



EQUIPO CONSULTOR

Hayda Suescún Pérez

Directora

María Luisa Galán Otero

Profesional Gestión del Destino

Juan Manuel Mora Palacios

Profesional Producto y promoción del destino

María Claudia Ferrer Rojas

Profesional Ordenamiento territorial e infraestructura

Francisco Ciri León

Profesional ambiental

Lorena Waserman

Profesional de apoyo producto y promoción del destino

Patricia Escobar

Profesional de apoyo

Fotografías

Derechos reservados Alcaldía de Aguazul

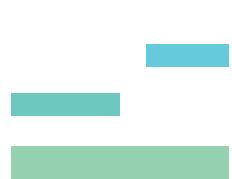
Siete Turismo Estratégico

2015

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE AGUAZUL

2015 – 2025

“Siete Turismo Estratégico expresa sus agradecimientos al Ingeniero Jimmy Alexander Coba Vaca, Secretario de Desarrollo Económico y Ambiental y a su equipo de profesionales por sus invaluables aportes y compromiso durante la elaboración del presente plan”.



Secretaría de Desarrollo Económico y Ambiente



INTRODUCCIÓN	13
ENFOQUE METODOLÓGICO	14
1.1. LIMITANTES Y POTENCIALIDADES	17
1.1.1. Geografía del departamento y del municipio	17
1.1.2. Datos históricos del departamento y del municipio	18
1.1.3. Actividades económicas del departamento y del municipio	19
1.1.4. Datos sociodemográficos del departamento y del municipio	20
1.2. ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA	20
1.2.1. Conectividad y accesibilidad	21
1.2.1.1. Generalidades	21
1.2.1.2. Malla vial, transporte y accesibilidad	21
1.2.1.3. Redes de servicios	23
1.2.2. Seguridad	24
1.2.2.1. Condiciones generales de seguridad a nivel departamental	24
1.2.2.2. Hospitales y Centros de Salud	25
1.2.2.3. Uso de tecnologías	26
1.3. ANÁLISIS DE LA SUPERESTRUCTURA	28
1.3.1. Identificación y análisis de organismos públicos y privados del turismo en Casanare- Aguazul	28
1.3.1.1. Casanare- Yopal	28
1.3.1.2. Aguazul	30
1.3.2. Análisis de las relaciones entre los organismos del turismo en Casanare- Aguazul	36
1.4. ANÁLISIS DEL ORDENAMIENTO TERRITORIAL	40
1.4.1. Modelo territorial	40
1.4.2. Sistema Infraestructura Vial	41
1.4.3. Sistema de espacios públicos / parques y zonas verdes	42
1.4.4. Sistema de Equipamientos	43
1.4.5. Sistema ambiental / estructura ecología principal	43
1.4.6. Aspectos normativos – usos del suelo	44
1.4.7. Conclusiones	45
1.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA	45
1.5.1. Atractivos y recursos turísticos	46
1.5.1.1. Caracterización de los recursos y atractivos culturales material e inmaterial del destino	47



1.5.1.2. Caracterización del componente ambiental de los recursos y atractivos naturales del destino	52
1.5.1.3. Fichas técnicas del inventario de atractivos y recursos turísticos de Aguazul	59
1.5.1.4. Conclusiones del levantamiento del inventario de atractivos y recursos de Aguazul	96
1.5.1.5. Actividades para el turismo	96
1.5.2. Análisis del componente empresarial turístico	97
1.5.2.1. Análisis de calidad y sostenibilidad	99
1.5.2.2. Análisis de la competitividad	104
1.6. ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN Y LA CAPACITACIÓN	106
1.6.1. Análisis de los programas ofrecidos por las instituciones de educación superior	107
1.6.2. Las instituciones de educación superior y su articulación con el medio turístico	109
1.7. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA PROMOCIONAL	110
1.7.1. Presencia en guías turísticas internacionales y nacionales	110
1.7.2. Canales de comercialización	111
1.7.3. Imagen corporativa e institucional	112
1.7.4. Programas de promoción y divulgación	112
1.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	114
1.8.1. Demanda actual	114
1.8.2. Demanda potencial	122
1.9. DESTINOS COMPETIDORES	128
1.9.1. Soacha - Cundinamarca	130
1.9.2. San José del Guaviare, Guaviare	132
1.10. MATRIZ DOFA	133
1.10.1. Variable infraestructura:	133
1.10.2. Variable uso de tecnologías	135
1.10.3. Variable Superestructura	135
1.10.4. Variable Producto turístico	136
1.10.5. Variable ambiental	137
1.10.6. Variable Desarrollo empresarial	138
1.10.7. Variable Formación y capacitación	139
1.10.8. Variable Estrategia promocional	140
1.10.9. Variable Demanda	141

2.1. OBJETIVO GENERAL	143
2.1.2. Objetivos específicos	143
2.2. VISIÓN TURÍSTICA DE AGUAZUL AL 2025	143
2.3. ESTRATEGIAS	144
2.3.1. Estrategias relacionadas con la infraestructura	144
2.3.1.1. Implementar la señalización vial, peatonal y de interpretación turística tanto para el acceso al municipio como a sus principales atractivos	144
2.3.1.2. Mantener las iniciativas locales de seguridad y reforzarlas	146
2.3.1.3. Revisar el programa de residuos sólidos existente en la actualidad	146
2.3.1.4. Mejorar la cobertura de servicios básicos en las veredas de interés turístico (Cuarto Unete, Altolindo, San José de Bubuy, Valle Verde, Palo Solo, Iguamena y San Miguel de Farallones)	146
2.3.1.5. Dotar al municipio de un Punto de Información Turística perteneciente a la Red Nacional de Pit's	147
2.3.1.6. Revitalización del proyecto PTAR Unete	147
2.3.1.7. Fortalecer el sistema de salud existente, a partir de la creación de un centro de medicina en deporte para la atención de los deportistas	148
2.3.1.8. Mejorar las especificaciones técnicas exigidas para el desarrollo del deporte en los equipamientos existentes	148
2.3.1.9. Adecuar los entornos y mejorar los servicios complementarios en los edificios de los equipamientos deportivos	150
2.3.1.10. Adecuar y mejorar los equipamientos deportivos	152
2.3.1.11. Diseñar e implementar una propuesta de mejoramiento del espacio urbano en el municipio de Aguazul para recrear un microclima- hábitat amable para la práctica de los diferentes deportes y movilidad en la ciudad.	154
2.3.1.12. Acondicionar el espacio urbano de Aguazul para personas con discapacidad física para captación de las competencias que pueda realizar este colectivo.	156
2.3.1.13. Fortalecer las condiciones de conectividad entre Maní y Aguazul para afianzar la relación deportiva que existe en ambos municipios	157





