

CONVENIO DE ASOCIACIÓN SIR 012 SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN  
REGIONALDE LA GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA – CORPORACIÓN  
UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN  
DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS DE UBATÉ Y GUALIVÁ  
RUTA DE LA LECHE LA SAL Y LA LANA

SUTATAUSA

BOGOTÁ 2017

## INTRODUCCION

El turismo no es solamente una práctica que genera desarrollo económico, el turismo es una actividad que genera representación, referenciación y reconocimiento de las regiones, éstas por lo general son identificadas por sus atractivos ya sean materiales como accidentes geográficos naturales, artificiales, monumentos, ciudades ocultas o ruinas. El patrimonio inmaterial juega también un papel importante, pues las fiestas, ferias, reinados, convenciones, eventos deportivos, culturales y religiosos son de gran reconocimiento y originan una alta convocatoria de turistas; a esto se suma actividades de diferentes industrias como lo son el transporte, alojamiento, servicios públicos, entre otros, los cuales permiten un óptimo desarrollo del turismo.

El sector turismo se ha caracterizado a nivel mundial por ser una de las industrias más grandes y dinámicas de la sociedad, siendo el elevado volumen de movilización de personas uno de los factores que proveen un buen número de beneficios a nivel económico, social y cultural.

El departamento de Cundinamarca a través de la Secretaría de Integración Regional ha apoyado diferentes proyectos que buscan integrar e impulsar la competitividad y productividad turística de los municipios que componen las diferentes regiones. En el marco del convenio de Asociación SIR No. 12 de 2016 el cual tiene como objeto “Aunar esfuerzos administrativos, técnicos y financieros entre la Secretaria de Integración Regional de Cundinamarca y la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, para el fortalecimiento del desarrollo económico de las Provincias del Valle de Ubaté

y Gualivá mediante el diseño de rutas turísticas regionales”, se realizó la identificación local de actores que serán articulados a través de un Clúster permitiendo dar origen a la creación de las rutas turísticas de las Provincias de Gualivá y Valle de Ubaté.

El convenio 012 celebrado entre estas dos instituciones generó el diseño de 2 rutas turísticas. Una en la provincia del Valle de Ubaté y la otra, en la provincia del Gualivá, impactando con fortalecimiento de más de 450 operadores de turismo de estas 2 regiones, a sus habitantes y a miles de turistas potenciales.

El convenio constó de 7 fases específicas:

Identificación de los operadores turísticos

En esta fase se identificaron más de 450 empresas dedicadas a la actividad turística entre operadores de atractivos, alojamientos, y locales de gastronomía. A su vez, se identificaron más de 3000 empresarios y entidades de apoyo al turismo, repartidos entre instituciones educativas, entidades gubernamentales, agencias de viajes, comercios, servicios de seguridad y emergencia y artesanos. Esta identificación se hizo a través de fuentes primarias, lo cual garantizó fidelidad de los datos obtenidos, aunque tuvimos que superar algunos retos.

Georreferenciación:

Uno de los elementos que destacan del convenio es la ubicación Georreferenciada a través de tecnologías como Google Street View, de los anteriores actores del Clúster turístico y de los atractivos. Ahora tenemos la posibilidad de armar, con esta información, mapas virtuales que se pueden complementar a través de desarrollos tecnológicos como Local Guides con comentarios y aportes de otros viajeros, lo cual fortalecerá el mercadeo

de las rutas. También, se diligenciaron las fichas técnicas de más de 300 atractivos con algún potencial turístico.

#### Diagnóstico de Operadores y del Clúster

Se hizo sendas reuniones en las provincias y se realizó encuestas personalizadas con los empresarios del sector. Se levantó un estado de los empresarios en cuanto al desarrollo de sus empresas en diferentes aspectos como la formalización, aspectos tecnológicos, aspectos financieros, bilingüismo, servicio al cliente, diseño de productos, innovación, mercadeo y modelos de negocios innovadores. Capítulo aparte merece el tema de asociatividad en el cual se debe seguir insistiendo creando los espacios para ello. Por otro lado, se diagnosticó el apoyo que hay en cada provincia por parte de los actores complementarios: Servicios de transporte, servicios de rescate y emergencia, policía de turismo e infraestructura.

#### Diseño de ruta y de Marca

En Boot Camps organizados con la comunidad, y de participación abierta, se definió los atractivos turísticos que harían parte de las rutas. Se tuvo en cuenta aspectos como la accesibilidad, transporte, operadores organizados y legalmente constituidos y con RNT, sostenibilidad ambiental, seguridad, servicios médicos y de emergencia y estado de los atractivos. A su vez se generó 2 propuestas por región de Marca, logotipo, y slogan, los cuales fueron remitidos a la Gobernación para su consideración. Para el diseño de la ruta se tuvo en cuenta aspectos importantes como los atractivos naturales, los atractivos construidos por los hombres y las manifestaciones culturales como reinados y ferias.

### Pruebas de ruta

Se hizo pruebas de ruta en cada una de las regiones recorriendo más de 700 km. Se generó información de más 100 variables para cada uno de los operadores que participaron en ellas, con el fin de generar estándares de calidad de talla mundial en el servicio de los operadores.

