

**Estrategias que contribuirán en el mejoramiento de la imagen del turismo y dinamismo del
sector hotelero en el municipio de Yopal**

**¿Qué estrategias contribuirán en el mejoramiento de la imagen del turismo y dinamismo el
sector hotelero en el municipio de Yopal?**

Shilena Méndez Martínez

Lázaro María Ardila Correa

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Maestría en Administración de Organizaciones

Yopal

2017

Estrategias que contribuirán en el mejoramiento de la imagen del turismo y dinamismo del sector hotelero en el municipio de Yopal

¿Qué estrategias contribuirán en el mejoramiento de la imagen del turismo y dinamismo el sector hotelero en el municipio de Yopal?

Shilena Méndez Martínez

Lázaro María Ardila Correa

Investigación como opción de trabajo de grado

Director

José Pedro Zamudio Alarcón

Administrador Público

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Maestría en Administración de Organizaciones

Yopal

2017

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Yopal, 29 de mayo de 2018

Dedicatoria

A mis padres y hermanos que desde el cielo son los ángeles que me cuidan, han sido mi fuente de inspiración para entender y comprender que en la vida no hay nada difícil, todo se puede lograr si lo deseas y lo proyectas.

A mi esposa Shilena, a quien Dios un día colocó en mi camino para que continuáramos juntos transitando la parte de ruta que nos falta o hasta que él no lo permita; realidad que a la vez me permitió comprender que decimos amar a Dios y le reprochamos en algunas situaciones, olvidándonos que es el único dueño de nuestro destino. A mis hijos, Santiago, Natalia y Nicolás, resultado del amor verdadero llegaron al mundo y me dieron el título más honroso y grande del mundo, “ser padre”.

Lázaro Ardila Correa

A mi madre, fuente de mi inspiración, me enseñó lo importante que es estudiar en la vida, que cada día hay que aprender y en especial que debe ser de todo un poquito; aprender que estamos hechos para cosas grandes y que no hay nada difícil, ni imposibles, sólo personas incapaces.

A mi esposo Lázaro, por su apoyo en todo mi proceso de formación y crecimiento, es una persona muy especial en mí vida, me ha enseñado muchas cosas significativas de la vida. A mi hijo Nicolás, por quien día a día me esfuerzo para darle el mejor ejemplo, demostrarle lo maravillosa que es esta vida y que con trabajo y dedicación podrá alcanzar lo que se proponga, insistiendo, resistiendo, persistiendo y jamás desistiendo.

Shilena Méndez Martínez

Agradecimientos

Al Director, Jurados de esta investigación, docentes y todo el personal de la Unad Yopal y Acacias. Profesionales y amigos de entidades públicas y privadas, a los encuestados y en general todas las personas que de una u otra manera aportaron para el enriquecimiento de esta investigación.

A la Universidad de San Gil – Unisangil, sede Yopal, por haberme brindado el espacio y tiempo, al cederme horas de mi vinculación laboral para que las dedicara exclusivamente a mi formación profesional en la Maestría que termino.

Lázaro Ardila Correa

Al Director, Jurados de esta investigación, docentes; compañeros, colegas, amigos y demás conocidos que aportaron y compartieron con nosotros su valioso conocimiento y permitieron que creciéramos un poco más, avanzáramos en ese peldaño de la vida.

A los profesionales y conocidos de entidades públicas y privadas, a los encuestados a todos los que apostaron a la construcción de esta investigación. Cabe resaltar la loable labor de la UNAD sede Yopal, por la oportunidad brindada, apoyo y asesoría.

Shilena Méndez Martínez

Contenido

Resumen.....	xiii
Introducción	1
Planteamiento del problema.....	3
Descripción del problema.....	3
Formulación del problema.	7
Justificación	8
Objetivos	11
Objetivo general.	11
Objetivos específicos.....	11
Marco teórico de la investigación	12
Marco metodológico	20
Tipo de estudio.....	20
Enfoque cuantitativo y cualitativo.....	20
Formulación de hipótesis de trabajo.....	21
Identificación de variables de trabajo.....	21
Operativización del universo.....	22
Delimitación del universo.....	22
Muestra	23
Recolección de datos	23
Desarrollo del trabajo de investigación.....	25
Público objetivo.....	25
Forma de publicación	26
Resultados de la investigación	28
Resultados y análisis de la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del municipio de Yopal.	28
Resultados y análisis de la encuesta aplicada a las agencias de viaje y turismo del municipio de Yopal.	41
Análisis Planes de Desarrollo Municipal y Departamental, enfocado en el tema turístico	51
Formulación de estrategias.	58
Sistematización de lecciones aprendidas.....	63
Nuestra propuesta de valor.....	65

Conclusiones	67
Recomendaciones	71
Referencias bibliográficas.....	73
Anexos	76

Lista de figuras

Figura 1. Formulación del problema a través del diagrama de causa – efecto.....	7
Figura 2. Comportamiento de ventas 2016, en el municipio de Yopal.....	9
Figura 3. Departamento de procedencia.....	28
Figura 4. Género de los turistas y visitantes.....	29
Figura 5. Visita por primera vez Yopal.....	30
Figura 6. Motivo de la visita a Yopal.....	31
Figura 7. Medio por el cual se entera de la oferta turística.....	32
Figura 8. Tipo de turismo realizado durante la estadía en Yopal.....	33
Figura 9. Calificación del servicio al cliente por parte de los turistas y visitantes.....	34
Figura 10. Existencia de puntos de información turística en Yopal.....	35
Figura 11. Existencia de rutas turísticas en Yopal.....	36
Figura 12. Compromiso autoridades municipales y departamentales por dinamizar el turismo...37	
Figura 13. Consideración del potencial turístico de Yopal.....	38
Figura 14. Tipos de turismo que se pueden implementar y mejorar en Yopal.....	39
Figura 15. Recomendaría visitar Yopal.....	40
Figura 16. Potencial turístico del área urbana de Yopal.....	41
Figura 17. Potencial turístico del área rural de Yopal.....	42
Figura 18. Oferta a visitantes paquetes turísticos.....	43
Figura 19. Servicios que incluyen los paquetes ofertados.....	44
Figura 20. Capacitaciones recibidas por entes estatales y privados.....	45
Figura 21. Participación en la articulación de los planes de desarrollo.....	46
Figura 22. Tipos de turismo ofertados por las Agencias de Viajes y Turismo de Yopal.....	47

Figura 23. Tipos de turismo que se pueden implementar o mejorar en Yopal.....	48
Figura 24. Conocimiento de planes de desarrollo.....	49
Figura 25. Conocimiento de existencia de rutas turísticas.....	50
Figura 26. Prioridad generada al turismo por la Alcaldía y Gobernación.....	51

Lista de cuadros

Cuadro 1. Comparativo planes de desarrollo municipal y departamental sección turismo.....	52
Cuadro 2. Aplicación DOFA, con base en los resultados y análisis de encuestas y planes de desarrollo municipal y departamental 2016 – 2019.....	59
Cuadro 3. Formulación de estrategias para el desarrollo del turismo en Yopal.....	61

Lista tablas

Tabla 1. Producto Interno Bruto – PIB, per cápita departamental 2012 y 2013P.....	5
---	---

Lista de Anexos

Anexo A. Encuesta aplicada a visitantes y turistas.....	76
Anexo B. Solicitud permiso aplicar encuestas aeropuerto de Yopal.....	78
Anexo C. Oficio agradecimientos dirigido a la Administradora aeropuerto.....	79
Anexo D. Evidencia fotográfica aplicación encuestas.....	80
Anexo E. Encuesta aplicada a Agencias de Viaje y Turismo.....	81

Resumen

Yopal, Casanare durante el periodo comprendido entre 1990 – 2013, gracias a las regalías por la extracción del petróleo, vivió un momento de esplendor, más conocido como la bonanza petrolera, donde se dio un crecimiento desbordado de su población al pasar de 44.761 habitantes en 1993 a 139.734 en 2015. Esto conllevó a un desarrollo apresurado de la ciudad por ejemplo en número de viviendas de habitación y de hotelería necesaria para albergar a la cantidad de población flotante que venía a ejecutar labores periódicas en la industria extractora del oro negro.

Con la caída del precio del barril de petróleo y el incremento del dólar se derrumba la economía, al depender ésta en un 95% de la industria petrolera. El municipio no solo ya padecía de la enfermedad holandesa, sino que está ya había hecho metástasis evidenciando un panorama en 2016, de cierre de empresas que dependían de este sector con aumento exponencial del desempleo e infraestructuras hoteleras con escasa ocupación.

El anterior planteamiento genera preocupación y el interrogante: ¿es a través de generar estrategias que mejoren la imagen del turismo qué se puede lograr dinamizar además del turismo los otros sectores que influyen en la dinámica económica de Yopal? Esto permite enfocar como objetivo principal del trabajo de investigación: Identificar estrategias que contribuirán en el mejoramiento de la imagen del turismo y que dinamicen el sector hotelero en el municipio de Yopal.

El objeto de estudio será abordado a través de la investigación descriptiva, al especificar en la formulación del problema la situación generada en la economía y el sector hotelero de Yopal por la falta de estrategias enfocadas en el turismo que permitan reactivar además de este, los demás sectores económicos. El enfoque es cuantitativo y cualitativo. El primero se desarrollará a través del diseño y aplicación de dos encuestas, una a visitantes foráneos y otra a

las Agencias de Viajes y Turismo existentes en la ciudad, la segunda mediante análisis de los Planes de Desarrollo 2016 -2019 de la administración municipal y departamental.

Los resultados indican que la población objeto de estudio identifica el potencial turístico de Yopal en su zona urbana y rural. Existe una brecha amplia entre las Agencias de Viaje y Turismo y la Alcaldía y Gobernación. A nivel planes de desarrollo el turismo como dinamizador de la economía existe en el papel mas no se ha logrado compromiso estatal por su desarrollo ni mínimo ni pleno.

Como conclusión se observa que la implementación de estrategias enfocadas en el sector turístico no solo permite dinamizar el sector hotelero, sino que permitirá dinamizar la economía de la ciudad en su conjunto.

Palabras claves.

Boom petrolero

Competitividad

Enfermedad Holandesa

Economía

Innovación

Turismo

Summary

Yopal, Casanare during the period between 1990 - 2013, thanks to royalties for the extraction of oil, lived a moment of splendor, better known as the oil bonanza, where there was an overflowing population growth of 44,761 inhabitants in 1993 to 139,734 in 2015. This led to a hasty development of the city, for example, in the number of housing units and hotels necessary to house the amount of floating population that came to perform periodic tasks in the black gold extracting industry.

With the fall in the price of a barrel of oil and the increase in the dollar, the economy collapses, as it is 95% dependent on the oil industry. The municipality not only already suffered from the Dutch disease, but it has already metastasized evidencing an outlook in 2016, of closure of companies that depended on this sector with exponential increase in unemployment and hotel infrastructures with scarce occupation.

The previous approach generates concern and the question: is it through generating strategies that improve the image of tourism what can be achieved in addition to tourism dynamizing the other sectors that influence the economic dynamics of Yopal ?. This allows to focus as a main objective of the research work: Identify strategies that will contribute to the improvement of the image of tourism and that energize the hotel sector in the municipality of Yopal.

The object of study will be approached through descriptive research, by specifying in the formulation of the problem the situation generated in the economy and the Yopal hotel sector due to the lack of strategies focused on tourism that allow reactivating this, the rest Economic sectors. The approach is quantitative and qualitative. The first will be developed through the design and application of two surveys, one to foreign visitors and another to the Travel and

Tourism Agencies existing in the city, the second through analysis of the Development Plans 2016-2019 of the municipal and departmental administration .

The results indicate that the population under study identifies Yopal's tourism potential in its urban and rural areas. There is a wide gap between the Travel and Tourism Agencies and the Mayor's Office and the Interior. At the level of development plans, tourism as a catalyst for the economy exists on paper, but no state commitment has been achieved for its development, either minimal or full.

In conclusion, it can be observed that the implementation of strategies focused on the tourism sector not only allows the hotel sector to be boosted, but will also allow the economy of the city as a whole to be boosted.

Keywords.

Oil boom

Competitiveness

Dutch disease

Economy

Innovation

Tourism

Introducción

El Municipio de Yopal, luego de pasar por el boom petrolero de casi tres décadas direcciono su economía únicamente en el sector minero energético en un 95%, demostrando poco interés por sectores de gran relevancia como el ganadero y el agroindustrial, en otras palabras Yopal y el Casanare padecieron la enfermedad Holandesa.

En Yopal se da un crecimiento desproporcionado en habitantes por la llegada de gente de todos los lugares del país y del mundo, lo que acarrea construcciones de habitaciones de vivienda y hoteles entre otros que pudieran suplir esta necesidad. Uno de los primeros factores negativos que se dieron fue la sobre valoración de todo lo que llegaba a la ciudad para ser vendido y la mano de obra calificada y no calificada. El segundo factor fue que los campesinos dejaron de laborar en el campo porque el sector petrolero les ofrecía mejores precios a menor esfuerzo.

Con la caída de los precios del petróleo a finales de 2014 y el incremento del dólar se da el comienzo del fin de la bonanza petrolera en Yopal, y todo el departamento, sin olvidar que la afectación fue a nivel nacional por la disminución de las regalías, lo que genera un efecto domino cuando se da el cierre y la fuga de empresas contratistas con Ecopetrol y Equion, esta última dedicada a la exploración y producción de hidrocarburos quien a la vez manejaba toda la operación en Casanare a Ecopetrol. Automáticamente empresas de comercio y servicios que dependían del sector también desaparecieron, generándose en el municipio un creciente desempleo.

Los 182 hoteles existentes en el perímetro urbano de Yopal, según la Cámara de Comercio de Casanare, (2016), fueron los más impactados por la reducción inminente de sus usuarios, obviamente sin la reducción de sus costos y gastos necesarios para su mantenimiento, pese a la reducción de personal necesaria ante la evidente situación.

Ante este panorama desolador donde hubo mucho pero finalmente no quedo nada, ni tangible e intangible y sin que en la actualidad los gobiernos de turno a nivel municipal y departamental hayan tomado las acciones necesarias para minimizar esta situación y dinamizar la economía donde sectores como el hotelero se están viendo totalmente afectados, se procede con esta investigación a través de la aplicación de dos instrumentos o cuestionarios aplicados a los visitantes y turistas de la región y a las Agencias de Viajes y Turismo existentes en la ciudad y el otro mediante el análisis de los Planes de Desarrollo Municipal y Departamental para determinar el tipo de estrategias que contribuirán en el mejoramiento de la imagen del turismo y de esta manera se logre dinamizar entre otros el sector hotelero en el municipio de Yopal.

En el sector privado una de las principales funciones de sus gerentes es la planeación estratégica ya que a través de esta se logran los objetivos organizacionales que les permitan ser competitivas e innovadoras para que de esta manera puedan permanecer en el tiempo y en la consciencia de los consumidores de sus productos y servicios y se logre finalmente la rentabilidad esperada por sus propietarios. El estado no puede estar lejos de esta realidad y entender que sus gerentes son elegidos para que dinamicen y vuelvan estas entidades altamente competitivas dinamizadoras con mayor razón de sus economías para que vía impuestos se obtenga una rentabilidad social que sea ejemplo para el mundo.

Planteamiento del problema

Descripción del problema.

Yopal es la capital del departamento de Casanare, el cual tiene según www.yopal-casanare.gov.co (2016) una extensión total de 2771 Km², de los cuales 10.47 Km², corresponden a su área urbana, esto permite observar que comparado con otras capitales es pequeño pero debido al auge petrolero que tuvo Casanare, el cual inicio en la década de los 60, pero solo se evidencia su importancia y relevancia a partir de 1990, con el descubrimiento del pozo Cusiana 2, tuvo un crecimiento poblacional desbordado. Aguilar. O, Galeano. C & Pérez. L, (1997) indican:

Pero no todo es positivo. Esta bonanza, que apenas comienza, trae consigo problemas sociales y el Departamento aún no está totalmente preparado para recibirlos y atacarlos a tiempo. Ellos son: la migración permanente y creciente buscando posibilidades de trabajo ante el creciente desempleo en el resto del país; los efectos inflacionarios que hacen que la población de escasos recursos no tenga acceso a los bienes y servicios, la inseguridad social de actores en conflicto al margen de la ley, que, de no atacarse a tiempo, afectan directamente la tranquilidad y convivencia ciudadana. (p.11)

Una de las causas por las cuales se genera la migración hacia Yopal, es el desempleo generalizado que a lo largo de los años ha tenido el país, aunado a esto que los mejores salarios corresponden al del sector petrolero, esto género como lo indica www.casanare.gov.co (2015): “Solo en los últimos 10 años, casi se duplica el número de sus habitantes, pasando de 44.761 en 1993 a 86.860 en el 2003. De continuar este ritmo de crecimiento, su población se habrá duplicado a comienzos del 2010.” No sobra advertir que el municipio registra en la actualidad tasas de crecimiento casi cinco veces

superiores a las del promedio nacional. A 2015 según el DANE, basado en el censo realizado en el año 2005, Yopal cuenta con una población de 139.734. Sin tener en cuenta la población flotante.

Esta situación genera entre otras el incremento de la utilización y construcción de infraestructura hotelera la cual creció exponencialmente y de acuerdo a los datos de la Cámara de Comercio de Casanare según los registros de matriculados hasta el 2016, en 1999 existían 16 hoteles. Durante el periodo 2000 – 2009, se matricularon 54 nuevos hoteles. Del 2010 – 2016, se encontraron como nuevos matriculados 112 hoteles, lo que significa que durante el periodo de siete años el sector creció en infraestructura en 107%. Lo que permite identificar que Yopal cuenta a 2016 con 182 hoteles en la zona urbana. Con base en lo anterior se deduce que el sector hotelero se encontraba en su mejor auge ligado a la dinámica económica de la región la cual dependía en un 95% al sector petrolero. Según el DANE (2015) en su informe de coyuntura económica regional:

Para 2014, según ramas de actividad en Yopal, la mayor demanda de empleo se presentó en comercio, hoteles y restaurantes con 36,6%, seguido de servicios comunales, sociales y personales con 22,9%; en contraste, la menor demanda la presentó transporte, almacenamiento y comunicaciones con 8,2%. Los mayores crecimientos se presentaron en comercio, hoteles y restaurantes en 13,7%, y construcción en 18,3%. (p.26)

Es así, que el departamento a partir de su florecencia y dinámica económica centrada en el boom petrolero ostento honroso primer puesto por varios años al tener el PIB per cápita, más alto de Colombia 44 millones de pesos, como se puede ver en la tabla 1, para los años 2012 y 2013 parcial. Donde se observa también que supera a grandes ciudades con mucha más industria como son Bogotá D.C, Medellín entre otras.

Tabla 1
Producto Interno Bruto – PIB, per cápita departamental 2012 y 2013P

DEPARTAMENTOS	PIB per cápita 2012	DEPARTAMENTOS	PIB per cápita 2013P
Total Nacional	14.259.639	Total Nacional	15.073.018
Casanare	44.408.469	Casanare	44.837.810
Meta	41.809.430	Meta	44.221.302
Santander	24.325.688	Santander	25.980.287
Arauca	23.134.108	Bogotá D. C.	22.837.457
Bogotá D. C.	21.600.918	Arauca	21.802.773
Boyacá	15.015.738	Boyacá	15.805.414
Antioquia	13.881.315	Bolívar	15.067.524
Valle	13.738.921	Antioquia	14.716.531
Cesar	13.565.164	Valle	14.518.370
Bolívar	13.498.403	San Andrés y Providencia	13.968.896
Cundinamarca	13.174.342	Cundinamarca	13.457.161
Archipiélago de San Andrés y Providencia	12.637.341	Cesar	12.871.766
Huila	10.833.250	Putumayo	12.710.130
Atlántico	10.557.182	Huila	11.520.746
Putumayo	10.499.719	Atlántico	11.310.037
Tolima	10.349.288	Tolima	10.977.474
Risaralda	9.777.650	Risaralda	10.754.562
Caldas	9.556.030	Caldas	10.274.206
Quindío	9.236.537	Quindío	9.487.109
La Guajira	9.086.003	Norte Santander	8.591.406
Norte Santander	7.977.880	La Guajira	8.587.415
Cauca	7.416.676	Cauca	8.409.037
Córdoba	7.079.957	Magdalena	7.476.132
Magdalena	6.994.995	Córdoba	7.318.763
Chocó	6.623.512	Caquetá	6.880.966
Caquetá	6.337.116	Sucre	6.719.070
Sucre	6.261.642	Amazonas	6.399.163
Amazonas	6.010.936	Nariño	6.312.794
Nariño	5.834.739	Guainía	6.094.073
Guainía	5.533.936	Chocó	6.094.017
Vichada	5.424.631	Vichada	5.876.777
Guaviare	5.273.250	Guaviare	5.679.397
Vaupés	4.010.191	Vaupés	4.437.490

Fuente: DANE, Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales (DSCN)

La generación de estos recursos provenientes de la explotación petrolera debió haber impactado el desarrollo de la región y dinamizando la economía al apoyar el crecimiento de otros sectores industriales garantizando con esto que al terminarse el boom petrolero el remesón económico se sintiera al mínimo.

