planificación del itinerario	111
Elección de los proveedores	116
Cálculo del presupuesto de viaje	124
Cálculo del índice de ocupación o punto muerto	125
Resumen del paquete turístico diseñado	127
Conclusiones	129
Recomendaciones	130
Referencias	131
Índice de tablas	134
Tabla de gráficas	137
Índice de ilustraciones	138
Anexos	139

Introducción

En los municipios de Cucunubá y Sutatausa existe una gran riqueza natural, ubicada a lo largo y ancho de sus montañas, donde convergen un pasado ancestral que aún vive en la memoria de sus pobladores y en el arte rupestre que cuenta historias de hace miles de años. Durante las últimas décadas, tanto las alcaldías como sus pobladores, han tomado conciencia de la riqueza turística que esto significa.

Los avances en el desarrollo de actividades turísticas que aprovechan los recursos naturales de la región no se han hecho esperar, permitiendo a los turistas conocer esta riqueza ubicada en Cundinamarca, a pocas horas de la capital, y que ha integrado nuevos actores al turismo del país. Por otro lado, se han reconocido los textiles en lana como parte de su cultura, a través de eventos (Festilana en Cucunubá), comercio, entidades sin ánimo de lucro y rutas turísticas, que no solo les han brindado un mayor valor a sus tradiciones, sino que han generado ingresos al municipio.

Gracias a lo anterior, una gran parte de los habitantes del municipio han tomado conciencia del usufructo que pueden hacer del turismo para mejorar su calidad de vida y algunos ya hacen parte de esta economía alternativa a la minería, la cual ocupa, y lo ha hecho por muchos lustros, el primer sector de desarrollo económico de la región.

Para explotar de forma consciente, formal y controlada estas potencialidades turísticas en la región, a continuación, se presentan una integración de estas riquezas culturales y naturales de Cucunubá y Sutatausa en una propuesta de paquete turístico, que integra nuevos y antiguos actores del turismo en los municipios.

Propuesta de paquete turístico para los municipios de Cucunubá y Sutatausa

Planteamiento del problema

El Valle de Ubaté cuenta con una privilegiada ubicación, debido a su cercanía a Bogotá y su rápida y segura accesibilidad desde la misma, lo que representa una ventaja competitiva para el desarrollo de la actividad turística. Adicionalmente, tiene una gran riqueza natural y cultural, que aún no ha sido explotada por completo. Esta debilidad se traduce en la ausencia de productos turísticos estructurados que integren las potencialidades de los destinos y creen experiencias bajo estándares de calidad.

De acuerdo con lo anterior, existe una demanda real que busca servicios y productos de calidad, los cuales suplan las necesidades y expectativas durante sus viajes a este destino del país. También hay una demanda potencial que no cuenta con acceso a información actualizada, lo que se convierte en una falencia para la planeación y realización de las actividades turísticas. Otro porcentaje de turistas no tienen conocimiento alguno de la oferta turística existente en esta parte del territorio colombiano.

El Valle de Ubaté se encuentra compuesto por 10 municipios, de los cuales se han seleccionado dos para el diseño de un producto turístico que explote, a través de una planeación y ejecución controlada, el potencial endógeno de los municipios de Cucunubá y Sutatausa. La elección fue realizada con el fin de crear una alianza del sector público y privado de los municipios para generar un fortalecimiento de la oferta, por medio de una propuesta de producto turístico competitivo dentro de la región.

Pregunta de investigación

¿Cómo contribuir al desarrollo de los municipios de Cucunubá y Sutatausa a partir de una propuesta de paquete turístico?

Justificación

El evidente crecimiento turístico en Colombia y la creación de programas en el departamento de Cundinamarca en esta área, como “Tour por Cundinamarca”, con sus respectivos subprogramas “Cundinamarca con turismo planificado y Turismo competitivo y sostenible” (Gobernación de Cundinamarca, 2016) constituyen una gran oportunidad para la creación de proyectos turísticos encaminados al aprovechamiento del potencial que posee y al desarrollo sostenible del mismo.

Aunque Cundinamarca posee riqueza cultural y natural dispuesta para la explotación turística, “su principal problema radica en la falta de visión estratégica y desarrollo de proyectos de alto impacto turístico.” (Gobernación de Cundinamarca, 2016). Por ello, el establecimiento de un producto turístico en ésta región, elaborado bajo parámetros técnicos que abarquen no sólo lo que compete al producto sino también a la población local, como protagonista de la actividad turística, respondiendo a uno de los objetivos planteados por el Plan Sectorial de turismo vigente “Turismo para la construcción de la paz”, el cual busca que a través del turismo haya un crecimiento económico de los distintos municipios que lo componen, generación de empleos plenos y productivos para su comunidad , y la promoción de un consumo y producción sostenible. Es así como el presente proyecto busca no solamente poner en práctica gran parte de las competencias adquiridas durante el desarrollo de la carrera, sino también proponer una herramienta que favorezca el reconocimiento de Cundinamarca a través de la explotación turística de los municipios de Cucunubá y Sutatausa.

De acuerdo con esto, el proyecto que se presenta a continuación es una alternativa para el fortalecimiento de la economía del Valle de Ubaté, a través de la alianza de los municipios de Cucunubá y Sutatausa para que puedan ofertar un paquete turístico, el cual fue organizado gracias a los conocimientos y experiencias adquiridas durante el pregrado y que busca beneficios de las poblaciones locales, los turistas y el medioambiente, con una planeación y desarrollo de calidad.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un paquete turístico para los municipios de Cucunubá y Sutatausa.

Objetivos específicos

1. Identificar la potencialidad turística de los municipios de Cucunubá y Sutatausa.
2. Analizar la demanda turística de los municipios de Cucunubá y Sutatausa.
3. Diseñar un itinerario turístico para los municipios de Cucunubá y Sutatausa.

Marco teórico

La globalización es un fenómeno que ha generado cambios en los diferentes sectores económicos de los países. Uno de estos es el turismo, el cual, por su gran intercambio cultural y necesidad de movimiento de un lugar a otro, ha tenido un crecimiento exponencial en las últimas décadas. Para el caso de Colombia, “en 2016 los visitantes extranjeros aumentaron en 14,5 por ciento frente al año inmediatamente anterior. Este aumento es mayor al de América Latina, que es, según la Organización Mundial del Turismo (OMT) del 4 por ciento.” (Revista Semana, 2017). Adicionalmente rompió su récord en el año 2014 con la llegada de 4,4 millones de ciudadanos extranjeros (Méndez, 2016). Este incremento en los visitantes extranjeros no solo impulsa el reconocimiento turístico a nivel global, sino que aporta a la economía del país en varios aspectos:

Ingreso de divisas: al atraer habitantes de todos los continentes, el turismo es una actividad que permite la llegada de las monedas extranjeras, potenciando la economía y las reservas internacionales. Para el año 2016, el turismo ocupó el segundo lugar en generación de divisas para Colombia, superando a productos como el café, las flores y el carbón.

Generador de empleos: en el último trimestre del año 2016, los empleos dentro del sector crecieron un 1,7% y representaron un 27,8% sobre el total de ocupados (Oficina de estudios económicos- MinCIT, 2016). Adicionalmente esto ha propiciado la formalización de nuevas empresas (1.353), bajo las iniciativas gubernamentales de mejorar los servicios ofrecidos por los prestadores turísticos. (Méndez, 2016)

Aumento de la inversión: el monto invertido por el gobierno en proyectos de competitividad superó los \$16.520 millones de pesos. Además, se ejecutaron 156 proyectos de infraestructura turística en todo el país, alcanzando el medio billón de pesos (Presidencia de la República, 2016) . De acuerdo con esto, no solo el sector privado está interesado en invertir, sino que el sector público le está apostando al crecimiento de la propuesta turística del país.

En síntesis, el turismo en Colombia, atraviesa uno de sus mejores y más prósperos momentos. Las principales ciudades del país, demuestran este gran crecimiento, y son estas quienes se ven mayormente beneficiadas de la llegada de turistas extranjeros; las cinco

ciudades del país que registran mayores gastos, por parte de los visitantes internacionales son, Bogotá (39%), Cúcuta (18,2%), Cartagena (9,6%), Medellín (8,3%) y Cali (6%) (Radio Santa Fe, 2016). Sin embargo, un mayor porcentaje del territorio colombiano podría verse beneficiado de la actividad turística, por ello el gobierno incentiva a través de diferentes políticas, como por ejemplo, la exención del impuesto a la renta por 20 años a proyectos turísticos con miras a desarrollarse en lugares con menos de 200.000 habitantes, lo cual, con una correcta planeación turística, no solo fomentará la ampliación y diversificación de la oferta del sector, sino que puede establecer una cultura de desarrollo y crecimiento en las poblaciones de estos territorios. Estos municipios no solo presentan una gran cantidad de recursos naturales sin una explotación sostenible, sino que también cuentan con un gran número de actividades culturales y artísticas, que se convierten en una fortaleza y atracción turística del lugar.

Cundinamarca, departamento donde se ubica la capital colombiana, presenta gran parte de estas manifestaciones, tangibles e intangibles, para el desarrollo de una actividad turística única y de interés para las nuevas tendencias y mercados del sector; cabe resaltar la ventaja competitiva que tienen estos municipios, ya que Bogotá es la ciudad con mayor número de visitantes en Colombia y cuenta con el mejor aeropuerto de Sudamérica, reconocimiento otorgado por World Airport Awards en marzo del 2016 y por The Guide to Sleeping in Airports, por segunda vez (Portafolio, 2016). Esta oportunidad, para los municipios cercanos a la ciudad, sumada a un desarrollo del transporte y vías terrestres, constituirían una fortaleza para todo el territorio Cundinamarqués.

Según el Plan de Desarrollo Turístico de Cundinamarca (2012), este debe asumir el reto del turismo, aprovechando el gran número de oportunidades enfocadas en su belleza paisajística, en su legado cultural, en la diversidad geográfica que le brinda la plataforma para el desarrollo del turismo de aventura, el ecoturismo, el turismo científico, entre otros.

Para el actual gobierno del departamento de Cundinamarca, el turismo representa una oportunidad para lograr un mayor desarrollo económico y social de la región, gracias a su acelerado crecimiento en el país y su enorme potencialidad. Es por ello que consigna en su Plan de Desarrollo 2016 - 2020, en su artículo 50 el programa: “Tour por Cundinamarca”, con sus respectivos subprogramas “Cundinamarca con turismo planificado” y “Turismo competitivo y sostenible”, con los cuales pretende responder al Plan Sectorial de Turismo

vigente “Turismo para la construcción de la paz”, a través del aporte al crecimiento económico a los municipios con la generación de empleos plenos y productivos, para finalmente garantizar la producción y el un consumo sostenible.

A pesar de su potencial turístico, Cundinamarca padece de un descuido de infraestructura tanto privada como pública, escasa calidad en la prestación de servicios, deficiente administración de sus recursos y atractivos turísticos y bajo porcentaje de inversión. “En general, el principal problema de este sector radica en la falta de visión estratégica y desarrollo de proyectos de alto impacto turístico en el Departamento.” (Gobernación de Cundinamarca, 2016)

Es por ello, que se requiere de nuevas apuestas turísticas que aprovechen el potencial de las oportunidades y las ventajas comparativas con que cuenta Cundinamarca, desde una visión estratégica que abarque todos los actores y elementos que componen dicha industria. Dentro de esos nuevos proyectos que se pueden desarrollar en el departamento y que pueden aprovechar al máximo los recursos existentes se incluye entre otros, a los productos turísticos, los cuales requieren para su elaboración de tres estudios fundamentales: la potencialidad del destino, el estudio de mercados para la elección de un segmento adecuado al cual responder y el estudio del marketing que proporcione una correcta promoción, distribución y venta del producto creado.

En un primer momento, es crucial la elaboración del diagnóstico del potencial turístico que integre la oferta, demanda y las tendencias del mercado turístico, los cuales se expondrán a continuación.

Oferta turística

"Un destino sustenta su oferta en componentes como atractivos, accesibilidad, establecimientos de prestación de servicios turísticos, entretenimiento y finalmente apoyo de servicios complementarios" (Covarrubias, 2002). Teniendo en cuenta esto, es posible reunir los elementos que la constituyen en tres grupos fundamentales:

Atractivos.

Este punto ha de estudiarse desde tres perspectivas, los atractivos naturales, los artificiales y los humanos. Ésta última quizá la más importante de las dos, ya que constituye la hospitalidad, valor esencial en la prestación de un servicio.

El factor de atractivos naturales se compone por: montañas, planicies, costas; lagos, ríos y caídas de agua, grutas y cavernas; lugares de caza y pesca; lugares de observación de flora y fauna; caminos pintorescos y parques naturales.

Dentro los atractivos artificiales, denominados así por la evidente acción de la mano del hombre sobre ellos, se incluyen: museos; lugares históricos; ruinas y lugares arqueológicos; manifestaciones religiosas y creencias populares, ferias y mercados, música y danzas, artesanías y arte; comidas y bebidas típicas; grupos étnicos, explotaciones mineras, agropecuarias e industriales; centros científicos, técnicos, artísticos y deportivos.

Finalmente, en los atractivos o recursos humanos se encuentra la hospitalidad; buen trato y atenciones; orgullo por la cultura y el pueblo; precios moderados, limpieza y buena presentación.

Facilidades.

“Se refieren al alojamiento en todas sus formas; a la industria de alimentos y bebidas; al entretenimiento y diversión; a las agencias de viajes; a las arrendadoras de automóviles y en forma especial, al personal capacitado disponible para atender adecuadamente a los turistas.” (Cardenas Tabares, 2008).

Por el lado del alojamiento, se mencionan a los hoteles, hostales, moteles, pensiones; campings, albergues, residencias, apartamentos turísticos, centros vacacionales, etc. En cuanto a la industria de alimentos y bebidas, se incluyen establecimientos como restaurantes, cafeterías, bares y cantinas; lugares de comida típica cerrados o al aire libre, entre otros. Dentro del área de entretenimiento y diversión se encuentran los clubes nocturnos, casinos cines y teatros; plazas de toros, palenques; parques de diversiones y deportivos. Las agencias de viajes minoristas y mayoristas; y en las arrendadoras de carros, se encierra además todo el transporte turístico para city tours y excursiones.

Otro componente importante de las facilidades turísticas es la capacitación, la cual en sus diferentes niveles (básico, técnico, superior y posgrado) aporta a una prestación del servicio de mayor calidad y tecnicismo.

Por último, cabe mencionar a las oficinas y puntos de información turística; servicios de guías y comercios turísticos; cambio de moneda, entre otros servicios que influyen en la mejora de la experiencia del turista y por ende en la calidad del servicio.

Accesibilidad.

Este aspecto incluye, por un lado, los medios de transporte por los cuales es posible ingresar al destino (barco, avión, automóvil, autobús, entre otros.) y por el otro, las vías de acceso y de comunicación del producto con el centro de soporte.

