



El progreso  
es de todos

Mincomercio

Héctor E. López Bandera  
Consultoría Turística



## DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA RUTA DE LA CUENCA DEL RIO CUSIANA – COLOMBIA

Yopal, Aguazul, Maní, Tauramena, Chameza, Sogamoso, Aquitania, Pajarito, Labranzagrande

Contrato FNTC-305-2021

**ENTREGABLE 4 - 1. DOCUMENTO DESCRIPTIVO SOBRE LA IDENTIDAD Y  
CONCEPTUALIZACIÓN DEL PRODUCTO, RESALTANDO LOS ATRIBUTOS Y  
CARACTERÍSTICAS TANGIBLES E INTANGIBLES QUE SON SUSCEPTIBLES DE  
VALORACIÓN POR EL PÚBLICO OBJETIVO IDENTIFICADO**

Bogotá D.C., Abril 22 de 2022



Yopal



Aguazul



Maní



Tauramena



Chámeza



Sogamoso



Aquitania



Pajarito



Labranzagrande



**Fondo Nacional de Turismo FONTUR** - Kimberly D. Enríquez E. Profesional Líder del Proyecto  
**SUPERVISIÓN Grupo IS Colombia** - Vilma Cure, Irinna Moreno

## REPRESENTANTES ALCALDÍAS ZONA DE ESTUDIO

### Yopal

Francisco Eslava - Subdirector Turismo del Instituto de Cultura y Turismo

Erika Álvarez - Profesional de apoyo

### Aguazul

Silvia Lucía Olmos – Secretaria de Desarrollo Económico y Ambiental (SDEA)

Lina Miranda - Profesional de apoyo SDEA

### Maní

Jorge E. Caicedo – Secretario de Turismo, Cultura y Deporte

Anais Yuliana Martínez – Profesional de apoyo Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte

### Tauramena

Sandra Rodríguez - Secretaría de Desarrollo Económico

### Chámeza

Jessica Alexandra Martínez - Secretaría de Desarrollo Económico

Adriana Barreto - Profesional de apoyo

### Sogamoso

Gilberto Cárdenas – Secretario de Desarrollo Económico y Turismo

Liliana K. Pérez Gualteros - Líder de programa - Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo

### Aquitania

Andrea Pérez - Profesional de apoyo – Coordinación de Cultura, Turismo y Deporte

### Pajarito

Boris Camilo Torres - Coordinador de Cultura - Secretaría

### Labranzagrande

Yohana Tibavija Parra – Coordinadora de Cultura y Turismo

## EQUIPO CONSULTOR

Héctor López Bandera – Arquitecto. Contratista y Coordinador General

Paola Quintero P. - Economista. Directora del Proyecto

Daniel Calderón – Experto Ambiental. Ecólogo

Elizabeth Mantilla R. - Experta Turística. Administradora de Empresas Turísticas y Hoteleras

Urte Duis – Experta Cultural. Planificadora del Espacio Libre y Rural

Élida Jiménez M. - Experta Económica. Administradora de Empresas Turísticas



Yopal



Aguazul



Maní



Tauramena



Chámeza



Sogamoso



Aquitania



Pajarito



Labranzagrande

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	3
1. ATRIBUTOS Y CARACTERÍSTICAS TANGIBLES E INTANGIBLES.....	4
1.1. Tierra de contrastes: biomas, relieve, climas, uso de suelo.....	6
1.2. Cultura que nace de la historia prehispánica y colonial .....	7
1.3. Atributos y características susceptibles a valoración .....	9
2. PÚBLICO OBJETIVO IDENTIFICADO .....	11
3. PROPUESTA CONCEPTUAL DE IDENTIDAD DEL PRODUCTO Y ARGUMENTOS TEMÁTICOS .....	15
3.1. Identidad del producto: idea fuerza, referente conceptual y argumentos temáticos .....	15
3.2. Imágenes y valores simbólicos.....	16
3.3. Potencialidades y ventajas comparativas de los departamentos/región .....	18
3.4. Características y elementos básicos de diferenciación frente a la oferta actual.....	19
4. CONCLUSIÓN .....	21
Bibliografía .....	22

---

## Índice de gráficas

Gráfica 1. Conexión vial en la Cuenca del Río Cusiana.....	5
Gráfica 2. Sitios relevantes de acceso al río Cusiana.....	6
Gráfica 3. Perfil del turista .....	13
Gráfica 4. Atributos y características valorados por los clientes potenciales.....	14
Gráfica 5. Cuenca del Río Cusiana del Páramo Boyacense a los Llanos Orientales del Casanare .....	15
Gráfica 6. Regiones turísticas – Procolombia (2021).....	16
Gráfica 7. Narrativa de Boyacá como destino turístico – Procolombia (2021).....	17
Gráfica 8. Narrativa de Casanare como destino turístico – Procolombia (2021) .....	17
Gráfica 9. Promoción de Colombia a los Cantos de Trabajo de Los Llanos.....	18
Gráfica 10. La Ruta Turística Cuenca del río Cusiana y sus tramos .....	21

---

## Índice de tablas

Tabla 1. Clasificación de las rutas .....	4
---	---

## **ENTREGABLE 4: 1. DOCUMENTO DESCRIPTIVO SOBRE LA IDENTIDAD Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL PRODUCTO, RESALTANDO LOS ATRIBUTOS Y CARACTERÍSTICAS TANGIBLES E INTANGIBLES QUE SON SUSCEPTIBLES DE VALORACIÓN POR EL PÚBLICO OBJETIVO IDENTIFICADO**

### **INTRODUCCIÓN**

El presente documento hace parte del entregable 4 del proyecto para: “Diseñar el producto turístico de la Ruta de la Cuenca del Río Cusiana – Colombia” en los municipios de Sogamoso, Aquitania, Pajarito, Labranzagrande (Boyacá) y Chameza, Tauramena, Aguazul, Maní, Yopal (Casanare), y se relaciona con la obligación contractual 2.1.9. “Describir detalladamente el producto turístico”.

La conceptualización del producto turístico se realizó a partir de los resultados de las actividades relacionadas con la etapa de diagnóstico, involucrando a la comunidad en la conceptualización a través de tres talleres de validación del producto turístico que se desarrollaron de la siguiente manera: Yopal, Aquitania y Sogamoso, 17, 19 y 20 de enero de 2022, respectivamente.

Este documento describe detalladamente la identidad y conceptualización del producto turístico resaltando los atributos y características tangibles e intangibles que son susceptibles de valoración por el público objetivo identificado. El documento se estructura en cuatro partes: Atributos y características tangibles e intangibles, Público objetivo identificado, Propuesta conceptual de identidad del producto y argumentos temáticos, y Conclusión.

Para la propuesta conceptual se analiza la identidad del producto, las imágenes y valores simbólicos, las potencialidades y ventajas comparativas de los departamentos/región, así como las características y elementos básicos de diferenciación del producto frente a la oferta actual. A manera de conclusión en el numeral 4 se presenta una propuesta de la estructuración de la Ruta.