Un Departamento donde su economía estaba basada en más del 90% en ingresos derivados de la actividad petrolera, obviamente fue golpeado por el desplome del valor del barril y el incremento del dólar. Según Celedón (2014) explica:

La caída de los precios del petróleo es una mala noticia para todos los países productores, no solo para Colombia. Sin embargo, en el país está desvalorización, que ya supera el 30

por ciento en los últimos seis meses, es el ingrediente que faltaba para crear una tormenta perfecta por la que deberá navegar la economía, al menos, durante el 2015. (p.1)

Sobre el mismo tema Nossa, (2015) indica:

En los efectos de la crisis, se estima que hay 5.960 personas que han perdido su trabajo o que no se les ha renovado contrato por la disminución de la actividad petrolera (exploración, evaluación y producción). De estos empleos, 1.430 empleos son locales. El impacto en el comercio local está afectando a 2.352 empleos locales de sectores como la hotelería, transporte aéreo y terrestre, restaurantes, almacenamiento, comunicaciones y comercio.(p.1)

El panorama para el sector hotelero no es el mejor, hay mucha incertidumbre por la baja ocupación y a esto se le une el momento político del municipio por la ingobernabilidad ocasionada por los temas judiciales de su alcalde quien plantea en el Plan de Desarrollo Yopal “Ciudad Región con Rio 2016” como bandera que dinamice la economía impulsar el turismo. El sector hotelero en este momento debe entender y tener clara la situación para generar sinergias que saquen el sector adelante. Según indica Mejía (2015):

Yopal era una de las ciudades con mayor expectativa para el sector hotelero, lo que hizo que las cadenas importantes invirtieran en esta ciudad, como: GHL con su marca Style, Estelar, Holiday Inn Express, Hampton by Hilton y Best Western, este último proyectado para abrir en marzo de 2016. Igualmente, Gustavo Toro, Presidente de Cotelco, mostró su preocupación por esta baja en las zonas petroleras, “Las cosas iban bien, pero han comenzado a cambiar, es el momento de buscar alternativas para recuperar la ocupación”. (p.1)

Formulación del problema.

Descrita la situación o planteamientos anteriores se formula el problema a través de la pregunta: **¿Qué estrategias contribuirán en el mejoramiento de la imagen del turismo y dinamismo el sector hotelero en el municipio de Yopal?**

A partir de la crisis los actores económicos públicos y privados debieron haber implementado estrategias diversas que les permita dinamizar la economía de la región, lo que repercutirá positivamente en el incremento del turismo y por efecto domino activará el sector hotelero y otros sectores económicos, no solo de la capital sino de toda la región.

Se hace necesario que esta investigación sea un aporte real al mejoramiento de la imagen del turismo a través de la identificación correcta de las estrategias que deberán implementar los actores económicos de Yopal. En la Figura 1, se observa las situaciones derivadas del problema identificado, por eso la importancia de que una vez se identifiquen las estrategias se implementen en el corto plazo.

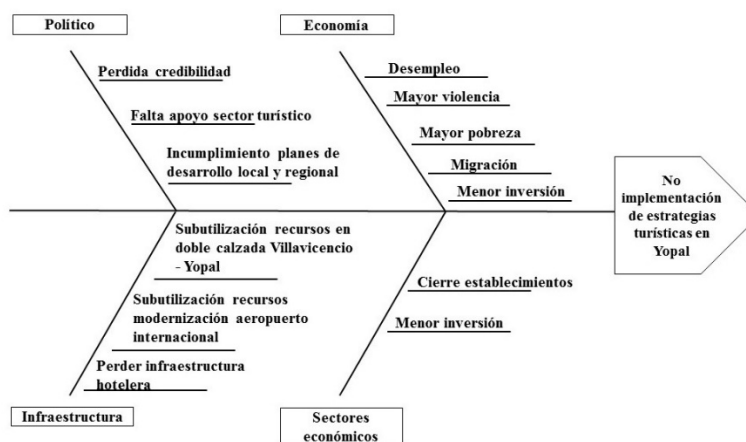


Figura 1

Formulación del problema a través del diagrama de causa - efecto

Fuente: Los autores de la investigación

Justificación

Llevar a cabo esta investigación es de real importancia para la economía de la ciudad de Yopal y para cada uno de los actores económicos públicos y privados que han apostado por dar prosperidad a una región y ciudad pujantes que los políticos de turno no han sabido desarrollar pese a los ingresos enormes generados por la explotación de yacimientos petroleros en la región. Según El Dane & DNP (2009 & 2010): “Yopal en 2008, recibió \$42.663, millones por concepto de regalías y para el periodo 2015 y 2016 apenas obtuvo regalías por la suma de \$19.933 millones”. (p.23 y 1). Esto último evidencia la disminución de recursos para el municipio por la situación internacional del petróleo y la revaluación del dólar frente al peso colombiano. Generando inmediatamente el cierre de muchas empresas que giraban en torno a la producción del crudo y afectando la economía de la región al generalizarse el desempleo.

El municipio y la región vivencio lo que hoy se conoce como la enfermedad holandesa, situación vivida en los años 60, por Holanda, luego de encontrar yacimientos de gas natural y creyeran que esto los llevaría al enriquecimiento del país. Según Universidad ICESI (2010):

Hace referencia a una situación de coyuntura económica, que consiste en un aumento significativo de los ingresos del país, atribuidos al descubrimiento de un recurso no renovables se le da este trato porque el sector productor de bienes intensivos en recursos naturales genera una externalidad negativa sobre los demás sectores, creando una barrera para el desarrollo, aunque posean una tecnología avanzada. (p.1)

Aunque este fenómeno no es exclusivo o proviene de la explotación única de recursos minero energéticos, sino que también se puede asociar al desarrollo exclusivo de un solo sector de la economía olvidándose de los demás y en el momento que colapse éste afecta la dinámica

económica. Con base en lo anterior la región requiere dinamizar en porcentajes iguales (sería el ideal) los sectores productivos y de esta manera reorientar su crecimiento sin tener que padecer nuevamente la enfermedad por tener ligada su economía a un solo sector.

Han pasado dos años desde 2014, cuando cayeron los precios del petróleo y el alza del dólar lo que afectó de inmediato una economía que dependía en un 95% del petróleo. El sector hotelero lógicamente fue uno de los más impactados, porque al ser una ciudad pequeña y tener en su área urbana 182 hoteles deja ver que la dinámica ocupacional giraba en torno a la población flotante que circulaba a diario por cuestiones laborales en empresas petroleras.

Las implicaciones directas generadas por la caída del petróleo, es el desempleo y por ende el aumento de la informalidad al tratar sus habitantes de colocar cualquier negocio que le permita sobrevivir. También se afecta el desarraigo familiar al tener que separarse para desplazarse por cuestiones laborales a otras ciudades. Esta situación se puede observar en un informe de percepción realizado a través de una encuesta por la Cámara de Comercio de Casanare (2016), donde indica: “Los 350 empresarios encuestados indican que las ventas han desmejorado en 90%” (p.3), pasando de ser una percepción a ser una realidad tangible por los comerciantes participantes y que está afectando toda la región, como se observa la Figura 2.



Figura 2

Comportamiento de ventas 2016, en el municipio de Yopal

Fuente: Cámara de Comercio de Casanare. (2017). Encuesta de percepción Yopal 2017.

En cuanto al tema científico y académico también juega un papel importante al permitir identificar si el sector una vez se presentó la situación tomo las medidas necesarias que permitieran mitigar el riesgo al que quedaron expuestos. Si están utilizando las entidades privadas y públicas incluyendo la academia estrategias para entender, comprender y anticiparse a las situaciones y al amplio mundo de los negocios. La aplicación de avances tecnológicos y si estos son de gran apoyo y qué puede suceder si no están siendo utilizados.

La investigación finalmente debe generar estrategias que permitan mejorar las acciones en pro de anticiparse a situaciones y hechos que hubieran sido fácilmente predecibles si se hubiera realizado el análisis del entorno interno y externo. Pero ante todo que eviten la repetición de la enfermedad holandesa en Yopal y en la región.

Objetivos

Objetivo general.

Identificar estrategias que contribuirán en el mejoramiento de la imagen del turismo y que dinamicen el sector hotelero en el municipio de Yopal.

Objetivos específicos.

Determinar la existencia o no del potencial turístico en los sectores urbano y rural del municipio de Yopal.

Establecer los tipos de turismo que se ofertan y los que se pueden desarrollar en el municipio de Yopal.

Verificar si existe la oferta de paquetes turísticos brindados a los turistas y visitantes por parte de las Agencias de Viajes y Turismo.

Verificar si existe articulación entre el municipio de Yopal y las Agencias de Viajes y Turismo que redunde en la gestión, desarrollo y promoción del turismo.

Determinar mediante el análisis de los planes de desarrollo municipal y departamental 2016 – 2019, si existe interés político por desarrollar el turismo en los sectores urbano y rural de Yopal.

Marco teórico de la investigación

En los años 60, en Holanda se dan los hallazgos de gas natural y enfocaron todas las estrategias solo en este renglón de la economía olvidándose de los otros sectores sintieron por primera vez como sus ingresos aumentaban significativamente y luego de un determinado tiempo al irse agotando los recursos no renovables utilizados sintieron los rigores de no haber colocado a funcionar con el mismo compromiso los demás sectores económicos. Este fenómeno es conocido como la enfermedad holandesa. Según La Universidad ICESI (2010):

La Enfermedad holandesa, es una falla de mercado que cuando no es neutralizada debidamente, se convierte en un obstáculo para el crecimiento económico. Es considerada una falla del mercado porque es el resultado de la existencia de recursos no renovables abundantes y baratos, que son en su mayoría utilizados para la producción de commodities, los cuales son compatibles con una apreciación de la moneda local con respecto a las demás divisas. Adicionalmente, se le da este trato porque el sector productor de bienes intensivos en recursos naturales genera una externalidad negativa sobre los demás sectores, creando una barrera para el desarrollo, aunque posean una tecnología avanzada. (p.1)

Yopal no era la excepción para no ser afectada por la enfermedad holandesa, luego de que a finales de los 80, se realizaran los primeros hallazgos de petróleo en el Departamento de Casanare donde de inmediato se dieron fenómenos que afectaron la economía como las migraciones hacia la región en busca de oferta laboral encarecimiento del sector inmobiliario la alimentación y en general del comercio, la corrupción política y lo que genero situación actual el abandono de los sectores y subsectores económicos. Y qué decir de la fuerza laboral que en su gran mayoría sus ingresos dependían de jornalear en fincas, ahora al recibir sin estudios unos

salarios cinco y seis veces mayores a lo que recibía no aceptan trabajar donde la remuneración sea el salario mínimo. Según el Tiempo.com, (2006):

Casanare tenía una densidad poblacional baja, que basaba su economía en la actividad agropecuaria, especialmente ganadería, arroz y, de manera incipiente, palma de aceite. Pero con el descubrimiento de los campos petroleros de Cusiana y Cupiagua, en 1989, las cosas cambiaron. Seducidos por la fiebre del petróleo, entre 1985 y el 2002, los migrantes triplicaron la población del departamento, que pasó de 110.253 habitantes a 301.387, según cifras del Dane. Sin embargo, distintos gremios coinciden en que los beneficios del petróleo no han sido los esperados. En buena medida porque no se han aprovechado los recursos que llegan por regalías. Sólo en el 2005, Casanare recibió 516 mil millones de pesos. Pero el agua potable sigue siendo un lujo entre sus habitantes. (p.1)

El fenómeno de la enfermedad holandesa debe generar preocupación en todas las instancias del Estado a nivel local, regional y nacional pues de no generar estrategias que minimicen este riesgo otras regiones pueden heredar lo sucedido en los departamentos de Casanare, Arauca y Santander. Como lo indica El Herald.co, (2014):

La consecuencia a mediano plazo de este fenómeno sería la desindustrialización del país, según Jahir Lombana, director académico de la Escuela de Negocios de Uninorte, quien agrega que la dependencia de un sector como el petróleo afecta a otros sectores. El petróleo llegó en pocos años a alcanzar el aporte del PIB que ha tenido históricamente el agro (8%), además le corresponde más de un tercio de los ingresos de la balanza de pagos: 85% de la inversión extranjera directa y 70% de las exportaciones del país. (p.1).

Aunque existen medidas macroeconómicas que permiten al estado tomar medidas que eviten este fenómeno al implementar medidas como controlar el gasto público y controlar la tasa

de cambio entre otras. Pero acá también han fallado las visiones gerenciales de los diferentes alcaldes y gobernadores de turno que no han sabido interpretar o leer sus entornos y con base en estos tomar acciones necesarias que habían evitado el letargo económico y social que se vive en el municipio. La Universidad ICESI, (2010) indica:

Entre las principales herramientas propuestas están el control del gasto público, estabilidad en los precios, búsqueda de un equilibrio externo, bajas tasas de interés, reducción de la deuda pública y control de la tasa de cambio. Además, se debe remediar el impacto económico que se genera en la sociedad, creando subsidios para los sectores que se ven perjudicados y un posible incentivo para incrementar la contratación de la mano de obra. Por otro lado, una medida que permite darle fin se encuentra en el manejo fiscal del país, estableciendo menores porcentajes de renta para los contribuyentes en los sectores perjudicados, promoviendo los beneficios de estar en el sector, por medio de incentivos adicionales que le permitan equilibrar los daños. (p.1)

Sin embargo para mejorar la imagen del turismo en Yopal se deben identificar las estrategias que dinamicen la mayoría de sectores económicos, de esta manera si uno falla los demás dan soporte.

A nivel mundial el turismo es un elemento clave dentro de la dinámica económica de cualquier país, pues estos tienen cualquier tipo de turismo con el cual ser visibles a nivel internacional y por ende generar ingresos que se deben revertir en bienestar para todos, incluyendo el mismo medio ambiente el cual es afectado indiscriminadamente en cada momento por el ser humano. Es por eso que entidades como la Organización Mundial del Turismo – OMT, (2017), considera:

“El Año Internacional aspira a apoyar un cambio en las políticas, en las prácticas de las empresas y en los comportamientos de los consumidores que favorezca la sostenibilidad del sector turístico para que este pueda contribuir de manera efectiva a los ODS.

Es una oportunidad única para construir un sector turístico más responsable y comprometido, que pueda capitalizar su inmenso potencial en términos de prosperidad económica, inclusión social, paz y entendimiento, y preservación de la cultura y el medio ambiente. El sector turístico, responsable del 7% de las exportaciones mundiales, de uno de cada once puestos de trabajo, y del 10% del PIB mundial, si se gestiona debidamente, puede fomentar el crecimiento económico, la inclusión social y la protección de los bienes culturales y naturales. (p.1).

Ver como Estados Unidos de Norte América, donde uno de sus potencializadores económicos era el sector inmobiliario y luego que este se derrumbara decidiera apostarle al turismo como estrategia que les ayudaría salir de la crisis este planteamiento es ejemplarizante para que otros países tomen la iniciativa. Cada país y cada una de las regiones que las integran tienen la capacidad turística para ofrecer algo a la sociedad que le permita desde sus ópticas apreciar y disfrutar estas bondades. La Casa Blanca, (2012) en su página web indica:

La Casa Blanca lanzó una nueva Estrategia Nacional de Viajes y Turismo que traza un nuevo curso para hacer de América un destino más atractivo y accesible que nunca. El año pasado, 62 millones de turistas internacionales visitaron los Estados Unidos e inyectaron un récord de \$ 153 mil millones en las economías locales, ayudando a respaldar los 7.6 millones de empleos en nuestra industria de viajes y turismo. La Estrategia establece el objetivo de atraer a 100 millones de visitantes internacionales para el año 2021. (p.1)

Otro país a nivel mundial que ha entendido la importancia del turismo para dinamizar su economía es México y por eso a nivel nacional ha apuntado todos sus esfuerzos para que sus Estados se adhieran a sus políticas turísticas. Esto se puede ver ejemplo con Cancún donde no se han agotado esfuerzos para promocionarla a nivel nacional. Según la OCDE, (2017) indica:

El turismo es un sector económico de suma importancia en México y el país desempeña un papel prominente en el turismo a nivel mundial. En 2014 el sector representó directamente el 8.5% del PIB, el 5.8% del empleo remunerado de tiempo completo y el 77.2% de las exportaciones de servicios. Contribuye positivamente a la balanza de pagos de México y genera un valor superior al promedio para la economía. Un récord de 32.1 millones de turistas internacionales, aportaron MXN 246,100 millones de pesos (US \$ 15,500 millones de dólares) a la economía en el 2015. (p.11)

Colombia no podía ser la excepción ante la majestuosidad de su potencial turístico del cual goza a nivel nacional como es poseer todos los pisos térmicos, una naturaleza y biodiversidad, étnica, cultural y gastronómica entre otras, regiones como Antioquia, Bogotá, Santander y Boyacá le han apostado a éste para lograr el bienestar económico de sus regiones. Por esta razón el estado Colombiano cuenta con una legislación vigente que pretende el dinamismo del turismo a nivel nacional porque está seguro que esta es una de las fuentes primordiales de ingresos. La Ley 1558, (2012) reza:

Artículo 1°. Objeto. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los

mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad. Artículo 2°. Modifíquese el artículo 1° de la Ley 300 de 1996, el cual quedará así: "Artículo 1°. Importancia de la industria turística. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social. Como industria que es, las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos en materia impositiva serán las que correspondan a la actividad industrial o comercial si le es más favorable. El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional. (p.1)

Desde el ámbito administrativo y gerencial corresponde a los gerentes de las organizaciones sean privadas o públicas en todo momento generar cualquier tipo de estrategias que le permita articular cada una de las áreas funcionales de éstas con el objeto de lograr el cumplimiento de los objetivos a corto y largo plazo de acuerdo a su labor misional logrando de esta manera ser competitivos a través de estrategias orientadas en la innovación y las nuevas tecnologías. Quienes administran una Alcaldía o Gobernación deben entender que sus principal papel es el de Gerenciar por ende deben ser generadores de estrategias que logren dinamizar la economía de sus regiones. David, F. (2008), indica:

La planeación estratégica se define como el arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos. Según esta definición, la dirección estratégica se centra en la integración de la gerencia, la mercadotecnia, las finanzas, la contabilidad, la producción, las operaciones, la investigación y desarrollo, y los sistemas de información por computadora para lograr el éxito de la empresa. El propósito de la dirección estratégica es explotar y crear

oportunidades nuevas y diferentes para el futuro; la planeación a largo plazo, como contraste, intenta optimizar para el futuro las tendencias actuales. (p.5).