En cuanto al transporte, se puede clasificar en tres medios: marítimo (acuático), que incluye los barcos, cruceros, aliscafos y transporte lacustre; aéreo, como aviones estatales, de empresas privados y avionetas particulares; y terrestre, compuesto por los ferrocarriles, automóvil, autobús y otros.

Con base en los puntos anteriores se puede decir que, sin una correcta accesibilidad y una buena oferta de servicios turísticos, el atractivo por sí sólo carece de valor económico, pues será casi imposible que el turista, consumidor final del producto turístico, lo conozca o lleve consigo una completa experiencia de satisfacción.

El diagnóstico de la oferta es bastante amplio, por lo que se hace necesario el uso de una herramienta que permita determinar la cantidad y las condiciones en las que se encuentran sus componentes. Esta herramienta es el inventario del patrimonio turístico, el cual se denomina así por la relación entre los atractivos turísticos (materia prima), la planta turística (aparato productivo); la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos para operar el sistema). (Cardenas Tabares, 2008)

La metodología para el desarrollo de un inventario turístico, según Fabio Cárdenas (2006) consta de cuatro partes:

1. Atractivos turísticos.
2. Facilidades turísticas
3. Infraestructura
4. Actividades

Inventario de atractivos turísticos.

Lo define como el catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de un lugar determinado y se elabora en dos pasos:

El primero consiste en el registro de la información, esto se refiere al compendio de todos los datos de los atractivos turísticos teniendo en cuenta la clasificación de categoría, tipo y subtipo. Para este punto, las categorías utilizadas para la catalogar a los atractivos son: sitios naturales, museos y manifestaciones culturales, folklore, realizaciones técnicas, científicas, artísticas contemporáneas y, acontecimientos programados. Para llevar a cabo el registro del material obtenido se debe realizar una ficha que contenga toda la información necesaria para identificación de cada atractivo (nombre, categoría, tipo y subtipo, jerarquía, localización, medios de acceso, número aproximado de visitantes nacionales y extranjeros y temporada de viaje, características que le confieren interés turístico).

El segundo paso es la evaluación de los atractivos turísticos, la cual se realiza a través de la clasificación crítica de cada uno de los atractivos encontrados en la jerarquía correspondiente. Las jerarquías se denominan de mayor a menor. Los criterios de evaluación son los siguientes:

Jerarquía 5. Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país o de algún mercado específico.

Jerarquía 4. Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía 3. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas; o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales).

Jerarquía 2. Atractivos con méritos suficientes como para considerarlos importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico.

Jerarquía 1. Atractivos con méritos suficientes para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

Jerarquía 0. Atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, la ficha de registro a utilizar es la siguiente:

Ilustración 1: Modelo de ficha de clasificación de los atractivos turísticos.

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Espacio para fotografías y observaciones				
Ubicación				
Medios de acceso				
Visitantes				
Características				

Fuente: Cárdenas Tabares, F. (2008) Producto Turístico. México

Inventario de Planta turística.

Este inventario comprende todo el equipamiento que hace posible el buen desarrollo de la actividad turística, su análisis se limita únicamente al registro de datos físicos objetivos y prescinde de información acerca de la calidad del servicio. Al igual que el anterior, se realiza en dos pasos:

Inicia con el registro de la información utilizando una ficha, para cada prestador de servicio, que contenga datos como: nombre del establecimiento o empresa, categoría y tipo o subtipo, datos de identificación comercial, dirección y características.

Posteriormente se debe realizar la evaluación correspondiente de cada uno de los establecimientos, de acuerdo a las políticas turísticas del país en el que se va a desarrollar el proyecto.

Inventario de la infraestructura.

Para el registro de la información, como en los casos anteriores, se requiere de una ficha para la sistematización del material hallado, la cual, en este caso, debe contener los siguientes datos: número de rutas y puntos que unen, extensión de cada ruta, tipo de calzada: asfalto, hormigón armado, consolidado, tierra (aclarando en este último las épocas del año en que es transitable), estado de la ruta, velocidad promedio en automóvil y otras características. Los elementos que componen este rubro se clasifican en categorías (Transporte y comunicaciones), tipos (terrestre, aéreo, acuático) y subtipos.

Los datos por registrar sobre terminales y servicios de transporte, ya sean terrestres, aéreos o marítimos son los siguientes: ubicación de la terminal y dimensiones de la misma, boleterías y reservas de pasajes, servicios de higiene y confort del pasajero, otros servicios complementarios, nombre de las empresas transportadoras, servicios que prestan, frecuencia de los servicios, tipo de vehículo por servicio, tarifa por milla o kilómetro de cada servicio y precio del viaje.

En cuanto a las comunicaciones, los datos a obtener son aquellos referentes a la red de comunicaciones interna, los contactos externos y la eficacia y el empleo que el turista puede hacer éstos.

La evaluación de la infraestructura se da con el registro de cada una de las características anteriormente mencionadas.

Demanda turística

El estudio de la demanda turística permite identificar la potencialidad de un destino en términos de fluctuación de turistas nacionales e internacionales, así como las características específicas del segmento que lo visitan. El reconocimiento de las motivaciones, gustos y preferencias de los turistas y las nuevas tendencias de la demanda garantizará un mayor éxito de los nuevos productos turísticos lanzados al mercado, ya que es posible responder de forma acertada a sus necesidades y expectativas.

Motivaciones del turista.

Dentro de las teorías más significativas acerca de la motivación se destaca en primer lugar el modelo jerárquico de las necesidades de Maslow, el cual plantea que el hombre trabaja en función de sus necesidades de nivel más bajo, es decir, que a medida que una persona satisface un nivel de esta escala, sus acciones pasarán a ser motivadas por el nivel inmediatamente superior a estas, permitiéndole escalar paulatinamente dentro de la pirámide (Cooper, Fletcher, Fyal, Gilbert, & Wanhill, 2007).

Con base al modelo propuesto por Maslow, Pearce propone una adaptación que incorpora el factor de la experiencia turística, en donde los niveles de motivación son los siguientes:

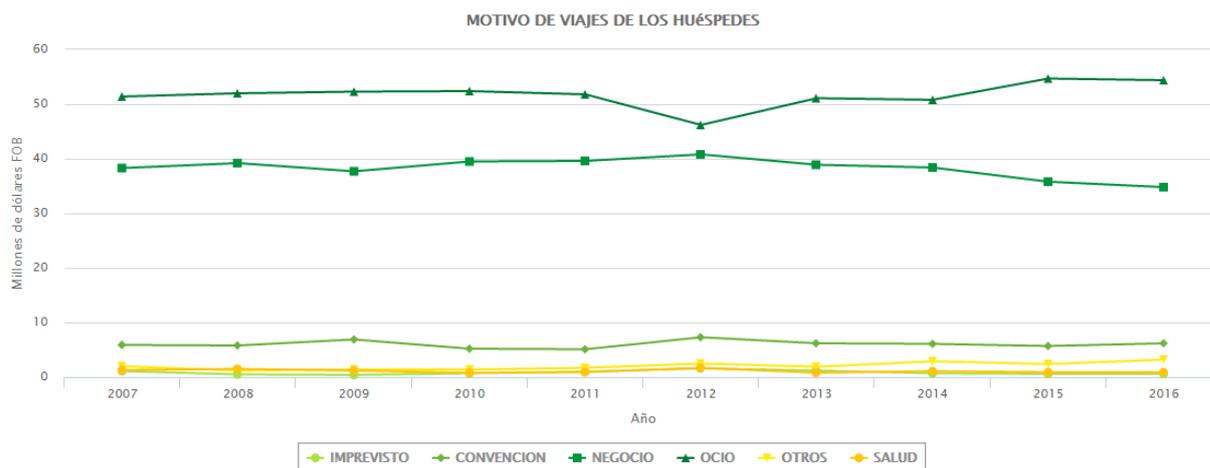
1. Necesidad de relajación (descanso / actividad)
2. Necesidad de estimulación (seguridad / emociones fuertes)
3. Necesidades sociales (de familia y relaciones íntimas de amistad)
4. Necesidades de autoestima (desarrollo personal, cultural, histórico, medioambiental)
5. Necesidades de autorrealización (búsqueda de la felicidad).

Dicha teoría sugiere que el descanso es una necesidad primaria en las personas, la cual puede ser satisfecha a través del desarrollo de actividades turísticas. Adicionalmente, afirma que las elecciones del turista progresan de acuerdo a una jerarquía de necesidades, y que a través de este proceso el turista adquiere la capacidad de interpretar y reflexionar acerca de sus experiencias, generando un constante cambio en sus necesidades, aspecto que confirma la

constante fluctuación en los gustos y preferencias de la demanda. Es así como el destino o el atractivo debe asumir el reto y la responsabilidad de satisfacerlo.

Existen muchos motivos que mueven a las personas a viajar a un destino en específico, puede ser su historia o cultura, los espacios naturales, su avanzada tecnología o sus centros de negocios, su clima, sus playas y demás. Referente a Colombia, los motivadores principales son el ocio y los negocios (*Gráfica 1*). En cuanto al ocio, los turistas llegan en búsqueda de destinos de sol y playa, de paisajes y naturaleza. En cuanto a los negocios, el destino principal es Bogotá, la capital del país que actualmente se consolida como punto de llegada de los turistas que viajan con esta motivación.

Gráfica 1. Motivaciones de viaje de los huéspedes



Fuente: CITUR

Por otro lado, a parte de las motivaciones, existen formas y estilos de vida que las personas pueden compartir entre sí, logrando hacer una distinción o segmentación de los turistas. Erik Cohen en el año 1972, propone una clasificación de turistas basada en comprender la naturaleza e inquietudes de los mismos. Esta teoría plantea cuatro categorías:

Turismo de masas organizado.

El contacto con la cultura y sus pobladores no es de gran interés para este viajero. Planificar sus recorridos a través de prestadores de servicios, le permiten mantenerse dentro de la burbuja medioambiental, bajo la cual siente confort y seguridad, así que se rigen bajo un itinerario y condiciones que le muestra una empresa, siempre y cuando estas sean de su completa aceptación.

Turismo de masas individual.

En esta, los visitantes siguen permitiendo que su viaje sea planeado por la industria turística, pero presenta un nivel de flexibilidad y autonomía mayor. Sin embargo, la burbuja ambiental no permite el disfrute total y real del destino visitado, porque sus itinerarios siempre estarán planificados para conocer los sitios de mayor atracción turística y no los que aún quedan por descubrir.

Explorador.

Un alojamiento cómodo y fiable, es una de las características de este segmento. El turista presenta una autonomía total en la planeación y ejecución de los viajes, convirtiendo en un objetivo salirse de lo común de un destino, viviendo experiencias diferentes a las que le podrían brindar los prestadores de servicios. Aun así, el explorador se aleja de la burbuja medioambiental, la cual se convierte en una solución a las circunstancias que se salen de su control.

Viajero sin rumbo “drifter”.

Acuñado así por Cohen. Con este tipo de turista se presenta un intercambio cultural en su plenitud. El “drifter” desea descubrir esos lugares que le resultan absolutamente desconocidos y con los cuales no presenta ningún tipo de familiaridad; esto es lo que logra enriquecer su experiencia y le brinda independencia para su toma de decisiones, ya que es quien organiza y distribuye sus finanzas a lo largo del viaje, sin regirse bajo ningún itinerario.

De esta teoría de Erik Cohen, se puede concluir que, dependiendo de los gustos de los turistas, de sus objetivos en los desplazamientos que realiza y de su involucramiento con la

industria turística y la población local de un territorio, este genera un proceso de toma de decisiones muy variado. Por ejemplo, el “viajero sin rumbo” no crea una planificación tan extensa de su viaje, a diferencia de un viajero de masas organizado, el cual concentra sus decisiones antes de llegar al destino.

Nuevas tendencias de la demanda turística.

La demanda turística es cada vez más cambiante, la globalización ha llevado a que las necesidades de los turistas varíen constantemente en poco tiempo, por lo que los prestadores de servicios requieren estar atentos para responder éstas y no perder competitividad en el mercado. Las tendencias que actualmente mueven a la demanda son las siguientes:

Desestacionalización de la demanda.

Este fenómeno se debe a la aparición de aerolíneas “low cost” y a la creación de “short break” y “city break” por parte de los operadores turísticos que buscan dar a conocer los principales atractivos de un destino, en fechas de baja o media temporada, es decir en los fines de semana o puentes del año. Por ellos es importante tener en cuenta los siguientes aspectos para generar un buen plan de desestacionalización:

- a. Crear programaciones en las que los principales eventos y festividades de los destinos tengan lugar en temporadas bajas y que incentiven la pernoctación.
- b. Generar actividades mediante las cuales los servicios turísticos, que dependen exclusivamente de las altas temporadas, se mantengan vivos a lo largo del año, como por ejemplo los guías de turismo.
- c. Fortalecer los productos turísticos que no dependen de una temporada alta. El ejemplo más común para este caso, es el turismo de negocios, el cual representa un importante ingreso para los hoteles en temporadas bajas.
- d. Los mercados turísticos no estacionales. Para este caso se deben generar estudios en todos los países, principalmente en las economías emergentes que estén representando mayor crecimiento del PIB, para incentivar la visita al país, ya que en algunos casos las altas

temporadas de estos países, pueden coincidir con las bajas de otro, así que se hace necesaria la promoción en estos territorios.

e. Ya que los shorts break representan el fenómeno de la desestacionalización, es necesario prestar atención al mercado doméstico y a la promoción y oferta dirigida a esta.

f. Las acciones de CityMarketing se pueden convertir en una de las principales razones de movilidad en las temporadas bajas, por ello es necesario desarrollar las actividades y eventos que fortalezcan esta estrategia promocional.

g. Pensamiento en conjunto. Para gestar un plan de desestacionalización del turismo efectiva, es necesario integrar todos los actores de la actividad en este, logrando conectar esfuerzos y objetivos para un bien del mercado (Turismo, s.f.).

Demanda más exigente en términos de calidad.

El crecimiento del turismo, ha facilitado los desplazamientos, y es por ello que la cantidad de viajes realizados en promedio por las personas, es cada vez más vasto. De acuerdo con esto, los turistas tienen una mayor experiencia y exigen más requerimientos a la hora de obtener un servicio para sus viajes.

Consolidación y aparición de nuevos segmentos de demanda.

La aparición de estos nuevos segmentos crea la necesidad para los prestadores de servicios turísticos de incrementar sus opciones de venta. Este fortalecimiento de segmentos como LGBT o “senior” (tercera edad) permite una diversificación y mayores oportunidades de negocio en el sector.

Creciente conciencia por temas ambientales.