### **Introducción a la conceptualización de una ruta turística**

El concepto de ruta se relaciona con las rutas antiguas de viajeros. Al finalizar el siglo XX, las rutas dejan de tener estas connotaciones espaciales para convertirse en elementos conceptuales.

La ruta hoy es un concepto complejo que abarca un conjunto de prestaciones y elementos tangibles e intangibles – que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos – que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores porque satisfacen las motivaciones y expectativas.

En las diferentes tipologías es importante reconocer que no se deben confundir los itinerarios culturales enfocados en bienes patrimoniales con las rutas turísticas culturales, los primeros responden a criterios históricos de autenticidad, continuidad y de intercambios definidos por las instituciones culturales a cargo del patrimonio, mientras que las segundas son invenciones para promover el turismo en un determinado territorio hilvanando recursos en torno a temas más o menos homogéneos. Hernández R. (2011) clasifica las rutas como se detalla a continuación.

Tabla 1. Clasificación de las rutas en tipos y subtipos

Rutas	Subtipos
Específicas Patrimoniales	Rutas del Patrimonio Etnológico
	Rutas del Patrimonio Histórico y/o arqueológico
	Rutas del Patrimonio Natural
	Caminos Históricos e Itinerarios Culturales
Específicas Imaginadas	Literarias-cinematográficas-televisivas
	Personalidades históricas y personajes ficticios célebres
	Mágicas, esotéricas, míticas, legendarias
Genéricas o mixtas	Mosaico de recursos (rutas y circuitos)

Fuente: Hernández Ramírez (2011, p. 230), Revista Pasos Vol. 9 N° 2

Ahora bien, los elementos básicos de una ruta turística engloban un **espacio temático** con valores naturales y culturales y una oferta de **atractivos** que permitan su aprovechamiento sustentable. Todo ello posibilita definir un **referente conceptual con argumentos temáticos** que definirán los elementos de interpretación y líneas de acción.

La **imagen y los valores simbólicos** están relacionados con el posicionamiento en el mercado y suponen también atributos del producto.

Las rutas pretenden conducir las actividades turísticas resaltando ciertos atributos y características que se ordenan, planifican y ponen en valor de acuerdo con ciertos perfiles de demanda. El registro de los recursos paisajísticos, culturales y naturales permite seleccionar los elementos susceptibles de transformarse en producto turístico y los cuales se convierten en elementos de los guiones de acuerdo con los argumentos temáticos en miras a la diferenciación con otros destinos o territorios.

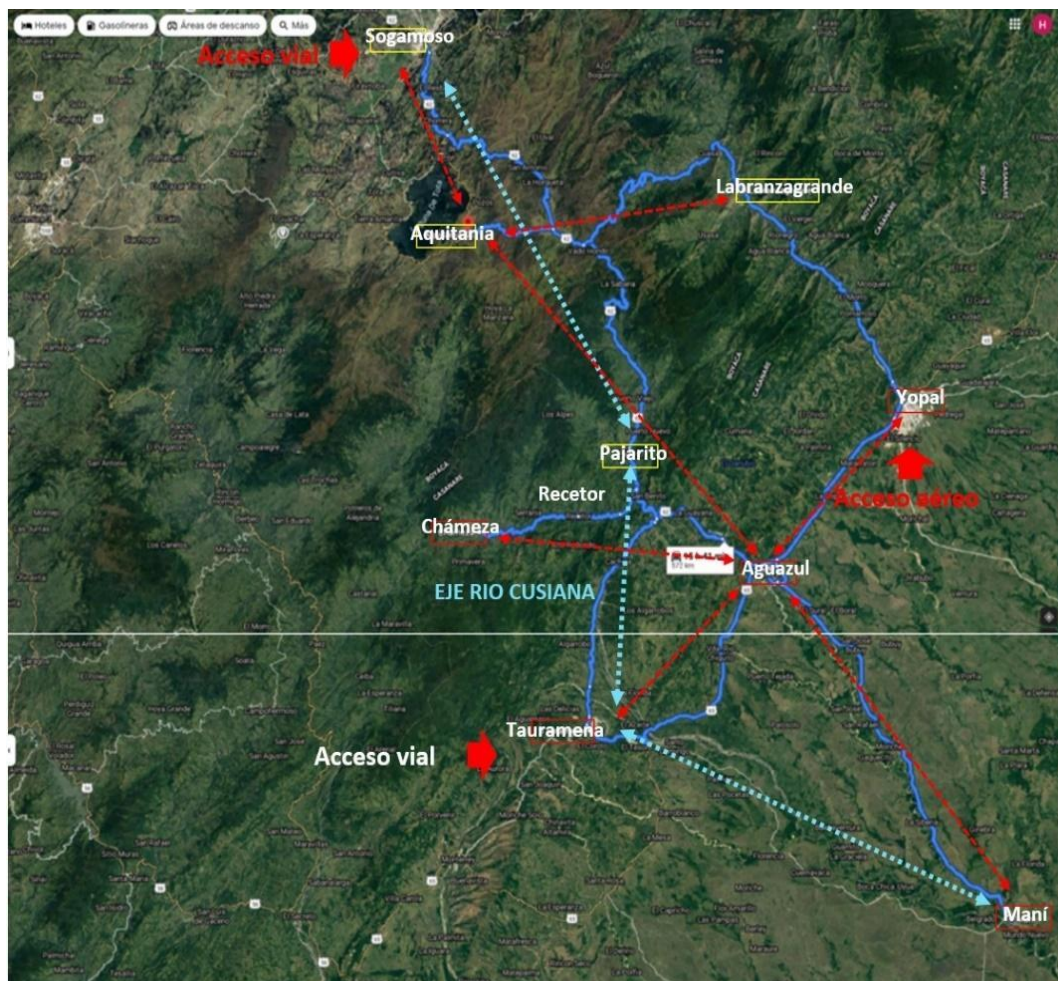
## 1. ATRIBUTOS Y CARACTERÍSTICAS TANGIBLES E INTANGIBLES

El Río Cusiana nace en la Cordillera Oriental de Los Andes en la jurisdicción del municipio de Sogamoso, en el departamento de Boyacá. Su origen son las quebradas Melgarejo, Las Cañas e Iglesia, esta última considerada la más importante, nace en la laguna Siscunsi en el páramo del mismo nombre (3.800 m.s.n.m), desde allí recorre la cuenca y desemboca en el río Meta en la jurisdicción del municipio de Maní, departamento de Casanare (150 m.s.n.m.) (Corpoboyacá, 2016).

El espacio turístico está conformado por 10 municipios (Yopal, Aguazul, Maní, Tauramena, Chameza, Recetor, Sogamoso, Aquitania, Pajarito y Labranzagrande), con la Transversal del Cusiana como eje principal que conecta los departamentos de Boyacá y Casanare, tomando su nombre por transitar de forma paralela a la Cuenca del Río Cusiana en el tramo Sogamoso – Aquitania - Pajarito, aunque se extiende hasta Aguazul.

Antes de la construcción de esta carretera, la conexión se realizaba por caminos reales, el ganado llegaba hasta Boyacá recorriendo Yopal - El Morro- Labranzagrande – Vado Hondo; esta vía actualmente es una alternativa vial en proyecto de mejoramiento, y tiene valor para el turismo como escenario de la Ruta Libertadora y la Ruta del Ganado.