### Entrega de distintivos de ruta

Se hizo entrega de los distintivos de ruta para que los empresarios empiecen a generar valor a la ruta, haya identidad, motivos para asociarse, y, continuar adelante con los desafíos contemplados en las recomendaciones y visión de ruta entregados en el presente documento de informe final.

### Becas

Se entregaron 22 becas en el ciclo, técnico, tecnológico y profesional dentro del compromiso de asociación con la Gobernación para que los beneficiados estudien carreras asociadas al turismo y sean operadores turísticos, integrantes del Clúster o sus familiares directos. Esta fase es sensiblemente importante debido al trabajo arduo que se debe emprender en la generación de cultura del emprendimiento turístico y la cultura de servicio en las regiones intervenidas.

A la Corporación Unificada de Educación Superior CUN, no nos queda sino agradecer a todos los integrantes del equipo de trabajo en las 2 regiones y la comunidad que nos abrió las puertas con generosidad y al Señor Gobernador de Cundinamarca, Dr. Jorge Rey, por crear los espacios a través del diseño de la política y de un plan de Gobierno aterrizado a las tendencias económicas globales para un departamento en paz y con equidad social.

## **Sutatausa**

Está integrado por las siguientes veredas; Chipaquín, Hato Viejo, Mochila, Pedregal, Salitre, Concubita, Novoa, Naval, Palacio, Peñas de Boquerón, Santa Bárbara, Ojo de agua y Peñas de Cajón. La Red Hidrográfica del Municipio está compuesta por las microcuencas de los ríos Agua Clara, Aguasal y Chirtoque, afluentes del Río Suta que a su vez pertenece a la Cuenca del Río Ubaté y la Quebrada de Palacio que desemboca en la laguna del mismo nombre.

- Habitantes: 5564
- Temperatura: 14º C
- Superficie: 67 Km2
- Altitud: 2550 m s. n. m.
- Gentilicio: Sutatausanos
- Fecha de fundación: 24 de junio de 1557
- Nombre del/los fundador (es): Hernán Pérez de Quesada
- Economía: Cultivos, pastoreo intensivo, agricultura, ganadería y minería. (Alcaldía Sutatausa, 2016)

Actores Medulares

ALOJAMIENTO						
NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	¿EMPRESA FORMAL?	REGISTRO NACIONAL DE TURISMO	RANGO DE PRECIOS
Hotel La Posada	Vía principal Sutatausa	3115833643	No tiene	No	No	\$20.000 - \$25.000
Hotel La Colina Campestre	Vía Principal Ojo de Agua	3107689511	No tiene	Si	No	\$ 25.000 - \$40.000
Hotel La Estación	Vereda Ojo de Agua	3173728960	No tiene	Si	No	\$ 25.000 - \$40.000
Hotel Monteverde	Kilómetro 1 vía Sutatausa - Ubaté	3108808979	No tiene	Si	No	\$25.000
Hotel Rocas de Zunubá	Vereda Ojo de Agua	304 6590944 / 322 3331010	www.rocasdezunuba.com.co	Si	Si	\$290.000 - \$550.000

GEORREFERENCIACIÓN	
NOMBRE	LINK
Hotel La Posada	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'57.0%22N+73%C2%B051'16.6%22W/@5.2491603,-73.8567977,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.249155!4d-73.854609">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'57.0%22N+73%C2%B051'16.6%22W/@5.2491603,-73.8567977,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.249155!4d-73.854609</a>
Hotel La Colina Campestre	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B015'44.2%22N+73%C2%B050'49.9%22W/@5.2622953,-73.8493917,780m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.26229!4d-73.847203">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B015'44.2%22N+73%C2%B050'49.9%22W/@5.2622953,-73.8493917,780m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.26229!4d-73.847203</a>
Hotel La Estación	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B015'02.7%22N+73%C2%B051'17.3%22W/@5.2507483,-73.8569977,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.250743!4d-73.854809">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B015'02.7%22N+73%C2%B051'17.3%22W/@5.2507483,-73.8569977,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.250743!4d-73.854809</a>

GEORREFERENCIACIÓN	
Hotel Monteverde	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B015'39.9%22N+73%C2%B050'50.6%22W/@5.2610793,-73.8495737,780m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.261074!4d-73.847385">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B015'39.9%22N+73%C2%B050'50.6%22W/@5.2610793,-73.8495737,780m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.261074!4d-73.847385</a>
Hotel Rocas de Zunubá	<a href="https://www.google.com/maps/place/5%C2%B015'50.6%22N+73%C2%B049'54.5%22W/@5.26405,-73.8339907,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.26405!4d-73.831802?hl=es-ES">https://www.google.com/maps/place/5%C2%B015'50.6%22N+73%C2%B049'54.5%22W/@5.26405,-73.8339907,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.26405!4d-73.831802?hl=es-ES</a>

RESTAURANTES				
NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	TEMÁTICA	RANGO DE PRECIOS
La Colina	Vía Principal Sutatausa	3107689511	Ejecutivo - a la carta	\$8.000 - \$15.000
El Punto del Sabor Valluno	Vía Principal Sutatausa	3132047146	Comida Típica	\$8.000 - \$20.000
Piqueteadero Luna Azul	Carrera 6 No. 5 - 46	3102272343	Comida Típica	\$10.000 - \$20.000
El Santandereano	Calle 5 No. 5 - 16	3045712550	Ejecutivo - a la carta - Comida típica	\$10.000 - \$25.000
Bocados	Carrera 6 No. 4 - 56	3103490390	Atención eventos - Ejecutivos	\$6.000 - \$15.000
El Sazón de Pepa	Carrera 6 No. 4 - 86	3103324106	Desayunos - Ejecutivo - Especial	\$6.000 - \$15.000
El Sol	Calle 6 No. 5 - 22		Desayunos y almuerzos ejecutivos	\$6.000 - \$12.000
Comidas Súper del Broster	Carrera 6 No. 5 - 11	3142017877/ 3158588786	Pollo - a la carta	\$4.000 - \$15.000