El daño de la naturaleza y la alteración climática que sufre el planeta desde hace varias décadas, es un tema de fortalecimiento y preocupación actual y es por ello que los turistas de hoy en día evalúan los servicios turísticos bajo el aspecto de la protección ambiental, entre otros, ya sea de un destino o un servicio de hospedaje.

Experiencias más participativas.

Los viajeros buscan experiencias que los hagan partícipes de una cultura y donde puedan aprender, por medio de los mismos habitantes, sus costumbres y tradiciones. Gracias a esto, el turista genera una mayor conexión con un destino y se crea una vivencia más real.

Organización de los viajes de forma independiente.

Algunos turistas se sienten más cómodos, cuando sus viajes y variables como duración, actividades, hospedaje, alimentación, transporte, entre otros, depende única y exclusivamente de su juicio, necesidad y motivación. Esto concede al viajero una experiencia auténtica y placentera.

El conocimiento de las tendencias actuales de la demanda, permitirá la creación de productos y actividades turísticas más atractivas para las personas; y además, una buena oferta turística, una infraestructura adecuada y una excelente planeación, garantizará su éxito en el mercado.

Marco conceptual

Recurso turístico

Todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona. Por lo tanto, no sólo los atractivos naturales, sino también aquellos otros contruidos por el hombre (Vogeler & Hernández, 2002)

Atractivo turístico

Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico. (FONTUR)

Producto turístico

El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrece al mercado para un confort material o espiritual en forma individual o en gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista. (Cardenas Tabares, 2008)

Oferta turística

Es una amalgama de atractivos e instalaciones de apoyo que presentan varios elementos comunes y para que tenga éxito, los componentes de la fusión necesitan tener calidad equivalente. Un destino sustenta su oferta en los siguientes componentes: atractivos, accesibilidad entre las que se encuentra el transporte local, terminales de transporte; amenidades pudiéndose agrupar los establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, entretenimiento y finalmente el apoyo de servicios en la forma de organizaciones locales. (Covarrubias, 2002)

Demanda turística

Inventario de la cantidad de cualquier producto o servicio que la gente está dispuesta y puede comprar en cada precio específico de un conjunto de precios posibles durante un periodo de

tiempo definido. Así existe en todo momento una relación entre precio y mercado y la cantidad de demanda. (Goeldner & Ritchie, 2016, pág. 478)

Turista

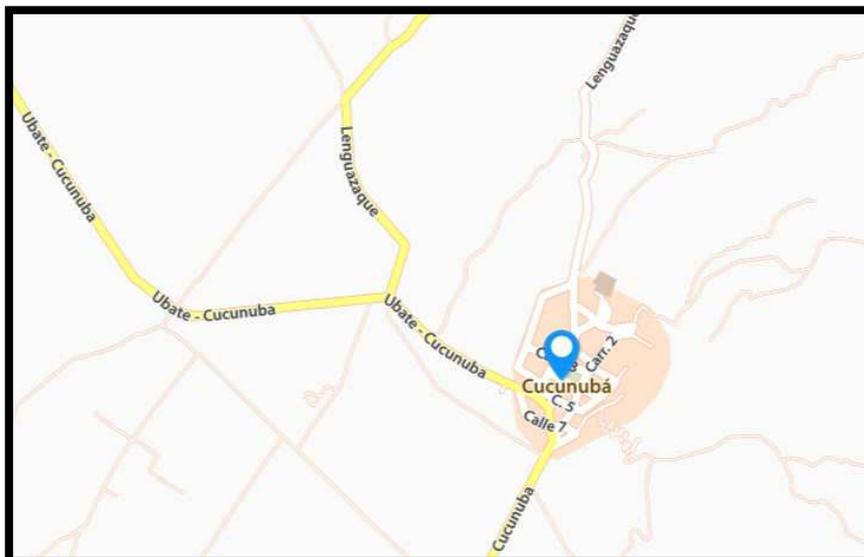
Es toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas con fines recreación y descanso o para conocer mejor el lugar que visita. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

Marco geográfico.

La Provincia de Ubaté es una de las quince que integran el departamento de Cundinamarca; se localiza al norte de éste y está dividida en diez municipios, entre ellos Cucunubá y Sutatausa, objetos de estudio del presente trabajo.

Cucunubá por su parte, está conformado por la cabecera municipal y 18 veredas: Alto de Aire, Aposentos, Atraviesas, Buita, El carrizal, Chápala, El Rhur, El Tablón, Hato de Rojas, Juaitoque, La Florida, La Laguna, La Ramada, La Toma, Media Luna, Peñas, Peñas de Palacio y Pueblo viejo.

Ilustración 2. Mapa Cucunubá



Fuente: https://www.viamichelin.es/web/Mapas-Planos/Mapa_Plano-Cucunuba--Cundinamarca-Colombia

El clima del municipio (temperatura media de 14 °C) favorece al sector agropecuario del mismo, destacándose la explotación ganadera. Sin embargo, la minería, con la producción de carbón, es la actividad que mayores ingresos genera al municipio.

En cuanto al turismo, Cucunubá posee atractivos naturales, arqueológicos y arquitectónicos, con gran potencial para ser convertidos en productos turísticos. Actualmente, la oficina encargada del turismo, está realizando capacitaciones en guianza turística a los estudiantes del colegio Divino Salvador para la participación en los eventos culturales desarrollados en el municipio. Además, se están realizando alianzas con los artesanos para su participación activa en la muestra al turista del trabajo cotidiano e invitándolos a participar del mismo proceso. Entre otras actividades que se están desarrollando se encuentran: la creación de rutas ecológicas enfocadas a la recuperación ambiental (Parque Lineal - San Juan) y la participación del municipio en la creación de la Red de Turismo Provincial.

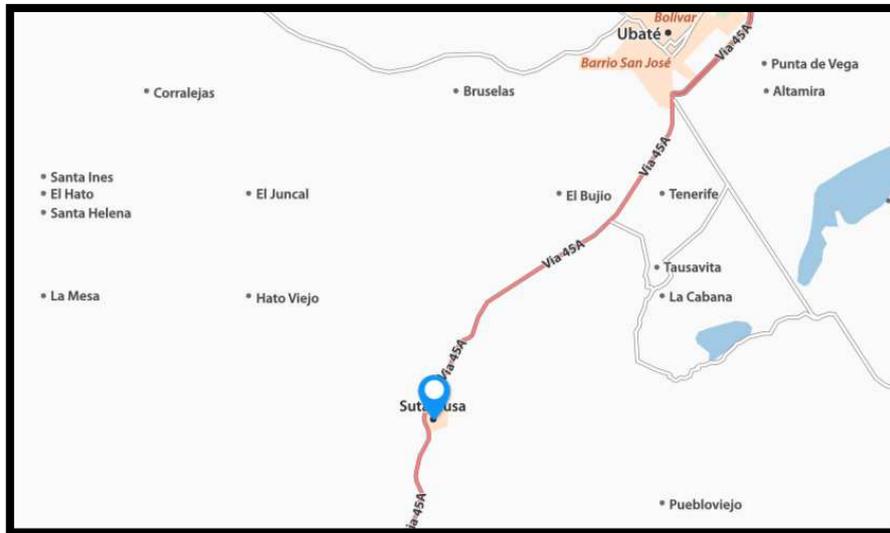
Cucunubá está ubicado aproximadamente a 90 Km de la ciudad de Bogotá, y es de fácil acceso gracias a que la vía principal se encuentra completamente pavimentada. Adicionalmente, cuenta con otras vías que comunican al municipio con otros de la región:

- Vía a la ciudad de Ubaté, con una distancia de 9 Km, carretera sin pavimentar, hay servicio de transporte desde cada uno de los municipios cada 30 minutos.
- Vía al municipio de Chocontá, con una distancia de 26 Km, carretera parcialmente pavimentada, servicio de transporte.
- Vía al municipio de Suesca, con una distancia de 24 Km, los primeros 5 Km en pavimento saliendo del municipio de Cucunubá.
- Vía a Lenguazaque con una distancia de 16 Km, carretera destapada.

Sutatausa, limita al oriente con Cucunubá y está conformado por la cabecera municipal y las veredas Chipaquín, Hato Viejo, Mochila, Pedregal, Salitre, Concubita, Novoa, Naval, Palacio, Peñas de Boquerón, Santa Bárbara, Ojo de agua y Peñas de Cajón. Su temperatura es de 14 °C y dista de Bogotá en 88 Km.

La vía regional principal está ubicada en la parte occidental del territorio, es la que de Zipaquirá conduce hacia Ubaté y a otras ciudades y poblaciones de Cundinamarca, Boyacá y del país. También cuenta con varias vías regionales secundarias de gran importancia pues cumplen el papel de conectores con los Municipios vecinos y la región.

Ilustración 3. Mapa Sutatausa



Fuente: www.viamichelin.es

En cuanto a la economía del municipio, en similitud con Cucunubá, las actividades principales son la explotación agropecuaria y minera. El cultivo representa el renglón más importante para el ingreso de dinero al municipio, seguido por la minería subterránea y a cielo abierto. El turismo, por otra parte, no genera un gran aporte a su economía pues, aunque posee potencial natural y cultural, la atención se ha centrado en los dos puntos anteriormente mencionados.

Marco legal

El turismo comprende una serie de leyes y reglamentos que norman la actividad turística, tanto de los consumidores, como de los prestadores de servicios; así como la forma en que interactúan entre ellos y la coordinación entre los distintos niveles de gobierno; nacional, municipal, departamental y regional para planear y operar los proyectos, políticas y acciones encaminadas a desarrollar, promocionar y posicionar el turismo en el territorio nacional.

La Ley 300 de 1996, ley general del turismo, rige las directrices para el desarrollo de esta actividad y los requisitos que todos los prestadores de servicios deben cumplir para poder desempeñarse en esta área, dentro de los requerimientos se resalta el Registro Nacional del Turismo, el cual *“será requisito previo y obligatorio para el funcionamiento de los establecimientos turísticos”* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 1996), y por tanto se tendrá en cuenta para la elección de los proveedores para la propuesta a diseñar.

La Resolución No. 0348 de 2007 (27 de febrero), *“por la cual se determinan los sitios de interés turístico de qué tratan los numerales 1º y 2º del artículo primero de la Resolución 0347 de 2007”* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2007), los cuales señalan que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determinará los lugares, los municipios, los corregimientos y las zonas urbanas o rurales turísticas del país.

En el artículo 2 de la presente resolución, se considera al municipio de Cucunubá, Cundinamarca como un sitio de carácter turístico gracias a su principal atractivo, el Centro Histórico, sector declarado como Bien de Interés Cultural por el Ministerio de Cultura.

La Metodología para la Elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos (2010) propuesta por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con soporte en la Ley 300 de 1996 y la Ley 1101 de 2006, en donde consta que la elaboración de inventarios es prioridad para el país y se establece la obligación de actualizar dicha información.

Es importante recalcar que los inventarios de atractivos junto con otros insumos de información producidos en los procesos de planificación turística constituyen elementos de trascendencia para la toma de decisiones tanto para el sector público como para el privado en los niveles regional y nacional.

“El propósito de esta guía es generar una herramienta de utilidad, compartida en todo el país, que facilite el trabajo a los actores regionales y municipales del turismo y propicie el diálogo armónico con miras a la diversificación y consolidación de productos competitivos.” (Ministerio de Comercio, Industria Turismo, 2010)

La Ley 1712 de 2014, por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones.

El objeto de la presente ley es *“regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.”* (Alcaldía de Bogotá, 2014) Para la evaluación del potencial turístico de Cucunubá y Sutatausa, es necesario acceder a información de carácter público en donde se consignen datos de la oferta turística actual del municipio, proyectos en proceso de ejecución en la misma área, inventario de atractivos turísticos (si lo tiene), cifras de demanda turística nacional e internacional y demás información que nos permita un mejor desarrollo de la investigación.

Metodología

A lo largo del trabajo se utilizaron diferentes herramientas de recolección de información, cada una seleccionada de acuerdo a las necesidades del análisis. Dentro del análisis de la oferta turística se utilizaron los siguientes instrumentos:

Check list de los recursos turísticos

En respuesta a la clasificación de recursos turísticos propuesta por la Organización de los Estados Americanos (OEA), tanto en Cucunubá como en Sutatausa se enlistaron los recursos de acuerdo a esta.

Entrevista para los encargados de turismo del municipio

Esta herramienta fue seleccionada para el análisis de la superestructura de Cucunubá y Sutatausa. Los objetivos de esta entrevista son determinar el interés que existe por parte del sector público para el desarrollo de la actividad turística, su percepción con respecto a los diferentes elementos que componen la oferta de los destinos y su apertura a nuevas propuestas. De acuerdo con estos objetivos se plantearon las siguientes preguntas para analizar y dar respuesta a cada uno de ellos.

Temas de análisis		
Turismo a nivel gubernamental	Oferta actual	Opciones de desarrollo turístico
En materia turística, ¿qué se ha desarrollado? ¿Existe interés por el desarrollo turístico?	¿Considera usted que la población local es receptiva al turismo?	Actualmente, ¿existen alianzas con otros municipios en materia turística? ¿Cómo se están llevando a cabo estos procesos? ¿Estarían interesados en crear alianzas?
¿Existe una oficina de turismo? ¿Cuáles son sus funciones?	¿El municipio se encuentra preparado para el desarrollo de la actividad turística? ¿De qué manera?	
Atendiendo al decreto del Viceministerio de Turismo para la implementación de procesos de calidad, ¿cómo el municipio adelantó este proceso? ¿Se alcanzaron los objetivos propuestos?	¿Cuál es el lugar más visitado por los turistas y excursionistas?	De las tipologías de turismo, ¿cuál es la de mayor interés para el desarrollo turístico del municipio?
	¿Existe una integración entre los prestadores?	
	Actualmente, ¿se venden productos turísticos con agencias, tanto dentro como fuera del municipio?	

Matriz de análisis de los prestadores de servicios turísticos.

Para la creación de los formatos de evaluación de los prestadores de servicios turísticos se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

- Información básica: en este se incluye el nombre del prestador y la foto de las instalaciones; esta última permite, a grandes rasgos, ver parte de las condiciones en las que se encuentra el establecimiento.
- Información de contacto: en esta se incluye el nombre del gerente o representante legal del establecimiento, teléfonos, correo electrónico y dirección. Estos datos servirán, entre otras funciones, para localizar a la persona encargada en el momento de una integración entre prestadores para el diseño de un producto turístico.
- Información turística: Se incluye la capacidad, el número de Registro Nacional de Turismo y los servicios que ofrecen los hoteles. Este es el aspecto de mayor relevancia para el análisis de la oferta turística del municipio. Con estos resultados se pueden identificar los servicios que, de acuerdo con los prestadores turísticos, buscan los turistas o excursionistas que llegan a estos municipios. Adicionalmente es indispensable conocer la oferta que está legalizada, ya que para la selección de los servicios que se incluirán en el servicio, estos deben ser formales, asegurando una correcta planeación y ejecución de las actividades propuestas en el producto turístico.