Gráfica 1. Conexión vial en la Cuenca del Río Cusiana



Fuente: Elaboración propia a partir de Google Maps.

La Cuenca cuenta con un acceso aéreo a través de Yopal, y acceso vial a través de Sogamoso para tomar la Transversal del Cusiana, o por la vía Alterna al Llano, que parte de la ciudad de Bogotá D.C. por el norte, pasa por la represa del Sisga y conecta con Taurameña.

El espacio turístico se define en torno a la cuenca de un río, lo que implica analizar la presencia del agua, no solo a través del cauce del río, sino también como un sistema complejo de afluentes e interconexiones que contribuyen a formar dicho río. A través del cauce del río Cusiana se encuentran los siguientes sitios relevantes de acceso y contacto directo.

Gráfica 2. Sitios relevantes de acceso al río Cusiana



Fuente: Elaboración propia a partir de Google Maps.

El río igualmente se encuentra atravesando Pajarito, y allí forma la más importante caída de agua en Salto Candelas, con posibilidad de acceso y disfrute de baño en el sector La Playa. En otros municipios tenemos afluentes del Cusiana como el río Charte en Yopal y los nacimientos de agua en Sogamoso y Aquitania.

En este contexto la ruta turística del Cusiana no se puede limitar a un recorrido continuo que sigue el cauce de un río, se debe entender con la complejidad que implica una cuenca hidrográfica, como un territorio que contribuye al flujo del agua, integrando a la Ruta el concepto del nacimiento del agua y sus afluentes, así como también el paisaje que configura, las dinámicas que genera y la historia que se teje a su alrededor.

### 1.1. Tierra de contrastes: biomas, relieve, climas, uso de suelo

Uno de los aspectos más importantes para resaltar en la caracterización biofísica de la cuenca del Río Cusiana es el gradiente altitudinal por medio del cual transcurre, desde su nacimiento en el Parque Natural Regional Unidad Biogeográfica Siscunsi – Ocetá, hasta su desembocadura en el río Meta. Esta variedad altitudinal es una de las características geográficas más relevantes para reconocer una alta biodiversidad de especies de fauna y flora presentes en los diferentes pisos térmicos, que se desplazan por los corredores biogeográficos aledaños, como los Llanos Orientales y el complejo de páramos Tota-Pisba-Cocuy (Castro, Aguilimpia & Sánchez., 2016).

Estos procesos biofísicos hacen que este sea un territorio diverso y apto para el desarrollo de modalidades de turismo de naturaleza, como el ecoturismo, observación de aves y turismo científico, sin dejar a lado los procesos culturales que son claramente apreciables en los diferentes atractivos turísticos culturales que ejemplifican su relación con los recursos de la naturaleza.

El Río Cusiana nace a partir de una red de humedales en la Cordillera Oriental del Páramo de Siscunsi, en el humedal de La Sarna, a una altura promedio de 3800 m.s.n.m., del municipio de Sogamoso. Recibe importantes afluentes como las quebradas de Las Cañas, La Iglesia, Nontoa, Onganoa, El Palo y Honda. Asimismo, otros importantes afluentes del río nacen en el Páramo de Los Curies en el municipio de Aquitania. Posteriormente el río desciende por el Páramo de Toquilla y se alimenta de la escorrentía, para pasar por el municipio de Pajarito y luego adentrarse al departamento del Casanare. Entre los afluentes más importantes están los ríos Charte, Chitanema, Palo Solo, Salinero y Unete (POMCA, 2016).

El gradiente altitudinal presente en la cuenca del Río Cusiana comienza desde los 450 msnm, hasta los 3800 msnm. Esto configura diferentes ecosistemas con una variedad de coberturas boscosas presentes desde los bosques basales del pie de monte llanero en los municipios de Tauramena, Yopal, Aguazul y Maní a 450 msnm, donde predomina el bosque montano bajo pasando por los bosques subandinos a 1500 msnm en Chámeza, Recetor, Aguazul y Pajarito y el bosque andino a 2200 msnm en el municipio de Pajarito y Labranzagrande llegando a los bosques altoandinos a 2900 msnm y los páramos a 3400 msnm en Sogamoso, Aquitania y Labranzagrande (Malizia et al., 2020). Asimismo, predomina el bosque ripario a lo largo de toda la cuenca.

## 1.2. Cultura que nace de la historia prehispánica y colonial

Los primeros pobladores del territorio boyacense llegaron hace unos 12.000 años. Hacia el año 500 A.C. los Muisca ya habitaban esta zona. El territorio muisca estaba organizado en tres cacicazgos: Hunza, bajo el mando del zaque, Tundama y Sugamuxi. Se dedicaban principalmente a la agricultura, los tejidos y el trabajo minero. En 1537, Gonzalo Jiménez de Quesada llegó a este territorio para ocupar las tierras y distribuir a los indígenas en encomiendas. La colonización española llevó a la creación de pueblos con Plazas de Armas y arquitectura colonial en tapia pisada MinCultura (2013).

Luego de la Independencia la Constitución de Cúcuta en 1821 dividió el país en departamentos y provincias, y éstas en cantones y parroquias. Así inició la vida de Boyacá como entidad administrativa, integrada por las provincias de Tunja, Pamplona, Socorro y Casanare. Por virtud de la Ley del 15 de junio de 1857, Boyacá obtuvo su creación como Estado Soberano asociado a la Confederación Granadina, formado por las provincias de Tunja, Tundama, Casanare, y los cantones de Chiquinquirá y Vélez (Gómez 1991; Romero 1994 en MinCultura, 2013).

Según el MinCultura (2013), las evidencias arqueológicas y etnohistóricas indican para el departamento de Casanare una ocupación humana de la Orinoquia de más de 7.000 años de antigüedad. La domesticación de la yuca brava y la horticultura ribereña acompañada con la producción de maíz y algodón propiciaron la formación de múltiples sistemas sociales indígenas con diferencias territoriales y culturales (Gómez 1991; Romero 1994 en MinCultura, 2013).

Los primeros pobladores en la región fueron los nativos Tunebos, Achaguas, Guahíbos, Sálivas, Cusianas, Caquetíos, Piapocos, Amorúas, estas sociedades tendían a una mayor sedentarización. En las llanuras se hallaban otros grupos de carácter más nómada que fueron agrupados bajo el término genérico de “guahibos”.



Los “guahibos” eran recolectores de raíces, frutos de árboles, pulpas y aceites de palmas, de huevos e insectos, también pescaban y cazaban (Gumilla 1955; Gómez 1991; Rausch 1994 en Mincultura, 2013). Los españoles trajeron bovinos y fundaron las primeras poblaciones estables bajo la figura de encomiendas. Así, con demanda de carne bovina en las urbes andinas, gran proliferación de reses, y poblados colonizadores en el piedemonte andino y las riberas de los principales ríos, en la primera mitad del siglo XVII prosperó la trashumancia regular de reses desde los Llanos Orientales hacia el altiplano neogranadino (Rausch 1994 en Mincultura, 2013).