RESTAURANTES				
Pizzería y Comidas Rápidas Dendus Pattys	Carrera 6 No. 5 - 04	3227020338	Comida rápida	\$4.000 - \$12.000
Restaurante La Estación	Vereda Ojo de Agua	3124105081	Ejecutivos - A la carta	\$4.000 - \$15.000
El Zaque	Carrera 6 No. 5 - 18	3202275588	Comida rápida - Desayunos - Especiales	\$7.000 - \$20.000

GEORREFERENCIACIÓN	
NOMBRE	LINK
La Colina	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B016'10.7%22N+73%C2%B050'21.4%22W/@5.2696433,-73.8414577,780m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.269638!4d-73.839269">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B016'10.7%22N+73%C2%B050'21.4%22W/@5.2696433,-73.8414577,780m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.269638!4d-73.839269</a>
El Punto del Sabor Valluno	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B016'09.5%22N+73%C2%B050'21.2%22W/@5.2693013,-73.8414147,780m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.269296!4d-73.839226">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B016'09.5%22N+73%C2%B050'21.2%22W/@5.2693013,-73.8414147,780m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.269296!4d-73.839226</a>
Piqueteadero Luna Azul	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'53.9%22N+73%C2%B051'17.6%22W/@5.2482981,-73.857063,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2482928!4d-73.8548743">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'53.9%22N+73%C2%B051'17.6%22W/@5.2482981,-73.857063,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2482928!4d-73.8548743</a>
El Santandereano	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'52.1%22N+73%C2%B051'13.3%22W/@5.2477985,-73.8558765,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2477932!4d-73.8536878">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'52.1%22N+73%C2%B051'13.3%22W/@5.2477985,-73.8558765,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2477932!4d-73.8536878</a>
Bocados	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'54.5%22N+73%C2%B051'12.2%22W/@5.2484845,-73.8555795,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2484792!4d-73.8533908">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'54.5%22N+73%C2%B051'12.2%22W/@5.2484845,-73.8555795,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2484792!4d-73.8533908</a>
El Sazón de Pepa	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'52.6%22N+73%C2%B051'17.8%22W/@5.2479636,-73.8571426,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2479583!4d-73.8549539">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'52.6%22N+73%C2%B051'17.8%22W/@5.2479636,-73.8571426,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2479583!4d-73.8549539</a>

GEORREFERENCIACIÓN	
El Sol	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'54.8%22N+73%C2%B051'13.1%22W/@5.2485594,-73.8558296,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2485541!4d-73.8536409">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'54.8%22N+73%C2%B051'13.1%22W/@5.2485594,-73.8558296,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2485541!4d-73.8536409</a>
Comidas Súper del Broster	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'55.9%22N+73%C2%B051'17.1%22W/@5.2488563,-73.8569357,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.248851!4d-73.854747">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'55.9%22N+73%C2%B051'17.1%22W/@5.2488563,-73.8569357,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.248851!4d-73.854747</a>
Pizzería y Comidas Rápidas Dendus Pattys	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'52.6%22N+73%C2%B051'17.8%22W/@5.2479636,-73.8571426,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2479583!4d-73.8549539">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'52.6%22N+73%C2%B051'17.8%22W/@5.2479636,-73.8571426,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2479583!4d-73.8549539</a>
Restaurant e La Estación	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B016'02.3%22N+73%C2%B050'31.6%22W/@5.2673223,-73.8442877,780m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.267317!4d-73.842099">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B016'02.3%22N+73%C2%B050'31.6%22W/@5.2673223,-73.8442877,780m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.267317!4d-73.842099</a>
El Zaque	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'53.0%22N+73%C2%B051'17.7%22W/@5.2480751,-73.8571161,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2480698!4d-73.8549274">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'53.0%22N+73%C2%B051'17.7%22W/@5.2480751,-73.8571161,781m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2480698!4d-73.8549274</a>

#### Actores de Apoyo

ALCALDÍA MUNICIPAL						
DIRECCIÓN	NÚMERO	ALCALDE	ENCARGADO DE LA OFICINA DE TURISMO	PAGINA WEB	PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	PROYECTOS DE TURISMO
Carrera 4 No. 4 - 08	8582020	Hugo Orlando Santa	Mary Luz Sierra Carrillo	www.suatausa-cundina.marca.gov.co	Se brinda información turística desde la Coordinación de turismo (Secretaría de Desarrollo Económico)	Plan de Desarrollo turístico - Consejo Consultivo de Turismo

AGENCIAS DE TURISMO				
NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	¿EMPRESA FORMAL?
Agencia Operadora de Turismo	Carrera 4 No. 4 - 08	3124081628	VENTASUBATOURS@GMAIL.COM	Si
Colombian Travel Freelance	Carrera 3a No. 1 - 14	3115998531	sutguillermo@hotmail.com	Si