De acuerdo con estos aspectos, fundamentales para el análisis de la oferta turística, se diseñó una matriz que integra los diferentes niveles de información (Anexo C).

Focus group para la población local

Para identificar qué tan receptiva es la comunidad al desarrollo turístico, se aplicará un Focus group (Anexo C) a 10 personas, cuya residencia actual sea el municipio de Cucunubá y Sutatausa y su lugar de nacimiento sean estos mismos. Para el desarrollo del focus group se utilizará el modelo propuesto por Malhotra (2008). Esta herramienta fue seleccionada porque permite que las respuestas de los participantes den opiniones más claras y amplias acerca del

tema propuesto, que en este caso, será la percepción de la actividad turística y la apertura de los habitantes al desarrollo de la misma.

Inventario turístico

El análisis de los atractivos y recursos turísticos de Cucunubá y Sutatausa se realizó bajo la Metodología del Viceministerio de Turismo (2010). Los inventarios que contiene el trabajo fueron suministrados por las oficinas de turismo de las dos alcaldías.

Encuestas

El formato de encuesta fue diseñado de acuerdo a 3 objetivos específicos que responden al análisis de la demanda de los municipios.

Identificar el tipo de turismo favorito y las actividades que prefieren los turistas: Este objetivo se enfoca netamente en los motivos por el cual los visitantes realizan sus traslados a los municipios y las actividades que realizan en los mismos.

Definir los servicios que usan los visitantes: los servicios son un aspecto fundamental para la creación de un producto turístico y por ello, a través de este objetivo, se establecerán los servicios que utilizan actualmente los turistas

Identificar los medios de comercialización más efectivos: la venta del producto turístico es el paso final y para lograrlo es necesario saber cuánto están dispuestos a pagar los turistas por los servicios y de qué manera se informan durante la organización de sus viajes.

OBJETIVO GENERAL	Analizar la demanda de los municipios	
OBJETIVO 1	OBJETIVO 2	OBJETIVO 3
Identificar el tipo de turismo favorito y las actividades que prefieren los turistas	Definir los servicios que usan los visitantes	Identificar los medios y precio de comercialización
<i>¿Qué actividades ha realizado o planea realizar en su viaje?</i>	<i>¿De qué manera programo su viaje?</i> <i>¿Dónde pernoctará?</i>	<i>¿Por qué medio se entero del municipio?</i> <i>¿En qué medio le gustaría encontrar información de los servicios, eventos y promociones?</i>
<i>En su opinión, ¿Qué puntaje merecen los siguientes elementos de infraestructura turística?</i>	<i>¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría incluir en un producto turístico?</i>	<i>¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en un producto turístico en el municipio?</i>
	<i>¿Cuántas personas viajan con usted?</i> <i>¿Qué transporte utilizó para llegar al municipio?</i>	
<i>¿Cuál es su motivo de viaje?</i>	<i>¿Cuál de las siguientes artesanías le gustaría adquirir en el municipio?</i>	<i>¿Qué aplicaciones móviles utiliza antes y durante sus viajes?</i>
	<i>¿Qué tipo de actividades naturales le gustaría realizar en este municipio?</i>	

La definición de estos aspectos permitirá tener una idea clara de qué se debe incluir en un producto turístico. Las preguntas serán de opción múltiple, de valoración y abiertas. El modelo final de la encuesta se encuentra en los anexos. (Anexo F.)

Capítulo I: Potencialidades turísticas de Cucunubá y Sutatausa

Cundinamarca es el departamento donde se ubica la ciudad capital y cuenta con infraestructura que recibe a diario una gran cantidad de turistas procedentes tanto de destinos nacionales como internacionales. Instalaciones como el terminal de buses, el aeropuerto internacional y las distintas vías que permiten salir de la ciudad hacia cualquier dirección en el país, es un aspecto muy importante a la hora de planificar turismo en los demás municipios que componen el departamento, porque representa una oportunidad significativa para atraer ese grupo de visitantes durante todo el año.

Adicionalmente, el departamento cuenta con un gran número de recursos y atractivos turísticos, los cuales, actualmente, no han sido explotados en su totalidad. Esta falta de desarrollo turístico no solo representa una desventaja en la economía de los municipios, sino que además desaprovecha a los turistas que llegan anualmente a Bogotá y esto disminuye, a su vez, la oferta turística y el reconocimiento del departamento.

Como consecuencia de la falta de planeación y desarrollo turístico, aparecen otros factores negativos, los cuales pueden convertirse no solo en una disminución de oportunidades, sino en una verdadera amenaza; por ejemplo los prestadores de servicios turísticos informales, quienes no solamente incumplen la normatividad establecida por los diferentes organismos del estado, como la evasión de los tributos exigidos a la industria turística colombiana, entre otros, sino que pueden llegar a afectar la percepción de calidad en algunos turistas y excursionistas, en caso de no brindar un servicio en óptimas condiciones. Sumado a lo anterior, algunos de estos prestadores operan en sitios naturales sin implementar ningún tipo regulación en sus actividades, como seguridad, capacidades de carga de los atractivos y servicios básicos (alimentación, transporte, etc.) de calidad; todo esto genera un impacto ambiental, que en ocasiones puede ser irreversible, afectando de manera significativa a la región. Es por todo ello que se hace necesario planear el desarrollo turístico de los municipios y para esto es fundamental identificar rasgos como la potencialidad turística. En este capítulo se analizará el concepto de potencialidad turística y se aplicará en los municipios de Cundinamarca en estudio.

Cucunubá y Sutatausa cuenta con recursos y atractivos turísticos de baja representación en la actividad turística de Cundinamarca. Esta problemática se genera principalmente por el desconocimiento, tanto de la comunidad como del órgano estatal de la potencialidad turística de sus municipios, la cual se define en base *“al número y calidad de los recursos turísticos y teniendo en cuenta elementos que afectan al desarrollo de la actividad turística como la accesibilidad y el equipamiento turístico.”* (Cerezo Medina & Galacho Jiménez, 2011). La importancia de definir la potencialidad turística de los destinos radica en los siguientes aspectos:

- Una visión errónea del potencial turístico local: Cucunubá y Sutatausa no cuentan con un plan estratégico para el desarrollo del turismo, por lo que podrían verse afectados de implementar macro proyectos que pongan en riesgo la economía, el medio ambiente y la cultura, por visualizar un mercado inexistente en el territorio.
- Mala percepción de las características y especificidades del territorio: Actualmente muchos municipios competidores que se encuentran dentro del departamento son fuertes en el desarrollo de sus potencialidades turísticas, dificultando la línea de trabajo de Cucunubá y Sutatausa en caso de tener recursos similares a los de estos destinos. Por otro lado, de seleccionarse los recursos incorrectos la planificación de la oferta no sería competitiva.

Recursos y atractivos turísticos

Para que exista un desplazamiento de turistas desde su lugar de origen a un determinado destino, la motivación principal es poder visitar atractivos y recursos turísticos. Por ello es indispensable estos conceptos:

· *Recurso turístico: “es todo elemento de atracción que pueda motivar un desplazamiento, bien por sí mismo o en conjunto con otros.”* (Díaz, 2011)

· *Atractivo turístico: “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que se cuenta, hacen posible la actividad turística que satisface las necesidades de la demanda.”* (Díaz, 2011).

Entendiendo estos conceptos, y su nivel de importancia, es necesario clasificarlos para lograr una correcta selección del potencial turístico de los municipios. Para el presente trabajo se utilizará la clasificación de recursos turísticos propuesta por la Organización de los Estados Americanos (OEA). De acuerdo con esta, los recursos y atractivos se pueden agrupar en las siguientes tipologías:

Espacios naturales.

Son todos aquellos paisajes naturales. Cucunubá y Sutatausa cuentan con montañas, cerros, lagunas, ríos y quebradas. Actualmente algunos de estos recursos están siendo utilizados para el desarrollo de la actividad turística por operadores informales del sector. Esto constituye un factor negativo al momento de ofrecer los servicios turísticos de los municipios, ya que esto puede afectar la experiencia y seguridad del turista. A continuación, se encuentra la lista de los atractivos de esta categoría y su ubicación:

Tabla 1: Espacios naturales de Cucunubá

CUCUNUBÁ	
Recurso o atractivo	Lugar
Parque Lineal y ecológico Cerro de Lourdes	Casco urbano
Piedra gorda	Vereda del El Rhur.
Cascada La Chorrera	Vereda del Tablón.
Cerro de las tres cruces	Casco Sub Urbano
Cerro del Quisique	Vereda de Carrizal
Cerro Mirador de las Tres Lagunas	Vereda de Alto de Aire
La estación	Vereda de El Rhur
Los picachos	Vereda de Media Luna
Peña de Gaula	Vereda de Pueblo Viejo.
Quebrada de San Juan	Parte del circuito ecológico, parque lineal y cerro de Lourdes

Fuente propia

Tabla 2: Espacios naturales de Sutatausa

SUTATAUSA	
Recurso o atractivo	Lugar
Montañas rocosas	Vereda Novoa
Farallones	Vereda Novoa
Sendero la Escalera (Agua / Cañoning)	Vereda Palacio
Bosques de Pino	Vereda Palacio
Montaña amarilla	Vereda Palacio

Fuente propia

Museos y manifestaciones culturales e históricas.

Son todos los bienes culturales heredados por los antepasados a una comunidad y a los cuales se les otorga una importancia histórica, científica, simbólica o estética. Dichos bienes representan el testimonio de su existencia acompañada de sus costumbres y tradiciones. Sutatausa restauró el conjunto doctrinero. A continuación, se encuentra la lista de los atractivos de esta categoría y su ubicación:

Tabla 3: Museos y manifestaciones culturales e históricas de Cucunubá

CUCUNUBÁ	
Recurso o atractivo	Lugar
Pictogramas de Pueblo Viejo	Vereda de Pueblo Viejo.
Estación del tren	Vereda del Rhur.
Túneles del ferrocarril	Vereda de El Rhur
Construcciones Históricas Urbanas	Centro Urbano
Capilla de Nuestra Señora de Lourdes	Cerro de Lourdes
Iglesia Divino Salvador	Se encuentra ubicado en el Centro Urbano

Fuente: Propia

Tabla 4: Museos y manifestaciones culturales e históricas de Sutatausa

SUTATAUSA	
Recurso o atractivo	Lugar
Conjunto doctrinero (Iglesia y las cutaro capillas posas)	Centro urbano

Fuente: Propia

Folclore.

El municipio de Sutatausa cuenta con gran cantidad de recursos turísticos que representan las creencias populares, que han sido transmitidas de generación en generación por sus habitantes. Estos recursos han sido incluidos dentro de una Ruta de Interpretación Integral de los Bienes de Interés Cultural y Lugares Significativos del Casco Urbano de Sutatausa (Martínez Celis & Mendoza Lafaurie, 2014). Esta ruta fue implementada hace un pocos años, sin embargo, algunos de los avisos que exponen la ruta para los visitantes, se encuentran en mal estado, debido al paso de los años y no han sido acondicionados nuevamente; sumado a esto, la señalización de la ruta está incompleta y los caminos no se encuentran en óptimas condiciones; esta problemática se debe, en parte, a su ubicación en propiedades privadas, lo que dificulta su integración en planes para el público en general. A continuación, se menciona el atractivo de esta categoría y su ubicación:

Tabla 5: Folclore en Sutatausa

SUTATAUSA	
Recurso o atractivo	Lugar
Tejos del diablo	Vereda Santa Bárbara

Fuente: Propia

Adicionalmente, Sutatausa y Cucunubá comparten un interés por la producción de artículos en lana. Estas artesanías tienen un mayor desarrollo, en materia turística, en Cucunubá; en primer lugar, cuenta con varias tiendas en el casco urbano del municipio, pertenecientes a los mismos habitantes, las cuales dependen, en su gran mayoría, de la llegada de turistas y en segundo lugar está Festilana (evento celebrado anualmente para promocionar este ancestral material).

Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas.

Explotaciones mineras, agropecuarias e industriales, obras de arte y técnica contemporáneas, centros científicos (Crespi & Planells, 2011). Si bien la mayor parte de la economía de los municipios se da por la extracción de minerales, estos no pueden considerarse como un recurso turístico, debido a que el uso de estos, tanto por las alcaldías como por la población local, es percibido únicamente como un espacio de explotación minera y no turística.

Acontecimientos programados: El municipio de Sutatausa no tiene eventos programados en el año con fechas específicas, sin embargo, la oficina encargada del turismo tiene proyectos para implementar algunas festividades de forma anual. En Cucunubá están los siguientes eventos, los cuales no siempre se celebran en el mismo mes:

Tabla 6: Acontecimientos programados de Cucunubá

CUCUNUBÁ	
Recurso o atractivo	Lugar
Festilana	Centro Urbano
Festival de música Andina	Centro Urbano

Fuente: Propia

De acuerdo con los listados expuestos anteriormente, se puede observar que Cucunubá y Sutatausa tienen un mayor número de recursos y atractivos turísticos en la primera tipología correspondiente a los espacios naturales, por lo cual el diseño de un producto turístico natural es una opción que podría ser fácilmente implementada en los municipios. Sin embargo, no se puede dejar de lado atractivos de arte rupestre, porque pueden representar una ventaja competitiva sobre los demás municipios del departamento. Además, las artesanías en lana, haciendo parte de un producto turístico, pueden incrementar la economía del municipio, porque son los habitantes quienes se verían directamente beneficiados con el incremento de turistas.