Las altas gerencias son responsables de dinamizar las organizaciones empresariales, sean públicas o privadas para esto es importante que sepan interpretar o leer los entornos para ello se pueden apoyar en herramientas como la DOFA, matriz EFE y EFI, entre otras. Una vez aplicadas permitirán generar un diagnóstico para formular estrategias apoyados en nuevos enfoques o modelos como por ejemplo la innovación, entendida como la capacidad de generar cambios a productos o servicios existentes, para ello es importante que los gerentes tengan capacidad creativa que les permita ver mas allá de lo evidente y logren generar cambios que favorezcan la competitividad de las organizaciones en un mundo globalizado y a las veces disminuir las brechas sociales y económicas que afectan la calidad de vida de las poblaciones. Salinas (2004), frente a lo argumentado indica:

“Desde otra perspectiva menos reduccionista, podemos considerar la innovación como una forma creativa de selección, organización y utilización de los recursos humanos y materiales; forma ésta, nueva y propia, que dé como resultado el logro de objetivos previamente marcados. Estamos hablando, pues, de cambios que producen mejora, cambios que responden a un proceso planeado, deliberativo, sistematizado e intencional, no de simples novedades, de cambios momentáneos ni de propuestas visionarias". (p.4)

Es evidente que los gerentes deben poseer una serie de características o habilidades como capacidad de análisis, perspectiva, interpretación, trabajo en equipo, negociación, capacidad de asumir riesgos, entre otras, sin dejar por fuera la más importante como es el liderazgo, teniendo en cuenta que ésta es el complemento vital para lograr gerentes eficientes capaces de articular equipos de trabajo que logren los objetivos. Pero para lograr dinamizar la economía de Yopal se

necesita un liderazgo evolucionado, capaz de transformar y visionar en cada momento donde se encuentran los cambios ante la dinámica de las nuevas tecnologías y la información. O sea hablamos de un líder transformacional. Mendoza y Ortiz (2006) indican:

“Los líderes transformacionales, a través de la influencia ejercida en sus interrelaciones con los miembros del grupo, estimulan cambios de visión que conducen a cada individuo a dejar de lado sus intereses particulares para buscar el interés colectivo, aun cuando no tenga satisfechas sus necesidades vitales existenciales (seguridad y salud) o relacionales (amor y afiliación) (Bass, 1985 p.15). Ese cambio de prioridades del individuo permite la expansión de su abanico de necesidades con la inclusión de la necesidad de crecimiento personal, a través del compromiso que adquiere la persona con el logro del objetivo grupal”. (p.120).

Marco metodológico

A partir de los planteamientos realizados en la formulación del problema de investigación, la justificación, los objetivos y el marco teórico se procede a plantear o describir el proceso que se utilizará para realizar el análisis al objeto de estudio identificado.

Tipo de estudio.

El objeto de estudio será abordado a través de la investigación descriptiva, ya que se describe en la formulación del problema la situación generada en el sector hotelero de Yopal por la falta de estrategias enfocadas en el turismo que permitan reactivar no solo este sector y de esta manera se logre enfrentar la crisis de desempleo y caída de la economía de la ciudad generada por la enfermedad holandesa acaecida en Yopal, por la dependencia de todos los sectores incluyendo el estatal por el sector petrolero.

Enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero se desarrollará a través del diseño y aplicación de dos encuestas, una a visitantes foráneos y otra a las Agencias de Viajes y Turismo, existentes en la ciudad, cuyas variables unas vez respondidas generaran datos o información primaria que deberán tabularse y representarán la información de manera numérica y porcentual, como indica Ruiz (2011):

Un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente, en términos cuantitativos, se captura verdaderamente la realidad que se desea capturar, aunque no hay medición perfecta, el resultado se acerca todo lo posible a la representación del concepto que el investigador tiene en mente. (p.153)

El segundo, estará representado por una serie de cualidades observadas y analizadas a través de fuentes secundarias como son el Plan de Desarrollo Municipal de Yopal y el Plan de Desarrollo Departamental de Casanare correspondientes al periodo 2016 – 2019, donde se realizara la comparación de los dos documentos con el fin de determinar la relevancia dada al turismo en los respectivos periodos por los mandatarios de turno con el objeto de dinamizar la economía del municipio la cual viene siendo afectada desde el desplome del petróleo de una u otra manera. Según Ruiz (2011):

Los investigadores cualitativos tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas. Desde un punto de vista fenomenológico y para la investigación cualitativa es esencial experimentar la realidad tal como otros la perciben. Siendo de esta manera que el investigador cualitativo se identifica con las personas que estudia para poder comprender cómo ven las cosas. (p.155).

Formulación de hipótesis de trabajo.

Partiendo del hecho que las hipótesis son supuestos que se tratan de verificar, la cual tiene su origen en la formulación de la pregunta de investigación. La planteada para el desarrollo de este trabajo corresponde a una descriptiva correlacional ya que describe la relación entre una o más variables. **“Identificar estrategias que contribuyan en el mejoramiento de la imagen del turismo dinamizaran el sector hotelero en el municipio de Yopal”**

Identificación de variables de trabajo.

Formulada la hipótesis se realiza la identificación de las variables o sea las características cuantitativas o cualitativas de los objetos de estudio. Hernández, Fernandez & Batista (2010)

afirman: “Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p.93).

- Estrategias que contribuyan en el mejoramiento de la imagen del turismo.
- Dinamizaran el sector hotelero en el municipio de Yopal.

Operativización del universo.

Se realizará mediante la técnica del censo y del muestreo probabilístico. El primero se aplicara a todas las agencias de viajes existentes en Yopal. El segundo a los visitantes foráneos que salen vía aérea o sea no residentes en el municipio ni en el departamento por ende se supone deben tener una visión clara y definida de algún tipo de turismo y tienen la probabilidad de ser seleccionados para aplicar la encuesta.

Delimitación del universo. El primero corresponde a los viajeros y turistas no residentes en el municipio de Yopal, ni el departamento, pero que ingresan y salen vía aérea en los diferentes vuelos comerciales que llegan a la ciudad. De este solo se tomará como universo a los que salen mas no a los que ingresan. No se toman los usuarios del transporte intermunicipal ya que no existen registros que permitan identificar el número de usuarios que compran tiquetes para destinos diferentes a Casanare. Al solicitar la información a las cinco empresas de este tipo de transporte argumentan no estar autorizados para brindar la información. El promedio mensual de pasajeros que durante 2016 ingreso y salió, desde el aeropuerto el Alcaraván según la Aerocivil (2017) corresponde: “25152 pasajeros. Informe de Operaciones Aéreas Anuales por Aeropuerto y tráfico 2015 y 2016”. De acuerdo a lo planteado se tomará únicamente los pasajeros que salen más no los que ingresan. Como esta clasificación no la tiene el organismo gubernamental la cifra

se divide en dos para asumir el número de pasajeros mensual en el trayecto de despegue como lo denomina la entidad. En ese orden de ideas el universo corresponde a 12576 pasajeros que salieron vía aérea. Es de tener en cuenta que esta cifra contiene pasajeros que residen en el municipio de Yopal ya que la Aerocivil tampoco realiza este tipo de discriminación. Pero en la encuesta los podemos incluir para determinar cuántos pasajeros son de la región y cuantos son viajeros y turistas

El segundo corresponde a la totalidad de las agencias de viaje existentes en Yopal, las cuales de acuerdo a la Cámara de Comercio de Casanare (2017), corresponde a: “cuatro agencias”

Muestra. Para el primer universo se seleccionó mediante la técnica aleatoria simple, por ser la modalidad de muestreo más conocida y que alcanza mayor rigor científico. Garantiza la equiprobabilidad de elección de cualquier elemento y la independencia de selección de cualquier otro. La muestra correspondiente a este universo es de 95 viajeros y turistas no residentes en la ciudad a los que se le aplicara la encuesta y cuyo resultado nos dará una confiabilidad del 95% y un margen de error del 10%.

En cuanto el segundo universo se utilizara el censo, por tenerse que aplicar la encuesta a la totalidad de agencias de viajes que prestan sus servicios en Yopal, o sea cuatro agencias. Pese a aplicarse el instrumento a todo el universo el resultado indicara un grado de confiabilidad del 99% y un margen de error 1%. Lo anterior teniendo en cuenta que el error siempre estará inherente al menos en su mínima expresión en todo proceso que desarrolla el ser humano.

Recolección de datos. La información será recopilada mediante el método del muestreo y censo. El primero tomado del universo correspondiente a los viajeros y turistas no residentes en

el municipio de Yopal, ni el departamento, pero que salen vía aérea en los diferentes vuelos comerciales que despegan a otras ciudades diferentes. Para esto se diseñara una encuesta la cual deberá contener una serie de preguntas estructuradas, dirigidas a la muestra seleccionada y se aplicara en el aeropuerto El Alcaraván de la ciudad de Yopal, solo a los pasajeros que indique que su sitio de residencia no se encuentra ubicado en Casanare.

El segundo corresponde al censo que se realizara a las cuatro agencias de viaje existentes en la ciudad a las que se les aplicara igualmente una encuesta con una serie de preguntas estructuradas que permitan identificar que tipo de estrategias turísticas ofertan a sus usuarios.

Desarrollo del trabajo de investigación.

Determinar la existencia o no del potencial turístico en los sectores urbano y rural del municipio de Yopal.

Establecer los tipos de turismo que se ofertan y los que se pueden desarrollar en el municipio de Yopal.

Verificar si existe la oferta de paquetes turísticos brindados a los turistas y visitantes por parte de las Agencias de Viajes y Turismo.

Verificar si existe articulación entre el municipio de Yopal y las Agencias de Viajes y Turismo que redunde en la gestión, desarrollo y promoción del turismo.

Determinar mediante el análisis de los planes de desarrollo municipal y departamental 2016 – 2019, si existe interés político por desarrollar el turismo en los sectores urbano y rural de Yopal.

El desarrollo de la investigación parte del diseño, elaboración, validación y aplicación del instrumento de recolección de la información a la población objeto: agencias de viajes que prestan sus servicios en Yopal y los viajeros y turistas no residentes en el municipio, ni el departamento. Éste de acuerdo a los resultados que arrojen las encuestas permitirá indicar unas recomendaciones y conclusiones con el objetivo de dinamizar el sector turístico de la ciudad y por ende el sector hotelero.

Público objetivo.

Teniendo en cuenta las diferentes recomendaciones efectuadas por expertos en el tema a las personas que se dedican a escribir libros o cualquier texto escrito, este documento a pesar de

su carácter investigativo y científico el lenguaje que se utiliza es técnico científico pero estará siempre orientado a la función del lenguaje natural teniendo en cuenta que el público objetivo de este trabajo será cualquier persona que esté interesada en el documento bien sea por su aporte investigativo o de interés particular para generar algún tipo de empresa enfocada en alguna estrategia o línea turística. Con base en lo anterior el documento puede ser leído y entendido fácilmente por una persona sin mayores estudios académicos como aquellos que los posean.

Gomez, Deslauriers y Alzate (2010) afirma:

El público objetivo comprende todas las personas que deberían unirse al texto. Éstas pueden ser los alumnos, los estudiantes, los profesores de diversos niveles o los especialistas de diversos campos y, puede ser también, todo el mundo, es decir, el gran público. (p.130).

De esta manera se garantiza que la investigación sea un documento útil no solamente para los habitantes de Yopal, sino en general para toda la comunidad que tenga interés en éste.

Forma de publicación.

Por la importancia que tiene todo trabajo investigativo y científico se hace necesario que su contenido sea publicado con el objeto que las personas interesadas accedan fácilmente, lo conozcan y además sea referente para otros tipos de investigaciones.

Las revistas científicas son un gran vehículo para publicar papers o artículos científico el cual debe cumplir con una serie de características o rigor especial para lograr que estas se interesen por estos documentos. Ramírez, Martínez & Castellanos (2012), indican:

Son publicaciones periódicas que incorporan resultados de procesos de investigación, y son consideradas como el medio primordial y universal de la comunicación científica,

tanto en procesos de difusión como de divulgación. Puede concebirse en su definición, desde los enfoques: servicio, conocimiento y tecnología. Las revistas permiten no solo discutir y validar la calidad de la investigación, sino que pueden comportarse como una de las entradas en procesos de innovación, además de proteger los derechos de autor. (p.86).

Este enfoque permite identificar que el mejor medio para dar a conocer la investigación es la realización por parte de los autores de un artículo científico para ser publicado en una revista indexada.

Resultados de la investigación.

Luego de aplicar las encuestas a los visitantes y turistas del municipio de Yopal (Ver anexo A), una vez se solicitó el respectivo permiso y terminada la aplicación de la encuesta se oficiara el respectivo agradecimiento (Ver anexo B, C y D) e igualmente a las agencias de viaje y turismo radicadas en el mencionado municipio (Ver anexo E) y efectuado el análisis mediante un cuadro comparativo a los Planes de Desarrollo Municipal y Departamental 2016 -2019, se evidenciaron los resultados plasmados a continuación.

Resultados y análisis de la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del municipio de Yopal.

Pregunta 1. Indique el departamento de procedencia.

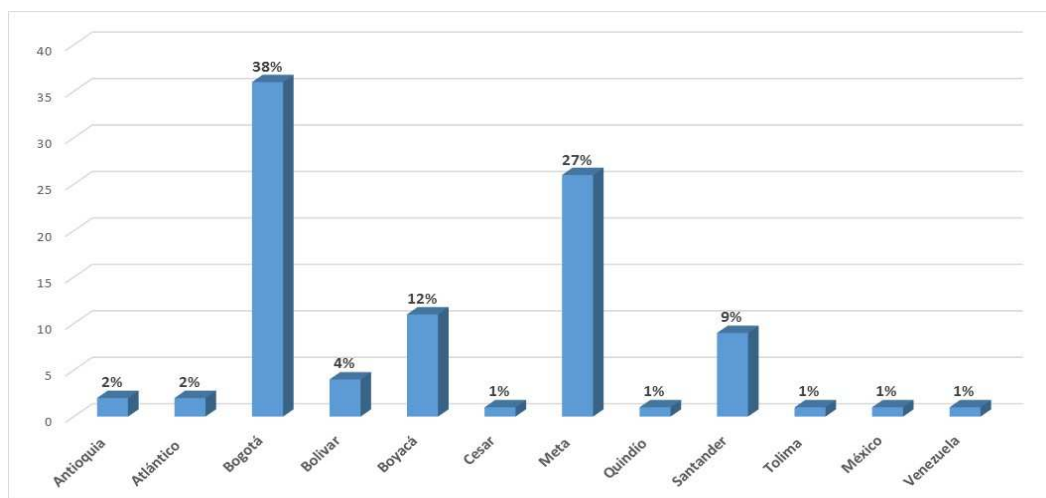


Figura 3

Departamento de procedencia

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

De acuerdo al resultado el 38% de los encuestados proceden de Bogotá, un 27% del departamento del Meta, 12% de Boyacá, un 9% de Santander, 2% son oriundos de Antioquia y

Atlántico y con un 1% de departamentos como Cesar, Quindío, Tolima e incluye de procedencia internacional de países como México y Venezuela.

Esto permite identificar que Yopal es visitado por personas de todos los departamentos del país, incluso de otros países, lo que se convierte en un factor positivo para generar turismo ya que la mejor publicidad es el voz a voz.

Pregunta 2. Género.

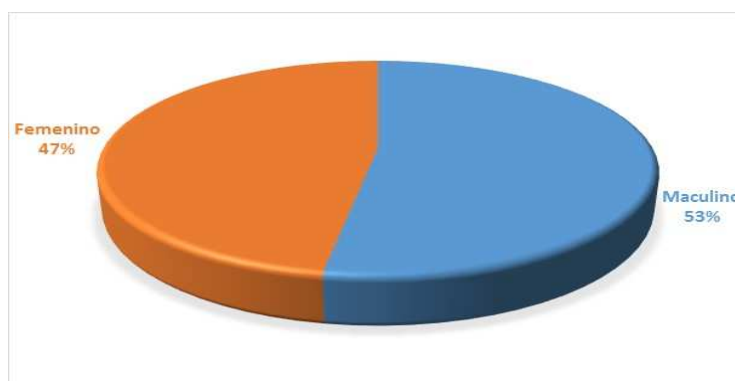


Figura 4
Género de los turistas y visitantes
Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

Como se puede observar en la figura 4, el 53% de los turistas y visitantes son hombre frente a un 47% que corresponde a mujeres.

El resultado permite inferir que en cuestión de género hay igualdad entre las personas, lo que debe ser un factor de análisis no solo para las entidades estatales sino para el comercio en general al momento de generar estrategias.

Pregunta 3. Es la primera vez que visita Yopal. Si la respuesta es No, indicar en "Otro" el número de veces que ha venido.

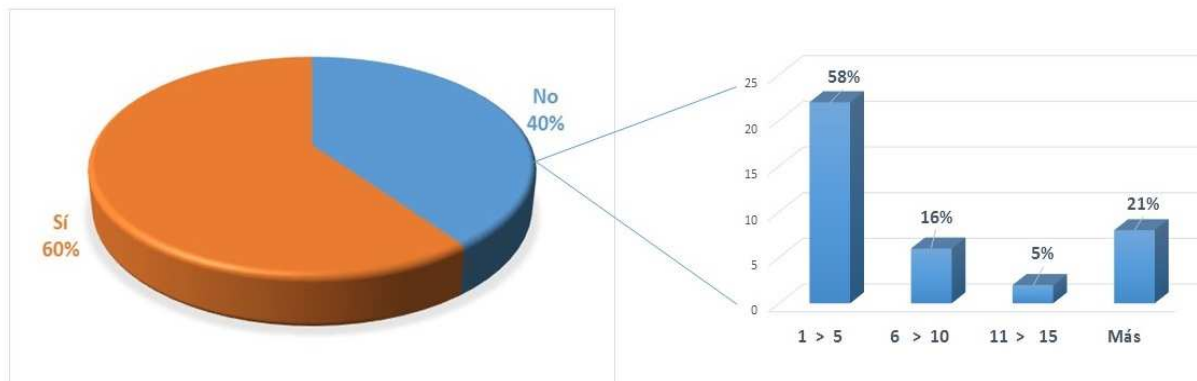


Figura 5

Visita por primera vez Yopal

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

El 60% de los encuestados indican que es la primera vez que visitan la ciudad frente a un 40% que indican que con anterioridad han venido a Yopal. De este grupo se identificó que el 58% lo han hecho entre 1 a 5 veces, el 21% lo han visitado más de 15 veces, 16% lo han visitado entre 6 a 10 veces y un 5% han estado en la ciudad entre 11 a 15 veces.

El identificar que existe un porcentaje alto de visitantes recurrentes a Yopal, es importante para la imagen de la región ya que estas personas se convierten en la mejor publicidad, de ahí que es relevante y prioritario el mejoramiento del turismo en el municipio en su perímetro urbano y rural.

Pregunta 4. Motivo por el cuál visitó Yopal. Indicar en la opción "Otro" el motivo diferente a los indicados.

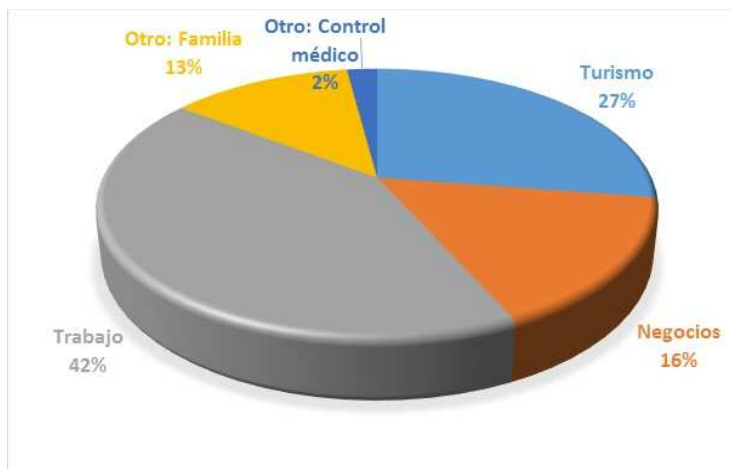


Figura 6

Motivo de la visita a Yopal

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

El 42% de los encuestados indica que el motivo de su visita a la ciudad es por cuestiones laborales, un 27% indica que lo hace por motivos de turísticos, un 16% indica que la visita por negocios y en otros motivos se identifica un 13% a visitas familiares y un 2% por motivos de controles médicos.