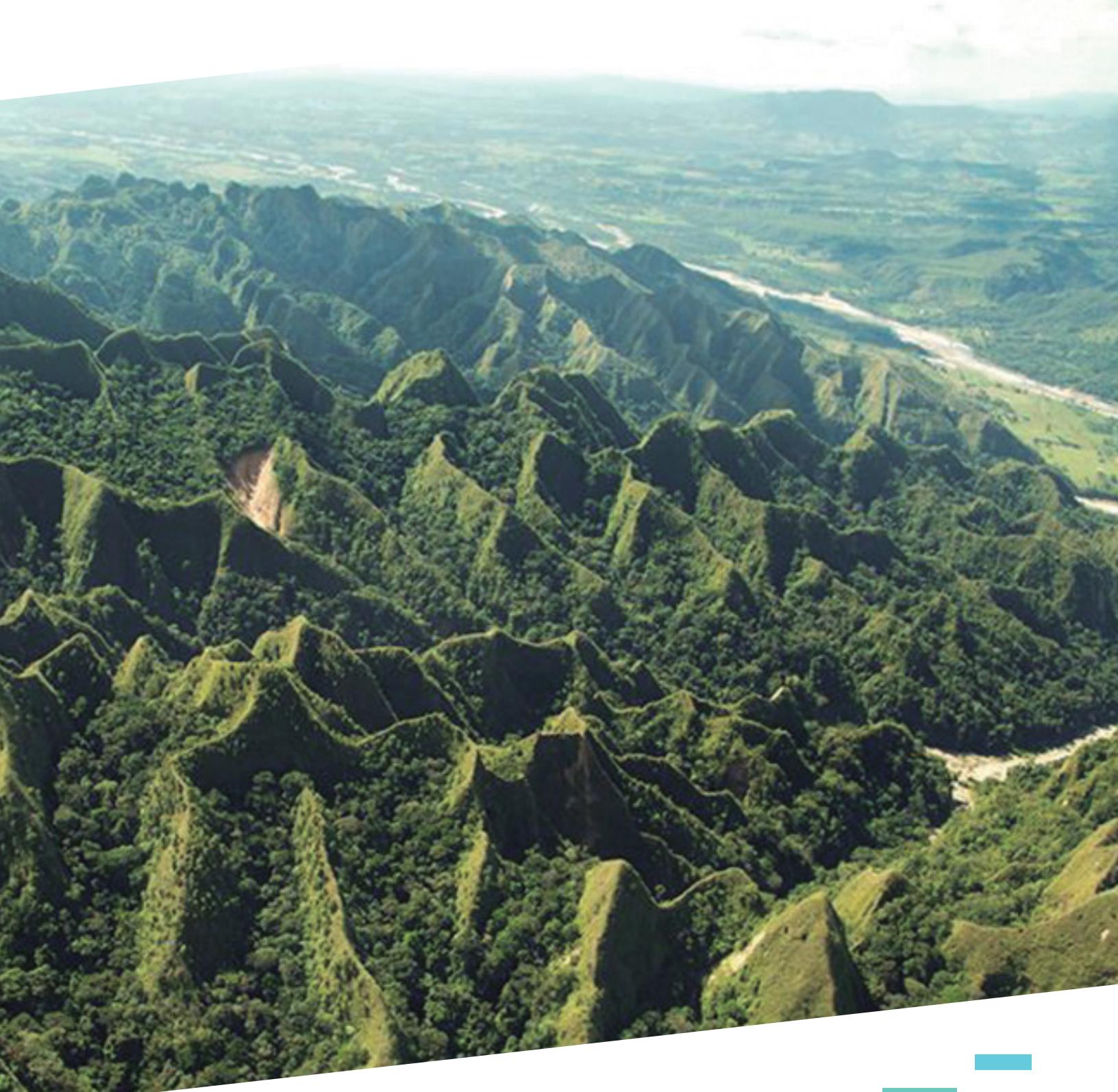
2.3.2. Estrategias relacionadas con la superestructura	158
2.3.2.1. Desarrollar un programa sobre cooperación público privada dirigido a los actores clave del turismo aguazuleño	158
2.3.2.2. Creación y adopción del Sistema de Gestión Turística de Aguazul para garantizar la competitividad del sector y sus integrantes a partir del Plan de Desarrollo Turístico de Aguazul	159
2.3.2.3. Fortalecer a CORCULTURA	162
2.3.2.4. Fortalecer la institucionalidad municipal a partir de la creación de la Oficina de Turismo de Aguazul	162
2.3.2.5. Crear el Consejo Departamental de Seguridad Turística	163
2.3.2.6. Desarrollar un programa de sensibilización turística para la cadena productiva de Aguazul	163
2.3.2.7. Diseñar un programa de sensibilización turística para la comunidad con el fin de generar sentido de pertenencia	163
2.3.2.8. Acercar las entidades financieras al sector empresarial turístico de Aguazul	164
2.3.2.9. Aumento de la presencia de la Policía de Turismo en los puntos neurálgicos del municipio	164
2.3.2.10. Mejorar la calidad en el servicio de la Policía de Turismo	165
2.3.3. Estrategias relacionadas con la formación y la capacitación	165
2.3.3.1. Realizar una campaña de promoción del Programa “Colegios amigos del turismo” en el municipio de Aguazul	165
2.3.3.2. Desarrollar un programa de capacitación en limpieza y mantenimiento de piscinas	166
2.3.3.3. Estructurar un programa de bilingüismo (idioma inglés), dirigido a empresarios del sector (incluidos conductores de taxis), con énfasis en gramática básica y vocabulario técnico	166
2.3.3.4. Formular un plan de capacitación a la medida de los prestadores de servicios turísticos, en alianza con las entidades educativas que ofrecen programas de turismo	167
2.3.3.5. Cualificar el recurso humano al servicio de la industria turística aguazuleña	167
2.3.4. Estrategias relacionadas con el uso de tecnologías	167
2.3.4.1. Crear el observatorio de información turística de Casanare	168
2.3.4.2. Incorporar el uso de tecnologías en la gestión empresarial	169
2.3.5. Estrategias relacionadas con el desarrollo empresarial turístico	169

2.3.5.1. Fortalecer la gestión administrativa y operativa de las empresas turísticas	169
2.3.5.2. Incorporar estándares de calidad y de sostenibilidad turística en las empresas prestadoras de servicios turísticos	170
2.3.5.3. Impulsar la creación de redes empresariales turísticas	170
2.3.5.4. Generar emprendimientos para la operación turística local	170
2.3.5.5. Formalizar a los empresarios del sector turístico	170
2.3.6. Estrategias relacionadas con el producto turístico	171
2.3.6.1. Recuperar la identidad del Festival del Arroz	173
2.3.6.2. Poner en valor los equipamientos a través de la creación de nuevos eventos y actividades	173
2.3.6.3. Impulsar la creación de un museo arqueológico en la Casa de la Cultura	174
2.3.6.4. Aumentar el interés turístico de la Subasta Ganadera de los miércoles	174
2.3.6.5. Diseñar un Producto Turístico Deportivo para Aguazul	174
2.3.6.6. Impulsar la creación de un museo del arroz en el Parque del Arroz	174
2.3.6.7. Diseñar un Producto Turístico Deportivo para personas con discapacidad	175
2.3.6.8. Diseñar el producto de ecoturismo, a partir de la gestión del turismo comunitario en las veredas de interés para el turismo (Cerro de la Cruz o Cuarto Unete, Altolindo, San José de Bubuy, Valle Verde, Palo Solo, Iguamena y San Miguel de Farallones)	175
2.3.7. Estrategias relacionadas con la promoción y comercialización del destino	176
2.3.7.1. Crear una imagen para el producto turístico de Aguazul	177
2.3.7.2. Organizar dos FAM TRIP anuales para mayoristas y operadores de Casanare especializados en turismo de naturaleza y ecoturismo.	177
2.3.7.3. Organizar dos Fam Trip anuales para organizaciones deportivas, responsables de clubes y departamentos deportivos de universidades y colegios	177
2.3.7.4. Organizar tres eventos deportivos anuales	177
2.3.7.5. Desarrollar una campaña publicitaria que incluya plan de medios para el posicionamiento de Aguazul como un destino deportivo y ecoturístico	178



2.3.7.6. Crear campaña de promoción en redes sociales (Twitter y Facebook) e internet (portales de viajes, blogs, etc.).	178
2.3.7.7. Participar en dos ferias de turismo especializadas anuales	178
2.3.7.8. Generar alianzas con agencias de viajes de Yopal, Sogamoso y Bogotá para fortalecer la comercialización del destino Aguazul	178
2.3.8. Recomendaciones sugeridas para el Plan Básico de Ordenamiento Territorial - PBOT	179
2.4. PERFILES DE PROYECTOS PRIORIZADOS	180
2.4.1. Creación de la Oficina de Turismo de Aguazul	180
2.4.2. Diseñar el producto de ecoturismo a partir de la gestión del turismo comunitario en San Miguel de Farallones	185
2.4.3. Generación de emprendimientos para la operación turística local	188
2.5. PLAN DE INVERSIONES	189
2.5.1. Plan de inversiones – Eje estratégico Infraestructura	190
2.5.2. Plan de inversiones – Eje estratégico Superestructura	199
2.5.3. Plan de inversiones – Eje estratégico Formación y Capacitación	208
2.5.4. Plan de inversiones – Eje estratégico Uso de tecnologías	211
2.5.5. Plan de inversiones – Eje estratégico Desarrollo empresarial	214
2.5.6. Plan de inversiones – Eje estratégico Producto turístico	218
2.5.7. Plan de inversiones – Eje estratégico Promoción y comercialización	226
2.5.8. Resumen plan de inversiones por eje estratégico	233





El turismo es considerado uno de los sectores de mayor crecimiento en el mundo; propende por la preservación y conservación del patrimonio ambiental y cultural de los destinos, fortalece la productividad y competitividad de sus empresas, las relaciones de sus entidades gestoras y mejora la calidad de vida de sus habitantes al articularlos en su cadena de valor.

El plan de desarrollo turístico es una valiosa herramienta de política económica; es la guía para conducir a un destino turístico de manera ordenada y planificada promoviendo la prosperidad de las regiones.

La formulación de este Plan incorporó análisis de variables fundamentales para la consolidación de Aguazul como destino turístico y a partir de las cuales se formularon estrategias concretas y viables; otorga al municipio herramientas para la adecuada toma de decisiones que le permita disponer de un sistema turístico competitivo, dando valor especial a su cadena turística de producción y servucción con el fin de diseñar productos turísticos de interés especial, únicos y personalizados para los segmentos potenciales. La clave es poner en el mercado un producto o productos que generen una verdadera experiencia al turista, creándole la necesidad imperiosa de desplazarse a este municipio.

En este contexto, corresponde a los actores del turismo local, bajo el liderazgo de su gobierno municipal ejecutar las recomendaciones sustentadas en este documento que con seguridad permitirá la consolidación del destino Aguazul, a partir del trabajo cooperado.