Entre los siglos XVII y XVIII, el proyecto misional acabó por imponerse en los piedemontes y riberas de Arauca, Casanare y Meta. En este contexto fue creada la *Gobernación de Los Llanos*, en 1660 dividida en las Provincias de San Juan (sur del río Meta) y de Santiago de las Atalayas.

En las tierras casanareñas se concentraron los ejércitos libertadores que hicieron la travesía del páramo de Pisba que concluyó con las victorias del Pantano de Vargas y el Puente de Boyacá. Una vez alcanzada la independencia del Virreinato de la Nueva Granada de la Corona de España (1821), la Provincia de los Llanos del Casanare se denominó Provincia Autónoma dentro del departamento de Boyacá.

Luego de la disolución de La Gran Colombia en 1831, la provincia se declaró independiente con el nombre de Gobierno Unido del Casanare, haciendo parte de la República de la Nueva Granada. En 1857 la provincia fue integrada al Estado Soberano de Boyacá. En 1863 pasó a ser administrada directamente por la nación con el nombre de Territorio del Casanare, que en 1867 es declarado departamento; en 1873 de nuevo pasó a formar parte de los Territorios Nacionales. En 1892 los municipios pertenecientes a la Orinoquía formaron la intendencia de Casanare, la cual fue fusionada en 1905 con la Intendencia de San Martín (hoy Meta), un par de años más tarde el área entre Apia y Cusiana pasó a ser de Boyacá.

La Comisaría Especial del Casanare fue creada en 1950 con un territorio similar al actual. Para 1953 se creó una Jefatura Civil Militar con sede en Yopal. En 1973 por medio de la Ley 19 se creó de nuevo la Intendencia Nacional del Casanare segregándola de Boyacá. A partir de los años ochenta llegaron nuevos colonos, atraídos por el cultivo de marihuana, coca, arroz y el petróleo. Finalmente, con la Constitución Política de 1991 se suprimieron los llamados Territorios Nacionales (divididos en intendencias y comisarías) y se convirtieron en nuevos departamentos (Martínez y Delgado, 2017, Wikipedia).

En la época colonial se formó un sincretismo cultural que es producto de la fusión de las dos culturas, la indígena y la hispana y se generó un sentido de pertenencia, el surgimiento de un copioso folclor, una arraigada fe católica, una fuerte producción artesanal de cerámicas, instrumentos musicales, refranes, comidas y bebidas ([www.sinic.gov.co](http://www.sinic.gov.co)). En Casanare, a raíz de la introducción del ganado y la formación de hatos y haciendas, se conformó una cultura ganadera que asimiló influencias que trajeron los diferentes flujos migratorios. En Boyacá hay muchos referentes del patrimonio cultural material e inmaterial (Contraloría de Boyacá, 2016).

Hay una serie de bienes muebles e inmuebles que evidencian el poblamiento prehispánico en los vestigios arqueológicos, pictografías, senderos y toda una cultura material de objetos que evidencian las formas de vida y culturas ancestrales, los cuales se pueden evidenciar en los museos como el Museo Arqueológico de Sogamoso con su Templo del Sol.

En Casanare podemos mencionar el museo paleontológico y arqueológico de Pajarito y la Ceramoteca de Aguazul con piezas que fueron descubiertas en las exploraciones mineras de la región.

Los testimonios materiales de la época de la colonia se evidencian en la arquitectura civil y religiosa, los bienes muebles que incluyen obras de arte de los siglos XVI al XIX que se encuentran en los diferentes conventos, iglesias, haciendas y casonas que perviven en los diferentes municipios (Contraloría de Boyacá, 2016). Así se pueden encontrar la calle de Mochacá (con arquitectura en pleno decaimiento) o el centro histórico de Labranzagrande de gran valor histórico. A este patrimonio cultural material se suman las expresiones culturales en torno a la gastronomía, la música y las prácticas culturales.

### 1.3. Atributos y características susceptibles a valoración

En cuanto a los atributos y características tangibles e intangibles susceptibles de valoración destaca que se trata de una tierra de contrastes en cuanto al clima, alturas, ecosistemas que permite experimentar una serie de paisajes y culturas distintas, a saber:

Valores naturales	Valores culturales
Generación de agua en Complejo de paramos Siscunsi – Ocetá Configuración del territorio: Museo Geológico Sogamoso Salto Candelas Formaciones geológicas: PNR Farallones Ecosistemas de los llanos: sabanas inundables Espejos de agua: Lagunas El Tinije, La Graciela, El Juncal, Lago de Tota. Transformación de afluentes en Río Cusiana Otros sitios de interés: Río Cravo Sur, Cascadas y miradores de la región. Fauna y flora y posibilidades de avistamiento	Mitología Muisca Historia prehispánica: Museo Arqueológico Sogamoso Ruta del Ganado: intercambios de productos entre el llano y el altiplano: la sal, la miel y el ganado Ruta Libertadora Las tradiciones culturales: Tejedores de lana (ruanas), trabajos artesanales Comida local tradicional (Platos y bebidas) Tradiciones llaneras: Trabajo del llano, Canto del trabajo de los Llanos (Patrimonio UNESCO).

En cuanto a los valores naturales son de resaltar los recursos y atractivos asociados al agua y el ciclo del mismo desde los páramos hasta la conformación de un río navegable que recorre desde las montañas hasta los llanos orientales diferentes ecosistemas. El recurso hídrico se muestra en diferentes hitos: el nacimiento del río en Siscunsi, el Salto Candelas, el río Cusiana con acceso o puentes en varios municipios, los charcos y cascadas en sus afluentes, los planos de agua importantes para la conservación de la biodiversidad y la vida.

En el plano cultural destaca la relación entre los departamentos, desde la historia prehispánica hasta el momento de la Independencia con la Ruta Libertadora. Una historia que desde su mitología es rica en expresiones culturales como las tradiciones en torno a lo rural, como la lana, las cocinas tradicionales, la agricultura, las artesanías asociadas a las actividades principales de una región.

Conectar los valores naturales y culturales de la cuenca en torno a un producto turístico significa diseñar un producto con argumentos temáticos con coherencia que aglutinan los atractivos siguiendo los siguientes atributos:

#### Centralidad del agua

Desde el nombre de la cuenca debe relacionarse el tema del agua y el río Cusiana con la experiencia.

#### Paisajes por explorar – gradientes – territorio de contrastes

El territorio de contrastes muestra diversidad de paisajes dados los gradientes y climas que permiten sentir la bio geografía de la región.

#### Inmersión en el entorno y ruralidad

La región cuenta con espacios naturales y experiencias culturales que permiten una inmersión en el entorno local con contacto directo con sus habitantes como prestadores de servicios que transmiten apropiación y orgullo por sus creaciones y productos artesanales, gastronómicos, culturales y naturales.

#### Conexión con la naturaleza

La mayoría de los atractivos son de tipo natural.  
Potencialidad para ofrecer turismo de naturaleza.

#### Historia y mitología

Singularidad de la transformación del territorio a partir de la mitología indígena de la época precolombina, la época colonial donde se resalta la gesta libertadora, pasando por la Ruta del Ganado hasta la época actual.