El panorama que nos refleja la Figura 6, es muy beneficioso no solo para Yopal en su área urbana y rural sino para la región ya que si sumamos los porcentajes de turismo, negocios y familia se obtiene un potencial turístico de 56% para el sector turístico, sin menos preciar el 42% que vienen por temas de trabajo pero que durante su estadía también dedican tiempo a la diversión y recreación. Y ese 2% el cual visita la ciudad por temas médicos es un indicador bueno si se logran generar estrategias que dinamicen el turismo de salud.

Pregunta 5. Si el motivo fue el turismo, cómo se enteró de la oferta turística de Yopal.

Indicar en la opción "Otro" el motivo diferente a los indicados.

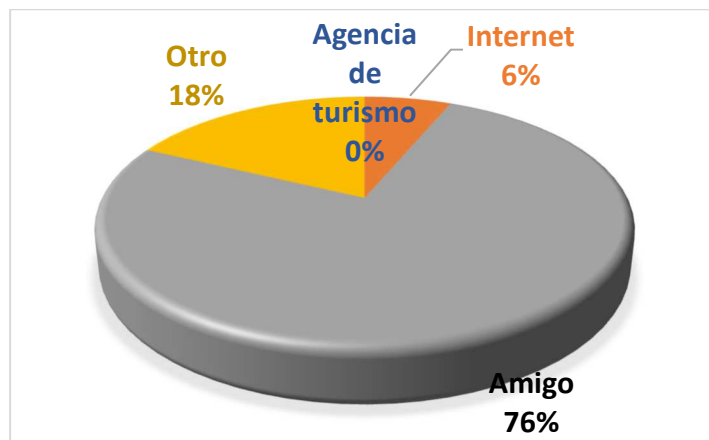


Figura 7

Medio por el cual se entera de la oferta turística

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

Como se observa en la Figura 7, el 76%, se entera de la oferta turística a través de amigos, un 18% a través de otros medios, un 6% se enteró por internet y por agencias de turismo 0%.

Esta pregunta ratifica la importancia que tiene el que los visitantes y turistas se hagan una percepción positiva del turismo en Yopal, pues como se observa en mayor porcentaje se enteran por amigos. Genera gran preocupación el que las agencias de turismo no estén aportando en promocionar la región.

Pregunta 6. Indique el tipo de turismo que realizo durante su estadía en Yopal en su zona urbana y rural incluyendo los que identifico que existían pero que por cualquier motivo no pudo realizar.

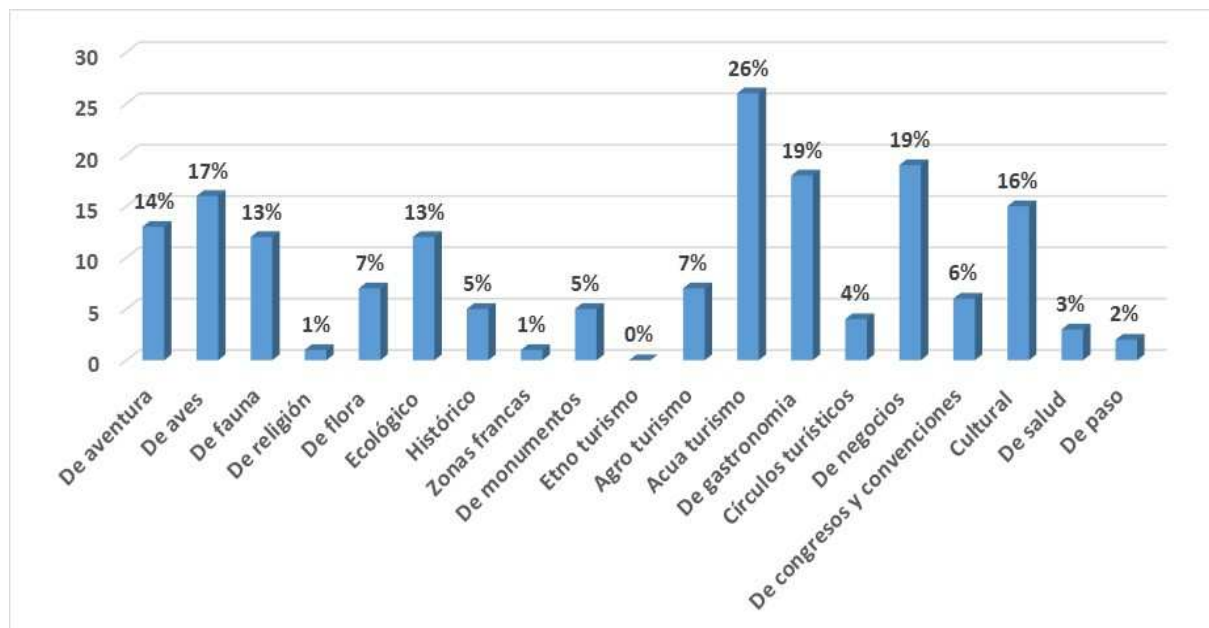


Figura 8

Tipo de turismo realizado durante la estadía en Yopal

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

En la Figura 8, se puede observar que dentro de los tipos de turismo realizado por las personas encuestadas tenemos con un 26%, Acua turismo, con un 19%, Gastronomía y de Negocios, con un 17%, de Aves, el 16%, realizó el de tipo Cultural, 14%, de Aventura, un 13%, opto por Ecológico y de Fauna, el 7%, se decidió por el de Flora y el Agro turismo, un 6%, realizó de Congresos y convenciones, un 5%, se decide por el Histórico y de Monumentos, un 4%, se decidió por los Círculos turísticos, el 3%, opta por el turismo de Salud, con un 2% el de paso, los del 1%, prefirieron de Religión, de Zonas francas. No fue tenido en cuenta u opcionado el Etno turismo.

El resultado evidencia que del 100% de los tipos de turismo opcionados, los turistas y visitantes de Yopal han utilizado el 95%, evidenciando el potencial turístico que tiene el municipio en su zona urbana y rural pese a no estar estructurado y dinamizado.

Pregunta 7. Cómo califica en general la atención y el servicio al cliente recibido en los diferentes tipos de turismo indicados en el punto anterior.



Figura 9
Calificación del servicio al cliente por parte de los turistas y visitantes
Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

Se observa que el 68%, de los visitantes y turistas califican como bueno el servicio al cliente generado durante sus visitas a los diferentes tipos de turismo, un 20%, lo califica como regular, un 11%, indica que fue excelente y finalmente el 1%, califica la atención recibida como mala.

Aunque el indicador “Bueno” es el más alto, el ideal sería lograr que “Excelente” sea el que represente la atención y el servicio al cliente generados por las personas y entidades que miran en los diferentes tipos de turismo una fuente de ingresos. Uno de los motores del turismo y del mercadeo de bienes y servicios es el servicio al cliente, este garantiza la fidelidad de los usuarios garantizando empresas altamente competitivas.

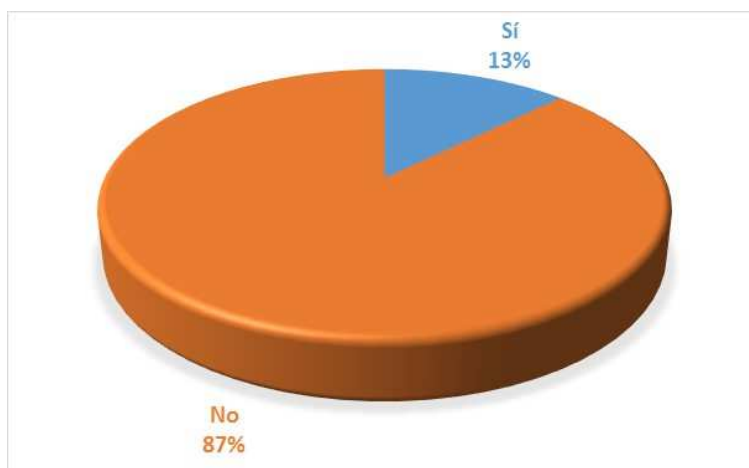
Pregunta 8. Pudo identificar los puntos de información turística existentes en Yopal.

Figura 10

Existencia de puntos de información turística en Yopal

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

El 87%, de los visitantes y turistas indican que durante su estadía en la ciudad no fue posible ubicar puntos de información turística frente a un 13%, que indican que se les facilitó su ubicación.

Dentro de las estrategias que se implementen es indispensable potenciar los puntos de información turística como fuentes dinamizadoras de éste. El anterior planteamiento significa que se deben generar todos los recursos necesarios para que funcionen la 100%.

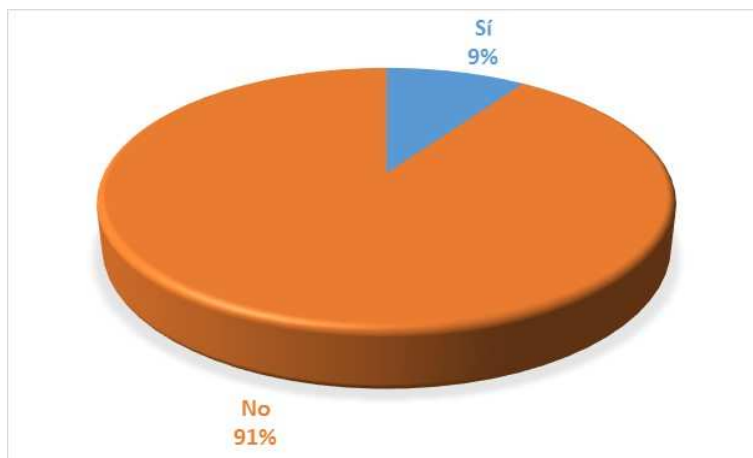
Pregunta 9. Pudo identificar si en Yopal se encuentran implementadas las rutas turísticas

Figura 11

Existencia de rutas turísticas en Yopal

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

El 91%, de los encuestados indica que durante su estadía en Yopal se dificultó identificar la existencia de rutas turísticas en el municipio, el 9%, restante indica que sí logró identificarlas.

El que no se logró identificar las rutas turísticas deja ver la falta de interés por generar una dinámica turística fuerte por parte de los llamados a Gerenciar el Municipio y el Departamento.

Pregunta 10. De acuerdo a la experiencia vivida durante su estadía en Yopal, considera que existe compromiso por las autoridades Municipales y Departamentales por dinamizar la economía a través del turismo.

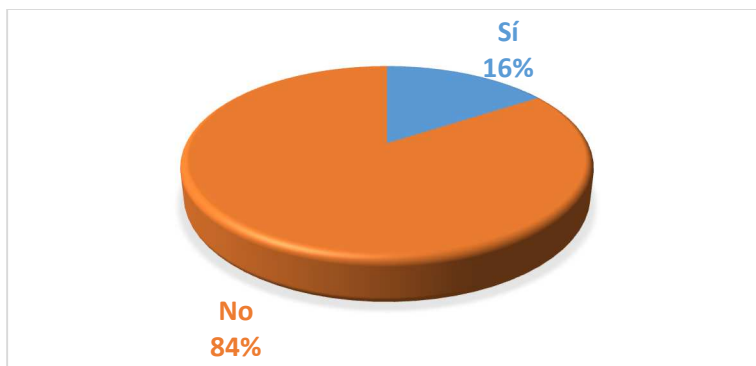


Figura 12

Compromiso autoridades municipales y departamentales por dinamizar el turismo

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

El 84%, de los turistas y visitantes indican que de acuerdo a su experiencia vivida en el municipio se puede observar que no hay compromiso por parte de las autoridades municipales y departamentales por dinamizar la economía de la región a través del turismo, el 16%, restante consideran que si existe el compromiso por parte de las respectivas autoridades.

Este punto permite identificar que la dinámica del sector turístico en la región no es la mejor, razón por la cual los visitantes ante la evidencia consideran que esta se da por la falta de compromiso hacia el sector por parte de los mandatarios local y departamental. Cuando se da un compromiso real por parte de las autoridades estatales, podemos citar el turismo desarrollado en Medellín–Antioquía se evidencia en cualquier parte de la ciudad por donde se transite.

Pregunta 11. Considera que Yopal en su zona urbana y rural tienen potencial turístico.

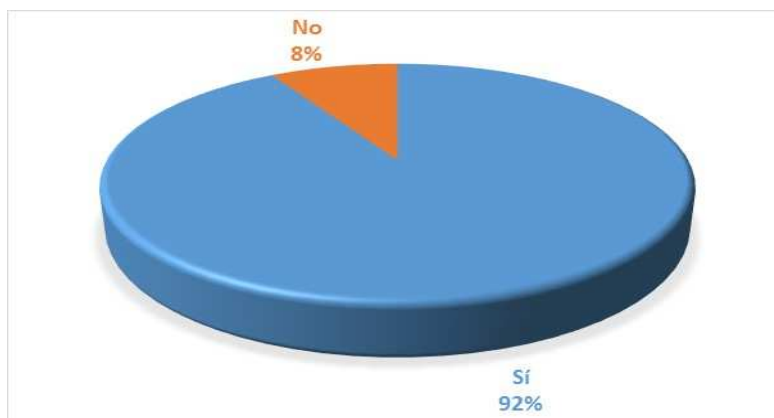


Figura 13

Consideración del potencial turístico de Yopal

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

El 92%, de los encuestados indica que Yopal en su zona urbana y rural tiene potencial para desarrollar el turismo, frente a un 8%, que indican que no existe ese potencial.

Este punto permite generar una pregunta y cuyo ideal es que los mandatarios municipales y departamentales le den respuesta: **¿Por qué si personas ajenas a la región miran el potencial que existe para desarrollar el turismo; las autoridades municipales y departamentales han sido incapaces de potencializarlo y de esta manera dinamizar la economía en estos momentos cuando más se necesita?**

Pregunta 12. Indique que tipo de turismo adicional se puede implementar de acuerdo a su percepción en Yopal, en zona urbana y rural. Si decide seleccionar uno ya identificado en el punto 6, hágalo para sugerir que requiere ser mejorado.

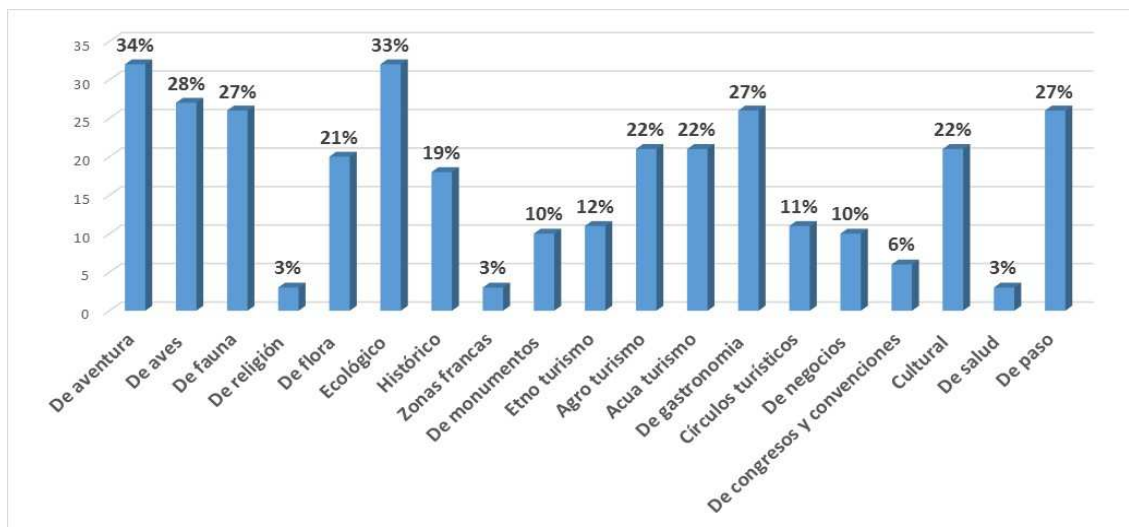


Figura 14

Tipos de turismo que se pueden implementar y mejorar en Yopal.

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

Como se evidencia en la Figura 14, el 34%, considera que puede mejorar e implementar el de Aventura, el 33%, considera que el Ecológico, el 28%, el de Aves, el 27%, consideran que el de Fauna, Gastronomía y de Paso, Un 22%, optan por el Agro turismo, Acua turismo y el Cultural, el 21%, indican que el de Flora, el 19%, le apuestan al Histórico, un 12%, consideran que se le debe apostar al Etno turismo, el 11% a los Círculos turísticos, un 10%, optan por el de Monumentos y de Negocios, un 6%, se van por el de Congresos y convenciones, finalmente con el 3% están los que consideran que vale la pena mirar hacia el turismo de Religión, de Zonas francas y de Salud.

Se puede indicar que los visitantes y turistas quienes además vienen con otras percepciones de turismo generado en sus regiones o países de origen consideran que el 100% de los tipos de turismo indicados se pueden mejorar en algunos casos y en otros implementar y desarrollar en la zona urbana y rural de Yopal, lo que sigue evidenciando el potencial pero por no haber unas políticas en pro de su desarrollo y promoción pueden haber algunos tipos que vayan en detrimento.

Pregunta 13. Recomendaría a sus amigos y familiares visitar Yopal.

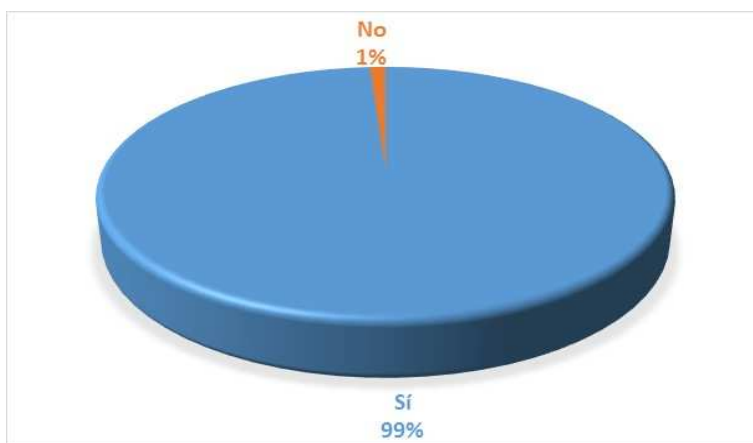


Figura 15

Recomendaría visitar Yopal.

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas del Municipio de Yopal.

El 99%, de los visitantes y turistas consideran que si recomendarían a sus familiares y amigos visitar Yopal como una opción de turismo. Solo el 1%, indica que no lo haría.

Se evidencia que las autoridades locales y departamentales tienen un gran aliado en el momento de tomar la decisión de ver en el turismo esa opción que permita dinamizar la economía y son esas personas ajenas que por una u otra razón han visitado Yopal y pese a la

serie de circunstancias que no han permitido erigirlo como un eje económico ven el potencial de éste no solo en Yopal sino en toda la región.

Resultados y análisis de la encuesta aplicada a las agencias de viaje y turismo del municipio de Yopal.

Pregunta 1. Considera que Yopal, en su área urbana tiene potencial para el turismo.

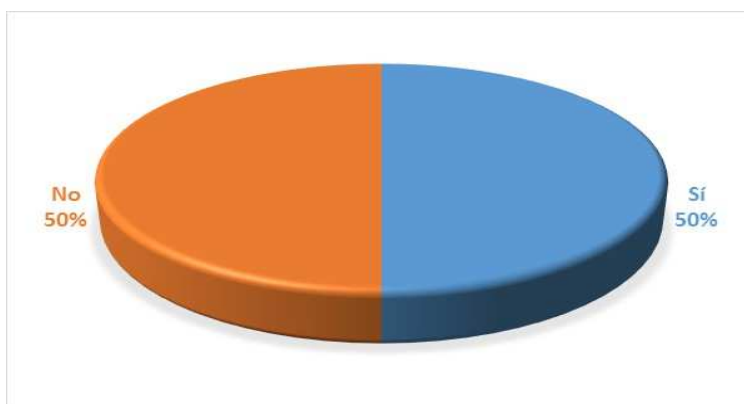


Figura 16

Potencial turístico del área urbana de Yopal

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a las Agencias de Viaje y Turismo del Municipio de Yopal

Como se puede observar en la figura el 50%, de los encuestados indican que si existe potencial turístico en el área urbana de Yopal, frente a un 50%, que indica que no.