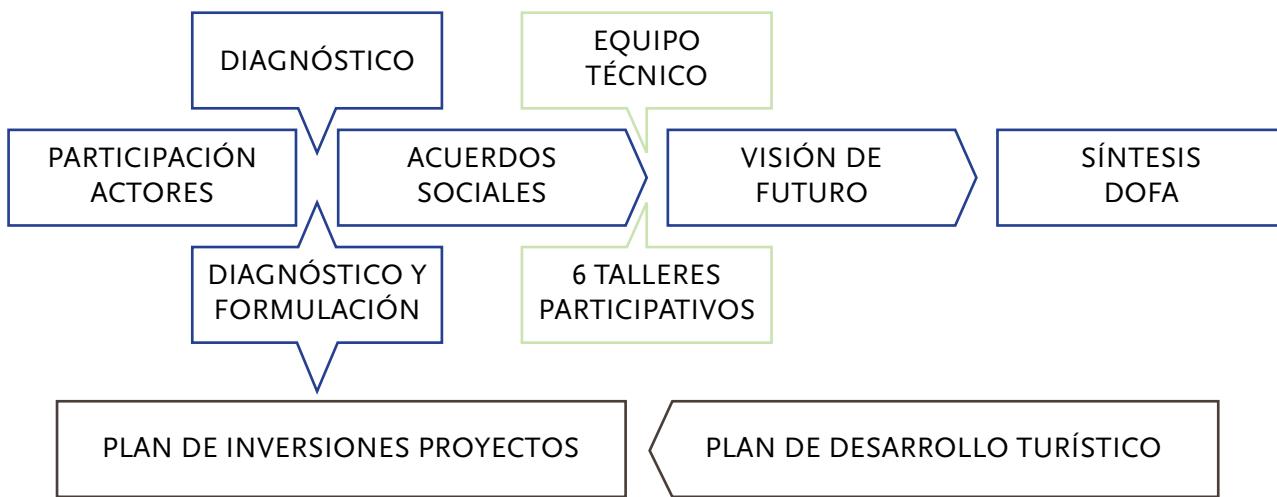
El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-Viceministerio de Turismo, en su documento “Asistencia en planificación turística”, plantea seis metodologías para la construcción de un plan de desarrollo turístico, basadas todas ellas en procesos altamente participativos. Ellas son:

- Plan turístico convencional, recomendado para destinos con poco desarrollo turístico
- Plan ambiental turístico, recomendado para destinos con gran potencial ecológico
- Plan estratégico turístico, recomendado para destinos con destacado desarrollo turístico y que requiere concentrarse en una temática específica
- Esquema de planificación turística para la competitividad, complementa los lineamientos del plan convencional, profundizando variables de demanda
- Plan prospectivo estratégico turístico, recomendado para destinos con madurez en sus relaciones público – privadas; define actuaciones en el mediano y largo plazo
- Plan maestro de turismo, complementa resultados de las otras metodologías, define indicadores de sostenibilidad, georreferenciación y estrategias para atraer inversión.

De acuerdo con el enfoque y recomendaciones del Viceministerio de Turismo, para Aguazul se tomó el plan turístico convencional, combinado con el plan ambiental turístico dadas las características geográficas y físicas del municipio y su incipiente desarrollo turístico.

El documento establece que la metodología seleccionada “debe ser adaptada a las necesidades particulares de los departamentos y municipios teniendo en cuenta la información disponible, el grado de desarrollo del turismo, las prioridades regionales y la capacidad técnica instalada” (MCIT, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 2010, pg. 6). Igualmente indica que a partir del diagnóstico, el cual se consolida en una matriz DOFA, deben formularse objetivos, definir la visión turística y plantear estrategias.

El modelo del enfoque metodológico se expresa en la siguiente imagen:



Siete Turismo Estratégico, 2015

La metodología combinó la revisión de fuentes secundarias con visitas de campo y entrevistas a actores claves. Con el fin de construir el plan de manera participativa, se plantearon y desarrollaron 6 talleres, como lo muestra la siguiente tabla:

TALLERES	FORMAS
Socialización de las propuestas	10 de febrero / 2015
Taller validación de inventarios	04 de marzo / 2015
Taller validación DOFA	05 de marzo / 2015
Taller construcción de la visión turística de Aguazul 2025	11 de marzo / 2015
Taller validación producto	12 de marzo / 2015
Taller validación de estrategias	26 de marzo /2015
Presentación Plan de Desarrollo Turístico 2015-2025 ante la Junta de Gobierno	30 de abril /2015
Socialización del Plan de Desarrollo Turístico de Aguazul 2015- 2025	30 de mayo / 2015

15

Tabla Talleres participativos. Siete Turismo Estratégico, 2015

Los talleres tuvieron una duración de cuatro (4) horas cada uno.



DIAGNÓSTICO



16

DIAGNÓSTICO

Limitantes y potencialidades

Análisis de variables

Inventarios turísticos

Matriz Dofa



promedio de temperatura en las sabanas, 25°C y en la región occidental, sobre la cordillera, la temperatura alcanza a descender hasta los 5°C”.

El departamento se divide administrativamente en 19 municipios, entre ellos Aguazul. El territorio aguazuleño tiene una extensión total 1.329,96 km², similar a la de su municipio vecino y capital departamental, Yopal. Según información de la Alcaldía (s.f.), Aguazul se ubica al “noroccidente de la región de la Orinoquía, abarca una franja de la cordillera oriental de los Andes” (pág. 1). “Limita al norte con los municipios de Pajarito y Recetor; al sur con Tauramena y Maní; al oriente con Yopal y al occidente con Tauramena y Recetor.” La localidad se desarrolla entre los 200 m.s.n.m y los 1800 m.s.n.m, es decir que tanto hay zonas con grandes pendientes como planas. La temperatura promedio anual de 24,14°C, con oscilaciones que van de 18,5°C hasta 26,5°C. El casco urbano se encuentra a 330 m.s.n.m, tiene una temperatura media anual de 26,5 °C, la cual oscila entre 25,2°C y 35°C. “El territorio posee clima tropical muy húmedo y cálido, se presentan elevadas subidas de temperaturas y lluvias debido a su ubicación sobre la Cordillera Oriental”. Resalta que el municipio está conformado por tres conjuntos fisiográficos: la vertiente oriental de la Cordillera Oriental, el piedemonte y la llanura aluvial. “Cuenta con seis paisajes que definen las características de los suelos: montaña, altiplanicie, lomerío, piedemonte y valles” (Alcaldía de Aguazul, s.f.). Los ríos que tienen influencia en el municipio son el Cusiana, el Unete y el Charrete, subcuencas del río Cusiana, “el cual desemboca en el río Meta para formar parte de la cuenca del río Orinoco” (pág. 2). De la extensión total del municipio, el 46,5% está bañado por el río Unete y sus afluentes y el 53,5% por el río Cusiana y Charrete.

1.1. LIMITANTES Y POTENCIALIDADES

1.1.1. Geografía del departamento y del municipio

Según la información consignada en el Plan de Desarrollo Turístico de Casanare 2008, realizado por la organización AVIATUR, el departamento cuenta con un “área geográfica de 44.640 Km²; limita al norte con el río Casanare, frontera con el departamento de Arauca; por el oriente con el río Arauca que lo separa del Departamento del Vichada; por el sur con los ríos Upía y Meta (este último lo separa del Departamento del Meta) y por el occidente con el Departamento de Boyacá, aparece un sector montañoso, cuyo relieve corresponde a la cordillera oriental, que va desde el Piedemonte Llanero hasta encontrar alturas de más de 3.000m” (pág. 12). En página siguiente se presenta la ubicación del departamento de Casanare en la región centro colombiana.

La misma fuente de información menciona que el departamento “tiene una alta riqueza geográfica, donde se destacan como accidentes la Cordillera del Zorro y los Cerros Aguamaco y Peña Negra, es importante mencionar que gran parte de su territorio es plano, correspondiente a la región de los Llanos Orientales de Colombia, en el que sus alturas oscilan entre los 110 y los 230 metros sobre el nivel del mar” (pág. 16). De otro lado, según Amaya et al, 2002, citado por la Gobernación de Casanare, “la red hidrográfica del departamento está compuesta por varios ríos, quebradas, caños y corrientes menores, entre los que sobresalen los ríos Ariporo, Casanare, Cravo Sur, Cusiana, Guanapalo, Meta, Pauto, Túa y Upía. El clima departamental varía de acuerdo con la ubicación precisa en cada uno de los sitios de su relieve, siendo su



Fuente: Departamento de Casanare, 2014.



1.1.2. Datos históricos del departamento y del municipio

El Departamento de Casanare hace parte de la Orinoquía; sin embargo, perteneció hasta el año 1973 al departamento vecino de Boyacá. Posterior a ese evento de fragmentación territorial, el área se convirtió en una intendencia y finalmente, en el año 1991, pasó a ser departamento gracias a la reforma constitucional (Gobernación de Casanare, 2008).

Continuando con esta secuencia cronológica, tal y como se documenta en el Especial Casanare de la revista Semana (2014), cuando los habitantes de la región cuentan cómo era su tierra hace 25 años, se relatan realidades como: “no habían carreteras sino trochas, las noches eran oscuras por la falta de electricidad y buena parte de la población estaba fuertemente ligada al estilo de vida agreste de los hatos ganaderos” (pág. 38). En palabras de Blas Hernández, alcalde de la época, a la revista Semana: “aquí no existía infraestructura; el gobierno nacional nunca invirtió un peso en construir carreteras, acueductos, colegios o centros de salud. Todo lo que vemos hoy es resultado de las regalías provenientes de nuestra propia riqueza natural. Pero aún hoy el Estado es invisible en esta región” (pág. 38).