ARTESANOS				
NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	¿EMPRESA FORMAL?
Luz María Rodríguez	Carrera 4 No. 4 - 24	3105548634/ 3012936527	rodriguezrodriguezluzmari@gmail.com	Si - Pequeña

SECTOR ACADÉMICO			
TIPO DE INSTITUCIÓN	NOMBRE	TELÉFONO	DIRECCIÓN
Básico Secundaría	Institución Educativa Departamental Integrada de Sutatausa	3132835802	Carrera 4A No. 4

<b>SEGURIDAD Y EMERGENCIAS</b>		
<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>
Policía	Carrera 4 No. 4 - 08	3118892373
Hospital ESE El Salvador de Ubaté	Calle 4 No. 2	8582027

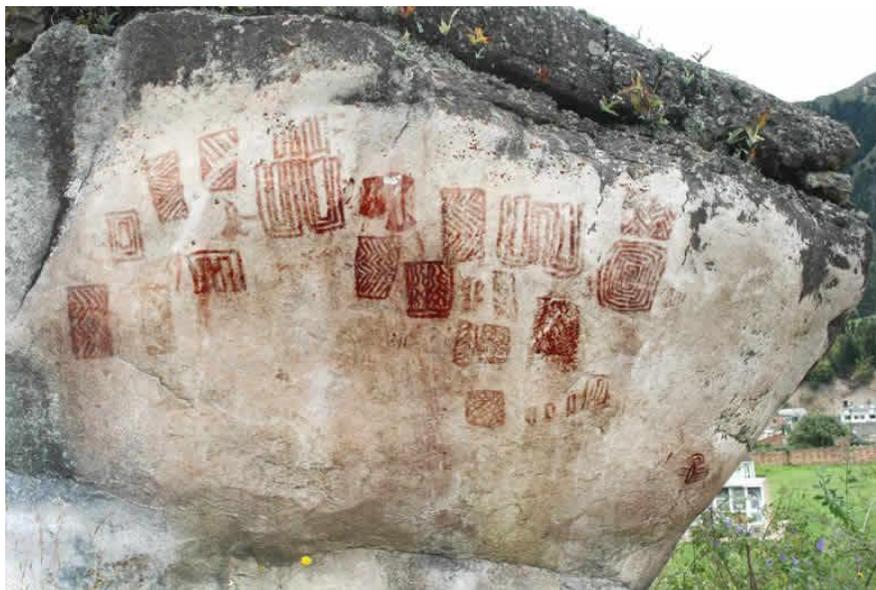
<b>COMERCIO</b>			
<b>TIPO</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
Droguerías	Suta	8582142	Calle 4 No. 4 - 40
Centros y Zonas Comerciales Y/O Almacenes de Ropa y Calzado	El Palacio del Bebé	3124800910	Carrera 5 No. 5 - 18
Culto Religioso	Iglesia San Juan Bautista	No suministrada	Conjunto doctrinero Sutatausa
Talleres y Montallantas - Bombas	Montallantas	3115833643	Vía principal Sutatausa
	EDS Yenny	3125820558	Vereda Ojo de Agua
Otros	Variedades Ceci	3103490390	Carrera 6 No. 4 - 56
	Panadería La Delicia	3142588886	Carrera 6 No. 5 - 36
	Autoservicio El Porvenir	3209225037	Diagonal 5 No 4 - 14
	Carnes La Primavera	3133149369	Carrera 6 No. 5 - 18

## Atractivos turísticos

<b>Nombre</b>	Sutatausa
<b>Clasificación</b>	Patrimonio Cultural
<b>Ubicación (Vereda)</b>	Municipio
<b>Georreferenciación</b>	<a href="https://www.google.com.co/maps/place/5%C2%B014'49.9%22N+73%C2%B051'09.7%22W/@5.2471934,-73.8548876,786m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2471934!4d-73.8526989">https://www.google.com.co/maps/place/5%C2%B014'49.9%22N+73%C2%B051'09.7%22W/@5.2471934,-73.8548876,786m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2471934!4d-73.8526989</a>
<b>Distancia</b>	73 KM Bogotá - Sutatausa
<b>Temperatura Promedio</b>	9°C
<b>Operador</b>	Ziguazinza
<b>Actividades</b>	Historia
<b>Descripción</b>	Pobladores de familia muisca denominados Sutas, habitaron el territorio desde el siglo VIII hasta mediados del siglo XVI, cuando fueron asimilados al nuevo modelo de poblamiento y sometidos al dominio español sobre todos los ámbitos de su cultura. Festival de danzas folclóricas Ofelia Vargas de Sastoque llevado a cabo del 25 al 26 de junio. Concurso de música campesina y obra inédita celebrado los días 13 y 14 de agosto. Festival turístico, cultural y día del campesino, celebrado los días 12,13 y 14 de noviembre.
<b>Fotografía</b>	
	