Esta pregunta es muy importante ya que refleja la percepción de las agencias de viaje y turismo radicadas en el municipio y que manejan el negocio y conocer el planteamiento de la mitad de éstas indicando que no hay potencial, es algo que debe generar un diagnóstico muy a

fondo por parte de las entidades del estado a nivel local y departamental una vez se entienda y se tome la decisión de desarrollar el turismo como estrategia dinamizadora de la economía.

Pregunta 2. Considera que Yopal, en su área rural tiene potencial para el turismo.

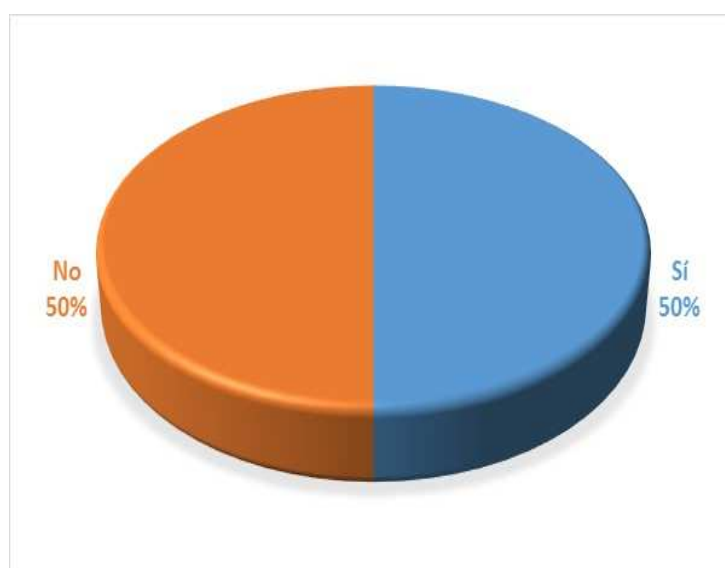


Figura 17
Potencial turístico del área rural de Yopal
Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a las Agencias de Viaje y Turismo del Municipio de Yopal

En la Figura 17, se observa un comportamiento idéntico como el que se dio en la figura anterior, el 50%, de los encuestados indican que si existe potencial turístico en el área rural de Yopal, frente a un 50% que indica que no.

Acá cabe el mismo planteamiento, análisis y preocupación expresado para la pregunta anterior.

Pregunta 3. Oferta a los visitantes paquetes turísticos que incluyan el área urbana y rural de Yopal. Si la respuesta es "No" en "Otro" indique brevemente la causa.

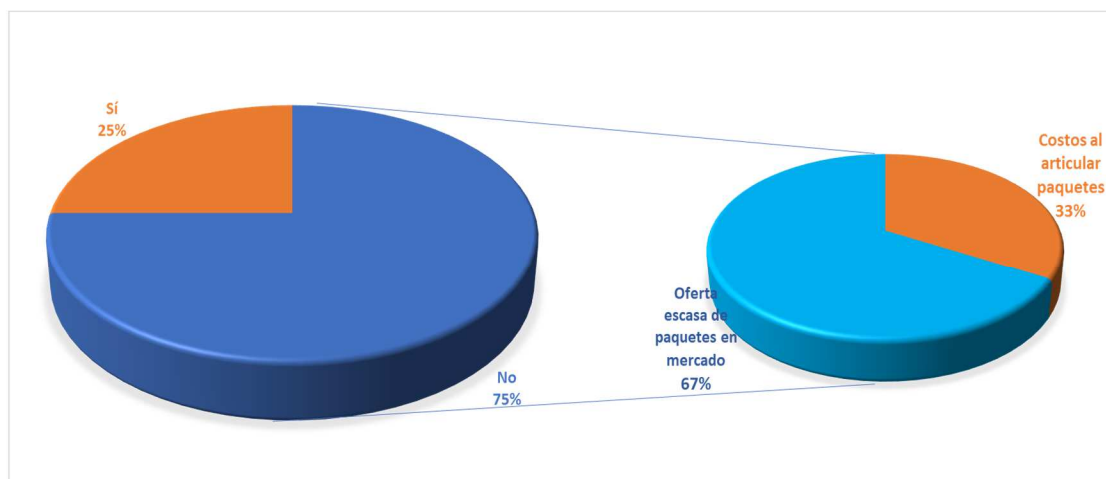


Figura 18

Oferta a visitantes paquetes turísticos

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a las Agencias de Viaje y Turismo del Municipio de Yopal

El 75%, indica que no ofertan paquetes turísticos de Yopal, frente a un 25%, que indica que si lo hacen. Las agencias de viajes y turismo que no lo hacen, en el 67%, indican que se debe a la oferta escasa de paquetes en el mercado y el 33%, restante indica que por lo costoso de articular los paquetes.

Este resultado es casi coherente con el reflejado en la Figura 7, donde se evidencia que los turistas o visitantes se enteran de la oferta turística por cualquier medio menos por las agencias de viajes y turismo. Lo argumentado por las agencias que no ofertan paquetes turísticos es el reflejo de un sector poco impulsado y que anda solo y atomizado.

Pregunta 4. El paquete turístico ofertado incluye los siguientes servicios: (En "otro" indique servicios ofertados diferentes a los acá indicados).

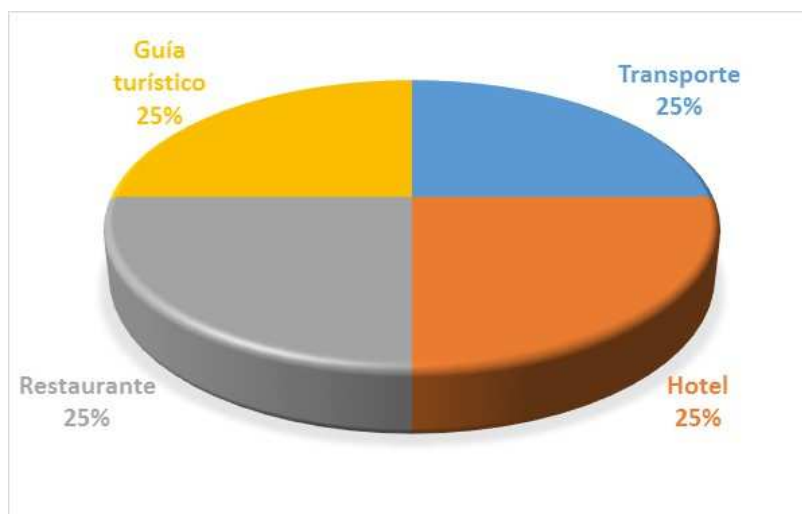


Figura 19
Servicios que incluyen los paquetes ofertados
Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a las Agencias de Viaje y Turismo del Municipio de Yopal

Esta pregunta se encuentra atada a la pregunta 3, donde solo el 25% indica que oferta paquetes turísticos. Como se observa en la Figura 19, éstas incluyen en sus paquetes turísticos, servicios de Guía turístico, Transporte, Restaurante y Hotelería.

La importancia de dinamizar el turismo se ve reflejada en el efecto cascada donde se ven beneficiados otros servicios que hacen parte de la cadena, contribuyendo con esto en la generación de empleo.

Preguntas 5 y 6. Durante el último año ha recibido capacitación sobre turismo por parte de entidades como la Gobernación, Alcaldía, CCC, y SENA. En caso afirmativo indique el número de capacitaciones.

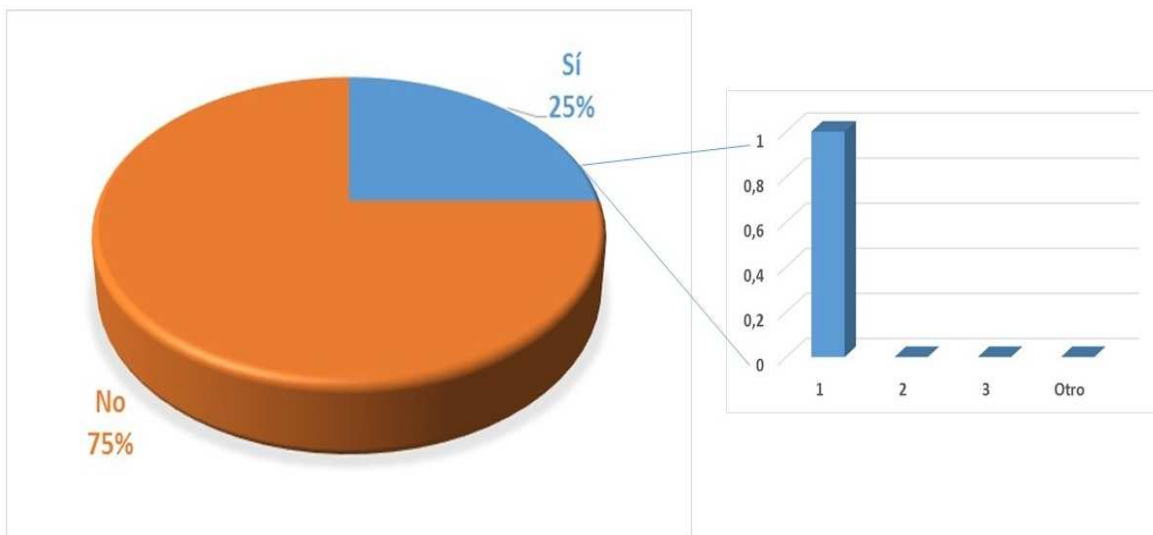


Figura 20

Capacitaciones recibidas por entes estatales y privados

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a las Agencias de Viaje y Turismo del Municipio de Yopal

La figura 20, permite identificar que el 75%, de los encuestados indica no haber recibido capacitación sobre turismo, a diferencia con el 25% que indica haber recibido capacitación durante el último año. El número de capacitaciones obtenidas es de tan solo una.

Este panorama confirma una vez más el desinterés estatal por dinamizar el sector turístico el cual se ve reflejado en la aptitud de las agencias de viajes las cuales en vez de articularse y generar estrategias, caminan por su propio lado.

Pregunta 7. Fue invitado por la Alcaldía o la Gobernación a la articulación de los respectivos planes de desarrollo en lo que tiene ver con el turismo.



Figura 21
Participación en la articulación de los planes de desarrollo
Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a las Agencias de Viaje y Turismo del Municipio de Yopal

El 100% de los encuestados indica que no fueron invitados por la Alcaldía o Gobernación a la articulación de los respectivos Planes de Desarrollo en lo que tiene que ver con el dinamismo del turismo para la región.

Esta pregunta pretende profundizar sobre el compromiso estatal por dinamizar la economía de Yopal, a través del turismo, pero como se evidencia no hay nada concreto.

Pregunta 8. Dentro de las estrategias que tienen para dinamizar el turismo en Yopal en su zona urbana y rural que tipo de turismo están ofertando.

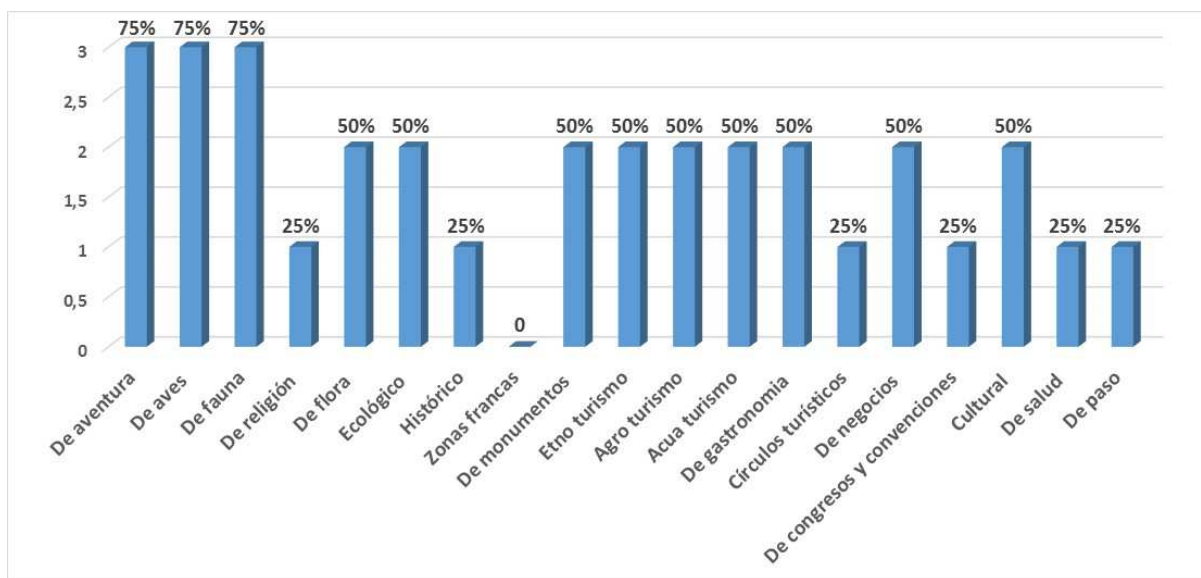


Figura 22

Tipos de turismo ofertados por las Agencias de Viajes y Turismo de Yopal

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a las Agencias de Viaje y Turismo del Municipio de Yopal

Como se observa en la Figura 22, las agencias de viaje y turismo en un 75%, están ofertando los tipos de turismo de Aventura, Aves y de Fauna, un 50%, están ofertando de Flora, Ecológico, Monumentos, Etno turismo, Agro turismo, Acua turismo, Gastronomía, Negocios y Cultural, el 25%, opta por los tipos de Religión, Histórico, Círculos turísticos, Congresos y convenciones, Salud y de Paso. El tipo de turismo denominado de Zonas francas no es ofertado.

Se deduce que las agencias de viajes ofertan el 95% de los tipos de turismo referenciados lo que es bueno para la poca dinámica turística existente en la ciudad ya que si no se pueden ofertar paquetes turísticos se realice por tipos de turismo.

Pregunta 9. De los siguientes tipos de turismo seleccione los que se puedan implementar en Yopal en su zona urbana y rural que permitan mejorar la imagen de éste y por ende la economía y se generen las estrategias necesarias para su implementación. (Tenga en cuenta que los que seleccione no existan pero hay el potencial o si existen pero requieren mejoramiento prioritario)

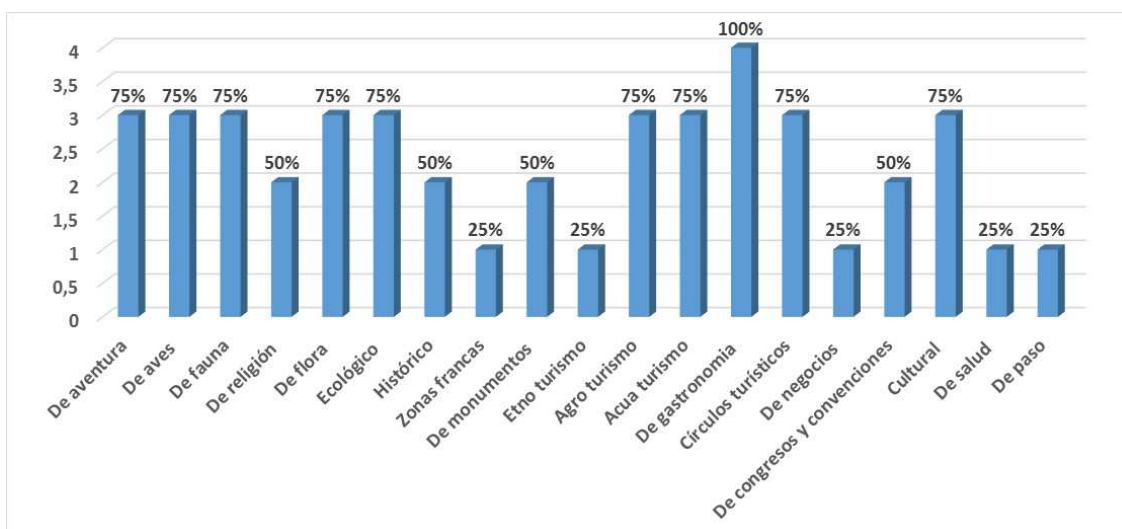


Figura 23

Tipos de turismo que se pueden implementar o mejorar en Yopal

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a las Agencias de Viaje y Turismo del Municipio de Yopal

El 100%, de los encuestados indican que se puede implementar o mejorar el de Gastronomía, un 75%, indica los tipos de Aventura, Aves, Fauna, Flora, Ecológico, Agro turismo, Acua turismo, Círculos turísticos y Cultural, un 50%, optan por de Religión, Histórico, Monumentos y de Congresos y convenciones, el restante 25%, indican que los tipos de Zonas francas, Etno turismo, Negocios, Salud y de Paso.

Al igual que en la encuesta aplicada a los visitantes y turistas también se indica o se deja ver que las agencias de viajes consideran que Yopal se pueden implementar y mejorar el 100% de los tipos de turismo relacionados.

Pregunta 10. Conoce los contenidos de los Planes de Desarrollo de la Alcaldía y Gobernación en lo que tiene que ver con el turismo para el municipio y la región.

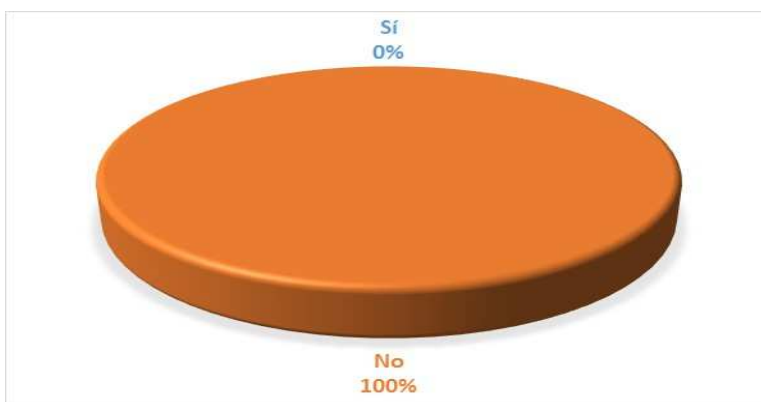


Figura 24
Conocimiento de planes de desarrollo
Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a las Agencias de Viaje y Turismo del Municipio de Yopal

El 100%, de las agencias encuestadas indican que no tienen conocimiento de los planes de desarrollo municipal o departamental.

De tener interés en dinamizar la economía de la región a través del turismo lo primero que deben hacer los respectivos gerentes públicos es articular a todos los actores para que entre todos se construya un modelo que beneficie a todos.

Preguntas 11 y 12. Sabe si la Alcaldía y la Gobernación tienen implementadas rutas turísticas para el municipio y el departamento.

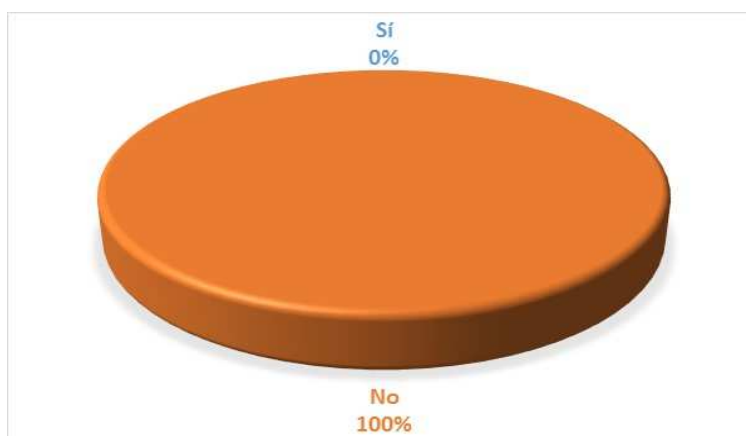


Figura 25

Conocimiento de existencia de rutas turísticas

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a las Agencias de Viaje y Turismo del Municipio de Yopal

El 100%, de las agencias de viajes indican que no tienen conocimiento de la existencia de rutas turísticas a nivel municipal o departamental.