Oferta turística de Cucunubá y Sutatausa

La oferta turística de un destino tiene un grado de importancia alto en la determinación del potencial turístico del mismo; esta es entendida como: “*Conjunto de bienes y servicios, de*

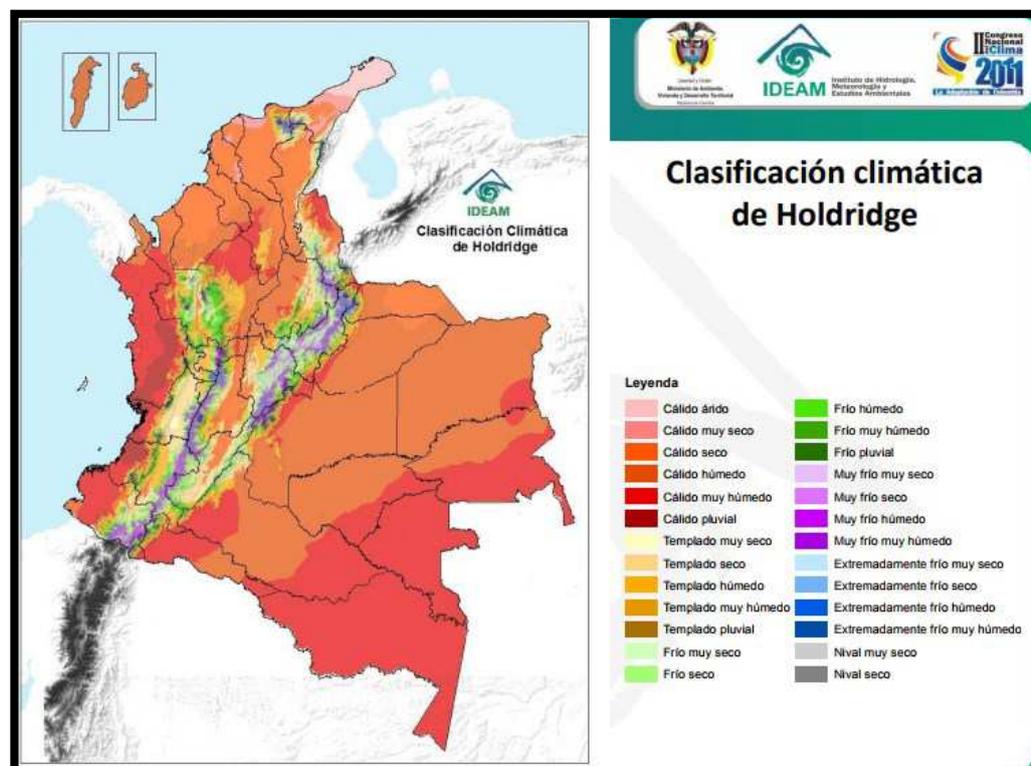
recursos e infraestructuras, ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.” (Díaz, 2011).

Para analizar los diferentes rasgos de la oferta turística de Cucunubá y Sutatausa, se seleccionó el modelo de “Componentes de la oferta turística” de Goeldner y Ritchie (2016). Este modelo se basa en cuatro aspectos que engloban los diferentes actores que participan de la actividad turística:

Recursos naturales y ambiente.

Para el análisis de este componente, en el presente trabajo se tendrán en cuenta solamente algunos de los “elementos básicos” de acuerdo con los autores: aire y clima, geografía física de la región y terreno. Esto debido a que la información sobre los recursos naturales se encuentra explicada y enlistada en el subtema anterior.

Ilustración 4: Clasificación climática de Holdridge para Colombia



Fuente: IDEAM

Definir las condiciones climáticas es necesario para las personas que los turistas que visiten los municipios, conozcan las condiciones climáticas para saber, en primer lugar si el ambiente climático responde a sus gusto y preferencias; en segundo lugar, para preparar los equipos y equipaje necesarios para realizar las diferentes actividades turísticas realizarán durante el viaje; también permite conocer si sus condiciones de salud les permiten movilizarse al destino turístico, entre otros. Para los municipios en investigación, de acuerdo con la imagen expuesta anteriormente, se ve que el clima es frío, con algunas variaciones entre seco y húmedo (IDEAM; PNUD, 2015).

Por otro lado, la extensión de los municipios es un dato que debe conocerse para poder tener claridad sobre el porcentaje de territorio que se abracará en la planeación. Sin embargo, no es un dato de gran envergadura para la planeación y ejecución de la propuesta turística en desarrollo. A continuación, se indica la extensión de los municipios:

- Cucunubá Tiene una extensión total de 11.200 hectáreas.
- Sutatausa: Tiene una extensión de 7.500 hectáreas.

(Contraloría Cundinamarca, 2016)

Ambiente construido.

Este componente incluye la infraestructura la cual comprende “los elementos, tanto públicos como privados, que permiten acceder al destino y disfrutar turísticamente de los recursos, comprenden las comunicaciones, transportes, señalización, energía, entre otros.” (Díaz, 2011). Así mismo se analizará la superestructura turística.

Infraestructura turística.

- Cucunubá: cuenta con los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo, prestados por la “EMPRESA DE SERVICIOS PÚBLICOS DE EL MUNICIPIO DE CUCUNUBÁ S.A.S. ESP”: el casco urbano tiene una cobertura del 100% y el área rural tan solo del 15.6%.

Vías principales:

- Vía a la ciudad de Ubaté, con una distancia de 9 Km, carretera sin pavimentar, hay servicio de transporte desde cada uno de los municipios cada 30 minutos.
- Vía al municipio de Chocontá, con una distancia de 26 Km, carretera parcialmente pavimentada, servicio de transporte.
Vía al municipio de Suesca, con una distancia de 24 Km, los primeros 5 Km en pavimento saliendo del municipio de Cucunubá.
- Vía a Lenguazaque con una distancia de 16 Km, carretera destapada.

Carreteras municipales:

Hay una buena red vial que comunican a las 18 veredas con el casco urbano.

Servicio de transporte a las veredas El tablón, Rhur, Hato de rojas, La toma, Alto de Aire, Aposentos, La laguna, Carrizal, Pueblo viejo y Peñas; con promedio de 4 rutas al día.

- Sutatausa: los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo los presta la misma alcaldía municipal. En el casco urbano hay una cobertura del 100% de alcantarillado y de un 62% en el área rural.

La cobertura de la red vial urbana del municipio que está en buen estado es del 60% y de la red vial rural es de 50% (Concejo municipal de Sutatausa, 2016)

Vías de comunicación:

La vía se encuentra pavimentada con un ancho proyectado de 30 Mts ubicada en la parte Occidental del territorio es la Carretera Central que de Zipaquirá conduce hacia Ubaté y otras ciudades y poblaciones de Cundinamarca, Boyacá y del país.

Vías regionales secundarias:

El Municipio de Sutatausa cuenta con varias vías regionales secundarias de gran importancia pues cumplen el papel de conectores con los Municipios vecinos y la región las cuales no se encuentran pavimentadas.

Superestructura turística.

- Cucunubá: Este municipio cuenta con la oficina de Desarrollo Económico, liderado por la UMATA (Unidad Municipal de Asistencia Técnica Agropecuaria), encabeza del agrónomo José Luis Flechas, quien actualmente cumple las funciones de llevar a cabo los procesos de marketing y promoción del municipio. Actualmente usa redes sociales, eventos y asistió a ExpoCundinamarca, celebrada del pasado 13 al 17 de septiembre de 2017. (Anexo B.)

- Sutatausa: Cuenta con la Secretaria de Deportes, Cultura y Turismo, liderada por Mary Luz Sierra, quien se encarga del turismo en la región desde antes del nombramiento del actual alcalde del municipio, Hugo Orlando Santa Rodríguez. (Anexo A.)

La integración de la actividad turística dentro de los planes de desarrollo de las alcaldías de Cucunubá y Sutatausa, evidencia la vocación turística de los municipios, lo cual representa un factor indispensable para la planeación e implementación de productos turísticos en el municipio.

Sectores operativos.

Dentro de este componente, se analizarán los sectores que brindan los servicios de lo que el visitante percibe como “turismo”, es decir, todas aquellas organizaciones que mantienen un contacto directo con los turistas. El siguiente análisis se realizó de acuerdo a la metodología explicada previamente (Anexo C)

Alojamiento

Para generar crecimiento económico de un municipio a través de la actividad turística, no solo se deben atraer visitantes que realicen recorridos de un día, es decir, los llamados excursionistas, sino que es fundamental que exista una pernoctación por parte de estos, para que, automáticamente, se conviertan en turistas y demanden una mayor cantidad de servicios. Para que esto se cumpla es indispensable contar con instalaciones adecuadas, permitiendo que los turistas puedan descansar y la percepción que se lleven de los servicios prestados sea igual o superior a sus expectativas, para que más adelante, recomienden el destino. A

continuación aparecen los formatos de los establecimientos de alojamiento que hay en los dos municipios:

- Cucunubá:

Tabla 7: Diagnóstico Posada Orgánica Cucunuvaca

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Posada Orgánica Cucunuvaca	Jose Gilberto Rodriguez Quiñonez	Restaurante abierto los fines de semana, habitaciones modernas, con una decoración sencilla y elegante , tv por cable, wi-fi gratis, ventilador y baño	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3108681142	reservas@cucunuvaca.com		
	Dirección	Capacidad		
	vereda Aposentos	5 Habitaciones 14 pax		
Fuente: https://www.google.es	RNT	34003		

Fuente: Propia

Tabla 8: Diagnóstico Cabañas Rayuela y Babel

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Cabañas rayuela y babel	Elizabeth Suárez de Uribe	Alojamiento con alimentación incluida y eventos	Actividad económica: 3210 - Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos
	Teléfono	Correo electrónico		
	3123481765	sandyuribe_20@hotmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	VRD Ramada baja	3 cabañas 25 pax		
Fuente: propia	RNT	47254		

Fuente: Propia

Tabla 9: Diagnóstico Hotel Los Duraznos

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Hotel campestre los duraznos	Información no otorgada	5 Hbitaciones, cama doble , baño privado, vista: jardín/ montaña. Balcon, patio, tv, canales via satélite, canales por	En la visita de campo que se realizo el día 15 de octubre, el hotel se encontraba vacío, por esta razón no se pudo obtener información de contacto
	Teléfono	Correo electrónico		
	311 2393115	Información no otorgada		
	Dirección	Capacidad		
	vereda Buíta	Información no otorgada		
Fuente: propia	RNT	No se encontró		

Fuente: Propia

Tabla 10: Diagnóstico La Casona de Aquilino

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	la casona de de Aquilino	Jose Guillermo Quintana	Hotel boutique spa terapéutico, tratamientos de consulta bioenergética, spa, sauna, jacuzzi, área de masajes y procedimientos de terapias alternativas, restaurante	El estado del registro nacional se encuentra en estado suspendido en actualización (camara de comercio Bogotá)
	Teléfono	Correo electrónico		
	310 243 09 42	revisaviae@yahoo.es		
	Dirección	Capacidad		
	vereda Aposentos	12 habitaciones 70 pax		
Fuente: propia	RNT	13669		

Fuente: Propia

Dentro del análisis se encontraron dos hoteles de los cuales, uno, llamado “Pueblito Viejo”, aparece con el Registro Nacional de Turismo cancelado, no obstante, este establecimiento de alojamiento sigue en prestando sus servicios. El segundo, “Hotel Campestre Los Duraznos”, se obtuvo la información únicamente a través de la página web del hotel, debido a que durante el trabajo de campo, no había servicio en el momento que se realizó la visita; sin embargo, cuando se llevó a cabo el análisis de la demanda (capítulo 2), dos personas de las encuestadas, manifestaron haberse hospedado en este hotel la noche anterior. Así mismo, algunos habitantes comentaron tener establecimientos de alojamiento informales, los cuales manejan tarifas por debajo del promedio de la oferta del municipio y sus clientes se enteran de ellos a través de los habitantes del municipio.

La alcaldía de Cucunubá brindó una base de datos de la oferta hotelera del municipio. Aun así, los datos no estaban actualizados: no registraron tres de los hoteles, Cabañas Rayuela y Babel, hotel que actualmente representa una oferta importante de alojamiento, debido a la planeación formal que se tuvo desde el momento de su creación, por la proyección de crecimiento, calidad y variedad con que cuentan sus servicios y por el trabajo en alianza que, de acuerdo con su representante legal, mantienen con el municipio de Sutatausa. Los hoteles Pueblito Viejo y Hotel Campestre Los Duraznos, tampoco se encuentran enlistados en la base de datos. Por ende, el sistema actual de recolección de información para la actividad turística, no se mantiene en actualización, impidiendo un control de calidad en la oferta del municipio.

El diseño infructuoso de los procesos de recolección de información, retrasa e impide que las estrategias desarrolladas por la alcaldía del municipio, que están dirigidas a las necesidades de la oferta de alojamiento, si bien pueden lograr y sobrepasar los objetivos propuestos, no servirán para competir dentro de la región con estándares de calidad, de acuerdo a las solicitudes de la demanda y a la potencialidad turística de Cucunubá.

- Sutatausa:

La información que brindó la alcaldía de Sutatausa enlista un total de 9 hoteles, de los cuales no se encontraron datos de 2 (Hospedaje Villa María y Hospedaje El refugio Chibcha); estos hoteles no cuentan con página web y en la información suministrada por la alcaldía, no está la ubicación, impidiendo la visita a los mismos. Adicionalmente, en las bases de datos de la Cámara de Comercio de Bogotá no disponen de información de ninguno de los dos hoteles. Igualmente, los Registros RNT estaban desactualizados en los listados.

Durante la recolección de datos de la oferta del municipio, se encontraron dos hoteles, no mencionados en el listado de la alcaldía: Kamp Nattivo y Farallones de Sutatausa El Rincón, hoteles en los que no hubo personal que brindará información.

Tabla 11: Diagnóstico Farallones de Sutatausa El Rincón

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Farallones de Sutatausa El Rincón	N.A.	Todas las habitaciones disponen de TV pantalla plana y algunos tienen zona de estar y/o de comedor. La cocina esta equipada. El baño es privado e incluye secador de pelo y artículos de aseo gratuitos. Aparcamiento privado gratuito y barbacoa	En la visita de campo que se realizó el día 15 de octubre, el hotel se encontraba vacío, por esta razón no se pudo obtener información de contacto
	Teléfono	Correo electrónico		
	317 5431428	N.A.		
	Dirección	Capacidad		
	2 KM Despues de Sutatausa Vía Vereda Palacio	N.A.		
Fuente: https://www.booking.com	RNT	No se encontró		

Fuente: Propia

Tabla 12: Diagnóstico Kamp Nattivo

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Kamp Nattivo	N.A.	Alojamiento que acepta mascotas.cuanta con zonas de estar y/o patio. Algunas de las unidades tienen cocina americana. Cada unidad esta equipada con un baño compartido con ducha. Aparcamiento gratuito	En la visita de campo que se realizó el día 15 de octubre, el hotel se encontraba vacío, por esta razón no se pudo obtener información de contacto
	Teléfono	Correo electrónico		
	3196515895	campingsuta@gmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	Carretera Novoa Finca Poco a Poco, Vereda Novoa	N.A.		
Fuente: propia	RNT	No se encontró		

Fuente: Propia

Tabla 13: Diagnóstico Hotel La Esmeralda Sutatausa

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Hotel la Esmeralda Sutatausa	Cecilia Lote Murcia	Tv por cable, mesa de billar	Actividad economica: 0010 - Asalariados 6810 - Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados
	Teléfono	Correo electrónico		
	3203001552	ehaesmeralda@gmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	Cr 6 # 5 - 152	Cinco habitaciones siete camas		
Fuente: propia	RNT	49341		

Fuente: Propia

Tabla 14: Diagnóstico Refugio del Abuelo

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Refugio del abuelo	Carmezna Lopez	TV por cable y baño privado	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3143452327	elrefugiodelabuelosuta@gmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	Vereda Ojo de Agua	Cinco habitaciones seis camas		
Fuente: propia	RNT	47231		