#### Complementariedad

Posibilidad de diferenciar la ruta a partir de la complementariedad de la oferta

#### Experiencias que enseñan

Territorio que ofrece conocimiento histórico, geográfico, ambiental, cultural: se propone un enfoque de aprendizaje, experiencias y sentidos que se ofrece mediante la interpretación patrimonial, además de la importancia del cuidado del agua.

#### Sostenibilidad

Espacios naturales e iniciativas comunitarias con presencia de áreas protegidas y reservas naturales para la organización y desarrollo de productos sostenibles.

En este contexto, también se identifican atributos deseables relacionados con el producto:

- Diseño de recorridos adaptados (tiempos, dificultades): teniendo en cuenta las condiciones físicas de los visitantes se deben ajustar los recorridos según el caso, previendo las dificultades de acceso, tiempos y cambios de altitud.
- Confiabilidad: se debe presentar en la comercialización de los productos lo que ofrece la región y lo que realmente se puede ver en términos de experiencias y aprendizajes.
- Seguridad: se deben presentar condiciones de seguridad en los sitios visitados.
- Interpretación: los guiones deberán realizarse con un enfoque de aprendizaje, disfrute de experiencias y exaltación de los sentidos.

## 2. PÚBLICO OBJETIVO IDENTIFICADO

Los principales mercados del turismo en Colombia son Bogotá, Medellín y Cali; por su tamaño y en el caso de la capital también por su cercanía, los visitantes procedentes de estas ciudades deben ser priorizados. Adicionalmente para el caso de los destinos de la Cuenca del Río Cusiana también es importante el mercado regional como los son Boyacá para Casanare y viceversa; así como también los visitantes procedentes de los departamentos de Meta, Cundinamarca y Santander.

De acuerdo con los cambios demográficos, los nuevos grupos de consumidores serán predominantemente Millennials (Generación Y) y Centennials (Generación Z), caracterizados por ser 'nativos digitales', tolerantes, optimistas, abiertos al conocimiento, con conciencia ambiental y social, como consumidores buscadores de experiencias personalizadas (OMT, 2021).

Otro grupo que se consolida por sus formas de consumo es el de los Viajeros Senior o “Boomers”, aquellos que pertenecen a la generación Baby Boomer, nacidos entre 1946 y 1964. Se caracterizan por tener tiempo disponible, status económico, curiosidad y deseo de viajar. Es una generación que busca la aventura, cultura, historia, naturaleza. Los “Boomers” saben lo que quieren, han viajado y conocen diferentes destinos; buscan experiencias seguras, que ofrezcan seguridad, comodidad, accesibilidad, ambiente verde, limpieza.

En cuanto al grupo de viaje a partir del análisis de mercado realizado para la etapa de diagnóstico de este proyecto, se identificó que priman los viajes de pareja y en familia, con grupos de familias con hijos, principalmente en Boyacá. En Casanare hay una alta proporción de viajeros solos, debido a la importancia de viajes motivados por trabajo, comercio y negocios. Los mayores de 65 años, los boomers y los jóvenes son los que más viajan en pareja; mientras que los adultos clasificados en la generación X, o que se encuentran entre los 35 y los 49 años de edad viajan en familia con hijos. Los centennials y millennials viajan en pareja y con amigos, pero una importante proporción, que ya ha conformado una familia y tiene hijos, realiza el viaje en su compañía.

En el caso de Casanare, en investigación realizada en 2018 por nuestro grupo consultor se identificó que las principales actividades que los turistas buscaban en sus visitas al departamento eran la gastronomía (27%), la actividad comercial y/o negocios (23%), la visita a sitios de interés histórico y cultural (14%); y en menor proporción la recreación y balnearios (12%), avistamiento de fauna y flora silvestre (9%) y disfrutar la naturaleza (8%).

En ese mismo estudio también se preguntó a los turistas por la oferta que le gustaría encontrar, entre lo más destacado surgieron parques temáticos y parques infantiles, lo cual se encuentra en relación con la demanda de familias con niños. A los turistas también les gustaría encontrar más información y música llanera en vivo, además de las fincas turísticas, lo cual responde a la estrategia de posicionamiento del destino con el tema de cultura llanera.

En el caso de Boyacá se encontró en 2019 que la principal actividad era la de recorrer las calles, y visitar museos y sitios de interés cultural, lo que en la encuesta de Anato a nivel nacional se relaciona con el tipo de turismo orientado a recorrer pueblos.

A nivel nacional en un escenario pospandemia según la encuesta de Anato de 2021 sobre tendencias del viajero, el 41% de los encuestados espera que la duración de viaje sea entre 4 y 7 días. Antes de la pandemia las encuestas en Casanare (2018) y Boyacá (2021) mostraban una prevalencia de los viajes entre 1 y 2 días. Lo anterior debe tomarse como referencia para el diseño de los productos turísticos, teniendo en cuenta la posibilidad de integrar destinos de los dos departamentos en paquetes que en su mayoría serán de entre 2 a 4 noches.

Según el estudio de tendencias del viajero de Anato (2021), el 46% de los encuestados desearía realizar entre 2 y 3 viajes al año, el 34% mínimo una vez, lo que representa la distribución de las vacaciones en varios viajes que podrían tener duraciones de entre de 4 a 7 días máximo, o mayor si se pueden combinar las vacaciones con el trabajo virtual, o en el caso de la generación mayor de 65 años, donde es más frecuente que las personas se encuentren retiradas.

En el caso de Casanare en 2018 el 47% de los encuestados reportó como medio de transporte el terrestre por cuenta propia, seguido del transporte terrestre público (27%), y por último, el aéreo (26%). En el caso de Boyacá también es predominante el transporte terrestre teniendo en cuenta la cercanía de Bogotá, principal mercado emisor del país.