Se evidencia el desconocimiento total por parte de las agencias de temas turísticos existentes. Esto permite indicar que la brecha entre estado y agencias es grande. Parte de las estrategias deben estar enfocadas en el acercamiento y trabajo mancomunado entre agencias y estado.

Preguntas 13. Considera que la Alcaldía y la Gobernación están dando prioridad al turismo justo en estos momentos cuando se necesita dinamizar la economía de la región.

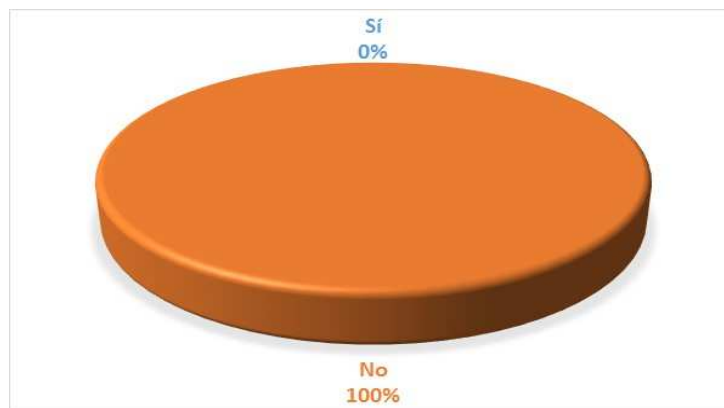


Figura 26

Prioridad generada al turismo por la Alcaldía y Gobernación

Fuente: Los autores de la investigación, con base en la encuesta aplicada a las Agencias de Viaje y Turismo del Municipio de Yopal

Las agencias encuestadas indican en su totalidad que la Alcaldía y la Gobernación no están dando prioridad al turismo como estrategia que permita dinamizar la economía.

Si, los turistas y visitantes evidenciaron esta situación como lo indicaron en la Pregunta 10, de la encuesta aplicada a éstos, obviamente se debe evidenciar mucho más por parte de las agencias quienes se encuentran radicadas en Yopal y perciben directamente cualquier situación generada.

Análisis Planes de Desarrollo Municipal y Departamental, enfocado en el tema turístico

El análisis pretende determinar a través de un cuadro comparativo de los dos planes de desarrollo qué tanta importancia le imprimieron los respectivos mandatarios al turismo como estrategia para dinamizar la economía de la región.

Sobre el papel que desarrollara el turismo a nivel municipal y departamental durante el periodo 2016 – 2019, los PDM, PDD, (2016), estos Planes de Desarrollo indican como se puede ver en el Cuadro 1:

Cuadro 1

Comparativo planes de desarrollo municipal y departamental sección turismo

Plan de Desarrollo Municipal “Una bendición para Yopal” “Yopal, ciudad región con río: joven, justa y todos trabajando”	Plan de Desarrollo Departamental "Casanare con paso firme”
<p>“Turismo. El potencial turístico de Yopal está representado en los atractivos naturales y culturales designados en el Plan de Desarrollo Turístico “Corazón Llanero” en el año 2009 y actualizados por la Secretaria de Desarrollo Económico y Turístico, entre los que destacan el Sendero Ecológico de la Calabozza, Piscina Natural la Aguatoca, el Garcero, Balneario Natural el Mosquito, Caño Palomero, Río Tocaría, Río Cravo Sur, Quebrada la Niata, Río Charte, Mirador Buena Vista, Mirador de la Virgen de la Peña, Mirador de la Virgen de Manare, Manga de Coleo Víctor Hugo Prieto, Parque Francisco de Paula Santander, Patinodromo, Pedro Socha, Parque Ramón Nonato Pérez, Parque el Resurgimiento, Complejo Deportivo el Hobo, Parque de las Aguas, Casa Museo Ocho de Julio, Casa de la Cultura, Catedral San José, entre otros lugares identificados en el documento base PDT, sin embargo existen otros lugar con potencial atractivo turístico que no sea han registrado en el inventario oficial, ricos paisajísticamente en flora y fauna, humedales, bosques y embellecimientos públicos y privados, orientados hacia el turismo de Yopal.</p> <p>Dentro de los atractivos culturales de la ciudad se encuentran con varios eventos artísticos, deportivos y comerciales, entre los que se destaca el Cimarrón de Oro, la Copa América, el Garcero del Llano, Expo Casanare y varias ferias agroindustriales, equinas y ganaderas. A través de estos atractivos turísticos tanto naturales como culturales y la articulación con algunos municipios del departamento. Actualmente Casanare cuenta con quince paquetes turísticos estructurados de los cuales hace parte de la ciudad de Yopal.</p> <p>Dentro del Plan de Ordenamiento Territorial 2013, se aborda el turismo en lo relacionado con algunos atractivos de interés cultural o natural, para desarrollar actividades de “ecoturismo de bajo impacto ambiental” cabalgatas, ciclo montañismo, competencias ecológicas programadas como carreras de observación, cometas,</p>	<p>“Casanare turístico, cultural y deportivo. Casanare posee inmensas potencialidades que lo posicionan como uno de los destinos turísticos más atractivos a nivel nacional. Su rica biodiversidad la variedad de la paisajes, así como el folclor llanero enraizado por sus ancestros y enriquecido por los aportes naturales de personas provenientes de todos los rincones del país se ha sumado a una serie de avances especialmente en la última década en materia de infraestructura de comunicaciones (aérea, terrestre y telecomunicaciones) y de escenarios deportivos complementando por el auge de empresas hoteleras y de servicios a fines con el turismo que lo coloca como un departamento estratégico para el desarrollo de eventos relacionados con el sector.</p> <p>La tendencia a nivel mundial es combinar turismo y deporte, como uno de los atractivos más importantes de la nueva oferta turística, ya que es un mercado en espacio y ofrece grandes beneficios económicos a nivel local en lo que se ha denominado turismo deportivo o turismo activo, que se desarrolla en el medio natural, que aprovechado adecuadamente, potenciará todas las ventajas ambientales, deportivas y recreativas con las cuales se cuenta y que gracias a esta sinergia y sus bondades se ha visto un incremento sostenido de viajeros a nuestros municipios. Sin embargo aún falta gestión pública, por lo que se hace indispensable de la gobernación lidere esta simbiosis y asuma un liderazgo tal como que integre las iniciativas privadas, los gremios y entes como la cámara de comercio, con políticas claras en la suma eficiente de esfuerzos y que entre todos se coadyuve a posicionar a Casanare en los primeros lugares de oferta turística del país.</p> <p>Partiendo de este escenario competitivo, y de la base que el turismo, la cultura y el deporte como potenciador de la calidad de vida son hechos colectivos, que generan dinámica muy positivos cuando logran articularse eficientemente se cuenta con los elementos necesarios para facilitar la creación de nuevas fuentes de empleo</p>

espeleología, arqueología, paseo en canoa y balnearios naturales entre otros.

El turismo como industria en la ciudad de Yopal viene presentando en la última década un alto incremento sobre todo en el área urbana, específicamente en la nueva infraestructura de los establecimientos de alojamiento, alimentación, recreación y entrenamiento según fuentes del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, las licencias para construcciones turísticas se incrementaron hasta el 294,4 % como es el caso de variación del año 2013 a 2014 en el departamento de Casanare, no obstante en Yopal no es considerado aún como un destino a visitar por turistas nacionales y extranjeros debido a su desarrollo incipiente.

Actualmente Yopal cuenta con una desarrollada oferta de establecimientos de alojamiento muy bien organizados en planta, accesibilidad y servicio. Cuenta con la representación de cuatro importantes cadenas hoteleras.

Según los reportes oficiales, el transporte de pasajeros por vía aérea ha disminuido notablemente durante los tres últimos años en Casanare de 198.053 pasajeros nacionales en 2013 se pasó a 137.821 de pasajeros nacionales. Para el 2015, disminución que está estrechamente relacionada con la disminución de actividades de la industria petrolera raíz de la baja en el precio del barril de petróleo, la radiografía económica del municipio muestra serios indicios de recesión, especialmente en el comercio de bienes y servicios, los dos últimos años han sido difíciles dada la crisis del sector petrolero aunado a ello actividades agropecuarias como la ganadería y cultivos como el arroz y la palma, se encuentran estancados y sin generar valor agregado abocados a grandes retos por las intensas sequías y la desertización de los suelos, generando en suma una grave problemática de desempleo.

Aunado a lo anterior se tiene una relación pública - privada resquebrajada, con unos recursos naturales en riesgo que ponen en entre dicho la reacomodación del sector productivo en el marco de pequeños negocios y empresas que carecen de una visual gremial y competitiva y que ha sobrevalorado la posición estratégica con que se cuenta.

Es muy común que regiones incluso países que han sido objeto de una repentina bonanza como resultado de la explotación de recursos naturales, como es el caso de Yopal con su producción petrolera, se vean abocados a un proceso de desindustrialización ya que esta situación provoca un traslado de recursos productivos y un debilitamiento de las actividades no mineras. En cierta medida la región ha sentido este efecto el cual se evidencia en un sector agropecuario poco competitivo que sigue estancado en el tiempo de pequeños y medianos productores con dificultad en la transferencia

como es el mayor reclamo de los casanareños. Por todo lo anterior, el reto del plan de desarrollo “Casanare con paso firme” es lograr su interacción en forma eficaz de manera que se genere un desarrollo social y financiero sostenido hacia una promoción de actividades que representarían el resurgimiento de Casanare como un departamento pujante, apoyado en una economía sólida e incluyente, a la vez contribuyendo a la dinamización de los sectores más afectados por la explotación petrolera, como es el agropecuario y medio ambiente.

Sector turismo programa.

Turismo sostenible firme. En el contexto internacional, Colombia desde hace unos años, se ha venido convirtiendo en uno de los destinos turísticos más atractivo y visitados de América Latina, debido a su diversidad regional, sus riquezas culturales, naturales, la hospitalidad y la espontaneidad de sus gentes.

Así mismo la Orinoquía, y en particular el departamento de Casanare cuenta con unas valiosas riquezas cultura es, ambientales, paisajísticas y una infraestructura de comunicaciones y servicios cada vez más apropiado; que lo vienen convirtiendo en un destino turístico atractivo a nivel nacional y cada vez con mayor interés para los turistas extranjeros.

Estas potencialidades, hacen que esta puesta productiva se esté conviniendo en una nueva alternativas de generación de empleos y la dinamización económica, que ira a contribuir sobre el crecimiento social y productivo del departamento.

En la cultura, las tradiciones ancestrales, la mitología, la conservación de las etnias indígenas y las riquezas artesanal y artística del folclor llanero. Hacen que sea un activo cautivo y llamativo en donde el visitante además de involucrarse en las faenas del ato llanero encuentra en su música, baile, y gastronomía nuevos elementos de comprensión de la forma de vida del llanero. En lo ambiental y paisajista, la biodiversidad natural de su fauna, sabanas, los suelos del piedemonte y las escrituras lo hacen un paraíso ambiental sin igual, con un alto potencial para la práctica del deporte extremo con su valiosa oferta hídrica. En cuanto a infraestructura, la inversión realizada y proyectada por el gobierno nacional en las tres (3) vías regionales que conectan a Casanare con Bogotá DC brindará un acceso seguro con un paisaje nativo con una experiencia inolvidable por el viajero.

Es de resaltar, que a pesar de todas estas potencialidades turísticas, las mismas no han sido promocionadas adecuadamente ni han recibido la atención de las administraciones territoriales, en cuanto a generar alianzas público- privadas y estrategias o políticas públicas direccionadas para el apoyo, acompañamiento y fortalecimiento de este sector.

Es por ello, que se requiere identificar, caracterizar y potencializar la riqueza turística del departamento a

de tecnología que permitía mejorar la producción donde aún no se vislumbra la instrucción de un valor agregado. No se han potencializado importantes oportunidades regionales, ni se han introducido estrategias de marketing por parte de los productores, así mismo el Estado ha sido ajeno a la dinámica comercial y empresarial con miras a un trabajo mancomunado con los gremios y que permita gestar y potencializar una plataforma agroindustrial digna de una ciudad con un amplio corredor comercial.

La ausencia de una política encaminada a fortalecer otros renglones de la economía y el bajo interés por parte de empresarios y productores, al desaprovechar las virtudes del municipio como una importante plataforma para apuntalar productos competitivos y las pocas iniciativas de asociatividad y organización estratégica limita al sector productivo que observa la caída indiscutible en la demanda de sus productos.

En la actualidad el sector adolece de un análisis de limitante y potencialidades, actualización de inventarios de atractivos, análisis de mercado de infraestructura de formación y capacitación, análisis de componente ambiental y territorial, definición de la cisión turística de Yopal, diseño y comercialización desarrollo empresarial, capacitación y formación; que permitan priorizar proyectos turísticos con su respectivo plan de inversiones.

Lo anterior ha originado el desaprovechamiento de grandes oportunidades del mercado regional nacional e internacional en el marco de unos recursos naturales y turísticos con grandes potencialidades que podrían ser motor de crecimiento económico a nivel local y regional. De tal manera que resulta indispensable la organización institucional y la articulación gremial a través del turismo como medida base en el proceso de reactivación comercial y empresarial.

Subprograma Yopal epicentro turístico regional.

Alcance. Se establecerá un modelo de desarrollo turístico planificado, sostenible y competitivo para hacer de Yopal una ciudad que brinde todas las garantías a nuestros Yopaleños, visitantes y a nuevos inversionistas por tal motivo se iniciara con la actualización del Plan de Desarrollo Turístico de Yopal - PDTY, guía fundamental para orientar el desarrollo sectorial y sostenible para los próximos 10 años “es la carta de navegación” que evita la improvisación, un instrumento que evita la inadecuada financiación y además califica a la ciudad de Yopal para gestionar recursos internacionales y nacionales ante dependencias como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Fondo Nacional de Turismo - FONTUR y la misma formulación de proyectos ante los OCAD.

En este orden se adelantaran las siguientes estrategias:

través de proceso concertado y entre sectores publicos y privado, que permitan coordinar y articular esfuerzos y recursos en la dinamización de esta apuesta deportiva y en sus potencialidades.

Proyecto nuestra apuesta es el turismo.

Fortalecernos el turismo para que de manera estratégica el turismo se articule con la dinámicas económica, social y cultural de cansare. Para ello, vamos a organizar escenario que nos ayuden a integral y articular esfuerzos entre los sectores públicos y privados a fin de apoyar aquella iniciativa que fomenten este sector. Además, procuraremos que las condiciones instruccionales, de entorno e infraestructura turística que ayuden a fomentar la competitividad del sector y logren consolidar al departamento como un destino turístico reconocido a nivel nacional. En esta tarea articularemos con el gobierno nacional y el sector privado programas especiales para el fomento del turismo.

Proyecto Casanare inolvidable.

Se diseñara y promocionara la marca registrada del Departamento de Casanare, que nos permita ser reconocidos a nivel local, nacional e internacional; como mecanismo de proyección del destino Casanare. Para ello contara con la participación del departamento en los diferentes eventos turísticos; culturales, naturales, biológicos, gastronómicos, artesanales y deportivos que se realicen a nivel nacional e internacional.”

-
1. Promover la actualización del POT con un enfoque turístico dándole prelación a la sostenibilidad a la movilidad y el ornato de la ciudad
 2. Promover la implementación de sistema de gestión turista transversal al interior de la administración municipal.
 3. Fortalecer la articulación de la administración municipal con las iniciativas interinstitucionales de la Cámara de Comercio, SENA, academia, empresarios y demás sectores
 4. Incrementar la seguridad urbana y rural priorizando las zonas de desarrollo y/o potencial turístico de la ciudad
 5. Fortalecimiento a la policía de turismo (número de efectivos y dotación)
 6. Potencializar las actuales zonas de desarrollo turístico como Morichal, Sirivana, el Morro, Quebrada Seca, entre otros.
 7. Priorizar las inversiones de infraestructura de vías, servicios públicos y TIC y demás gestiones a las zonas en donde hay mayor desarrollo turístico definido evitando atomización de los recursos
 8. Gestionar la actualización temática y docente del SENA enfocada al turismo y sus eslabones principales. (guías de turismo, bilingüismo, gastronómico, atención al cliente, primeros auxilios)
 9. Diseño e implementación de programas de cultura ciudadana enfocada al turista.
 10. Fortalecer los procesos de asociatividad gremial con prestadores de servicio turístico que propenden el desarrollo endógeno.
 11. Promover los emprendimiento e incitativas de negocios inclusivos.

Objetivo. Esta administración propenderá por posicionar a Yopal como una ciudad región que atraerá la inversión pública, privada y motivará la llegada de turistas que dinamicen la economía local de manera sostenible.”

Fuente: Planes de Desarrollo de la Alcaldía de Yopal y la Gobernación de Casanare 2016 - 2019

Extractados los textos encontrados sobre turismo en los Planes de Desarrollo del Municipio de Yopal y la Gobernación de Casanare se puede evidenciar que para los Gerentes actuales de la Alcaldía y la Gobernación tienen plenamente identificado que los dos territorios

tienen potencial turístico, este planteamiento fue totalmente identificado y ratificado por los turistas, viajeros y las agencias de viajes y turismo. Esta relevancia es evidente desde 2009, cuando en el documento denominado Plan de Desarrollo Turístico “Corazón Llanero” emitido por la Alcaldía de Yopal se citan una serie de sitios turísticos representativos para el municipio a través de los cuales se puede empoderar el turismo.

El municipio resalta que para el año 2016 se cuenta con una infraestructura hotelera suficiente incluso se hace alusión a cuatro cadenas hoteleras que confiando en el potencial de la ciudad construyeron y están funcionando sus hoteles y se resalta el hecho de como la construcción de hoteles creció en 294% durante el periodo 2013 – 2014.

Resaltan por igual la infraestructura existente en vías, aéreas y de comunicación. En Yopal el solo hecho de tener un aeropuerto internacional le genera una imagen positiva a la región.

La Gobernación por su lado resalta en el documento como estrategias mundiales de combinar turismo y deporte les ha permitido dinamizar el turismo y a nivel de Colombia como el incremento del turismo en el país ha sido positivo.

La Alcaldía en el texto reconoce como a partir de 2015, por el bajonazo de los precios del petróleo, en Yopal se evidencian síntomas de recesión. Obviamente esto afecta directamente en alto grado la economía, porque la primera variable que se ve afectada en el municipio es el desempleo inminente y tangible teniendo en cuenta que la economía de la región dependía en 95% del petróleo.

Municipio y Departamento reconocen una problemática que también se evidencio directamente en la encuesta de Agencias de Turismo e indirectamente con la encuesta aplicada a

los turistas y viajeros y es el notorio trabajo mancomunado entre el sector público y privado que no existe.

La Alcaldía reconoce prácticamente con otras palabras que el municipio cayó en la enfermedad Holandesa donde incluso se dejó de lado otros sectores económicos, como la ganadería y la agricultura y que si hubiesen sido bien administrados estarían dando soporte económico y la crisis se sentiría en menor impacto.

El municipio indica que no hay estudios recientes sobre fortalezas y debilidades del sector, ni inventarios actualizados de atractivos turísticos y sistemas de mercadeo del mismo, desaprovechando el turismo como potencial dinamizador de la economía

Como prioridad en ambos textos se identifica dinamizar la economía a través del turismo, para lo cual la alcaldía propone actualizar el Plan de Desarrollo Turístico a diez años ya que es la carta de navegación para consecución de recursos a nivel nacional e internacional. El Departamento promocionara la marca registrada “Departamento de Casanare”

Formulación de estrategias.

Partiendo de los resultados obtenidos en las encuestas y los respectivos análisis de éstas como también de los planes de desarrollo municipal y departamental se procede a realizar un análisis interno y externo utilizando la matriz de debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas conocida como DOFA y a partir de estas generar las estrategias. Hill & Jones (2009) indica:

El siguiente componente del pensamiento estratégico implica generar una serie de alternativas estratégicas u opciones de estrategias futuras por seguir, dadas las fortalezas y debilidades internas de la organización y sus oportunidades y amenazas externas esto se conoce como análisis DOFA. Su propósito central es identificar las estrategias para aprovechar las oportunidades externas, contrarrestar las amenazas, acumular y proteger las fortalezas de la organización y erradicar las debilidades. (p.18).