<b>Nombre</b>	Arte Rupestre
<b>Clasificación</b>	Patrimonio Cultural
<b>Ubicación (Vereda)</b>	Municipio
<b>Georreferenciación</b>	<a href="https://www.google.com.co/maps/place/5%C2%B014'49.9%22N+73%C2%B051'09.7%22W/@5.2471934,-73.8548876,786m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2471934!4d-73.8526989">https://www.google.com.co/maps/place/5%C2%B014'49.9%22N+73%C2%B051'09.7%22W/@5.2471934,-73.8548876,786m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2471934!4d-73.8526989</a>
<b>Distancia</b>	73 Km Bogotá - Sutatausa
<b>Temperatura Promedio</b>	9°C
<b>Operador</b>	Ziguazinza
<b>Actividades</b>	Historia - Caminatas Ecológicas
<b>Descripción</b>	Sutatausa posee uno de los conjuntos de patrimonio cultural más ricos y desconocidos del departamento. Allí se conjugan vestigios de la época precolombina, la conquista y la colonia. Numerosas rocas con arte rupestre, un excepcional conjunto doctrinero y una antigua tradición cultural entorno a los tejidos, dejan entrever un trasfondo cultural, cargado de sincretismo, que evidencia la complejidad del encuentro de dos mundos

**Fotografía**



<b>Nombre</b>	Museo de Arte Religioso
<b>Clasificación</b>	Patrimonio Cultural
<b>Ubicación (Vereda)</b>	Municipio
<b>Georreferenciación</b>	<a href="https://www.google.com.co/maps/place/5%C2%B014'49.9%22N+73%C2%B051'09.7%22W/@5.2471934,-73.8548876,786m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2471934!4d-73.8526989">https://www.google.com.co/maps/place/5%C2%B014'49.9%22N+73%C2%B051'09.7%22W/@5.2471934,-73.8548876,786m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2471934!4d-73.8526989</a>
<b>Distancia</b>	9°C
<b>Temperatura Promedio</b>	73 Km Bogotá - Sutatausa
<b>Operador</b>	Ziguazinza
<b>Actividades</b>	Actividades religiosas
<b>Descripción</b>	Pobladores de familia muisca denominados Sutas, habitaron el territorio desde el siglo VIII hasta mediados del siglo XVI, cuando fueron asimilados al nuevo modelo de poblamiento y sometidos al dominio español sobre todos los ámbitos de su cultura.

### Fotografía



<b>Nombre</b>	Ruta de Interpretación
<b>Clasificación</b>	Patrimonio Cultural
<b>Ubicación (Vereda)</b>	Municipio
<b>Georreferenciación</b>	<a href="https://www.google.com.co/maps/place/5%C2%B014'49.9%22N+73%C2%B051'09.7%22W/@5.2471934,-73.8548876,786m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2471934!4d-73.8526989">https://www.google.com.co/maps/place/5%C2%B014'49.9%22N+73%C2%B051'09.7%22W/@5.2471934,-73.8548876,786m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2471934!4d-73.8526989</a>
<b>Distancia</b>	73 Km Bogotá - Sutatausa
<b>Temperatura Promedio</b>	9 °C
<b>Operador</b>	Ziguazinza
<b>Actividades</b>	Historia - Cultura
<b>Descripción</b>	Es un proyecto de la alcaldía municipal de Sutatausa, formulado en el contexto de la convocatoria a recursos IVA de telefonía móvil para proyectos de patrimonio cultural, convocado por el instituto departamental de cultura y turismo (IDECUT) de la gobernación de Cundinamarca y avalado por el ministerio de cultura de la república de Colombia 2014

### Fotografía



<b>Nombre</b>	Los Farallones
<b>Clasificación</b>	Sitio Natural
<b>Ubicación (Vereda)</b>	Municipio
<b>Georreferenciación</b>	<a href="https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'02.5%22N+73%C2%B050'60.0%22W/@5.2340246,-73.85218,786m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2340246!4d-73.8499913">https://www.google.es/maps/place/5%C2%B014'02.5%22N+73%C2%B050'60.0%22W/@5.2340246,-73.85218,786m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d5.2340246!4d-73.8499913</a>
<b>Distancia</b>	73 Km Bogotá - Sutatausa
<b>Temperatura Promedio</b>	9°C
<b>Operador</b>	Ziguazinsa
<b>Actividades</b>	Paisaje - Caminatas
<b>Descripción</b>	Montañas rocosas formadas por el movimiento de las placas tectónicas de la tierra, se reconoce como uno de los principales valores históricos del municipio de Sutatausa reconocidos por el genocidio indígena más relevante de Latinoamérica, quienes se lanzaron o fueron obligados a lanzarse al vacío por no someterse al yugo español, por tal motivo se denomina la ruta de la libertad.
<b>Fotografía</b>	
	

## Diseño de logo y piezas publicitarias Ubaté

Logosímbolo



Figure 1

## Mapa



Figure 2

## Decálogo de Utilización de la Marca y uso de las piezas gráficas de la Ruta

### Uso de los distintivos de ruta (cortaviento y cachucha)

- Son elementos exclusivamente para los operadores de la ruta
- Se debe conservar en buen estado
- No debe utilizarse para actividades de carácter personal (deportes, paseos, fiestas etc.)
- Se debe propender por su utilización frente a los clientes

- Se debe denunciar a la autoridad competente en caso de pérdida
- Queda prohibido alterar los logotipos o cubrirlos
- Queda prohibido alterar el uso para lo cual fueron entregados
- En caso de reposición o producción, se debe respetar el diseño
- Las artes para su reproducción se deben solicitar a la SIR (Secretaría De Integración Regional)
- Se debe portar para fines de reconocimiento de marca

### **Uso de la Marca**

Esta marca: “ruta de la leche, la sal y la lana” se encuentra clasificada como Mixta, al tener un componente figurativo (logo), y nominativo (nombre), de uso colectivo. Esto quiere decir que la Secretaría de Integración Regional debería otorgar el derecho de utilización de la misma a una asociación legalmente constituida de empresarios organizados en la región. Para ello, los operadores deberán constituirse bajo la figura de asociación colectiva (fundación, colectivo, cooperativa etc.) y solicitar a la gobernación la entrega de la marca. La gobernación deberá estimular los espacios adecuados con la comunidad para concertar dicho paso.