Fuente: Propia

Tabla 15: Diagnóstico Hotel y Restaurante La Estación Villa Yeny

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Hotel y Restaurante la Estación Villa Yeny	Nestor Alexander Rodriguez Suarez	Alojamiento, tv por cable,	Actividad economica : 0150 - Explotación mixta (agrícola y pecuaria) 5511 - Alojamiento en hoteles, hostales y apartahoteles 7500 - Actividades veterinaria
	Teléfono	Correo electrónico		
	3173728960	nestoralxanderrodriguezsuarez@gmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	Km 9 vía Ubaté - Bogotá	12 Habitaciones 15 camas		
Fuente: Propia	RNT	48790		

Fuente: Propia

Tabla 16: Diagnóstico Hotel y Restaurante La Colina Campestre

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Hotel y Restaurante la Colina Campestre	Martha Cecilia Santana	TV por cable y baño compartido	El hotel maneja los servicios del restaurante tercerizado. Actividad economica: 4923 - Transporte de carga por carretera 5511 - Alojamiento en hoteles, hostales y apartahoteles 5611 - Expendio a la mesa de comidas preparadas 7710 - Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores.
	Teléfono	Correo electrónico		
	3107689511	josurielarodriguez@gmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	Vereda ojo de agua	16 puestos y 14 habitaciones sencillas		
Fuente: Propia	RNT	49090		

Fuente: Propia

Tabla 17: Diagnóstico Hotel La Posada Sutatausa

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Hotel La Posada Sutatausa	Miguel Angel Rodriguez Palacio	TV por cable y baño compartido	Actividad economica: 4520 - Mantenimiento y reparación de vehículos automotores 4711 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
	Teléfono	Correo electrónico		
	3115833643	kraken730@hotmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	Vereda ojo de agua	Siete habitaciones 12 camas		
Fuente: Propia	RNT	48811		

Fuente: Propia

Tabla 18: Diagnóstico Rocas de Zunubá

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Rocas de Zunuba	Alberto Burszyn Vainberg	Hotelería, eventos, platos servidos a la mesa y spa.	Aparece en la base de datos de la oferta turística de municipio, pero en la información del RNT se encuentra ubicado en la Villa de San Diego de Ubaté
	Teléfono	Correo electrónico		
	3046590944	alejandrosotoyasociados@gmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	Vía Sutatausa-Ubaté Km 62,5	12 Habitaciones 24 camas		
Fuente: www.rocasdezunuba.com.co	RNT	Suspendido		

Fuente: Propia

Tabla 19: Diagnóstico Alojamiento Rural Campo Hermoso

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Alojamiento rural campo hermoso	José Onofre Quiroga Garzón	Alojamiento con zonas de camping	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3125327198	joseonofrequiroga1959@gmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	Vereda Novoa	Tres habitaciones ocho camas		
Fuente: Administrador	RNT	49087		

Fuente: Propia

Tabla 20: Diagnóstico Hotel y restaurante Monteverde

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
No hay una fuente web de donde sacarla	Hotel y restaurante monteverde	Jaime Humberto Arevalo Villamil	Alojamiento y restaurante	De acuerdo con la información de la Cámara de Comercio de Bogotá, se completo el campo de servicios ofrecidos. Adicional a la actividad de alojamiento y restauración, aparece: 0150 - Explotación mixta (agrícola y pecuaria) 8211 - Actividades combinadas de servicios administrativos de oficina
	Teléfono	Correo electrónico		
	3108808979	jaimeharevalo@gmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	Carrera 5 # 4 -11	Información no otorgada		
Fuente: N.A.	RNT	46200		

Fuente: Propia

Tabla 21: Diagnóstico Quinta de Fagua

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Quinta de fagua	Jorge Mario	Cabaña campestre, y actividades en la naturaleza	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	6784918	quintadefagua@gmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	VEREDA Novoa, Sutatusa.	3 Habitaciones 10 camas		
Fuente: google maps	RNT	46140		

Fuente: Propia

De los hoteles expuestos anteriormente, un gran porcentaje se encuentran sobre la carretera principal del municipio (vía Bogotá- Ubaté), y los dueños de los mismos comentaron que sus huéspedes, en un gran porcentaje, son conductores de transporte de carga pesada, por lo que su principal preocupación no son los turistas, sino el servicio para un segmento de mercado diferente. No obstante, los hoteles que están ubicados en las veredas, manejan huéspedes que se dirigen al municipio con fines netamente turísticos, y es por esto, que el componente de alojamiento del producto turístico deben ser los hoteles de las veredas, principalmente.

Los municipios de Cucunubá y Sutatausa tienen una planta hotelera de distintas categorías y precios; un porcentaje significativo de estos cuentan con el Registro Nacional de Turismo, por lo que se demuestra el interés de los prestadores de servicios de alojamiento en formalizar sus actividades, permitiendo el fortalecimiento turístico del municipio. Para el

caso del municipio de Sutatausa, la alcaldía ha incentivado a la formalización de los prestadores y actualmente continua con estos procesos. Paralelamente, Cucunubá, dentro de la alcaldía, con el departamento de la UMATA, dispone de servicios de soporte para los prestadores que quieran iniciar estos procesos, pero no han establecido estrategias para la formalización total de su oferta.

AGENCIAS DE VIAJES

La creación de productos y servicios turísticos necesitan de una distribución o de lo contrario serán completamente obsoletos. Unos de los intermediarios más utilizados en la actividad turística son las agencias de viajes y en estos municipios no es la excepción. De acuerdo con la entrevista realizada a la encargada de la planeación turística en Sutatausa (Mary Luz Sierra), la venta de paquetes turísticos del municipio se da, principalmente, a través de tres agencias de viajes: dos a nivel regional y una a nivel municipal. (Anexo A.)

Orientadores turísticos		
Nombre	Teléfono	Correo
Pedro Samuel Uriza Carrasco	3118722255	pedrouriza@hotmail.com
Edward Giovanni Roso	3204678689	Eduarr1841@gmail.com
Adriana Gamboa Caballero	3144598455	Adrianagamboa98@hotmail.com
Mary Luz Sierra	3142581415	destinosuta@gmail.com

No obstante, en la entrevista realizada al encargado de la actividad turística de Cucunubá (José Luis Flechas), reportó una única agencia de viajes en el municipio:

Tabla 22: Diagnóstico ALTERTOUR

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	ALTERTOUR	Anderson Mendez	Agencia de turismo y servicios de alojamiento	La actividad económica registrada ante la Cámara de Comercio es: 4290 - Construcción de otras obras de ingeniería civil 4330 - Terminación y acabado de edificios y obras de ingeniería civil 7490 - Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p. 8299 - Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
	Teléfono	Correo electrónico		
	3123706386	ander-djerney@hotmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	CR 3 # 2 - 30	N.A.		
Fuente: https://www.airbnb.com	RNT	46116		

Fuente: Propia

RESTAURANTES

Para la creación de un producto turístico, el análisis de la oferta gastronómica local es indispensable, ya que hace parte de una de las necesidades fisiológicas de los turistas y, actualmente, puede convertirse en una de las principales razones de la llegada de turistas a un destino. A continuación, se presenta el análisis de la oferta de los municipios:

- Cucunubá:

Tabla 23: Diagnóstico Casa Madera y Sándalo Arte y Café

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Casa Madera y Sándalo arte y café	Información no otorgada	Salon de onces y y venta de artesanias	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	320 3633638	capitalbreakfast.co@gmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	Calle 4 # 4 - 17	Seis mesas 28 Puestos		
Fuente: propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 24: Diagnóstico Restaurante El Sabor Cucunubense

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Restaurante El Sabor Cucunubense	Maria Castro	Desayuno, almuerzo y cena	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3212167184	N.A.		
	Dirección	Capacidad total		
	Calle 6 # 4 - 74	Seis mesas 40 puestos		
Fuente: Propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 25: Diagnóstico Cubambu

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Cubambu	Jorge Sarmiento	Desayuno, platos a la carta y eventos	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	311 4805500	cubambu.jindo.com		
	Dirección	Capacidad		
	Via Cucunubá Ubaté	12 Mesas 70 personas		
Fuente: https://www.google.com.co	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 26: Diagnóstico Donde Teresita

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Donde Teresita	Teresa Carrillo quintana	Desayuno y almuerzo	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3118342528	N.A.		
	Dirección	Capacidad total		
	Calle 4 # 1 - 12	Cinco mesas 20 puestos		
Fuente: Propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 27: Diagnóstico La Belle Epoque

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	La Belle Epoque	Bernardo Pardo	Desayunos, platos a la carta, salon de onces y reservas para diferentes eventos	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3132921061	bembe8@hotmail.com		
	Dirección	Capacidad		
	CL 4	Tres mesas 10 puestos		
Fuente: propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 28: Diagnóstico El Rincón del Parque

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	El Rincon del Parque	Deniss Velasquez	Desayuno, almuerzo, cena y salon de eventos	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3124880455	No utiliza		
	Dirección	Capacidad		
	Cra 3 # 3 - 02	Siete mesas 64 puestos		
Fuente: https://www.google.com.co	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Actualmente la alcaldía no dispone de información sobre la oferta gastronómica del municipio. Durante las visitas a los establecimientos, algunos se encontraban cerrados al público, por lo que no fue posible recopilar información sobre estos: Donde Teresita, El gran salón: restaurante y eventos, Restaurante y Salón de Eventos el mico glotón y Restaurante JuliMar

- Sutatausa:

Tabla 29: Diagnóstico Restaurante y Piqueteadero Donde Pipe

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Restaurante y Piqueteadero Donde Pipe	Información no otorgada	Desayunos, almuerzos y onces	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3119877645	No utiliza		
	Dirección	Capacidad total		
	CR 6 # 5 - 118	tres mesas 13 puestos		
Fuente: Propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 30: Diagnóstico El Sazón del Pacífico

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	El Sazón del Pacífico	Severiana Díaz Gamboa	Platos corrientes y comida de mar	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	N.A	No utiliza		
	Dirección	Capacidad total		
	CR 6	5 mesas de 20 puestos		
Fuente: Propio	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 31: Diagnóstico Restaurante y Piqueteadero La Abuela

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Restaurante y Piqueteadero La Abuela	Información no otorgada	Desayuno, almuerzo y onces	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3112346787	No utiliza		
	Dirección	Capacidad total		
	CR 6 # 5 124	seis mesas 23 puestos		
Fuente: Propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 32: Diagnóstico Súper Deli Broaster

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Súper Deli Broaster	Diana Rocío Arévalo	Pollo broaster y platos a la carta	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3125786545	No utiliza		
	Dirección	Capacidad total		
	CR 6 # 5 - 116	12 mesas 48 puestos		
Fuente:propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 33: Diagnóstico Restaurante El Cacique

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Restaurante el Cacique	Pedro Arévalo	Almuerzo casero, gallina, ternera y platos a la carta	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3232326670	No utiliza		
	Dirección	Capacidad total		
	CR 6 # 5 -17	nueve mesas 36 puestos		
Fuente: Propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 34: Diagnóstico Restaurante y Piqueteadero El Sol

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Restaurante y Piqueteadero el Sol	Información no otorgada	Desayuno y almuerzo	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	N.A.	No utiliza		
	Dirección	Capacidad total		
	CR 6 # 5-22	10 mesas 48 puestos		
Fuente: Propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 35: Diagnóstico Restaurante Piqueteadero El Zaque

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Restaurante piqueteadero el Zaque	Rosa Forigua	Desayuno, almuerzo y onces	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	3202175588	No utiliza		
	Dirección	Capacidad total		
	CR 6 # 5-22	seis mesas 30 puesto		
Fuente: Propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 36: Diagnóstico Casa de La Gallina

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Casa de la Gallina	Ivan Cano	Desayuno, almuerzo y onces	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	N.A.	No utiliza		
	Dirección	Capacidad total		
	CR 6 # 5-22	cinco mesas 27 puestos		
Fuente: Propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 37: Diagnóstico Punto de Sabor Valluno

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Punto de Sabor Valluno	Juan Elias Ortíz	Desayuno almuerzo y comida rapida	No hay observaciones
	Teléfono	Correo electrónico		
	N.A.	No utiliza		
	Dirección	Capacidad total		
	CR 6 # 5-22	11 mesas 44 puestos		
Fuente: Propia	RNT	N.A.		

Fuente: Propia

Tabla 38: Diagnóstico Parador El Santandereano

Foto	Nombre	Gerente o representante legal	Servicios ofrecidos	Observaciones
	Parador El Santandereano	N.A	Desayuno, almuerzo y onces	La persona no brindo información
	Teléfono	Correo electrónico		
	N.A	N.A		
	Dirección	Capacidad total		
	CR 6 # 4-68	siete mesas 33 puestos		
Fuente: Propia	RNT	N.A		

Fuente: Propia

Cucunubá y Sutatausa no cuentan con productos gastronómicos de envergadura. Por ello, la mayoría de sus restaurantes tienen la oferta típica de los restaurantes de la región. Su producto relevante dentro de la oferta gastronómica está en el municipio de Cucunubá: el yogurt griego, el cual se ha convertido en uno de los productos insignia de algunos establecimientos. En la actualidad cuenta con una fábrica de este producto que tiene un gran reconocimiento entre los habitantes.

Espíritu de hospitalidad y recursos culturales.

Dentro de este componente se identificarán los rasgos culturales de la comunidad receptora y su papel en el desarrollo turístico del territorio. Los recursos culturales de los municipios se encuentran explicados en el subtema anterior.

Para identificar qué tan receptiva es la comunidad al desarrollo turístico, se aplicará un Focus group (Anexo C) a 10 personas, cuya residencia actual sea el municipio de Cucunubá y Sutatausa y su lugar de nacimiento sean estos mismos. Para el desarrollo del focus group se utilizará el modelo propuesto por Malhotra (2008). Esta herramienta fue seleccionada porque permite que las respuestas de los participantes den opiniones más claras y amplias acerca del tema propuesto, que en este caso, será la percepción de la actividad turística y la apertura de los habitantes al desarrollo de la misma.

Resultados focus group de Cucunubá.

Para comenzar, es adecuado hablar del reconocimiento y valor que dan los habitantes a la arquitectura colonial que recorre cada una de las calles del casco urbano de Cucunubá. Si bien Villa de Leyva cuenta con un desarrollo turístico competitivo y de talla internacional, los habitantes de Cucunubá no escatiman en contrastar su municipio con este importante destino del país, particularmente a los atractivos coloniales y naturales. La población local identifica

el gran potencial turístico que tiene su municipio y también son conscientes de la falta de desarrollo y planificación que hay en él.