En el cuadro 2, se encuentran identificadas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas

Cuadro 2

Aplicación DOFA, con base en los resultados y análisis de encuestas y planes de desarrollo municipal y departamental 2016 – 2019.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> *El potencial turístico de 19 tipos de turismo que se pueden desarrollar. *Infraestructura de más de 200 hoteles *Cuatro vías de acceso terrestres, permiten conexión de todo el país con Casanare. *Aeropuerto que moviliza más 75 mil usuarios al año. *40% de los visitantes son recurrentes. *Los diferentes tipos de visitantes recomendarían hacer turismo en Yopal *El potencial de talento humano disponible. *El potencial de restaurantes y transporte. *Existencia de rutas turísticas. *Existencia de municipios del dpto con vocación turística. 	<ul style="list-style-type: none"> *Desarticulación del estado a nivel municipal y departamental con el sector. *No hay articulación entre las empresas beneficiarias del dinamismo del sector. *La no existencia de programas de sensibilización sobre la importancia del turismo para el municipio. *Falta de inventario turístico actualizado *No existe suficiente promoción de eventos habituales y que pueden demandar turistas. *No existe cultura de servicio al cliente. *Difícil localización de puntos turísticos. *No existe compromiso político por desarrollar el turismo. *Estancamiento de la economía. *Baja capacidad de asociación.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> *Compromiso OMT, por impulsar turismo en el mundo en pro del cumplimiento de los ODS *Legislación vigente totalmente reglamentada para desarrollar el turismo en Colombia a nivel local, departamental, regional y nacional. *Promoción constante del turismo a nivel nacional e internacional por parte de Fontur. *La globalización, opción para captar turistas extranjeros. *Interés a nivel internacional por el turismo de naturaleza. *Reducción ostensible de actores armados de violencias. *Experiencias nuevas en turismo de México y USA. *Nuevas tecnologías e I+D *Cercanía frontera con Venezuela. *Boom de los negocios verdes 	<ul style="list-style-type: none"> *Cuando se habla de llano a nivel nacional no se identifica como tal a Casanare. * Percepción negativa que se hayan llevado los visitantes nacionales y extranjeros por el bajo interés de todos los actores por el desarrollo del turismo *El avance y consolidación del turismo de otras ciudades y regiones en Colombia. *Corrupción marcada e identificada a nivel nacional. *Impactos ambientales ocasionados por perforación y extracción de petróleo. *Daños de los ecosistemas generado por el turismo sin control y sin reducción de impactos ambientales. *Dependencia que aún persiste por recursos de regalías generadas por extracción de petróleo. *Imagen de Colombia ante el mundo como generador de violencia y drogas. *Turismo sexual

Fuente: Los autores.

Identificados los factores internos y externos arrojados en la DOFA, se formulan las estrategias que permitirán dinamizar el turismo en Yopal, beneficiándose no solo el sector hotelero sino también los demás sectores económicos del municipio. En el cuadro 3, se pueden observar, donde además se estipulan sus indicadores, teniendo en cuenta que una característica especial de las estrategias es que deben ser medibles en el tiempo. Hill & Jones (2009) al respecto señalan: “Una estrategia es un conjunto de acciones estructuradas que los administradores adoptan para mejorar el desempeño de su compañía”. (p.3). Igualmente se indican los tipos de objetivos a los que corresponden las estrategias formuladas haciendo la aclaración si corresponden a anuales o largo plazo, los primeros son las estrategias que se deben cumplir antes de un año y la segunda corresponde a las que se deben cumplir en tiempo superiora un año. David (2008) señala:

Los objetivos anuales son metas a corto plazo, inferiores a un año y los de largo plazo son metas a más de un año que las organizaciones deben lograr para cumplir. Al igual que los objetivos a largo plazo, los objetivos anuales deben ser fáciles de medir, cuantitativos, desafiantes, realistas, consistentes y prioritarios; deben establecerse en los niveles de dirección, de división y funcionales de las organizaciones. (p.12).

En cuanto a la implementación de las estrategias producto de la investigación corresponde al Alcalde como gerente de la administración municipal tomar la decisión de implementarlas en trabajo mancomunado no solo con su equipo sino con toda la comunidad, pues el desarrollo del turismo tiene como fin único el desarrollo económico y social del municipio. David (2008) al respecto argumenta: “La implantación de la estrategia significa movilizar a los empleados y gerentes para poner en acción las estrategias formuladas. Es considerada con frecuencia como la etapa más difícil de la dirección estratégica, requiere disciplina, compromiso y sacrificio personal”. (p.6).

Cuadro 3

Formulación de estrategias para el desarrollo del turismo en Yopal.

ESTRATEGIA	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	TIPO DE OBJETIVOS
Liderazgo transformacional, (Alcalde) para identificar, mejorar, implementar y desarrollar el turismo	$\frac{\text{Tiempo ejecutado para desarrollo total de turismo}}{\text{Tiempo estipulado para desarrollo total del turismo}} * 100$	Largo plazo
Articulación total del concejo municipal	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de concejales articulados}}{\text{Articulación total integrantes concejo}} * 100$	Corto plazo
Articulación de alcaldía con universidades, Sena, cámara de comercio y agencias de viajes y turismo	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de entidades articuladas}}{\text{Total de entidades existentes en el municipio}} * 100$	Corto plazo
Capacitación específica en turismo para las empresas que tengan que ver con el turismo	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de empresas capacitadas}}{\text{Total empresas involucradas con el turismo}} * 100$	Corto plazo
Capacitación específica en servicio al cliente para todas las empresas existentes en Yopal	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de empresas capacitadas}}{\text{Total empresas existentes en Yopal}} * 100$	Corto plazo
Realizar inventario turístico de Yopal.	$\frac{\text{N}^\circ \text{ inventarios ejecutados}}{\text{N}^\circ \text{ inventarios programados}} * 100$	Corto plazo
Reuniones con alcaldes municipios cercanos viabilizar círculos turísticos	$\frac{\text{N}^\circ \text{ reuniones ejecutadas}}{\text{N}^\circ \text{ reuniones programadas}} * 100$	Corto plazo
Socialización con comunidad en general importancia del turismo para la región	$\frac{\text{N}^\circ \text{ socializaciones ejecutadas}}{\text{N}^\circ \text{ socializaciones programadas}} * 100$	Corto plazo
Diseñar plan estratégico agresivo de publicidad turística para Yopal	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de pautas ejecutadas}}{\text{N}^\circ \text{ pautas programadas}} * 100$	Corto plazo

Con base en inventario identificar tanto en sector urbano como en rural que requiere mantenimiento, mejoramiento, rediseño, o construcción nueva de infraestructura turística	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de sitios turísticos intervenidos}}{\text{Total sitios turísticos identificados}}$	*100	Corto plazo
Crear la marca de turismo a nivel municipal con la cual se genere promoción a nivel local, regional, nacional e internacional	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de marcas diseñadas}}{\text{Total marcas a crear}}$	*100	Corto plazo
Fomentar la asociatividad y la creación de negocios verdes alrededor del turismo	$\frac{\text{N}^\circ \text{ actividades ejecutadas}}{\text{N}^\circ \text{ de actividades programadas}}$	*100	Largo plazo
Creación de puntos turísticos estratégicos (Terminal aéreo, terrestre y en las dos vías principales de acceso a Yopal)	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de puntos creados}}{\text{Total de puntos a crear}}$	*100	Largo plazo
Realización de estudios de impacto ambiental a los 19 tipos de turismo que se pueden y realizan en Yopal, con el fin de generar estrategias de mitigación y de responsabilidad social empresarial	$\frac{\text{N}^\circ \text{ estudios ejecutados}}{\text{N}^\circ \text{ de estudios programados}}$	*100	Largo plazo
Identificar en los ODS, los objetivos que articulen con el turismo, con el objeto de articular las ideas de negocios con estos.	$\frac{\text{N}^\circ \text{ ODS, que se pueden articular}}{\text{Total de ODS, según la ONU}}$	*100	Corto plazo
Atraer inversión extranjera a través de reducción impuestos que desarrolle productos turísticos de gran impacto	$\frac{\text{N}^\circ \text{ Inversionistas con intención de invertir}}{\text{Total de inversionistas invitados programados}}$	*100	Largo plazo
Identificar ONG, internacionales que aporten recursos a asociaciones empresariales que a través de sus negocios cuiden el medio ambiente.	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de ONG, que estén dispuestas a trabajar}}{\text{Total de ONG, identificadas}}$	*100	Corto plazo
	$\frac{\text{N}^\circ \text{ programas ejecutados}}{\text{Total programas a crear}}$	*100	Corto plazo

Crear un programa de prevención y promoción para evitar el turismo sexual	N° programas creados		
Crear o adecuar colegios para que la media técnica este enfocada en la generación de empresas turísticas	$\frac{\text{N° colegios adecuados}}{\text{Total de colegios identificados}} * 100$		Largo plazo

Fuente: Los autores.

Sistematización de lecciones aprendidas

Llevar a cabo la investigación permitió primero aplicar los conocimientos adquiridos en el aula para luego desarrollarlos en un contexto real y en segunda instancia detectar las falencias que aún persisten en entidades del Estado.

Hay que tener claro que las organizaciones sean estatales o privadas tienen el mismo objetivo y es generar una rentabilidad. En las primeras hace referencia a esa rentabilidad social que se ve reflejada en calidad de vida para sus comunidades al poder desarrollar planes de vivienda, acueducto, alcantarillado, energía, infraestructura vial, aérea y tecnológica entre otras. Por otro lado lo que espera el sector privado es la rentabilidad económica sobre los recursos que invierten donde a través de estas organizaciones los inversores contribuyen a que el Estado logre conseguir sus políticas micro y macroeconómicas, al garantizar empleo y la reducción de la pobreza entre otros.

Si las organizaciones privadas logran ser competitivas a través de la utilización de diferentes herramientas administrativas como las FODA, EFI, EFE, MPC, BCG, Las cinco fuerzas de Porter, entre otras y con teorías o funciones administrativas como la planeación estratégica y la prospectiva y a partir de la utilización de estas generar estrategias que aunadas a la innovación y al uso de nuevas tecnologías logran empresas altamente competitivas y que

perduren en el tiempo; no se logra entender como una Entidad Estatal que de por sí debe dar el ejemplo en el manejo, direccionamiento o gerenciamiento organizacional.

Luego de haber evidenciado la Enfermedad Holandesa el Municipio de Yopal y al ver como su economía se fue al piso por esta causa debieron haberse mirado otros sectores con el objeto de generar todo tipo de estrategias que dinamizaran la economía y no como pasa hoy que después de tres años todo continúe peor sin que se hayan tomado las acciones necesarias.

Cabe preguntarse si no es culpa del mismo Estado que permite que sus dirigentes lleguen a este sin la suficiente preparación universitaria y de experiencia en la dirección y gerencia de organizaciones privadas, pues finalmente esto es lo que moldea al ser humano para que realice un gestión eficaz que marque diferencia y muestre resultados ya que estas entidades también pueden y deben ser altamente competitivas.

Nuestra propuesta de valor

Esta investigación cobra relevancia porque permite identificar a través de tres sujetos de investigación: Visitantes y turistas, las agencias de viajes y turismo y por último los planes de desarrollo municipal y departamental si a través de la generación de estrategias se logra dinamizar el turismo y por ende el mejoramiento del sector hotelero de Yopal. Para lograr este objetivo se diseñaron y aplicaron dos encuestas a los dos primeros sujetos y para el tercero se realizó un análisis comparativo.

Aplicados los instrumentos y tabulada la información y realizado el análisis de los planes de desarrollo lo primero que se logra identificar es el potencial que tiene Yopal en su área urbana y rural para el turismo y que así lo tienen plena y claramente identificados los gobernantes de turno en sus planes de desarrollo, pero como tal solo está en el papel porque la situación económica de Yopal cada vez es peor.

Se lograron identificar 19 tipos de turismo de los cuales los turistas y visitantes nacionales e internacionales indicaron que el 100% aplican para que se implementen en el municipio. Otro valor agregado a la investigación es que la encuesta se aplicó a los turistas y visitantes que entran y salen por vía aérea o sea a través del Aeropuerto el Alcaraván, inicialmente por no haber podido hallar información de movilidad en el terminal terrestre de la ciudad y luego de analizar este traspiés se concluye que puede ser una ventaja a favor ya que por la capacidad económica tienen mayor conocimiento de otras regiones, incluso a nivel mundial diferentes a su sitio de residencia lo que les permitió hablar con propiedad sobre el potencial turístico de Yopal.

La situación económica de la ciudad en el momento no es la mejor la tendencia es a empeorar si se tiene en cuenta el problema de ingobernabilidad por la situación acaecida al

alcalde de turno y donde sectores como el comercial, de servicios como el hotelero, restaurantes, transporte e incluso en mayor grado el bancario están pasando por los peores momentos al tener que cerrar definitivamente o unificar sedes. Acciones que impactan automáticamente el desempleo entre otras variables que perjudican automáticamente la dinámica económica positiva de Yopal.

Con base en lo anterior es acá donde la investigación generada cobra importancia al servir como punto de partida que confirma que el turismo es un sector que en otras ciudades y países luego de su implementación y desarrollo han logrado dinamizar las economías. Por ende si el Alcalde y Gobernador articulados con los sectores comerciales y de servicios y la Cámara de Comercio de Casanare entre otros grupos de interés deciden dinamizarlo a través de estrategias que mejoren la imagen de éste es el momento oportuno ya que finalmente se verán beneficiados no solo el sector hotelero sino los demás sectores directa e indirectamente.

Conclusiones.

En el mundo es evidente la importancia que para el mejoramiento de sus economías tiene el turismo y la mayoría de los esfuerzos se enfocan en su consolidación.

Con base en el primer objetivo específico se puede concluir que Yopal en su zona urbana y rural posee potencial turístico, por ende se debe dar prioridad a las estrategias de mejoramiento las cuales impactaran la imagen del turismo positivamente, para el diseño de éstas se debe tener en cuenta el 100%, de los tipos de turismo identificados en las encuestas incluso para desarrollar el de Zona Franca, si como política municipal y departamental deciden generarlo teniendo en cuenta la dinámica fronteriza por la cercanía y paso obligado vía terrestre con Venezuela.

Yopal y la región tiene un potencial de visitantes provenientes de todo el país y de algunos lugares del mundo, que pese a no existir una imagen positiva del turismo son embajadores de éste en el mundo y esto lo evidencia la encuesta ya que llegaron a la región en mayor grado por recomendación de un amigo. Donde además el 40%, de estos han visitado por diferentes motivos más de una vez la ciudad.

Dos estrategias importantes que deben, analizar y matizar los mandatarios locales y departamentales es el aprovechamiento de la apertura de nuevas instalaciones clínicas en la ciudad las cuales son muy modernas y cuentan con diferentes especialidades, incluso muchas de éstas inexistentes anteriormente en la ciudad, de esta manera se empoderaría el turismo de salud muy valorado en otras ciudades del país. El otro hace referencia al turismo de paso al contar con un aeropuerto internacional el cual se está modernizando y quedara subutilizado sino se generan estrategias que lo dinamicen más aun cuando por vía aérea dista de la capital a menos de 40 minutos.

Frente al segundo objetivo se evidencio que las agencias de viajes y turismo de los 19 tipos de turismo identificados en la encuesta ofertan el 95%, sin embargo los visitantes permiten identificar que se pueden desarrollar el 100%.

Se deben generar estrategias de capacitación en servicio al cliente a todos los actores de la cadena con el objetivo de mejorar el servicio a los usuarios del turismo, logrando con esto buscar estándares de calidad que siempre lo califiquen excelente y no como sucedió en la encuesta donde su mejor calificación fue “bueno”.

Se deben generar capacitaciones constantes y actualizaciones sobre cualquier dinámica en el sector turístico que se origine a las Agencias de Viajes de Turismo de la región de algunas ciudades capitales principales como Bogotá, Villavicencio, Santander y Boyacá que de acuerdo a la encuesta son los sitios de mayor procedencia de los visitantes sin dejar de tener en cuenta ciudades otras ciudades importantes del país.

Es importante tener en cuenta al momento de implementar las estrategias el hecho evidenciado en la encuesta respecto al género, ya que Yopal es visitado por igual número de hombres y mujeres, pues son dos segmentos que piensan y actúan diferente.

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta frente al tercer objetivo específico se evidencia que las agencias de viajes y turismo de Yopal prácticamente no ofertan paquetes turísticos, por ende como estrategia se recomienda generar prioritariamente el inventario turístico articulados Estado y las Agencias de Viajes y Turismo, los demás interesados de la cadena (hoteles, restaurantes, transporte, etc) y la academia para que entre todos con base en este se generen paquetes turísticos viables y de impacto que incluyan fuertemente el turismo de círculos turísticos lo que generaría un gana a gana entre municipios.

Por ejemplo pese a existir rutas turísticas en la región se observa un total desconocimiento no solo por parte de los visitantes y viajeros sino también por parte las Agencias de Viajes y Turismo y que estos últimos quienes deben liderar la imagen del turismo no estén enterados de la existencia de éstas deja ver distanciamiento grande que existe con el Estado.

Frente al cuarto objetivo, es visible y palpable la desarticulación del sector de Viajes y Turismo con el Estado quizás por falta de compromiso de este último en la generación de estrategias que logren sacar del estado catatónico a la economía. Lo interesante es que esto lo reconocen en los Planes de Desarrollo los mandatarios de turno y es la percepción que se llevaron los turistas y viajeros como también la evidencian las Agencias de Viajes y Turismo.

La gestión de la calidad y el trabajo en equipo funcionan si la implementación de estrategias se hace a todo nivel refiriéndose a vincular a los clientes internos y externos al momento de detectar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades y diseño de estrategias. Si los gerentes (Alcalde y Gobernador) tienen claro este concepto entenderían que en el momento de diseñar los Planes de Desarrollo deben vincular a todos los grupos de interés.

Al confrontar el objetivo específico quinto se observa que no existe un interés político real por desarrollar el turismo como estrategia que dinamice todos los sectores de la economía. Se evidencia en que efectivamente en los Planes de Desarrollo Municipal y Departamental 2016 – 2019, el Alcalde y Gobernador de turno entienden la importancia del turismo como motor de la economía e indican una serie de actividades a desarrollar con el objeto de mejorar su imagen y resaltar su importancia dentro de la economía de la región, pero hasta el momento se evidencia que el interés solo quedo en el papel. Lo ratifica el hecho que los Alcaldes que han pasado por el

municipio desde 2009, año en el cual se elaboró el primer Plan de Desarrollo Turístico y a la fecha no hay nada concreto en turismo que permita mejorar su imagen.

Sectores característicos de la región antes del boom petrolero como el ganadero y el agroindustrial en la actualidad están peor que durante el paso primordial del petróleo en la economía. Por ende se deben diseñar estrategias que permitan dinamizar estos sectores paralelos con el turismo para evitar que Yopal y la región padezcan por segunda vez la enfermedad holandesa.

Frente al objetivo general haber identificado las estrategias que contribuirán con el desarrollo del turismo y de esta manera se dinamicen no solo el sector hotelero sino los demás sectores que hacen parte de la economía de la ciudad solo dará resultados si existe voluntad política y empresarial y liderazgo transformacional que genere cambios que mejoren sustantivamente indicadores económicos y sociales del municipio y la región.

Recomendaciones

Teniendo en cuenta los anteriores planteamientos producto del trabajo de investigación los investigadores plasman las siguientes recomendaciones:

El alcalde y gobernador deben desarrollar a plenitud el liderazgo transformacional, entendido este como la capacidad de desplegar todo su potencial para gerenciar, generar cambios y articular sus equipos de trabajo, entidades privadas y comunidad en pro de llevar a cabo los objetivos de las dos entidades.