En el año 1989, acontece un cambio importante, dado que se descubre que debajo del suelo de todo el departamento podría estar uno de los hallazgos más importantes en la industria de los hidrocarburos; la existencia de petróleo.

El sueño llanero atrajo a un número importante de personas de otras regiones del país tanto a la capital como a los municipios, lo que se tradujo en sobre población, falta de acceso a servicios públicos, aumento de los conflictos intrafamiliares, aumento de casos de drogadicción, prostitución y un sinfín de desafíos (Revista Semana, 2014). No obstante, según información de la misma publicación, el petróleo también trajo beneficios a otros sectores de la economía como el comercio, la hotelería y los servicios complementarios, se abrieron nuevas vías, se dinamizó el intercambio del departamento con el centro de Colombia, y se desarrolló ampliamente el sector de la construc-

ción, sobre todo en Yopal. En el año 1992 se localizó Cupiagua que por estar ubicado en el mismo bloque del primer pozo Cusiana 1 y 2, “resultó el hallazgo de crudo y gas más grande de la historia del país” (pág. 39).

La revista Semana data la fundación contemporánea del municipio de Aguazul el 5 de abril de 1954; sin embargo el Plan de Desarrollo Municipal de Aguazul (2012) especifica que lo que es Aguazul en el siglo XXI, es el resultado de “procesos evolutivos endógenos y exógenos derivados de tensiones e interacciones constantes desde el mismo periodo colonial ejercido por hordas de colonos españoles y alemanes que visualizaron en tierras llaneras nuevos mundos de especies animales y vegetales nunca antes vistas; riquezas inimaginadas. Corrientes crecientes de misioneros y evangelizadores traspasaron el corazón del llano con la espada y la cruz para imponer nuevos dioses y un nuevo orden: “El de la propiedad” AGUAZUL, fuente de vida para ancestrales pasajeros del Llano, arrulló en su seno a indómitas tribus de indígenas y a la vez los sueños de territorios históricamente olvidados por la desidia y el abandono de un Estado Centralista: primero como tierras de encomenderos, colonos y jesuitas y luego en corrientes sucesivas de gentes del interior del país. Santiago de Las Atalayas, fue su primer asentamiento y representó el primer esbozo de la nueva vocación de Casanare, fuertes e inusitados intereses la llevaron a su desaparición; Zapatoza y luego la noble Sevilla fueron destinos de paso para arrieros, comerciantes y fundos de ganado, que sucumbieron a las luchas intestinas bipartidistas.” (pág. 18-19). Su fundación se puede fechar a comienzos del año 1585, donde llegó la expedición privada, concedida por la Real Audiencia de Santafé que encontró una parea; habitada por tribus de origen Achagua y Cusiana, “quienes desde un inicio presentaron gran resistencia a este experimento de incorporarlos paulatinamente al proceso de mestizaje cultural. La primera manifestación del choque cultural en vida de la ciudad fue la muerte de su fundador y la primera destrucción de la misma” (Alcaldía de Aguazul, s.f.).

Ya en lo contemporáneo, gracias al auge petroleo y los recursos de regalías por la explotación de hidrocarburos, el municipio llegó a ser uno de los

más ricos de Colombia dado que recibió \$885.947 millones (Departamento Nacional de Planeación, años 1995- 2011 citado en revista Semana, 2014).

En la actualidad, los pobladores de Aguazul se preparan para retornar a otros sectores importantes en otra época, muy lejana, y para asumir nuevos rumbos; entre ellos el turístico.

1.1.3. Actividades económicas del departamento y del municipio

El impacto de las riquezas naturales del departamento determinó que la actividad económica principal, eje económico por excelencia del desarrollo regional y nacional, fuera la de carácter extractivo - petrolero (Gobernación de Casanare, 2008). Pero no siempre fue así, dado que a comienzos del siglo XX “la exportación de pieles y plumas de garza” fue muy importante, seguida de “la ganadería y la agricultura” (Rueda, 1998 citado en Gobernación de Casanare, 2008, pág. 17).

Así las cosas, en la actualidad, todavía la actividad agropecuaria juega un papel muy importante en el departamento; de hecho la ganadería se posiciona como la principal actividad económica de la población tanto por empleos, como por ingresos. En este sentido, “las actividades relacionadas con la ganadería como la cría, levante y ceba, se realizan en forma extensiva en toda la llanura. La agricultura se practica fundamentalmente en áreas de piedemonte de forma comercial y tecnificada y en áreas de laderas siguiendo sistemas tradicionales. Los principales cultivos son palma africana, plátano, maíz tradicional, arroz, café y yuca” (pág. 17).

El sustento económico de la sociedad casanareña ha variado con el tiempo, pasando de actividades agropecuarias extensivas y con baja inversión hasta llegar a procesos agropecuarios altamente tecnificados; por tal motivo, cultivos como la palma africana y el arroz secano, así como el ganado bovino doble propósito, han estado siempre en los principales eslabones de la cadena productiva del departamento. En segundo término (según Amaya et al, 2002, citado por la Gobernación de Casanare, 2008), son abundantes sus riquezas mineras como petróleo y gas, hierro, bauxita, oro, platino y diamantes” (pág. 17). Paralelos a los ya-

cimientos de petróleo, están también los de carbón y sal, los cuales según datos de la Gobernación llegan a tener una producción total de más de mil toneladas al año (pág. 21).

Para finalizar el análisis de aportes de los diferentes sectores de la economía casanareña al PIB, la minería aporta la mayor parte de los ingresos del departamento (65,4% del PIB total departamental), mientras que el sector agropecuario representa el 13%. Las actividades económicas de comercio, industria y servicios en el Departamento complementan las actividades anteriormente planteadas y le proporcionan, en especial en la zona urbana, una estabilidad económica. El sector servicios se encuentra representado por los servicios turísticos (7,2%), integrado por actividades hoteleras, restaurantes, agencias de turismo, etc. (pág. 21).

Con respecto a las actividades económicas preponderantes en el municipio de Aguazul, conocido como el municipio Arrocero del país, complementan esta práctica, según información de la Secretaría de Agricultura Departamental- Censo Agropecuario (2007), cultivos agrícolas como el plátano, la caña de azúcar, los cítricos, la piña y las heliconias. Los cultivos como la yuca, el caucho, el algodón, el maíz, la stevia y el cacao, son también importantes a nivel municipal, así como las explotaciones ganaderas. Por ende, la ganadería y la agricultura son las actividades más relevantes, según el Boletín Estadística Casanare 2006- 2007 que se reporta en el Plan de Desarrollo Turístico del departamento (2008). Finalmente, la actividad petrolera que se desarrolla en Aguazul es la otra actividad económica que ofrece al municipio una aparente estabilidad económica; los yacimientos de petróleo se encuentran ubicados principalmente en el área de Piedemonte (Gobernación de Casanare, 2008).

El reto a nivel municipal es el mismo que en el caso del departamento; en palabras de la Alcaldía municipal, “la apropiación de sus riquezas del subsuelo fue inspiración de disputa de grupos de poder. Hoy, Aguazul después de veinte años de explotación del oro negro y recibir el impacto directo a nivel social, económico, ambiental, político, administrativo y cultural, pero sobre todo



poblacional, se enfrenta a retos que exigen nuevas formas de pensar y de actuar de sus ciudadanos que con un profundo sentido de pertenencia visionen, imaginen y creen nuevos y mejores mundos, de modo que permitan la coexistencia de la equidad, la justicia social y la inclusión, donde los exploradores de sus riquezas minerales asuman su responsabilidad social, económica, cultural y ambiental en el mediano y largo plazo" (2012, pág. 18-19).

1.1.4. Datos sociodemográficos del departamento y del municipio

El comportamiento poblacional para el departamento de Casanare es homogéneo al nacional; al revisar los grupos etarios por municipio, en Casanare hay más jóvenes que adultos, reflejado en que los primeros cuatro grupos de edad (o a 19 años), contienen el mayor porcentaje de población departamental (Gobernación de Casanare, 2014); lo anterior repercute lógicamente en el acceso a servicios públicos. Así las cosas, el departamento cuenta con 295.353 habitantes (censo 2006), donde el 52% habita en área urbana y el 48% en lo rural; de éste el 2% pertenece al grupo étnico Sáliba, Cuivas, Sikuanes, Siripus, Amouras, Yamaleros, Masiware y U'Wa agrupados en 10 resguardos de 5 municipios (pág. 12). La población urbana está ubicada en la zona de Piedemonte, en el llamado Corredor Petrolero, como resultado del proceso colonizador del siglo XX.

Según la Gobernación de Casanare (2012), el municipio de Aguazul reportó 35.267 habitantes, estando ubicados el 75% en suelo urbano y el 25% en el rural. Según las informaciones reportadas por la Alcaldía municipal, en Aguazul habitan 35.577 personas; se evidencia que las cifras de una entidad y otra no son las mismas. La estructura poblacional sigue la tendencia departamental, siendo en su mayoría joven 53% (con edades comprendidas entre los 0-25 años), 41% es adulta, 7% adultos mayores; de ellos, el 51% son mujeres; viven en el área urbana el 74,7%, en la rural el 24,3% y el 58% es inmigrante; es decir, población flotante.