De acuerdo con el focus group realizado en Cucunubá (Anexo D), atraer una gran cantidad de turistas no es de su interés, en otras palabras, la cifra de visitantes que llegan al municipio actualmente permite que la tranquilidad del lugar se conserve y el turismo que se realiza no perjudique a la comunidad. Los participantes del focus group expresaron su desconfianza al crecimiento excesivo del turismo, debido a posibles problemas sociales, como venta de drogas ilícitas, destrucción de los atractivos turísticos y apertura de sitios nocturnos que alterarán su estilo de vida y malograrán la tradición de su pueblo. En resumidas cuentas, la actividad turística en Cucunubá es relevante para sus habitantes, siempre y cuando esta no se extienda de forma desmedida e improvisada.

Inicialmente, se discutió sobre el turismo como actividad generadora de ingresos. Los participantes reconocen el crecimiento económico que trae una planeación turística de calidad y como en los últimos años parte de la población ha percibido el turismo como una economía alternativa a la minería (principal actividad económica de la región). De igual manera dicen que tanto el sector público como privado del municipio deben comprometerse para lograr un buen desarrollo del turismo.

Actualmente la oferta gastronómica del municipio es limitada en cuanto a variedad de productos y horarios de atención. La mayor afluencia de turistas se presenta los días sábados y domingos, de acuerdo con los participantes, por lo que el servicio de los restaurantes debería permanecer con apertura al público principalmente en estos días; sin embargo, esto no es así. De acuerdo con la información brindada por los habitantes en la sesión, estos prestadores no dimensionan el beneficio que conlleva intercambiar sus días de descanso, esto es, manejar horarios más extensos los fines de semana y tomar descansos entre los días lunes a viernes. Esta es una situación que debe modificarse directamente con la comunidad para que se concienticen de la relación beneficio costo que traería a sus establecimientos, a su calidad de vida y al mejoramiento en la oferta turística.

De los cambios realizados por la actual alcaldesa del municipio, Sandra Liliana Jara Alonso, en materia turística, inquieta la cancelación del evento anual “Festilana”, organizado principalmente por la Fundación Compartir y la alcaldía, en alianza con otros patrocinadores.

Para este año la alcaldía busca cambiar el enfoque de macro a micro, transformación que los participantes interpretan como disminución del turismo, con posibles perjuicios económicos, además porque este evento es calificado como una de las temporadas altas en el municipio. Con respecto al tema de las temporadas con mayor afluencia turística, los participantes señalaron, primero, los eventos “Festilana” y el “Festival Internacional de música Andina”, la semana santa y el mes de diciembre. Este último tomó fuerza desde hace algunos años, gracias a la organización que se estableció para la decoración navideña, brindando un espacio mágico en el que convergen sus calles coloniales y sus conceptos de diseño para esta época.

Otro de los aspectos a los que debe prestar atención la alcaldía es la infraestructura vial para acceder al municipio, debido a que, los mismos habitantes, ya lo están identificando como una desventaja, principalmente la vía Ubaté- Cucunubá, que es la más transitada por los turistas.

Por otra parte, manifestaron un gran interés en el desarrollo de la actividad textil como atractivo turístico. Plantearon algunas actividades que podrían integrar un producto turístico: “hacer la visita a los criaderos de ovejas, pasar donde hacen la transformación del vellón a la lana como tal y de ahí pasar a los telares para hacer las prendas” (Anexo D). Este proceso no solo tiene un interés turístico sino también cultural, dado que es una antigua tradición que caracteriza al municipio de Cucunubá en la región. El desarrollo de esta actividad significaría un aumento en el comercio y una integración de actores que no han visto beneficios con el turismo. Inicialmente la agencia ALTERTOUR, desarrolló la idea e implementó la venta de un paquete turístico que incluía recorridos sobre el proceso de obtención y tratamiento de la lana; sin embargo, estos recorridos ya no se comercializan según el gerente de la agencia.

Para finalizar es necesario resaltar que actualmente este municipio cuenta con cifras turísticas que podrían aumentar en cantidades controladas, a partir de la promoción de un producto turístico que se base en el proceso de producción de artesanías en lana, consiguiendo una recuperación de tradiciones, una oferta única en la región y la integración de los diferentes actores del turismo.

Resultados focus group de Sutatausa

La percepción actual de los habitantes acerca del desarrollo del turismo no es del todo positiva. Inicialmente manifestaron un desagrado por la falta de inclusión de los servicios que ofrece la comunidad, especialmente en las veredas, por parte de los operadores turísticos y como estos han monopolizado una actividad en la que el beneficio común debería primar, puesto que, desde su planeación, las personas que residen en el lugar, deben obtener provecho al recibir visitantes en su territorio para evitar crear una cultura en la que los pobladores reciban con desagrado a los turistas y se pierda el espíritu de hospitalidad, factor que, como se ha mencionado a lo largo del trabajo, es fundamental dentro de la estructuración de la actividad turística de un destino. Por otra parte, los participantes de la sesión reconocieron que, gran parte de la comercialización de sus productos, se da gracias a la llegada de turistas, es decir, que, si existe una percepción del usufructo que se puede obtener a través del incremento de visitantes en el municipio, pese a que algunos de ellos, no son actores que tengan una relación directa con el turismo.

Anteriormente se mencionaron las debilidades a nivel económico y productivo, como consecuencia de una prestación de servicios que incluye a pocos actores de la población local. Además de esto, los habitantes también perciben otras problemáticas, de tipo social y ambiental, que no solo perjudican el turismo, sino a los habitantes y el territorio. En primer lugar, consideran que en ocasiones donde se han presentado casos de delincuencia o vandalismo, se puede deber a personas que hacen pasarse por turistas, no realizan actividades turísticas pero sí perjudican a quienes las realizan y a la comunidad en sí. Este es uno de los problemas que deben examinarse a profundidad, por parte de la alcaldía, ya que estas situaciones de inseguridad afectan tanto las actividades económicas como el orden e imagen público. Si este tipo de comentarios discutidos dentro de la comunidad, resultan ser ciertos, se necesitan soluciones urgentes, debido a que, desde una mirada turística, imposibilitarían un desarrollo y crecimiento económico; sin embargo, de diagnosticarse un panorama diferente, es vital comunicarlo a los habitantes, para cambiar esta percepción negativa de los turistas. Al mismo tiempo, el problema que han observado con las basuras, perjudica la imagen actual de los turistas. Ellos comentaron que las personas, al no utilizar los servicios de alimentos y bebidas de las veredas, llevan sus propios productos de comida para los recorridos que realizan, especialmente a los Farallones, y no son cuidadosos con los empaques de estos. No

solamente la imagen del atractivo se malogra, sino que además que se está provocando un deterioro ambiental a un espacio natural importante, tanto para la comunidad que en él habita como para la sostenibilidad de la actividad turística de Sutatausa.

Pese a los rasgos negativos que percibe la comunidad sobre el turismo actual en el municipio, sus habitantes reconocen la riqueza cultural y natural de Sutatausa y lo que ella representa para mejorar su economía. El conjunto doctrinero y los Farallones son los sitios más visitados por los turistas, según la opinión de los participantes; así mismo ellos indicaron que existe una demanda de tipo nacional e internacional en el territorio, lo que requiere una calidad elevada para la prestación de servicios, ya que “No basta con tener lindos paisajes si no hay servicios de calidad, establecimientos adecuados y lugares más seguros para que el turista se quiera quedar” (Revista Semana, 2017). Además, indica que las temporadas con mayor afluencia de turistas en el año son los fines de semana con festivales y las épocas de vacaciones.

Inventario turístico

Para identificar el potencial turístico de los municipios de Cucunubá y Sutatausa, es necesario realizar un diagnóstico de las condiciones actuales de los recursos turísticos que se ubiquen en la zona.

Para ello se utilizará el inventario de recursos turísticos como herramienta de consolidación de información. Este instrumento permite una actualización constante y oportuna de las condiciones en las que se encuentran los recursos. Para el desarrollo de este inventario se aplicará la “Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos”, la cual fue propuesta en el año 2010 por el Viceministerio de Turismo.

A continuación, aparece el inventario facilitado por las alcaldías de los municipios, diligenciados en el año 2010:

Inventario Turístico de Cucunubá

Bienes culturales inmuebles y muebles

a. Capilla de la Virgen de Lourdes:

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL Bienes culturales inmuebles y muebles
DILIGENCIADO POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	CAPILLA DE LA VIRGEN DE LOURDES		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Cucunubá
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad	La toma- Travesías		
1.5. Administrador o propietario	Parroquia Divino Salvador Cucunubá.		
1.6. Dirección/Ubicación	N=05° 14. 858" W= 073° 45,854" Altitud 2.711 M.S.N.M.		
1.7. Teléfono/Fax			
1.8. Distancia desde el municipio más cercano	700 mts	1.9. Tipo de acceso	
	Terrestre	X	Acústico
			Ferreo
1.11. Indicaciones para el acceso	Posterior al casco urbano, se toma un camino empedrado después de pasar un pequeño puente, en ascenso hasta el cerro donde se encuentra la capilla, también se puede llegar en automóvil a unos 1.8 Km.		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código asignado	1.1.3.1.		
2.2. Descripción	<p>Esta capilla se construye en 1892 por iniciativa del cura espíritu Santos Salazar, en honor a la virgen de Lourdes de la cual era muy devoto, tiene una torre al lado de la capilla y es un lugar visitado en época de semana santa aprovechando su sendero empedrado de 700 mts el cual marca los pasos del viacrucis, desde allí se observa una panorámica del casco urbano a 2.700 mts.</p>		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD		PUNTAJE	
Estado de conservación (21)		16	
Constitución del bien (21)		21	
Representatividad General (28)		15	
Subtotal		52	
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		12	
TOTAL		64	



Fuente: ENTAMAGUE TOUR

Actualmente el Templo se encuentra con algunos daños de fachada, por ejemplo, los vidrios se encuentran, en su totalidad, quebrados. En la siguiente foto se puede apreciar el estado actual de este atractivo:

Ilustración 5. Capilla de la Virgen de Lourdes



Fuente: Propia

Sin embargo, el municipio ha hecho inversiones para mejorar el estado del camino. El inicio del recorrido fue mejorado, lo que lo hace más llamativo, gracias a su variedad de plantas, colores, uso de materiales reciclables y restauración del puente, permitiendo que los turistas tengan una buena primera impresión del atractivo.

b. Casa de Luis Castillo

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL Bienes culturales inmuebles y muebles
DILIGENCIADO POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre CASONA DE LUIS CASTILLO			
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Cucunubá
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad	Casco Urbano		
1.5. Administrador o propietario	Luis Armulfo Castillo Rodríguez		
1.6. Dirección/Ubicación	Cra 2 N° 4-15		
1.7. Teléfono/Fax			
1.8. Distancia desde el municipio más cercano		1.9. Tipo de acceso	
	Terrestre	X	Acuífero
			Ferreo
1.11. Indicaciones para el acceso	Casona ubicada en un costado norte del parque principal.		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código asignado	1.2.2.1		
2.2. Descripción	Esta casona poco intervenida, esta ubicada contigua al parque principal en la esquina llamada de doña Mercedes, fue construida en 1882 por Juan Pablo Gómez, allí existió una de las mas famosas panaderías del pueblo de 1915 a 1946, pertenece al escritor Luis Armulfo Castillo, natal de Cucunubá quien naciera en la primera mitad del siglo XX, periodista destacado y socio fundador del colegio nacional de periodistas, se conservan varios muebles y recuerdos de familia.		
3. PUNTAJES DE VALORACION			
CALIDAD		PUNTAJE	
Estado de conservación (21)		15	
Constitución del bien (21)		17	
Representatividad General (28)		15	
Subtotal		47	
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		6	
TOTAL		53	



Fuente: ENTAMAGUE TOUR

c. Posada de Don Pedro

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL Bienes culturales inmuebles y muebles
DILIGENCIADO POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre POSADA DE DON PEDRO			
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Cucunubá
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad Casco Urbano			
1.5. Administrador o propietario Clemencia Barrera			
1.6. Dirección Ubicación Parque principal de Cucunubá.			
1.7. Teléfono/Fax 3580029			
1.8. Distancia desde el municipio mas cercano		1.9. Tipo de acceso	
Terrestre		X	Acuático
			Ferreo
1.11. Indicaciones para el acceso			
2. CARACTERISTICAS			
2.1. Código asignado 1.2.2.1			
2.2. Descripción Esta casaca fue droguería y panadería perteneció a doña Sergia Angel, restaurada por la firma Pedro Gómez Barrera, respetando su estructura colonial siendo adaptada como posada turística.			
3. PUNTAJES DE VALORACION			
CALIDAD		PUNTAJE	
Estado de conservación (21)		17	
Constitución del bien (21)		15	
Representatividad General (28)		25	
Subtotal		57	
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		12	
TOTAL		69	



Fuente: ENTAMAGUE TOUR

La Posada de Don Pedro cerró sus puertas en el tercer trimestre del 2017, sacando de funcionamiento uno de los principales hoteles, establecimiento de comercialización de artesanías y emblema del municipio.

d. Casa Familia Perez

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL Bienes culturales inmuebles y muebles
DILIGENCIADO POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre CASA FAMILIA PEREZ			
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Cucunubá
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad Casco Urbano			
1.5. Administrador o propietario Miguel Pérez Gómez, Ana de Pérez			
1.6. Dirección Ubicación Calle 4 N° 2-15			
1.7. Teléfono/Fax			
1.8. Distancia desde el municipio mas cercano		1.9. Tipo de acceso	
Terrestre		X	Acuático
			Ferreo
1.11. Indicaciones para el acceso			
2. CARACTERISTICAS			
2.1. Código asignado 1.2.2.1			
2.2. Descripción Existe el convencimiento entre los cucunubenses de que en esta casa nació el caudillo liberal Jorge Eliecer Gaitán, también se dice que desde su balcón, pronunció su ultimo discurso político en plaza pública, Gilberto Alzate Avendaño, fue el más grande caudillo civil del conservatismo.			
3. PUNTAJES DE VALORACION			
CALIDAD		PUNTAJE	
Estado de conservación (21)		17	
Constitución del bien (21)		15	
Representatividad General (28)		25	
Subtotal		57	
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		12	
TOTAL		69	



Fuente: ENTAMAGUE TOUR

e. Casa rural

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL Bienes culturales inmuebles y muebles
DILIGENCIADO POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	CASA RURAL		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Cucunubá
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad	Casco Urbano		
1.5. Administrador o propietario	Presbítero Héctor Fernando Rodríguez Robayo		
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 4 N° 1-56		
1.7. Teléfono/Fax	8580023		
1.8. Distancia desde el municipio más cercano		1.9. Tipo de acceso	
	Terrestre	X	Acuático
			Ferreo
1.11. Indicaciones para el acceso	Costado derecho del templo divino Salvador		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código asignado	1.1.3.2		
2.2. Descripción	<p>Construcción colonial con más de 100 años de historia, conserva algunos elementos originales de la época, allí funciona la emisora Vital FM Stéreo, el despacho parroquial y es casa de habitación del sacerdote.</p>		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD		PUNTAJE	
Estado de conservación (21)		14	
Constitución del bien (21)		15	
Representatividad General (28)		15	
		Subtotal	44
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		6	
		TOTAL	50