La alcaldía y la gobernación deben dejar aun lado la persistencia que se tiene aun en la búsqueda de recursos generados por el sector petrolero.

Es necesario que comunidad, entidades publicas y privadas se articulen en la dinamización de otros sectores incluyendo el turismo, para que de esta manera se logre dinamizar la economía local y regional.

Alcaldía y Gobernación deben priorizar capacitaciones para la comunidad que permitan generar cambios mentales sobre el paradigma que solo el trabajar en el sector petrolero es rentable.

La comunidad casanareña debe entender que solo mediante el trabajo mancomunado el hombre ha logrado generar grandes transformaciones.

Las Agencias de Viajes y turismo y personas naturales dedicadas al turismo deben dejar de trabajar desarticulados y pensar en generar un trabajo mancomunado que les permita generar un tipo de asociatividad que les garantice ser oídos políticamente para que se legisle a nivel local.

Cada uno de los actores que viven en Yopal deben aprovechar el valor que tiene esta investigación para desarrollar el turismo en el menor tiempo. El que uno de los sujetos de estudio fuera visitantes y turistas foráneos tenía como fin que ellos identificaran lo que los Yopaleños y sus residentes no han visto en la ciudad “el potencial turístico”.

Teniendo en cuenta que la relación de los visitantes y turistas que acceden al municipio es 1 a 1 en cuanto género, se deben generar estrategias de mercadeo enfocadas en las mujeres ya que se ha demostrado que son compradoras compulsivas.

Como se vienen implementando clúster de: piña, ganadería y oil y gas todos los actores deben pensar en articular el del turismo.

Los actores deben entender que el servicio al cliente es un valor diferencial que motiva la compra y Yopal o Casanare en general carecen de éste. Es necesario revertir esta realidad de manera prioritaria.

Alcaldía y Gobernación deben tener clara la importancia de los puntos de información turística, por ende además de construir se deben potencializar para que cumplan con eficiencia su función.

Se debe promocionar y publicitar las rutas turísticas existentes a nivel departamental.

Alcaldía y Gobernación debe garantizar la participación de la sociedad en la construcción de los planes de desarrollo. Igualmente, la respectiva socialización a éstos.

Referencias bibliográficas

- Alcaldía de Yopal. (2016). Plan de Desarrollo del Municipio de Yopal "Una bendición para Yopal" 2016 - 2019 (1st ed., pp. 174 -189). Yopal: Alcaldía de Yopal. Recuperado de: <http://yopal-casanare.gov.co/apc-aa-files/34633439623961383838323233376564/plan-de-desarrollo-final-com.pdf>
- Aguilar, O., Galeano, C., & Pérez, L. (1997). Petróleo y desarrollo (1st ed., p. 11). Villavicencio: Unal. Recuperado de: http://www.bdigital.unal.edu.co/7499/1/PETR%C3%93LEO_Y_DESARROLLO.pdf
- Boletines Operacionales. (2017). www.aerocivil.gov.co. Recuperado de: <http://www.aerocivil.gov.co/atencion/estadisticas-de-las-actividades-aeronauticas/boletines-operacionales>
- cccasanare.co. (2017). Encuesta de percepción económica de Yopal 2016 - 2017.(p.3) Recuperado de: <http://cccasanare.co/wp-content/uploads/2017/06/No.-145-A-ENCUESTA-DE-PERCEPCION-ECONOMICA-2016-2017.pdf>
- Celedón, N. (2014). Caída del precio del petróleo afecta metas del 2015. Portafolio, p. 1. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/caida-precio-petroleo-afecta-metas-2015-53920>
- Dane. (2009) Informe de Coyuntura Económica Regional Departamento de Casanare. (1st ed., p. 23). Bogotá D.C: Dane & Banco de la República.. Recuperado de: https://www.dane.gov.co/files/icer/2009/casanare_icer_II_sem_09.pdf
- Dane. (2015). Informe de coyuntura económica regional departamento de Casanare. (1st ed., p. 26). Bogotá D.C: DANE & Banco de la República. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/icer/2014/ICER_Casanare_2014.pdf
- Dane (2015). Investigaciones PIB, Departamentales 2012 Definitivo y 2013 Provisional. Recuperado de: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2005/Bol_dptal_2012def_2013pre.pdf
- David, F. (2008). Conceptos de Administración estratégica (9th ed., p. 5). México: Pearson Educación.
- DNP. (2017). Reportes: Saldo indicativo de recursos de inversión SGR para financiación de proyectos.. sicodis.dnp.gov.co. Recuperado 26 October 2017, de: https://sicodis.dnp.gov.co/Reportes/EstadoPresupuestalSGR_v3.aspx
- El Heraldo, & Uninorte. (2014). La economía nacional cada vez depende más de la producción y exportación de combustibles minero-energéticos, lo que puede traer serios problemas para la competitividad de sectores agro y manufacturero. El Heraldo, p. 1. Retrieved from <https://www.elheraldo.co/economia/la-enfermedad-holandesa-muestra-sintomas-en-el-pais->

164666

El Tiempo. (2006). Casanare, después del petróleo. El Tiempo, p. 1. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1979675>

Gobernación de Casanare, (2016). Plan de Desarrollo Departamental "Casanare con paso firme 2016 - 2019". (1st ed., pp. 73 -76). Yopal. Recuperado de: <http://www.casanare.gov.co/?idcategoria=44990&download=Y>

Gómez, M., Deslauriers, J., & Alzate, M. (2010). Capítulo 7. La divulgación de la investigación. Como Hacer Tesis de Maestría y Doctorado. Investigación, escritura y publicación. (pág. 129 a 146). Bogotá D.C.: Ecoe Ediciones.

Gómez, R. (2016). 2017, Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo. <http://media.unwto.org>. Recuperado el 23 October 2017, de: <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-01-16/2017-ano-internacional-del-turismo-sostenible-para-el-desarrollo>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5th ed., p. 93). México: Mc Graw Hill.

Hill, C., & Jones, G. (2009). Administración estratégica (8th ed., p. 18). México, D.F: McGraw - Hill/interamericana editores, S.A de C.V.

Icesi. (2010). Enfermedad holandesa. Consultorio de comercio exterior. Recuperado de <https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2010/09/20/enfermedad-holandesa/>

La Casa Blanca. (2012). National Travel and Tourism Strategy Sets Goal to Draw 100 Million International Visitors to U.S. (p. 1). Washington: The White House. Recuperado de <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2012/05/10/national-travel-and-tourism-strategy-sets-goal-draw-100-million-international-visito>

Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial 48487. Bogotá.

Mejía, L. (2015). Ocupación baja casi 25%. Crisis hotelera en zonas petroleras de Colombia como Yopal. Reportur, p. 1. Recuperado de: <http://www.reportur.com/colombia/2015/05/04/crisis-hotelera-en-zonas-petroleras-como-yopal/>

Mendoza, M. & Ortiz, C. (2006). El Liderazgo Transformacional, Dimensiones e Impacto en la Cultura Organizacional y Eficacia de las Empresas. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión. (p.120) [en línea] 2006, XIV (junio) : [Fecha de consulta: 14 de septiembre de 2017] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90900107>> ISSN 0121-6805

Nossa, N. (2015). 5.800 empleos en riesgo por crisis del petróleo en Casanare. Prensa Libre Casanare, p. 1. Recuperado de: <http://prensalibrecasanare.com/casanare/15538-5800-empleos-en-riesgo-por-crisis-del-petruleo-en-casanare.html>

OCDE. (2017). Estudio de la Política Turística de México (1st ed., p. 11). Mexico: OCDE.

Recuperado de

https://www1.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW_EXEC%20SUM

OMT. (2016). 2017, Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo. Organización Mundial del Turismo - OMT. Recuperado 28 July 2017, de <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-01-16/2017-ano-internacional-del-turismo-sostenible-para-el-desarrollo>

Prestadores de servicios turísticos. (2017). cccasanare.co. Recuperado de: <http://rntcasanare.confecamaras.co/establecimientos>

Ramírez, D., Martínez, L., & Castellanos, O. (2012). Divulgación y difusión del conocimiento: revistas científicas. Bogotá D.C.: Universidad Nacional de Colombia. Pág. 86. Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/8394/1/9789587613346.pdf>

Ruiz, M. (2011). Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México (Doctorado). Universidad Autónoma de Sinaloa.

Salazar, K. (2012). La estrategia nacional de viajes y turismo establece el objetivo de atraer a 100 millones de visitantes internacionales a EE. UU. obamawhitehouse.archives.gov. Recuperado el 23 October 2017, de: <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2012/05/10/national-travel-and-tourism-strategy-sets-goal-draw-100-million-international-visito>

Salinas, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. RUSC. *Universities and Knowledge Society Journal*. Pag. 4. [en línea] 2004, 1 (Septiembre-Noviembre) [Fecha de consulta: 22 de marzo de 2018] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78011256006>

Secretaría de Turismo de México. (2017). Estudio de la Política Turística de México (1st ed., p. 11). México: OCDE. Recuperado de: https://www1.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW_EXEC%20SUMM%20ASSESSMENT%20AND%20RECOMMENDATIONS_ESP.pdf

Sicodis.dnp.gov.co. (2017). Estado Presupuestal SGR. Online. Recuperado de: https://sicodis.dnp.gov.co/Reportes/EstadoPresupuestalSGR_v3.aspx

Universidad Icesi. (2017). Enfermedad Holandesa. [Icesi.edu.co](http://www.icesi.edu.co). Recuperado 5 November 2017, de <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2010/09/20/enfermedad-holandesa/>

Varela, R. (2008). Innovación empresarial. 3rd ed. Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.

Anexos

Anexo A. Encuesta aplicada a visitantes y turistas



**ENCUESTA PARA SER APLICADA A LOS
VISITANTES Y TURISTAS DEL MUNICIPIO DE
YOPAL**

Apreciado (a) Visitante, la academia con su apoyo viene trabajando en identificar estrategias que permitan contribuir con el mejoramiento de la imagen del turismo y de esta manera se logre dinamizar la economía de la región. Para ello es importante contar con su apoyo dando respuesta al siguiente cuestionario.

1. Indique el departamento de procedencia.

2. Género.

Masculino
Femenino

3. Es la primera vez que visita Yopal. Respuesta negativa indicar número veces

Si No Cuántas? _____

4. Motivo por el cual visitó Yopal.

Turismo
Negocios
Trabajo
Otro. Cuál? _____

5. Si el motivo fue el turismo, cómo se enteró de la oferta turística de Yopal

Agencia de turismo
Internet
Amigo
Otro. Cuál? _____

6. Indique el tipo de turismo que realizó durante su estada en Yopal en su zona urbana y rural incluyendo los que identifico que existían pero que por cualquier motivo no pudo realizar.

De aventura
De aves
De fauna
De religión
De flora
Ecológico
Histórico
Zonas francas
De monumentos
Etnoturismo
Agroturismo
Acuatourismo
De gastronomía
Círculos turísticos
De negocios
De congresos y convenciones
Cultural
De salud
De paso

7. Cómo califica en general la atención y el servicio al cliente recibido en los diferentes tipos de turismo indicados en el punto anterior.

Excelente
Bueno
Regular
Malo



ENCUESTA PARA SER APLICADA A LOS VISITANTES Y TURISTAS DEL MUNICIPIO DE YOPAL

8. Pudo identificar los puntos de información turística existentes en Yopal.

Sí No

9. Pudo identificar si en Yopal se encuentran implementadas las rutas turísticas.

Sí No

10. De acuerdo a la experiencia vivida durante su estadía en Yopal, considera que existe compromiso por las autoridades Municipales y Departamentales por dinamizar la economía a través del turismo.

Sí No

11. Considera que Yopal en su zona urbana y rural tienen potencial turístico

Sí No

12. Indique que tipo de turismo adicional se puede implementar de acuerdo a su percepción en Yopal, en zona urbana y rural. Si decide seleccionar uno ya identificado en el punto 6, hágalo para sugerir que requiere ser mejorado.

- De aventura
- De aves
- De fauna
- De religión
- De flora
- Ecológico
- Histórico
- Zonas francas
- De monumentos
- Etnoturismo
- Agroturismo
- Acuaturismo
- De gastronomía
- Círculos turísticos
- De negocios
- De congresos y convenciones
- Cultural
- De salud
- De paso

13. Recomendaría a sus amigos y familiares visitar Yopal

Sí No

Anexo B. Solicitud permiso aplicar encuestas aeropuerto de Yopal


 Universidad Nacional
 Abierta y a Distancia
 Yopal, 11 de octubre de 2017

Doctora
CARMENZA MOTTA RODRIGUEZ
 Administradora Aeropuerto El Alcaraván
 Yopal – Casanare

Referencia: Aplicación encuesta usuarios aeropuerto no residentes en Yopal

Respetada Doctora Carmenza:

En atención al tema de la referencia me permito solicitar su acostumbrada colaboración en permitir que los estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones: Shilena Méndez Martínez CC. 1118537381 y Lazaro María Arcila Correa CC 17337599, quienes terminaron materias y se encuentran realizando su trabajo de investigación como modalidad de grado el cual se denomina **'Estrategias que contribuirán en el mejoramiento de la imagen del turismo y dinamismo del sector hotelero en el municipio de Yopal'**. Como insumo necesario para la terminación del trabajo de investigación se hace necesario aplicar una encuesta a los visitantes y turistas no residentes en Casanare que ingresan y salen vía aérea, con el objeto de detectar el potencial turístico del municipio de Yopal en su área urbana y rural y poder generar estrategias que finalmente dinamicen la economía de la región y del sector turístico. Con base en el anterior planteamiento se hace necesario obtener su aprobación para que los mencionados estudiantes puedan aplicar 100 encuestas en las instalaciones del Aeropuerto el Alcaraván.

Para cualquier aclaración sobre el contenido del presente documento por favor confirmar con nuestra Líder de Registro y Control, María Martha Molina Robles al teléfono 6341946.

De ante mano agradecemos su colaboración y articulación con la investigación que se genera desde nuestra universidad para el mejoramiento de la Orinoquía Colombiana.

Cordial saludo


MARIA DEL ROSARIO DIAZ OLAYA

Directora CEAD Yopal

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
 CEAD Yopal, Calle 11 No. 25 – 24 piso 2
 Tel: (98) 6 324481 – 6324489 Telefax: 6341946



Anexo C. Oficio agradecimientos dirigido a la Administradora aeropuerto

Yopal, 17 de octubre de 2017

Doctora
CARMENZA MOTTA RODRIGUEZ
Administradora Aeropuerto El Alcaraván
Yopal


Asunto: Agradecimientos


Respetada Doctora Carmenza:

Nosotros, Shilena Méndez Martínez y Lázaro Ardila Correa, estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones de la UNAD, nos permitimos informarle que hemos finalizado la aplicación de las encuestas.

De ante mano le agradecemos en nuestro nombre propio el apoyo y la colaboración brindadas en pro de la investigación y la formación profesional. Personas como usted son las que entienden que la academia, las instituciones del estado y la empresa articuladas general el conocimiento que requieren los profesionales para lograr su formación integral y ser idóneos en sus respectivas profesiones y ante todo ser mejores personas.

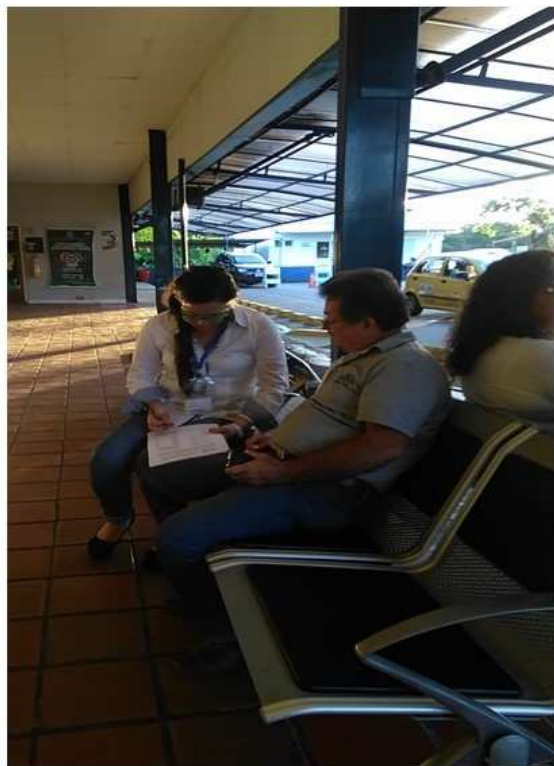
Atentamente,


SHILENA MÉNDEZ MARTÍNEZ
Estudiante MAO - UNAD


LÁZARO MARÍA ARDILA CORREA
Estudiante MAO - UNAD

Recibido
Janeth Tabero
17-10-17
10:42

Anexo D. Evidencia fotográfica aplicación encuestas



Anexo E. Encuesta aplicada a Agencias de Viaje y Turismo



ENCUESTA PARA SER APLICADA A LAS AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO DEL MUNICIPIO DE YOPAL

Apreciado (a) Empresario (a), la academia con su apoyo viene trabajando en identificar estrategias que permitan contribuir con el mejoramiento de la imagen del turismo y a través de éste se logre dinamizar la economía de la región. Para ello es importante responder completamente el siguiente cuestionario.

1. Considera que Yopal, en su área urbana tiene potencial para el turismo.

Sí No

2. Considera que Yopal, en su área rural tiene potencial para el turismo.

Sí No

3. Oferta a los visitantes paquetes turísticos que incluyan el área urbana y rural de Yopal

Sí No

No, por qué? _____

4. El paquete turístico ofertado incluye servicios de:
(Seleccione las opciones que ofrece)

Transporte.

Hotel.

Restaurante.

Guía turístico.

Otro: _____

5. Durante el último año ha recibido capacitación sobre turismo por parte de entidades como la Gobernación, Alcaldía, Sena o Cámara de Comercio de Casanare

Sí No

6. Si el punto 5, es positivo indique, el número de capacitaciones recibidas.

1.

2.

3.

Más Cuántas? _____

7. Fue invitado por la Alcaldía, o la Gobernación a la articulación de los respectivos planes de desarrollo en lo que tiene que ver con turismo.

Sí No

8. Dentro de las estrategias que tienen para dinamizar el turismo en Yopal en su zona urbana y rural que tipo de turismo están ofertando:

De aventura

De aves

De fauna

De religión

De flora

Ecológico

Histórico

Zonas francas

De monumentos

Etnoturismo

Agroturismo

Acuatourismo

De gastronomía

Círculos turísticos

De negocios

De congresos y convenciones

Cultural

De salud

De paso



ENCUESTA PARA SER APLICADA A LAS AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO DEL MUNICIPIO DE YOPAL

9. De los siguientes tipos de turismo seleccione los que se pueden implementar en Yopal en su zona urbana y rural que permitan mejorar la imagen de éste y por ende la economía y se enfoquen las estrategias necesarias para su implementación. (Tenga en cuenta que los que seleccione no existen a pesar de haber el potencial o existe pero requiere mejoramiento prioritario)

- De aventura
- De aves
- De fauna
- De religión
- De flora
- Ecológico
- Histórico
- Zonas francas
- De monumentos
- Etnoturismo
- Agroturismo
- Acuaturismo
- De gastronomía
- Círculos turísticos
- De negocios
- De congresos y convenciones
- Cultural
- De salud
- De paso

10. Conoce los contenidos de los Planes de Desarrollo de la Alcaldía y Gobernación en lo que tiene que ver con el turismo para el municipio y la región.

Si No

11. Sabe si la Gobernación tiene implementadas rutas turísticas para el Departamento de Casanare.

Si No

12. Sabe si la Alcaldía tiene implementadas rutas turísticas para el Municipio de Yopal.

Si No

13. Considera que la Alcaldía y la Gobernación están dando prioridad al turismo justo en estos momentos cuando se necesita dinamizar la economía de la región.

Si No

14. Si la respuesta es positiva en el punto 13, califique según su percepción el grado de compromiso de la Alcaldía y la Gobernación por dinamizar el turismo en el Municipio y el Departamento.

Bajo
Medio
Alto