1.2. ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA

La infraestructura es uno de los componentes de soporte que se considera esencial para el buen uso y disfrute de la oferta turística en los destinos. De hecho, en el sector turístico se asocia habitualmente a todos aquellos elementos y servicios básicos que existen en un lugar determinado, los cuales apoyan el desarrollo de la actividad turística. La ausencia de una infraestructura general, repercute negativamente en la llegada de visitantes al sitio turístico o la experiencia global del turista se ve mermada. Su presencia permite en todos los casos, la correcta estructuración y diseño de un producto turístico integrable a una oferta comercial.

En términos generales y para el presente análisis, se estudian aspectos de la infraestructura como la red vial y de interconexión al destino Aguazul desde Yopal, Bogotá y el departamento de Boyacá; la cobertura y calidad de los servicios públicos en el municipio, así como algunos ratios relacionados con la seguridad y el uso de las tecnologías. Para lo anterior, se realizó un análisis completo de las distintas fuentes de información que ofrecen las instituciones públicas del Departamento de Casanare y la Alcaldía de Aguazul (planes de competitividad y planes de desarrollo), la red nacional de carreteras (INVIA), la terminal de transporte, la Cámara de Comercio de Casanare, entre otros actores relevantes con jurisdicción en el municipio. Adicionalmente, también se tuvo en cuenta la información consignada en el Plan de Desarrollo Turístico de Casanare, donde Aguazul se encuentra debidamente priorizado (Gobernación de Casanare, 2008).



Alcaldía de Aguazul, 2010

1.2.1. Conectividad y accesibilidad

1.2.1.1. Generalidades

Aguazul es uno de los 19 municipios en los cuales está dividido el departamento de Casanare, siendo estable económicamente gracias a la actividad petrolera junto con otras lugares como Yopal, Tauramena, Orucué, Maní y Trinidad (Gobernación de Casanare, 2008). En el plan de desarrollo turístico de Casanare realizado por la organización AVIATUR en el año 2008, se plasma el sueño colectivo tejido a partir de las ideas de los actores convocados a lo diferentes talleres que se realizaron. Así, los aguazuleños soñaban en aquel momento con un municipio organizado y acogedor, con un adecuado equipamiento turístico especialmente en las áreas naturales como los ríos y cerros, teniendo en cuenta que su mayor dinámica turística se concentraba en estos espacios. Además, con gente capacitada y dispuesta a trabajar por su municipio y con un gran sentido de pertenencia por sus riquezas naturales”; “un municipio con un buen desarrollo turístico encaminado a la naturaleza y a la recuperación histórica del arroz” (pág. 23- 24). Esta visión compartida, nunca hubiera sido posible sin la ubicación estratégica del municipio, no solamente desde su capital Yopal sino con respecto a la capital de la República y el departamento de Boyacá, entre otros.

Cabe destacar la presencia en el municipio de sendos equipamientos deportivos, recreativos y relacionados con el tiempo libre que podrían ser considerados en un futuro cercano como “de excepción”. No obstante, actualmente están completamente faltos de mantenimiento y acondicionamiento; algunos de ellos se encuentran sin finalizar (como es el caso del Parque del Arroz).

1.2.1.2. Malla vial, transporte y accesibilidad

Aguazul se encuentra a una distancia aproximada de 317 kilómetros de Bogotá, 27 kilómetros de la capital del departamento, Yopal y 122 kilómetros de Sogamoso. Las vías desde Yopal y Sogamoso se encuentran en buenas condiciones; son carreteras nacionales con buen trazado y poca curva; sin embargo, se caracterizan por el tráfico pesado (tractomulas) los siete días de la semana. El

trayecto por carretera desde Bogotá, en cuanto a tiempo de desplazamiento, es de 7 a 8 horas de duración por la vía Sogamoso (Bogotá-Tunja-Sogamoso-Aguazul) y de 5 a 6 horas, por la vía Villavicencio (Bogotá – Villavicencio –Villanueva – Monterrey - Aguazul) o la vía Guateque (Bogotá – Guateque –Monterrey - Aguazul). Esta barrera es salvable por el buen número de frecuencias aéreas diarias y semanales que tiene Yopal con la capital de la República, lo que mejora la conectividad con la misma y por ende, con el municipio sujeto de estudio.

El aeropuerto El Alcaraván desarrolla una nutrida operación gracias al servicio de aerolíneas como



Detalle de la pista del aeropuerto El Alcaraván.
Siete Turismo Estratégico, 2015

21

Avianca, LAN Colombia y la compañía de bajo costo EasyFly. El trayecto desde Bogotá tiene una duración promedio de 55 minutos. Las tarifas actuales están por encima de los \$200 mil por trayecto. Si a frecuencias aéreas se refiere, se pueden aproximar a las 15 diarias: hasta 10 vuelos por parte de la aerolínea de bajo costo, 3 por parte de LAN Colombia y 2 por Avianca. Aunque en varias ocasiones se ha solicitado la conversión de la terminal en internacional, las operaciones actuales son exclusivamente nacionales. A pesar de lo anterior, el equipo de trabajo considera que aunque la terminal dispone de servicios completos como



para brindar una operación internacional, se deben acondicionar las instalaciones, las cuales se encuentran en regular estado de conservación y mantenimiento, así como una ampliación de las áreas de pasajeros (embarques, counters de aerolíneas, etc.) y servicios en tierra. Al respecto, ya hay un proyecto aprobado por la Nación para la remodelación y modernización del terminal, el cual tiene un horizonte de ejecución de dos años. Las obras se tendrían que haber empezado en febrero de este año; sin embargo no hay constancia de su inicio por lo que se debe realizar el seguimiento pertinente. La terminal aérea cuenta en la actualidad con servicios de información turística oficial (tipo Punto de Información Turística- PIT) pero dispone de poco material promocional del destino Aguazul para ofrecer al turista que pudiese interesarse en visitarlo.

El trayecto desde Yopal a Aguazul se realiza en 30 minutos aproximadamente, concretamente desde el sur de la ciudad a través de la vía Marginal de la Selva, categorizada como nacional, la cual cuenta con buen trazado y pavimentación. El trayecto es agradable gracias al paisaje natural y cultural que caracteriza al Piedemonte Llanero, a excepción de ciertos tramos con mayor tráfico de transporte de carga, lo que aunado al hecho de ser calzada única, puede ampliar el tiempo de desplazamiento. No hay señalización vial de ningún tipo hasta una de las entradas al municipio; la única señalización turística que se encuentra en todo el trayecto es la del área balnearia del río Charte que marca los límites naturales entre el municipio de Yopal y el de Aguazul.

A partir de la información revisada a principio de año sobre los proyectos viales prioritarios en esta zona del país con incidencia directa en Aguazul, cabe destacar el de la doble calzada entre Yopal y el municipio, la cual pertenece a un importante anillo vial trazado desde la ciudad de Villavicencio hasta la capital casanareña (Prensa Libre Casanare, 2015). Esta misma publicación indica que la concesión se encuentra en licitación, esperándose que en el mes de junio se adjudique la obra y en 2016 se inicie su construcción. El proyecto tiene una cuantía de \$2,8 billones entre la construcción, la operación y el mantenimiento (Prensa Libre Casanare, 2015). Según los datos, es probable que

existan dos peajes, uno de ellos en los límites entre Aguazul y Tauramena.

Continuando con la accesibilidad por carretera a Aguazul, se puede afirmar que la conectividad del municipio a través de la oferta de transporte público regular es buena, gracias a los esfuerzos que se han realizado en diferentes períodos de gobierno en pro de la movilidad de los habitantes de la Orinoquía colombiana. Según el Boletín de Noticias del Senado, 2015 el municipio de Aguazul “posee un peso fundamental en la producción de arroz, ganado e hidrocarburos y es el segundo municipio del departamento de Casanare con mayor población”; es decir, que se va a seguir invirtiendo en estos niveles hasta que el departamento y el municipio cuenten con servicios de excelencia. A pesar de esto, en el taller de validación DOFA, la comunidad se quejó sobre la frecuencia y la calidad del servicio de transporte intermunicipal.

Según información del sitio web del Senado de la República de Colombia “con la expedición de la Resolución 37 de 2015 del Ministerio de Transporte, se concedió la habilitación del Terminal de Transportes “El Garcero del Llano”, ubicado en la municipalidad de Aguazul, Casanare”; “dentro de las mejoras que demanda la terminal y que obedecen a recomendaciones hechas por la Cartera de Transporte, se destacan adecuaciones en la sala de descanso para conductores, el área destinada para las pruebas de alcoholimetría, servicios médicos o primeros auxilios, la mejora para la señalización en zonas operativas, patios y andenes de circulación peatonal y la dotación de extintores ubicados en las áreas generales del terminal, al igual que la adecuación de cámaras y áreas de monitoreo.”

No se encontró información de la terminal de transportes de Aguazul desde fuentes secundarias pero en la salida de campo se valoró como un buen equipamiento, con servicio hasta las 9:00 pm., aproximadamente, con una cantidad suficiente de dársenas y como mínimo 5 compañías de transporte que comunican de manera intermunicipal, interdepartamental y nacional. En el año 2012, la entonces Secretaría de Agricultura dotó un espacio con el fin de establecer un punto de información turística; dicho espacio actualmente no funciona para tales fines.