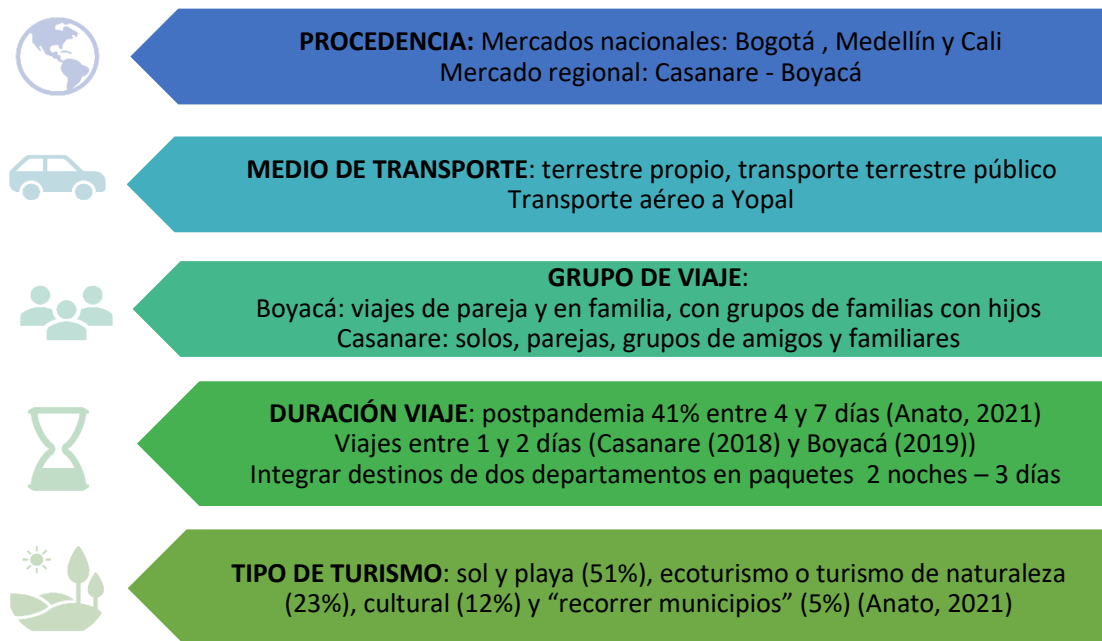
A nivel nacional el 53% de los turistas preferiría reservar vuelos y hoteles por su propia cuenta, pero un 29% busca la organización del viaje por parte de un tercero para planes especializado y hechos a la medida para lo cual se utiliza agencias de viaje tradicionales y agencias de viaje online.

Los atributos más valorados al momento de Viajar son los precios bajos y la confianza en la compra. Para los grupos poblacionales Centennials, Millenials (< 34) y generación X (35-49) es más importante los “precios bajos”, con 39% y 28% respectivamente. Mientras que la “confianza en la compra” es más importante para los Boomers (50-64) con 31% y Generación Mayor (> 65) con 34%.

Entre \$1 y \$2 millones es el presupuesto que destinaria el 32% de los turistas, y entre \$2 y \$4 millones el 25%, seguidos por el 21% con \$1 millón de presupuesto de Viaje. Por generaciones, entre \$1 y \$2 millones están los Centennials y Generación X (35%) y los Boomers (29%).

En lo relacionado con la tipología del producto, el territorio cuenta con un gran potencial para satisfacer los principales segmentos de demanda nacional, como son ecoturismo-naturaleza (23% de las preferencias), para “recorrer poblaciones” (18%) y para el turismo cultural y (12%), según la encuesta de ANATO (2021).

Gráfica 3. Perfil del turista



Fuente: Elaboración propia.

A manera de síntesis del análisis de mercado se identificaron los siguientes **atributos o características que son valorados por los clientes potenciales** del producto turístico de la Cuenca del Río Cusiana:

- **Accesibilidad.** Si bien se requiere una gran intervención para mejorar el estado de las vías, se destaca que la ruta presenta acceso vehicular por el norte, teniendo como puerta de ingreso a Sogamoso; igualmente acceso vehicular por el sur, a través de la vía del Sisga ingresando por Monterrey – Tauramena – Aguazul, y principalmente acceso aéreo, gracias al moderno aeropuerto El Alcaraván de Yopal.
- **Autenticidad de la experiencia – innovación por parte de las empresas.** La ruta del Río Cusiana es sin duda una buena mezcla de experiencias auténticas, tanto en lo cultural, con su folclor andino y llanero, su gastronomía única y su artesanía, como en lo natural con variadas opciones de ecoturismo y aventura. Desde luego debe trabajarse en la innovación de la oferta de servicios y el concepto de la ruralidad y el turismo comunitario.
- **Aprendizaje significativo.** Esto, acorde con el menú de actividades que fueron identificadas en los diferentes municipios de la ruta, muchas de las cuales acompañan los cerca de 100 atractivos turísticos que forman parte de su inventario.
- **Personalización o viajes a la medida con agencias que conectan a los viajeros con operadores locales.** El trabajo con operadores en 8 de los 9 municipios, los cuales vienen ofertando importantes atractivos de la ruta, permitirá avanzar en el diseño a medida de productos y subproductos, labor que se inició en los talleres de conceptualización.

- Información especializada y relevante en entorno App/Web y social media. Adicionalmente a las acciones adelantadas por autoridades de turismo de Boyacá y Casanare, así como la de los prestadores de servicios de la zona de estudio, esta tarea deberá potenciarse con el diseño y desarrollo web de la marca “Ruta Cusiana”.
- Variedad/diferenciación - segmentación por grupos generacionales, pero también por estilos de vida, aficiones, intereses o por niveles de digitalización.
- Flexibilidad / adaptabilidad. Atributo que es propio del sector, en razón a la incertidumbre que ha generado la pandemia.
- Sostenibilidad. Aspecto que es transversal a las condiciones de destinos y servicios, así como al comportamiento del mercado, y donde la Ruta Cusiana, dada su condición de destino emergente, debe atender con especial rigor a políticas y normas técnicas de sostenibilidad.
- Seguridad. Tema que, como se analizó en las tendencias del mercado, presenta una mayor valoración pues trasciende al orden público, enfocándose hoy en día en a los temas de la pandemia, de seguridad alimentaria, entre otros.

Gráfica 4. Atributos y características valorados por los clientes potenciales



Fuente: Elaboración propia.

### 3. PROPUESTA CONCEPTUAL DE IDENTIDAD DEL PRODUCTO Y ARGUMENTOS TEMÁTICOS

#### 3.1. Identidad del producto: idea fuerza, referente conceptual y argumentos temáticos

La Idea fuerza en primer lugar se centra en la Cuenca del Río Cusiana, desde el Páramo Boyacense a los Llanos Orientales del Casanare, con cambios de gradientes y rutas que conectan los dos departamentos. Esto significa seguir la ruta del agua, desde el complejo de los páramos pasando por la parte donde el río toma fuerza (Salto Candelas Pajarito), hasta llegar a poblaciones rivereñas del Casanare como Maní; sin olvidar que desemboca en el río Meta, el cual entrega sus aguas al gran río Orinoco que da nombre a la región.

Gráfica 5. Cuenca del Río Cusiana del Páramo Boyacense a los Llanos Orientales del Casanare



Con esto, el principal referente conceptual es el **agua como elemento conductor**, asociado a la historia del territorio, la cultura de su gente y los valores naturales como elementos conceptuales claves para el diseño del producto. Se trata de comprender la complejidad de una cuenca hidrográfica que conecta territorios a través de afluentes que fluyen hacia el río. De esto se deducen unos argumentos temáticos en torno al agua, la ruta del ganado (elemento histórico y presente de gran importancia) y la sal (mercancía antigua) y los mercaderes que intercambiaban productos en las rutas que conectaban y conectan el páramo boyacense con los llanos del Casanare:

- Espacios naturales: nacimiento y ciclo del agua, espacios físico-geográficos y naturales de una cuenca hidrográfica, que abarca desde el páramo, pasando por el piedemonte, hasta los llanos con sus sabanas inundables.
- Mitología e historia: conformación de los territorios, vida prehispánica (mitología en torno al agua), colonial y republicana de los poblados. Rutas de los mercaderes y comerciales (ganado, sal, producción agrícola).