Fuente: ENTAMAGUE TOUR

f. Templo del Divino Salvador

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL Bienes culturales inmuebles y muebles
DILIGENCIADO POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	TEMPLO DIVINO SALVADOR		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Cucunubá
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad	Casco Urbano		
1.5. Administrador o propietario	Presbítero Héctor Fernando Rodríguez Robayo		
1.6. Dirección/Ubicación	Parque principal		
1.7. Teléfono/Fax	8580023		
1.8. Distancia desde el municipio más cercano		1.9. Tipo de acceso	
	Terrestre	X	Acuático
			Ferreo
1.11. Indicaciones para el acceso	Esta ubicada en la plaza principal del pueblo.		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código asignado	1.1.3.1		
2.2. Descripción	<p>El templo divino salvador tiene más de 200 años de construcción, cuenta con elementos propios de la construcción colonial como la consolidación del techo en par y nudillo, tirantes, canes, coro, soto coro y bautisterio, en la capilla lateral se encuentran pinturas en las técnicas de óleo sobre lienzo que datan de los siglos XVII y XVIII.</p>		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD		PUNTAJE	
Estado de conservación (21)		17	
Constitución del bien (21)		16	
Representatividad General (28)		20	
		Subtotal	53
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		12	
		TOTAL	65



Fuente: ENTAMAGUE TOUR

g. Estación del Ferrocarril El Rhur

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL Bienes culturales inmuebles y muebles
 DILIGENCIADO POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES									
ESTACION DE FERROCARRIL EL RHUR									
1.1. Nombre									
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio			Cucunubá				
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad	Vereda el Rhur								
1.5. Administrador o propietario	FENOCO								
1.6. Dirección/Ubicación	N= 05° 14. 630" W= 073° 42,805" Altitud 2.777 M.S.N.M.								
1.7. Teléfono/Fax									
1.8. Distancia desde el municipio más cercano	8.5 Km		1.9. Tipo de acceso						
	Terrestre	X	Aerúneo	Féreo					
1.11. Indicaciones para el acceso	Desde el municipio de Cucunubá por la vía que conduce a aguas calientes, desviándose a la altura del Sño conocido como la virgen por el costado izquierdo que conduce a la escuela del Rhur.								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código asignado	1.1.4.10								
2.2. Descripción	Es una estación de tren antigua, la cual esta abandonada, servió para abastecer de carbón y agua las locomotoras que pasaban por allí, se encuentra en estado de deterioro progresivo, posterior a la estación encontramos la escuela del Rhur, que dentro de su estructura utiliza un antiguo salón elaborado en madera, antiguamente se utilizó como campamento para obreros de las minas de carbón.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					5				
Constitución del bien (21)					8				
Representatividad General (22)					10				
					Subtotal				
					23				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6				
					TOTAL				
					29				



Fuente: ENTAMAGUE TOUR

Cuadro resumen de los bienes culturales inmuebles y muebles

Nombre	Codigo	Calificacion calidad								Cali	Calificacion Significado				Cal Total
		A	B	C	D	E	F	G	L.		R.	N.	I.		
Posada don pedro	1.2.2.1	17	15	25						59		12			69
Templo divino salvador	1.1.3.5	17	16	20						53		12			65
Capilla de Lourdes	1.1.3.1	16	21	15						52		12			64
Casa familia Perez	1.2.2.1	15	15	20						50		12			62
Casa Luis Castillo	1.2.2.1	15	17	15						47	6				53
Casa Cural	1.1.3.2	14	15	15						44	6				50
Estacion tren Rhur	1.1.4.1.0	5	8	10						23	6				29

Patrimonio Inmaterial

Cucunubá cuenta con el arte rupestre y la textilería como patrimonio inmaterial. La actividad textil, específicamente la producción de lana y sus artesanías se encuentran en proceso de convertirse en un atractivo turístico de gran relevancia para el municipio, debido al interés de la comunidad por explotar este producto y darlo a conocer a los turistas que llegan a su municipio.

a. Actividad textil

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO INMATERIAL
DILIGENCIOPOR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre			ACTIVIDAD TEXTIL		
1.2. Departamento		Cundinamarca	1.5. Municipio		Cucunubá
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad					
1.5. Administrador o propietario					
1.6. Dirección/ Ubicación					
1.7. Teléfono/ Fax					
1.8. Distancia desde el municipio mas cercano			1.9. Tipo de acceso		
			Terrestre	X	Acuífico
					Férreo
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código asignado		1.5.11			
2.2. Descripción					
El proceso de tejido en lana se ha transmitido a través de generaciones cucunubenses, contemplando la crianza de la oveja, el esquila, lavado, escarmentado y posteriormente el hilado y tejido, todavía se utiliza elementos vegetales como barba de piedra, flor de Raque, Encenillo y Lengua de vaca para darle diferentes tonalidades a la lana, después del urdiembre pasa al telar donde se utilizan varios diseños según la prenda a confeccionar.					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD			PUNTAJE		
Colección (14)			9		
Tradicional (14)			10		
Andénima (14)			10		
Exponencia (14)			9		
Popular (14)			8		
Subtotal			46		
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			18		
TOTAL			64		



Fuente: ENTAMAGUE TOUR

b. Arte rupestre:

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO INMATERIAL
DILIGENCIOPOR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	ARTE RUPESTRE				
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio		Cucunubá	
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad	Vereda Pueblo Viejo				
1.5. Administrador o propietario					
1.6. Dirección/Ubicación	N= 05° 11. 618" W= 073° 48,243" Altitud 2.865 M.S.N.M.				
1.7. Teléfono/Fax					
1.8. Distancia desde el municipio más cercano			1.9. Tipo de acceso		
	Terrestre	X	Acústico	Férreo	
1.11. Indicaciones para el acceso	Desde la vía que va de Ubaté a Cucunubá, se desvía a la altura del sitio conocido como punta de la Peña por la vía a la pluma, 350 metros delante de la empresa manera posterior desvía a la izquierda unos 1.8 km hasta una de las piedras.				
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código asignado	1.3.2				
2.2. Descripción	Este sitio ubicado en la vereda de pueblo viejo, cuenta con varias rocas que poseen arte rupestre (pictogramas) de civilizaciones precolombinas, aun se pueden distinguir los trazos en color rojo, para llegar a ellas hay que transitar varios caminos entre el bosque de eucalipto, las piedras generalmente son grandes y están separadas unas a otras de 50 metros a 75 metros .				
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD			PUNTAJE		
Colectiva (14)			5		
Tradicional (14)			5		
Antónima (14)			14		
Exponencia (14)			6		
Popular (14)			4		
Subtotal			34		
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			12		
TOTAL			46		
Fuente: ENTAMAGUE TOUR					

Cuadro de resumen Patrimonio Inmaterial

Nombre	Codigo	Calificacion calidad								Calificacion Significado					Cal Total
		A	B	C	D	E	F	G	Cali	L.	R.	N.	I.		
Actividad textil	1.5.1.1	9	10	10	9	8			46			18		64	
Arte Rupestre	1.3.2	5	5	14	6	4			34		12			46	

Estos atractivos turísticos representan un gran interés para el desarrollo del presente trabajo, ya que la representante de turismo de la alcaldía de Sutatausa, manifestó un interés por potenciar las artesanías en lana (Anexo A). Teniendo en cuenta esto, una alianza con la alcaldía de Cucunubá, la cual ya tiene planes de promoción y establecimientos que tienen a la venta este tipo de artesanías para los turistas. Además, combinar el arte rupestre de Sutatausa, con el atractivo que tiene Cucunubá, complementaría una ruta que ya tiene un reconocimiento en el municipio de Sutatausa. Esto sería un producto que no se ha potenciado en otros destinos de la región y podría resultar más competitivo que uno de tipo natural, porque la competencia que existe actualmente representa un gran porcentaje del turismo que se realiza a nivel regional y nacional.

Festividades y eventos

a. Festival de Música Andina

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL- FESTIVIDADES Y EVENTOS
DILIGENCIA POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre FESTIVAL DE MUSICA ANDINA AMERINDIA CANTO A LA TIERRA					
1.2. Departamento Cundinamarca		1.3. Municipio		Cucunubá	
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad					
1.5. Administrador o propietario Administración Municipal, Casa de la Cultura					
1.6. Dirección/Ubicación Palacio Municipal 3112518535					
1.7. Teléfono/Fax 8580024					
1.8. Distancia desde el municipio mas cercano			1.9. Tipo de acceso		
Terrestre		X		Acuático	
				Ferreo	
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código asignado		1.6.3.2.			
2.2. Descripción					
El festival de Música andina amerindia inicia en el año 2007, fue institucionalizado por acuerdo municipal 014 de 2008 de Noviembre 21 de 2008, entre los participantes ha contado con grupos de Perú, Ecuador, Bolivia y el territorio nacional, entre las diferentes actividades que se desarrollan esta la misa indígena, danza andina, muestras artesanales y gastronómicas.					
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD			PUNTAJE		
Organización del evento (30)			27		
Beneficios socio culturales para la comunidad (20)			15		
Beneficios económicos locales (20)			16		
Subtotal			58		
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			12		
TOTAL			70		



Fuente: ENTAMAGUE TOUR

b. Festilana

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL- FESTIVIDADES Y EVENTOS
DILIGENCIA POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre FESTILANA					
1.2. Departamento Cundinamarca		1.3. Municipio		Cucunubá	
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad Casco Urbano					
1.5. Administrador o propietario Administración municipal, Fundación Compartir					
1.6. Dirección/Ubicación Palacio Municipal 3112518535					
1.7. Teléfono/Fax 8580024					
1.8. Distancia desde el municipio mas cercano			1.9. Tipo de acceso		
Terrestre		X		Acuático	
				Ferreo	
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código asignado		1.6.3.3.			
2.2. Descripción					
Festilana, organizado por la Alcaldía municipal y la fundación Compartir, inicio en el año 2008 con el apoyo de la Gobernación de Cundinamarca, dentro de sus actividades se realiza concurso de hilanderas, esquiladores, telares, desfile de modas y Charlas a la comunidad, ha contado con la participación de los diseñadores colombianos, Angel Yáñez y Julia de Rodríguez y la presentadora oficial de Pilar Castaño.					
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD			PUNTAJE		
Organización del evento (30)			25		
Beneficios socio culturales para la comunidad (20)			15		
Beneficios económicos locales (20)			10		
Subtotal			50		
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			12		
TOTAL			62		



Fuente: ENTAMAGUE TOUR

En el presente año este evento no será realizado bajo las mismas condiciones de los años anteriores, porque no estará enfocado al mismo público: pasará de abarcar un público regional a uno municipal, donde se espera que los principales turistas provengan de las diferentes veredas de Cucunubá.

c. Festival de Villancicos

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL- FESTIVIDADES Y EVENTOS
 DILIGENCIADO POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre FESTIVAL DE VILLACICOS			
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Cucunubá
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad	Casco Urbano		
1.5. Administrador o propietario	Administración Municipal, Casa de la Cultura		
1.6. Dirección Ubicación	Palacio Municipal 3112518535		
1.7. Teléfono Fax	8580024		
1.8. Distancia desde el municipio mas cercano		1.9. Tipo de acceso	
	Terrestre	X	Acuático
			Férreo
1.11. Indicaciones para el acceso			
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código asignado	1.6.3.6		
2.2. Descripción:	El festival de villancicos se realiza la segunda semana de Diciembre, se convoca a grupos de en las categorías infantil, juvenil y adultos, modalidades de coros y agrupaciones musicales, se ha coentado con la participación de la provincia del valle de Ubaté y grupos amitados.		
3. PUNTAJES DE VALORACION			
CALIDAD		PUNTAJE	
Organización del evento (30)			20
Beneficios socioculturales para la comunidad (30)			17
Beneficios económicos locales (20)			5
	Subtotal		42
SIGNIFICADO			
	Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		12
	TOTAL		54

Fuente: ENTAMAGUE TOUR

d. Olimpiadas mineras

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL- FESTIVIDADES Y EVENTOS
DILIGENCIA POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	OLIMPIADAS MINERAS		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Cucunubá
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad	Caso Urbano		
1.5. Administrador o propietario	Administración Municipal, UMATA, Oficina de deportes, Empresarios mineros.		
1.6. Dirección Ubicación	Palacio Municipal 3112518535		
1.7. Teléfono Fax	8580024		
1.8. Distancia desde el municipio mas cercano		19. Tipo de acceso	
	Terrestre	X	Acústico
			Ferreo
1.11. Indicaciones para el acceso			
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código asignado	1.6.4		
2.2. Descripción	Este evento se realiza entre los meses de julio a Septiembre, con la integración de la empresa pública y privada, se desarrollan pruebas de actividades mineras, como armada de puertas, juegos autóctonos y encuentros deportivos individuales y de conjunto.		
3. PUNTAJES DE VALORACION			
CALIDAD		PUNTAJE	
Organización del evento (30)		16	
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)		16	
Beneficios económicos locales (20)		15	
Subtotal		47	
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		12	
TOTAL		59	



Fuente: ENTAMAGUE TOUR

e. Semana Santa- Viacrucis

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL- FESTIVIDADES Y EVENTOS
DILIGENCIA POR: ENTAMAGUE TOUR FECHA: 11 Marzo de 2010

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	SEMANA SANTA VIACRUCIS		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Cucunubá
1.4. Corregimiento, Vereda, Localidad	Caso Urbano		
1.5. Administrador o propietario	Parroquia Divino Salvador		
1.6. Dirección Ubicación	Presbítero Héctor Fernando Rodríguez Robayo		
1.7. Teléfono Fax	8580025		
1.8. Distancia desde el municipio mas cercano		19. Tipo de acceso	
	Terrestre	X	Acústico
			Ferreo
1.11. Indicaciones para el acceso			
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código asignado	1.6.1.5.		
2.2. Descripción	Uno de las actividades mas relevantes en la celebración de semana santa es el Viacrucis que se representa a lo vivo con jóvenes y personas del municipio, esta tradición lleva mas de 10 años y se celebra el viernes santo iniciando a la 7 de la mañana, es apoyado por la defensa civil y la policía nacional, los catorce pasos se encuentran a lo largo del asento a la capilla de Lourdes donde los feligreses de la provincia deben caminar unos 800 hasta la capilla, también se puede llegar al sino en automóvil rodeando el asento.		
3. PUNTAJES DE VALORACION			
CALIDAD		PUNTAJE	
Organización del evento (30)		18	
Beneficios socioculturales para la comunidad (30)		16	
Beneficios económicos locales (20)		14	
Subtotal		48	
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		12	
TOTAL		60	



Fuente: ENTAMAGUE TOUR