Una vez en el interior del municipio, la conectividad entre los diferentes atractivos, equipamientos y servicios podría mejorarse. La oferta de establecimientos de alojamiento y gastronómicos se encuentra en su mayoría en la zona catalogada como centro, zona agradable con grandes andenes e incluso ciclo vía. Aun así, existen algunos atractivos potenciales que se encuentran más alejados y no refieren accesos viales adecuados, dado que las vías están sin pavimentar. La información que se le ofrece al visitante también está relacionada con la señalización vial, turística, bien sea general o peatonal, dado que su presencia facilita la orientación del mismo. La señalización en el municipio es inexistente, a excepción de los afiches y carteles

Cobertura de acueducto, alcantarillado y aseo (en porcentaje)

Total de servicios en el municipio	Acueducto	- 99,89 %
	Alcantarillado	- 98,77 %
	Aseo	- 99,32 %

Fuente: Empresa de Servicios Públicos de Aguazul, 2014.

Imagen perteneciente a la campaña promocional y publicitaria "Sueños de Aguazul"



comerciales pertenecientes a diferentes establecimientos. Existen vallas publicitarias de la campaña “Sueños de Aguazul” que se han ubicado en la Avenida Roman Roselli que accede al Parque del Arroz, hasta el Monumento al Coleo y en el parque principal.

1.2.1.3. Redes de servicios

Públicos

Para el caso particular del municipio, las redes de servicios públicos relacionados con el acueducto, el alcantarillado y el aseo están a cargo de la Empresa de Servicios Públicos de Aguazul- ESPA S.A. E.S.P. “Una Empresa Sólida a su Servicio”.

En cuanto a la calidad de éstos, la empresa en cuestión aplicó una encuesta de satisfacción a los usuarios y suscriptores que buscaba determinar el grado de satisfacción sobre la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado, aseo, y la atención al cliente por parte de los funcionarios, obteniendo los siguiente resultados:

- El 79% de los encuestados está conforme con la calidad del agua.
- El 81% está conforme con la prestación del servicio de alcantarillado; existen aguas residuales sin canalización y por lo tanto contaminando el territorio.
- El 63% está satisfecho con la prestación del servicio de aseo. Se evidencia que en este por-



centaje, el nivel de satisfacción es baja considerablemente con respecto a los demás. A pesar de la existencia de cestos de basura en diferentes zonas públicas y de realizar campañas publicitarias de concientización respecto de los residuos sólidos, el municipio no permanece limpio.

En cuanto al servicio de energía en el área urbana, la Alcaldía municipal reporta un 99% de cobertura, mientras que en la zona rural la cobertura es del 81% (2012). Sin embargo, el Sistema de Información Eléctrico Colombia (SIEL) reporta que, el cubrimiento en la cabecera municipal es del 80,1% y en la rural del 79,99% (2012).

En octubre del año 2014 se dio apertura a una licitación pública cuyo objetivo fue aumentar la cobertura del servicio de energía eléctrica en las dos áreas del municipio; si bien no se encontraron datos de calidad con respecto a este servicio, a lo largo de la salida de campo se experimentó un servicio de energía óptimo.

En lo relacionado con la cobertura del servicio de gas natural, el área urbana reporta un 92% en tanto que la rural solo alcanza el 31%; debido a este bajo cubrimiento se presentó un proyecto al DNP en el año 2014 a través del cual se solicitó la construcción de redes de gas en las 18 veredas que aún no cuentan con el servicio. Se indagó sobre la asignación de recursos por parte del Departamento Nacional de Planeación - DNP, sin obtener respuesta fiable ni contundente, por lo que no se pudo corroborar si el proyecto se llevó a cabo. Se investigó sobre la cobertura de gas en las cinco veredas turísticas, sin encontrar hallazgos.

1.2.2. Seguridad

1.2.2.1. Condiciones generales de seguridad a nivel departamental

El Plan de Desarrollo de Casanare 2012- 2015 incluye en su cuarta dimensión el “sector” de “Seguridad y convivencia ciudadana”; en el programa “Fortalecimiento de la seguridad, la paz y la convivencia ciudadana”; propone el desarrollo e implementación del “Plan Integral de Convivencia Ciudadana el cual se llamó “Casanare... ¡Territorio

Seguro y Amable!” y fue aprobado en el año 2012 (Gobernación de Casanare, 2012). No se encontró información precisa y fiable sobre los ratios del citado plan, ni de las acciones con base en los mismos. Lo que sí se especifica en el Plan de Desarrollo de Casanare es que los proyectos, programas e iniciativas que se deprendan del plan, se financiarán a través del ‘Fondo Cuenta de Seguridad Departamental y Convivencia Ciudadana’. No se encontraron informes de rendición de cuentas en cuanto al actual gobierno y el grado de avance del plan integral.

a. Condiciones generales de seguridad a nivel municipal

En lo concerniente al municipio de Aguazul, el actual Gobierno Municipal ha elaborado una Política Integral de Convivencia y Seguridad Ciudadana 2012- 2015 “Hechos por la Paz”; esta consultoría tuvo acceso al documento, ratificando que el municipio maneja información importante sobre la seguridad. Según el citado documento, la política permite “adelantar acciones integrales de prevención de factores generadores de violencias, atención oportuna y eficaz frente a los hechos y situaciones que alteren la seguridad y el orden público y de promoción de la convivencia y la cultura ciudadana” (párr. 5). Es decir que a través de los proyectos e iniciativas que se proponen, se debe velar por la prevención de delitos y la propensión por la seguridad ciudadana y, en consecuencia, también turística.

En la política integral de convivencia y seguridad ciudadana, el actual Gobierno alude tanto al contexto y a una mezcla de factores, como generadores o detonantes de la problemática actual en términos de seguridad ciudadana y orden público, así:

- “Crecimiento desmedido de la población en el Municipio de Aguazul” por los flujos migratorios de personas de sectores marginados del país y sus condiciones de descomposición familiar y situación socioeconómica de alto riesgo.
- La población tiene menor sentido de pertenencia, arraigo y compromiso por el municipio.
- La industria petrolera ofrece oportunidades de empleo”, pero no tiene la capacidad de absorción de emplear a toda la población activa del municipio.

- Aumento en los índices de consumo de alcohol y de sustancias psicoactivas”

El caldo de cultivo anterior, representa “una de las principales causas para el incremento de la accidentalidad de tránsito y riñas en establecimientos públicos, vía pública y sitios de residencia que consolidan el ambiente propicio para el homicidio y la generación de lesiones graves”, además no hay distinción en las edades para estos comportamientos (Datos proporcionados por la Estación de Policía de Aguazul, 2011 citado por la Alcaldía Municipal, 2012).

Revisando el cuadro comparativo del documento, se destaca que las actividades delictivas más usuales del municipio, aumentaron entre los años 2010 y 2012; estas son:

- Lesiones en accidentes de tráfico se incrementaron en un 59%, es decir, 10 episodios más que el año anterior); muerte en accidente de tráfico aumentó en un 100%, duplicándose la cifra de 3 a 6 personas fallecidas en 2011). Según datos del Comando de Policía de Aguazul, “el consumo de alcohol, el incumplimiento de las normas de tránsito por parte de los conductores, el exceso de velocidad y la falta de señalización y semaforización en puntos críticos de la ciudad” son las causas para la situación de seguridad vehicular (Alcaldía Municipal, 2012).
- El hurto a personas creció en un 53% pasando de 15 en el año 2010 a 23 en el año 2012; el hurto a comercio se acrecentó en un 800% pasando de 1 a 9 establecimientos agredidos.
- Secuestro se amplía de 2 a 4 personas; es decir, un 100%.

En el cuadrante 2, de uso comercial, donde se encuentran la mayoría de hoteles, restaurante, sector bancario y comercial, se desarrollan conductas delictivas como el hurto a comercio (fleteo, rapinazo), hurto simple, abuso de confianza, lesiones personales y violencia intrafamiliar. También allí es donde se centra mayoritariamente la problemática de accidentalidad.

En cuestiones de orden público, delitos contra la seguridad democrática, sobresale que “de acuerdo con las cifras estadísticas, resulta preocupante el incremento en lo referente al delito de extorsión con relación al año 2010, así como también la constante en los homicidio de civiles por grupos al margen de la ley y los secuestros” (Alcaldía de Aguazul, 2012).

El actual Gobierno realizó 100 encuestas a habitantes de Aguazul, que arrojaron los siguientes resultados:

- El 39% de los entrevistados consideró que el más grave de los comportamientos en el espacio público es el incremento en el consumo de drogas y alcohol.
- El 51% afirmó que el municipio es seguro.
- El 65% dijo que la policía no hace lo suficiente para garantizar la seguridad en el municipio.
- La irresponsabilidad de los conductores es la principal razón de los accidentes que ocurren en el municipio. El 59% de los encuestados adujo que los culpables de la mayoría de accidentes son los motoristas.
- La tolerancia (34%), el respeto (22%) y la solidaridad (17%) fueron reconocidos como principios o característica más importante para la buena convivencia en sociedad.

b. Policía de Turismo

Hay presencia de la Policía de Turismo tanto en la capital del departamento como en Aguazul; en este último la gestión es adelantada por un solo patrullero.