Sin perjuicio de los que determine la asociación con relación a la marca, deben definirse los siguientes criterios para su uso:

- Estar registrada como marca de uso colectivo ante la superintendencia de industria y comercio.
- Definir las características mínimas (calidad del servicio y de formalización) para otorgar un permiso para la utilización de la misma.

- Definir las piezas publicitarias en las que la marca hará presencia
- Definir las características en cada pieza (tamaño y posición)
- Definir las sanciones por mala utilización de las mismas.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES RUTA**

### **Conclusiones Pruebas de Ruta**

De los atractivos planteados para la ruta turística de la provincia de Ubaté, se pudo evidenciar que en su mayoría se encuentran en buen estado, aunque algunos de los que son naturales, de acceso abierto, donde ningún operador es responsable, se debe tener más control por parte de las autoridades locales dado que estos son explotados en algunos casos de forma indebida por el operador, no tiene un control acceso, de uso y cuidado. Se debe generar políticas y normas para evitar que se desaparezcan estos atractivos naturales.

Cuentan con operadores turísticos que se encargan de promoverlos y dar a conocer toda la historia y cultura de la provincia evitando que su cultura desaparezca. Se sugiere implementar señalización turística, sistemas de seguridad o articulación con la policía local, con el fin para garantizar el bienestar de los turistas y generar lazos de confianza. También es necesario diseñar y desarrollar planes de sostenibilidad turística que garanticen la conservación de los recursos y destinos.

Los operadores turísticos brindan buenos servicios y productos, se evidencia amabilidad y el esfuerzo para satisfacer de la mejor manera las necesidades del turista. De acuerdo a lo ofertado y brindado, precios razonables y justos. Es necesario trabajar en la

articulación de los operadores, en la planeación turística desde las alcaldías, en el apoyo a los nuevos empresarios del sector y la certificación de las normas técnicas sectoriales para obtener el registro nacional de turismo, de esta manera se podrá erradicar la evidente informalidad el sector en la provincia y se generarán operadores con estándares de calidad que permitan competir a nivel turístico nacional e internacional.

### **Conclusiones Clúster Turístico**

Uno de los aspectos clave para el correcto desarrollo turístico es la infraestructura y los atractivos. Se deben mejorar los accesos por las carreteras debido a que en la región existe una vía nacional recién inaugurada en excelente estado, no sucede lo mismo con el acceso a los municipios donde se encuentran los atractivos. Se debe coordinar con las autoridades pertinentes (ANI, INVIAS) el mejoramiento de los accesos a los municipios. Por otro lado, generar señalización adecuada en carretera para que el turista se guíe de esa manera. Se debe construir accesos a los atractivos a través de malecones, miradores, ciclorutas, cables teleféricos, caminos demarcados etc.

La oferta de programas de formación del capital humano en turismo es limitado. En la encuesta se evidenció en varios testimonios la poca credibilidad hacia las personas que han escogido el turismo como su profesión; más bien lo ven como una actividad de medio tiempo. Las actividades agroindustriales son la aspiración de los padres de las generaciones que se están formando. A través de programas de formación para la prestación de servicios turísticos se debe buscar generar competencias y de esta manera regular la vinculación de personal, por tal razón servirá que la creación de planes y programas que sirvan para fortalecer tanto la cultura del turismo, como las habilidades y las

competencias del personal y guías turísticos, de esta forma provocar apertura del sector; además la exigencia en el cumplimiento de certificaciones, registro nacional de turismo, cámara de comercio entre otros permitirá generar credibilidad del actor.

Casi todas las alcaldías, según sus planes desarrollo, no dan la importancia necesaria, ni estratégica, ni presupuestal y, no ven en el turismo, un elemento de progreso social. Por lo anterior es importante mantener la articulación con la Alcaldía y la Gobernación para fortalecer los servicios y en función de las necesidades de la demanda turística, se podrá generar empleo y calidad de vida.

No existe articulación con la gran empresa que promueva las actividades o empresas turísticas. Las empresas privadas grandes podrían apoyar el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de las pequeñas empresas, brindando guía en la consecución y permanencia de los clientes, difusión del servicio turístico, apoyo con publicidad y el respaldo, en algunos casos, económico.

No existe cultura del mercadeo digital. Se deben diseñar planes, proyectos y/o programas para atraer clientes por medio de *booking* compartidos o de la misma región por medio de alianzas o *booking* propios, se deben diseñar las páginas Web, blogs, productos de youtube etc., las redes sociales y las comunidades juegan un papel importante en el mercadeo de las actividades y los comentarios ayudaran a la elección de la actividad o servicio que se desea adquirir.