Culturas que nacen de lo rural:

- Cultura del trabajo de los Llanos: ganadería, canto del trabajo de los Llanos, folclor, cocinas tradicionales y productos artesanales.
- Cultura del altiplano boyacense: agricultura de subsistencia, cebolla, ganadería, ovejas y el proceso de lana, cocinas tradicionales.



### 3.2. Imágenes y valores simbólicos

En cuanto a las imágenes y valores simbólicos es importante tener en cuenta las narrativas e imaginarios regionales que se plasmaron en un trabajo promocional de Procolombia, en el cual se identificaron seis regiones turísticas como una apuesta para atraer viajeros internacionales al país. Dentro de este esquema el departamento de Boyacá queda incluido dentro de la Región de los Andes Orientales y el departamento de Casanare en la región Amazonía- Orinoquía.

Gráfica 6. Regiones turísticas – Procolombia (2021)



Conoce más de nuestras regiones y destinos en **COLOMBIA.TRAVEL**



Fuente: Procolombia (2021). Imagen tomada de: <https://procolombia.co/noticias/seis-regiones-turisticas-la-apuesta-de-colombia-para-atraer-viajeros-internacionales>.

Los Andes Orientales se asocian con “páramos y valles legendarios”, y de Boyacá se destaca la historia y sus tejidos, el tema agrícola asociado a la tierra que produce y reparte sus cosechas y la ruana como elemento que protege y resguarda.

Gráfica 7. Narrativa de Boyacá como destino turístico – Procolombia (2021)



Fuente: Procolombia, 2021.

La oferta de los municipios de Boyacá que pertenecen a la Cuenca del Río Cusiana: Aquitania, Sogamoso, Labranzagrande y Pajarito, se identifica con la narrativa del departamento a través de proyectos de puesta en valor del tema agropecuario (café, cebolla, panela, papa, lana), y en el caso de Aquitania con talleres de tejidos y de la ruana como elemento simbólico. A partir del concepto de “protege y resguarda” y una “tierra que sabe “repartir””, también se puede introducir el elemento agua y el complejo paramuno de Aquitania y Sogamoso, donde nace el agua para luego repartirla a través de sus afluentes y crear el río Cusiana.

El Casanare como parte de la región de Amazonia – Orinoquia se asocia a “selvas y llanos sagrados”. El departamento representa la historia asociada a las hazañas de la gesta libertadora, y la tradición de la cultura llanera a través del disfrute de sus sabanas inundables, y la referencia obligada al safari llanero, el joropo y la bandola.

Gráfica 8. Narrativa de Casanare como destino turístico – Procolombia (2021)



Fuente: Procolombia, 2021.

La oferta de los municipios de Casanare que conforman la Cuenca del Río Cusiana está en línea con la narrativa regional departamental, con un factor diferencial y es la posibilidad de articular con Boyacá, principalmente con Labranzagrande, la ruta del ganado y la gesta libertadora, especialmente en la referencia: “...el comienzo de las hazañas de la senda libertadora y aquellos llaneros que recorrían la Orinoquía transportando ganado en una tierra sin límites...” (Narrativas regionales Procolombia, 2021).

De esta manera la Ruta del Ganado, y el intercambio a través de la Cuenca del Cusiana, desde la época de la colonial hasta la actualidad, se convierten en un elemento tanto de identidad regional como de diferenciación con otros destinos del Casanare como Hato Corozal o Paz de Ariporo, que centran su oferta en la cultura llanera.

Es necesario anotar que, con la oferta de Tauramena, Maní y Yopal, también se puede disfrutar de la cultura del Llano a través de visitas a los hatos y fundos, y experiencias relacionadas con los cantos de vaquería, las cabalgatas, la fauna, las leyendas y la música (bandola y joropo).

### 3.3. Potencialidades y ventajas comparativas de los departamentos/región

Los municipios que hacen parte de la Cuenca del Río Cusiana, no son los que mayor posicionamiento tienen dentro de los destinos de los departamentos a los que pertenece. Ejemplo: Villa de Leyva y Paipa en Boyacá; y Paz de Ariporo - Hato La Aurora – Safari llanero, en Casanare. El primer objetivo es “darse a conocer” y aprovechar el posicionamiento de las marcas regionales – departamentales.

Es necesario posicionar los destinos Ruta Cusiana apoyados en atractivos focales, en línea con los conceptos y narrativas nacionales (Procolombia), y añadiendo elementos diferenciadores. Ej. Lago de Tota y “pueblar” en Boyacá... pero en nuevos sitios y añadiendo visitas al Páramo; Safari y Trabajo de Llano en la Cuenca de Río Cusiana, dando contexto al paisaje de piedemonte.

En documento anterior (Entregable 2.2) se analizaron las rutas temáticas asociadas a ríos y cuencas de carácter regional, enfatizando en factores diferenciales y valor agregado (benchmarking), entre ellas Travesía Mágica por el río Magdalena (5 departamentos en el Magdalena Medio), la Ruta Náutica del río Sinú en Córdoba (6 municipios), el Turismo por el río Amazonas y la Cuenca Alta del Río Bogotá (2 municipios).

Gráfica 9. Promoción de Colombia a los Cantos de Trabajo de Los Llanos



Entre las ventajas comparativas que se pueden identificar, frente a casos de estudio como los citados, están: el considerarse destinos nuevos en territorio de 2 departamentos y 9 municipios que se han articulado para desarrollar un producto turístico sostenible, alrededor de una vital cuenca como la del río Cusiana; el ser territorio de confluencia de importantes vías, dentro de las cuales vale mencionar la Transversal del Sisga que integra Cundinamarca, Boyacá y Casanare y es conexión estratégica entre dos corredores de trascendencia nacional como son Bogotá – Tunja y Villavicencio – Yopal. También la Vía Marginal de la Selva denominada Ruta Nacional 65 que une en Colombia Putumayo, Caquetá, Guaviare, el Meta, conectando con Yopal a través de Villanueva, Monterrey, Tauramena y Aguazul, para continuar hacia Arauca y Venezuela.

Una ventaja comparativa más se raciona con la puesta en valor de los Cantos de Trabajo de Los Llanos de Colombia y Venezuela reconocidos como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco, declaratoria que destaca un aspecto diferenciador de la cultura colombiana.

En general se trata de una ruta con destinos poco concurridos que ofrecen experiencias de naturaleza y cultura auténticas. Son destinos de cierta forma inexplorados, en un entorno natural singular debido a la variedad de ecosistemas que va desde el páramo hasta el llano.

### 3.4. Características y elementos básicos de diferenciación frente a la oferta actual

Actualmente la oferta de la mayoría de municipios se encuentra en construcción, son pocos los recursos turísticos que se encuentran listos como atractivos. Solo en los municipios más grandes, ejes del comercio como Yopal y Sogamoso, o con mayor desarrollo turístico (Aquitania y el Lago de Tota), existe una oferta de servicios y alojamiento consolidada. La oferta turística actual está desarticulada y en proceso de desarrollo.