1.2.2.2. Hospitales y Centros de Salud

En relación con la capacidad sanitaria instalada, se identificó que prestan servicios de salud el Hospital Juan Hernando Urrego, dos IPS privadas que ofrecen servicios de baja complejidad y cuatro consultorios odontológicos.

Según datos de la Alcaldía de Aguazul en su Plan de Desarrollo Municipal (2012), el Hospital Juan Hernando Urrego E.S.E. cuenta con una infraestructura hospitalaria en buen estado, aunque, no está logrando su capacidad estructural ni la ampliación de los servicios que la comunidad requie-



re. La misma fuente confirmó que “la prestación actual de los servicios de salud se hace a través de la red contratada por las EPS; el Hospital Juan Hernando Urrego presta servicios de primer nivel a los afiliados de CAPRESOCA, CAPRECOM, Humana Vivir y las EPS contributivas. Esa misma institución ofrece servicios de segundo nivel a los usuarios afiliados por CAPRESOCA y Humana Vivir. El Hospital de Yopal es la red complementaria contratada de las EPS mencionadas. Los usuarios del régimen subsidiado de salud que requieren procedimientos en el nivel dos y superiores tienen dificultades para acceder a los servicios debido a limitantes en la prestación de servicios en municipios alejados como Yopal, Villavicencio o Bogotá desestimulando y creando barreras de acceso; esta situación se presenta de forma constante y tiene un carácter estructural en el sistema. Los usuarios del régimen subsidiado dejan de recibir servicios de salud a que tienen derecho debido a las suspensiones e intermitencia en la prestación de los mismos, principalmente en los niveles superiores de atención. La E.S.E. y las IPS privadas argumentan glosas en cuentas o terminación de contratos que impiden el flujo adecuado de recursos; la situación se viene acentuando en los últimos años especialmente con el Hospital de Yopal que es el principal prestador a nivel departamental y la segunda institución que atiende afiliados del Municipio de Aguazul” (pág. 245- 246).

Según el plan de gobierno actual (2012) así como datos proporcionados por el Estudio de reorganización de la red de prestación de servicios de salud Hospital de Aguazul Juan Hernando Urrego citando al Ministerio de la Protección Social -2011, los servicios que ofrece el hospital en la actualidad son los siguientes: consulta externa, consulta externa odontológica, laboratorio clínico, hospitalización, urgencias, imagenología, atención de parto y el puerperio, promoción y prevención, vacunación, farmacia, optometría, traslado de pacientes básico, consulta de medicina especializada, rehabilitación, farmacia, ultrasonido y ecocardiografía.

- La IPS Saludcoop presta los servicios de consulta externa, consulta externa odontológica, promoción y prevención y farmacia.
- Salud Casanare cuenta con servicios como con-

sulta externa, consulta externa odontológica, laboratorio clínico y promoción y prevención.

- Instituto Profacturas solamente cuenta con el servicio de rehabilitación.
- Provensalud presta servicio de promoción y prevención.

El hospital cuenta con 20 camas para hospitalización de adultos y 8 pediátricas; dispone de una sala de partos. En urgencias se cuenta con una dotación de 10 camas de observación, 1 sala de curaciones, 3 salas de procedimientos generales y 4 consultorios.

En el sector rural, 10 centros de salud prestan servicio a las veredas; 4 de ellos son de competencia municipal, 9 son departamentales y de estos, sólo funciona uno en la vereda Cupiagua; los demás se encuentran inactivos. Como se evidencia en esta información, los datos no concuerdan porque habría 13 centros de salud y no 10 como se afirmó inicialmente. Por otro lado, el plan de desarrollo municipal confirma que de los 10 centros de salud, ninguno está en operación.

A través de una noticia encontrada en el portal web llanera.com el 19 de agosto de 2014, se conoció que los aguazuleños solicitaron a la Alcaldía y al departamento “la mejora de la calidad en la atención hospitalaria”. Al respecto, el Director de Planeación “reiteró el compromiso del Gobernador en hacer realidad el tercero y cuarto nivel de medicina en el departamento y para el caso de este municipio, elevarlo a un segundo nivel de complejidad con inversión en la infraestructura y dar garantías en el pago del personal médico; añadió que por tardar en seis meses se estaría cumpliendo con esta meta”. Esta información no se pudo contrastar con proyectos que se estén ejecutando en la actualidad.

1.2.3. Uso de tecnologías

Según el Boletín de Competitividad de Casanare (2013), el número de usuarios de internet en el Departamento se ha multiplicado 8.4 veces al pasar de 1.690 en 2006 hasta 14.143 en la medición del tercer trimestre de 2012. En la actualidad y según información estadística contenida en el sitio web del MinTIC, el número de suscriptores en el

primer trimestre del año 2014 fue de 18.363, lo que ubica al departamento en el puesto 22 a nivel nacional (9 millones y medio de suscriptores en todo el país para el mismo periodo). A pesar del acelerado crecimiento de usuarios, el porcentaje de penetración de internet del departamento se encuentra rezagado respecto del total nacional: en 2012 fue de 4.2%, mientras que el nivel nacional reportaba cifras del 8%. En Colombia, el mayor porcentaje se concentra en Bogotá (15,4%), Antioquia (11,9%) y Risaralda (10,7%). Contrastando esta información con las estadísticas del MinTIC, se ratifica que el grado de penetración de internet en Aguazul fue del 2,4% en el primer trimestre de 2010, en 2013 (tercer trimestre) del 3,8% y en el cuarto trimestre del mismo año volvió a descender al 3,30%. El total de suscriptores fue de 1.196 (2014) de los cuales la mayoría se conectan a través de banda ancha, aunque todavía hay un número considerable en angosta (2014).

Los servicios financieros en el municipio se consideran suficientes, dado que hay sucursales de bancos como BBVA, Davivienda, Bancolombia, Bancamía y Banco de Bogotá y red de cajeros ATH. Las facilidades de pago a través de tarjeta de crédito o débito en los establecimientos comerciales son insuficientes, incluso en hoteles y restaurantes. Esto se considera una barrera de entrada o una insatisfacción por parte de los visitantes y turistas que llegan a Aguazul.

Para finalizar el análisis de la infraestructura, se concluye lo siguiente:

- La posición geográfica del departamento es estratégica, así como la de Aguazul; también ayuda la existencia de un aeropuerto con variedad de aerolíneas, rutas, frecuencias y bajos precios, así como contar con una terminal de buses operativa que se caracteriza por un sistema de transporte público intermunicipal frecuente y completo hacia y desde el municipio de Aguazul. La calidad de las instalaciones del aeropuerto no es la más óptima.
- Vías principales de acceso al municipio se encuentran en buen estado aunque las de acceso a ciertos atractivos potenciales son trochas. A pesar de esto, se evidencia una falta de mantenimiento vial y bajo en las obras de arte.
- Falta generalizada de señalización primaria y ausencia casi total de señalización turística.
- Inseguridad ciudadana y por ende, del turismo por factores inherentes al desarrollo petrolero de la municipalidad. La percepción del ciudadano sobre el servicio que presta la policía es regular, probablemente por carecer de apoyo y herramientas. Existe policía de turismo pero el personal no está capacitado y no hace presencia en los atractivos porque son todavía incipientes y poco visitados. No se encuentra reporte informativo sobre frentes de seguridad cívicos que sí poseen otros municipios del país.
- El Consejo de Seguridad Turística departamental no está funcionando en la actualidad.
- Aunque existe infraestructura y oferta hospitalaria a nivel urbano, su cobertura y calidad puede mejorarse. La oferta en lo rural, es aparentemente inexistente según las fuentes revisadas.
- A pesar de la vocación deportiva del municipio y el desarrollo de eventos relacionados, no consta que haya un servicio especializado para la atención de los deportistas.
- Falta de conciencia y cultura ciudadana como activo municipal, lo que se traduce en existencia de residuos sólidos y desechos en varias de las zonas urbanas del municipio.
- Existencia y disponibilidad de equipamientos físicos (deportivos, culturales y sociales) de excepción (canchas deportivas, recintos feriales, manga de coleo, parque del arroz, concha acústica, entre otros); no obstante, aunque en su mayoría presentan uso frecuente, otros como la plaza de toros apenas se usa unas cuantas veces al año y sus condiciones de mantenimiento no son las mejores.
- La comunidad se queja de la calidad de servicio de aseo y alcantarillado aunque la cobertura de los mismos alcanza casi el 100%. El servicio de aseo para residuos sólidos, industriales y doméstico no es el adecuado. Se echa de menos la ejecución juiciosa de un plan de manejo de residuos sólidos.
- Porcentaje de cobertura de gas a nivel rural y urbano se considera insuficiente.
- Porcentaje de cobertura de energía eléctrica insuficiente a nivel rural.
- Los documentos consultados arrojan que hay disponibilidad de infraestructura TIC's



en centros educativos rurales y urbanos del municipio. No obstante, se evidencia que las actitudes, las tradiciones y los programas inconclusos impiden el dominio de herramientas tecnológicas tangibles. No se evidencia la adaptación de tecnologías en servicios financieros ni control de reservas para visitantes. El nivel tecnológico en el tejido productivo turístico, es bajo.