No existe acompañamiento ni fuentes de financiación para que los operadores de atractivos cumplan con la regulación impuesta por la autoridad de turismo. Tampoco existe un programa de acompañamiento técnico o de transferencia a las alcaldías para

hacer sus planes de desarrollo turístico. Se deben diseñar planes, proyectos y programas que cumplan dicho propósito.

Debido a lo anterior, algunos atractivos naturales, por ejemplo, se encuentran en estado de abandono y los turistas no se encuentran con sus expectativas. Se debe diseñar por parte de la autoridad un plan de explotación y/o concesión a las empresas organizadas para que, a su vez, se cuide los atractivos y se tenga política de uso de los mismos.

No existe un plan de formación en segunda lengua al operador, el SENA hace esfuerzos en los que los estudiantes desisten porque los encuentran poco prácticos. Es importante que los operadores dominen al menos dos idiomas y se debe promover la investigación en materia de turismo para brindar una explicación estructurada y veraz de lo presentado por el guía.

Es recomendable mantener en permanente encuentro una organización de carácter civil comunitaria, consejo o cualquier forma privada de asociación para que asuma la responsabilidad de doliente de la ruta, mantener la calidad en el servicio, y generar la política de sostenibilidad.

Es importante que los actores turísticos se articulen no solo entre los mismos actores o sino también con la fuerza pública y demás entidades que brindan los servicios de seguridad y emergencia por ejemplo.

Se debe estimular la formalización de los prestadores de servicios turísticos y las actividades turísticas deben regularse lo cual ayudara al aprovechamiento de los espacios turísticos volviendo la región más competitiva, además de mejorar las condiciones de operación y oferta por parte de los prestadores de servicios turísticos.

Para que el turismo se pueda desarrollar es importante que los quioscos o puntos de información turístico mantengan un servicio constante,; ya se encuentra funcionando, pero no es continuo. No existe control de la prestación del servicio, ni articulación con los servicios de aseo de los municipios.

### **Conclusiones Operadores Turísticos**

La interpretación de los resultados del presente instrumento nos arrojó un panorama en el que se tiene la oportunidad de construir un trabajo mancomunado entre la sociedad civil, el estado y los operadores con el fin de transformar productivamente las empresas que tienen entre otras, las siguientes dificultades para su operación:

Ausencia de un modelo de operación turística tipo Clúster que les genere valor a todas las empresas involucradas e interesadas en hacer parte del circuito turístico. No se evidenció empresas con tendencia en su sistema de negocios a hacer alianzas o a generar redes de aliados formales.

En general los operadores aún no saben de qué manera los clientes usan su producto. Es verdad, que la llegada de turistas es un hecho cierto, pero lo es también, que aún no se hace por medio de ruta turística, la cual, permite explotar la potencialidad de la región al enterar al turista de los sitios clave del sitio que se encuentran visitando.

No existen evidencias demostrables de los récords de fidelización de los clientes por medio de bitácoras electrónicas o físicas que permitan establecer el grado de recomendación o nueva visita a los atractivos turísticos. No se evidenció ninguna

compañía con alto enfoque en el cliente. Más bien el enfoque se concentra en el desarrollo de lo que se considera como sus actividades clave.

No ha habido formación en un sistema de negocios que les permita a los operadores ser más flexibles en la manera en como cobran por sus servicios. Tampoco se evidenció operadores con sistemas de negocios orientados a generar ganancia a través de las economías de escala (por mayor)

Aunque las regiones cuentan con atractivos lo suficientemente buenos y con alto grado de potencialidad en todo el valle del Ubaté, por ejemplo, aún el reto es convertirlos en atractivos de talla mundial. Uno de los aspectos más importantes para las regiones, es la inversión en su talento humano y hacer crecer las empresas operadoras. Es un desafío pendiente de llevar al terreno de la realidad, convertir los actuales operadores en generadores de grandes negocios, con altos grados de sofisticación, con capacidad instalada, con capacidad de mercadeo y comunicación, volverlos organizaciones eficientes y socialmente responsables, con capacidad logística e innovadoras en sus ofertas. Para ello se debe trazar objetivos de corto, mediano y largo plazo en las siguientes áreas.

Es recomendable mantener en permanente encuentro una organización de carácter civil comunitaria, consejo o cualquier forma privada de asociación para que asuma la responsabilidad de doliente de la ruta, mantener la calidad en el servicio, y generar la política de sostenibilidad. Es importante que los actores turísticos se articulen no solo entre los mismos actores o sino también con la fuerza pública y demás entidades que brindan los servicios de seguridad y emergencia por ejemplo.

Ser debe estimular la formalización de los prestadores de servicios turísticos y las actividades turísticas deben regularse lo cual ayudara al aprovechamiento de los espacios turísticos volviendo la región más competitiva, además de mejorar las condiciones de operación y oferta por parte de los prestadores de servicios turísticos.

Para que el turismo se pueda desarrollar es importante que los quioscos o puntos de información turística mantengan un servicio constante y profesional.

No existe control de la prestación del servicio, ni articulación con los servicios de aseo de los municipios.

### **Recomendaciones**

#### MODELOS DE NEGOCIOS

Se debe insistir en modelos de negocios de los operadores que respondan a la oportunidad brindada por el alto flujo turístico interno y externo que viene mostrando la tendencia nacional, que ya se encuentra ubicada como el segundo sector que mayores ingresos le generarán a la economía nacional en los próximos 5 años.

#### FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

Se deben diseñar planes, proyectos y programas orientados al fortalecimiento de las empresas, con el fin que estas se encuentren preparadas para acelerarse. Mercadeo, modelos Financieros especializados, diseño de marcas, logos y conceptos, transferencia de experiencias nacionales e internacionales, Así mismo fortalecer la formación de los guías de turismo que permita enriquecer los conceptos por cada una de las rutas.

## FORTALECIMIENTO JURIDICO

Se deben diseñar planes proyectos y programas que lleve a los operadores de turismo a cumplir con la normatividad vigente y futura y diseñar un plan de mejoramiento continuo en aras de no descuidar la calidad de los servicios ofrecidos.

## FORTALECIMIENTO TECNOLÓGICO

Se refiere al uso y apropiación de las TIC. Sistemas automatizados de reservas, sistemas electrónicos de pagos. Sistemas satelitales de georreferenciación, Automatización de servicios adicionales (fotografía, video, video dron etc. ). Transferencia de tecnología (en caso de turismo de aventura y turismo de naturaleza), el Internet de las cosas en turismo, la transmedia etc.

## FORTALECIMIENTO FINANCIERO

Se deben diseñar ruedas de negocios con el fin de atraer inversión en turismo en la región con el fin de estimular la creación de empresa turística, promover franquicias y micro franquicias entre los operadores, buscar socios estratégicos para el desarrollo del sector en la región, generar líneas de crédito blando para los actores del Clúster, promover las aceleradoras empresariales de turismo, asociaciones y formas cooperativas de trabajo.

## VISIÓN DE RUTA A CINCO AÑOS

### Clúster

2017	2018	2019	2020	2021
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Formar la asociación del Cluster de la Ruta de la leche , la sal y la lana, con mínimo 50 operadores, 5 miembros de la academia y 12 miembros del sector estado.</li> <li>•Recibir los logosimbolo s y diseños de ruta por parte de gobernación de cundinamarca</li> <li>•Diseñar y aprobar el plan de desarrollo del cluster</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Diseñar las políticas de ingreso al cluster. Definición del modelo de negocios del cluster</li> <li>•Realizar Actividades de sensibilización y promoción</li> <li>•Formular 1 proyecto por convocatoria de IDECUT o Secretaría de Integración Regional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregar primeros resultados del plan operativo del cluster.</li> <li>•Aplicar planes de seguimiento y planes de mejoramiento al cluster.</li> <li>•Participar en ferias departamentales como Cluster de Turismo</li> <li>•Ejecutar 1 proyecto de IDECUT y/o secretaria de integración regional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Participar en ferias nacionales</li> <li>•Generar manuales de buenas prácticas en turismo de la región</li> <li>•Capacitar a nuevos operadores</li> <li>•Innovar en productos y servicios</li> <li>•Generar alianzas estratégicas con stakeholders</li> <li>•Proponer las escuela de personal para el cluster a través del SENA u otro socio académico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Participar en ferias internacionales</li> <li>•Negociar con proveedores a través del cluster</li> <li>•Ayudar a Diseñar política pública de apoyo al turismo a través de los aliados del sector gobierno</li> </ul>

## Operadores Turísticos

2017	2018	2019	2020	2021
<ul style="list-style-type: none"><li>•Inicio de actividades de legalización a la NTS - RNT</li><li>•Afiliación al clúster turístico de la región</li><li>• Tomar una Capacitación en servicio al cliente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Diseñar productos turísticos y hacer sus respectivos estudios de mercado</li><li>•TIC para que los turistas encuentren y paguen por los servicios turísticos.</li><li>•Legalización de todas las empresas del cluster con RNT y NTS</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ayudar a Mejorar la capacidad instalada de los alojamientos y el estado de los atractivos</li><li>•Mejorar los modelos de negocios y fortalecerse como empresa a través de la inversión (socios)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Tener un Nivel de Inglés B1, atender en su idioma a turistas extranjeros.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Tener marcas registradas</li></ul>

## Atractivos (Gobierno)

2017	2018	2019	2020	2021
<ul style="list-style-type: none"><li>• Iniciar señalización de los atractivos turísticos</li><li>• Generar un plan de mantenimiento de los atractivos monumentos</li><li>• Generar un plan de mantenimiento de caminos que conducen a los atractivos (evaluar condiciones de seguridad)</li><li>• Alinear los POT con PDT de los municipios (exigirlo)</li><li>• Generar los espacios para la asociatividad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Generar un plan de mercadeo de los atractivos a nivel local, regional, nacional y global.</li><li>• Generar los estudios de carga e impacto ambiental para cada uno de los atractivos</li><li>• Generar los estudios de seguridad para cada uno de los atractivos (incluido estado de mantenimiento búsqueda y rescate)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tener un atractivo como participante dominante (parque de turismo de aventura)</li><li>• Tener un aplicativo con todos los datos de la ruta y generarle un plan de medios de difusión</li><li>• Entregar atractivos propiedad del municipio, a operadores para su administración, mantenimiento y cuidado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tener completamente señalizado y georreferenciado todos los atractivos turísticos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Generar un sistema de trazabilidad de la experiencia del viajero todas las estadísticas.</li></ul>