La conceptualización de la Ruta Cusiana en torno a argumentos temáticos que retoman los principales elementos, recursos y atractivos naturales y culturales del territorio, nos permite delinear unos temas claves para posicionar la ruta. Las características y atributos que definen la identidad del producto con su idea fuerza y el referente conceptual diferencian la ruta a través de los siguientes argumentos temáticos:

- i. Valores naturales y culturales que generan *aprendizajes* y *sentidos* que se ofrecen en **productos experienciales** por medio de,
- ii. **Interpretación cultural y natural** en los sitios de interés turístico (recursos y atractivos únicos) de acuerdo con los argumentos temáticos:
  - Agua: ecosistemas de gran valor ambiental y paisajístico: gran complejo paramuno y sabanas inundables de los llanos orientales, conformación geomorfológica y ciclo de agua, gradientes de altitudes y clima.
  - Ancestralidad, mitología e historia: conformación de los territorios, mitología y simbología indígena en torno al agua, vida prehispánica, colonial y republicana de los poblados. Ruta Libertadora. Rutas de los mercaderes y comerciales (ruta del ganado, ruta de la sal y ruta de la miel).

- Cultura del trabajo de los llanos: ganadería, canto del trabajo de los llanos, folclor, comida y productos artesanales.
- Cultura que nace de la ruralidad del altiplano boyacense: agricultura de subsistencia, cebolla, ganadería, ovejas y el proceso de lana, cocinas tradicionales.

En lo relacionado con su estructura se debe considerar lo siguiente:

- Proyecto con el turismo como elemento integrador del territorio, donde las centralidades del producto se dan en función de la existencia, importancia y nivel de calidad de los servicios de acogida.
- La delimitación de la oferta de atractivos –no pueden ser todos- corresponde a la necesidad de responder a las expectativas del mercado que demandará un producto --un concepto, un guion, unos argumentos- que comparten el espíritu de la marca de río Cusiana.
- Los atractivos únicos, focales, requieren ofertas complementarias para diversificar y ofrecer alternativas a los turistas.
- Como consecuencia de este proyecto, no existirá un producto Ruta Cusiana que sea “consumido” en 9 días, sino varios subproductos que agrupen en tramos los 9 (10) municipios.
- Dados los desniveles de los municipios, se decantarán sus roles (jalonadores, dispersores, receptores) con diferentes niveles de especialización.
- El producto diseñado debe interpretar y perfilar el mercado para adecuarse a sus necesidades, al igual que el mercado se adecúa a los anhelos de las comunidades, a las características y fragilidad de los destinos, a sus parámetros y protocolos.
- A propósito, la sostenibilidad ambiental – social no excluye lo económico, la necesidad de entender el turismo como negocio, como generador de ingresos y divisas.
- Las rutas turísticas si bien son competitivas por la singularidad de sus atractivos, también lo son por la gestión público- privada, su logística e infraestructura. El diseño un producto no supone materia terminada. La evolución del mercado, la necesidad de maduración, de adecuación de infraestructura y servicios, de gobernanza, convertirá su potencialidad en viabilidad comercial.

## 4. CONCLUSIÓN

De acuerdo con los atributos y características tangibles e intangibles, del público objetivo identificado, la ubicación geográfica y sus posibilidades de conexión y de los argumentos temáticos, se plantea una Ruta Turística estructurada en 4 tramos, tal como se presenta a continuación.

Gráfica 10. La Ruta Turística Cuenca del río Cusiana y sus tramos



Fuente: Elaboración propia.

Los cuatro tramos, además de organizar el territorio, responden al referente conceptual del **agua como elemento integrador**: el **río nace** y su referente al sistema de páramos donde se forma el agua, **el río toma fuerza** y su relación con el imponente Salto Candelas, los afluentes y el piedemonte llanero, **historias y culturas que labran un territorio** y que integran municipios, que aunque no se encuentran directamente con el cauce del río, lo alimentan a través de sus afluentes y tienen un componente histórico cultural que da sentido al territorio como una unidad, y por último, **el río se navega**, en referencia directa al eje que conduce a Maní, población rivereña con malecón sobre el río y posibilidades de navegación; además de Tauramena y Aguazul con su oferta de cascadas y lagunas, en las que se puede realizar baño recreativo y navegación en canoa mientras se disfruta el paisaje.

Adicionalmente, las rutas buscar integrar los dos departamentos en un concepto general “Cuenca del **Río Cusiana** del **Páramo Boyacense** a los **Llanos Orientales del Casanare**”, y en general la conexión de los Andes con la planicie de los Llanos; con una oferta centrada en el turismo de naturaleza y cultural, tal como lo evidencian los productos finalmente diseñados.

## Bibliografía

- Castro Méndez, C. E., Agualimpia Dualiby, Y. del C., & Sánchez Sánchez, F. (2016). Modelo climático de los páramos de la cordillera Oriental colombiana aplicado a regímenes de temperatura del suelo / Climate Model of the Moorlands of the Colombian Eastern Mountain Range Applied to Soil Temperature Regimes. *Perspectiva Geográfica*, 21(1), 33–62.
- Gómez, B. (2008). Las rutas e itinerario. El producto turístico. *Presentación Máster Oficial en Planificación Territorial y Gestión Ambiental*.
- González, S. (2002). *Turismo, beneficio para todos*. México: Siglo XXI Editores, S.A. de C.V. y gobierno del estado de Quintana Roo. Recuperado el 23 de abril de 2013 en, de <http://books.google.com.co/>
- Hernández Ramírez, Javier (2011). *Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales*, en PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 9 N° 2 págs. 225-236.
- Malizia, A., Blundo, C., Carilla, J., Osinaga Acosta, O., Cuesta, F., Duque, A., Aguirre, N., Aguirre, Z., Ataroff, M., Baez, S., Calderón-Loor, M., Cayola, L., Cayuela, L., Ceballos, S., Cedillo, H., Farfán Ríos, W., Feeley, K. J., Fuentes, A. F., Gámez Álvarez, L. E., & Grau, R. (2020). Elevation and latitude drives structure and tree species composition in Andean forests: Results from a large-scale plot network. *PLoS ONE*, 15(4), 1–18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231553>.
- Martínez, A. y Delgado, M. (2017). Estudio sobre el impacto de la actividad petrolera en las regiones productoras de Colombia. Caracterización departamental Casanare. Informe de Fedesarrollo a Ecopetrol S.A. Bogotá
- Ministerio de Cultura (2013). PEMP Cantos de trabajo de Llano.
- Osorio, J. D. (S.f.). *Transversal de Cusiana: vías para la competitividad de Colombia*. Obtenido de Argos Plataforma 360° En Concreto: <https://www.360enconcreto.com/blog/detalle/transversal-de-cusiana>
- POMCA (2016). Plan de Ordenación y Manejo de la Cuenca Informe Diagnóstico. Tomado de: <https://www.corpoboyaca.gov.co/ventanilla/POMCA-cusiana/>
- Secretaría de Turismo de México. (sf). *Cómo desarrollar productos turísticos competitivos. Manual para emprendedores, pequeños*. (SECTUR, Ed.) *Serie de documentos técnicos de competitividad*, 13. Recuperado el 11 de octubre de 2021, de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema1/FASCICULOIII.pdf>.