1.3. ANÁLISIS DE LA SUPERESTRUCTURA

1.3.1. Identificación y análisis de organismos públicos y privados del turismo en Casanare- Aguazul

El sector turístico de Aguazul y Casanare en general se encuentra atravesando un momento dulce debido a la importancia y trascendencia que aparentemente se le está otorgando; esta realidad se relaciona estrechamente con la crisis actual del sector hidrocarburos que ha permitido la identificación y análisis de otros sectores productivos por los qué apostar; entre ellos el turismo.

Tal como lo consigna la Ley General de Turismo - Ley 300 de 1996, el turismo está conformado por los sectores oficial, mixto y privado; por ello, este acápite identifica y analiza los organismos públicos y privados del turismo en dos ámbitos de estudio; es decir, tanto en Casanare a través de lo indagado en su capital Yopal, como en Aguazul.

1.3.1.1. Casanare- Yopal

Las entidades relacionadas con la planificación y la gestión del turismo a nivel departamental- capital son ocho (8):

Dirección Técnica Departamental de Cultura y Turismo de la Gobernación de Casanare

Depende directamente de la Secretaría Privada; según información del sitio web de la Gobernación.

Análisis de funciones: esta Dirección tiene a cargo la formulación de los planes de cultura y de turismo, así como la investigación y actualización de

los inventarios del patrimonio histórico, cultural y turístico del departamento. Apoyar la capacitación cultural y turística en los diferentes municipios, fomentar la creación de los consejos municipales de cultura, así como promover y difundir las expresiones culturales de Casanare.

Para poder cumplir con las funciones encomendadas, cuenta con recursos asignados a partir del Plan de Desarrollo Departamental 2012 – 2015 - "La que gana es la gente".

Análisis de los perfiles: con respecto a los perfiles profesionales, se pudo constatar que la Directora es Administradora Pública con especialización en Desarrollo y Marketing Territorial lo que aporta valor a la gestión pública del turismo; no obstante, el grupo de profesionales que la acompañan no tienen formación en turismo y desconocen la normativa del sector, haciendo más difícil la labor que deben desempeñar.

Departamento Administrativo de Planeación (DAP) de la Gobernación de Casanare

Se apoya en dos direcciones: la Dirección de Política Sectorial y la Dirección de Banco de Programas y Proyectos de inversión departamental- BPID.

Análisis de las funciones: según información del sitio web de la Gobernación de Casanare, el DAP "ejerce autoridad técnica y administrativa en el ramo de la planeación económica, social y ambiental en el Departamento de Casanare y la ejercerá con la inmediata colaboración de los directores".

Aunque las funciones del departamento son generales, el hecho que su propósito principal sea "formular, controlar y evaluar planes y programas de desarrollo integral coherentes y consistentes con la misión del Departamento", hace que el turismo como motor de la economía no sea excluido, dada su naturaleza integral e interdisciplinaria. En la Dirección de Política Sectorial está incluido el componente de ordenamiento territorial a nivel departamental, esencial para el desarrollo del sector turístico. En cuanto a la Dirección BPID, se define como "un instrumento para la planeación que registra programas y proyectos de inversión seleccionados como viables técnica, financiera, ambiental y socio económico susceptibles

de ser financiados total o parcialmente con recursos del Presupuesto de Gastos de Inversión Departamental” (Gobernación de Casanare, s.f.). Esta dirección es importante para el desarrollo del turismo porque gracias a ella se están ejecutando recursos destinados al sector.

Análisis de los perfiles: ninguno de los perfiles revisados cumple con las condiciones técnicas, ni profesionales, ni de experiencia o proyección deseadas en el sector del turismo, dada la carencia en formación y experiencia relacionada.

Secretaría de Desarrollo Económico, Medioambiente y Turismo de la Alcaldía de Yopal
La Secretaría depende directamente del Despacho del Alcalde.

Análisis de las funciones: revisadas las funciones de la Secretaría, se evidenció que si bien están divulgadas en la página web de la Administración Municipal, ninguna de ellas tiene jurisdicción o impacto en el turismo; todas ellas se relacionan con la formulación de políticas, planes y programas agropecuarios y de desarrollo rural; se intuye que las relacionadas con el turismo estarían englobadas en el apartado “Las demás funciones que le sean asignadas y que correspondan a la naturaleza de la dependencia, de conformidad con la ley vigente y las disposiciones que la modifiquen, adicionen o reglamenten” tal y como se precisa en la página web.

Análisis de los perfiles: el secretario actual es zootecnista, área agropecuaria y a pesar que hay un profesional universitario que lo asesora y apoya, no se difunde su perfil en la citada página.

Instituto de Deportes y Recreación de Casanare (INDERCAS)

Según la información contenida en el sitio web de la Gobernación de Casanare y el del instituto, “es un establecimiento público del orden departamental, con personería jurídica autonomía administrativa, financiera y patrimonio propio, integrante del sistema nacional del deporte y coordinador del plan nacional del deporte, la recreación y la educación física.” El instituto “fomenta los procesos de iniciación y práctica deportiva, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre, la educación física

y la educación extraescolar, como contribución al desarrollo integral de la persona, para aportar de esta forma al mejoramiento de la calidad de vida de los Casanareños.”

Análisis de las funciones y los perfiles: las funciones analizadas se estiman adecuadas teniendo en cuenta que el fomento del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre son ejes fundamentales para el mejoramiento de la calidad de vida y el desarrollo integral de los ciudadanos. Haciendo una revisión del organigrama del Instituto, se considera que cuenta con personal suficiente para llevar a cabo sus funciones; el director del instituto es administrador público; no se especifica si tiene especialización en temas relacionados con la gestión deportiva o el tiempo libre.

Cámara de Comercio de Casanare - Coordinación de Competitividad Empresarial - Programa de Promoción Empresarial - Iniciativa Clúster de Naturaleza

Análisis de las funciones: su función principal es “impulsar las actividades de promoción, participación e intercambios comerciales en eventos para que las empresas casanareñas promuevan sus productos, servicios y conozcan nuevas tecnologías y nuevos mercados”. Es decir, “generar espacios de acercamiento comercial entre la oferta y la demanda de productos y servicios de nuestras empresas en el país y en el exterior” (Cámara de Comercio de Casanare, 2015). Los eventos son básicamente ferias comerciales, ruedas de negocios y misiones comerciales exploratorias, todos ellos muy importantes en el sector turístico. Sin embargo, en el último año se viene trabajando con apoyo de la consultora española Cluster Development, la iniciativa Clúster a través de la vocación natural del departamento con socios estratégicos como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, INNPULSA Colombia y Bancoldex.

Análisis de los perfiles: el perfil del profesional que está vinculado a la iniciativa clúster reúne las condiciones de manejo de la metodología, así como el conocimiento de la realidad del sector turístico y sus actores.



Policía de Turismo

A partir de la promulgación de la Ley 300 de 1996 “Ley General de Turismo”, se dispuso la creación de la División de Policía de Turismo, jerárquicamente dependiente de la Dirección de Servicios Especiales y administrativamente del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; de manera que desde el año 1997 el país cuenta con una Policía de Turismo Nacional y organizada. El encargado en la ciudad de Yopal, es un Superintendente.

En el sitio web de la Policía, se estipulan las funciones de esta área especial, entre otras:

- Adelantar labores de vigilancia y control de los atractivos turísticos que a juicio del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de la Policía Nacional merezcan una vigilancia especial.
- Orientar a los turistas y canalizar todo tipo de quejas y sugerencias.
- Atender labores de información y orientación turística.
- Apoyar las investigaciones que se requieran por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Trabajar en coordinación con las secretarías municipales y departamentales de turismo, temas relacionados con el mismo.

Análisis de las funciones y de los perfiles: las funciones son determinadas por la Policía Nacional y el Viceministerio de Turismo; con regularidad el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo imparte capacitaciones para los miembros de la Policía de Turismo que en su mayoría son bachilleres con conocimiento en una segunda lengua. Como sucede en otras regiones del país, la permanente rotación de los uniformados a cargo del turismo, no permite que se especialicen lo suficiente en un determinado destino; concentran sus funciones en visitas a los prestadores de servicios turísticos para determinar el cumplimiento del Registro Nacional de Turismo, olvidando que también deben brindar información ágil y coherente a los visitantes y turistas, relacionada con atractivos turísticos.

Corporación Autónoma Regional de la Orinoquia-Corporinoquía

Es la entidad responsable de la gestión y protección de los recursos medioambientales de los de-

partamentos de la Orinoquia colombiana, entre ellos, Casanare.

Gremios

- COTELCO *capítulo Casanare*

Está en proceso de constitución, sin contar todavía con el aval del ejecutivo nacional; no obstante, el proyecto y los doce (12) afiliados que se necesitan ya están listos. Se considera que es una cuestión de tiempo para que se instaure el capítulo. En ese caso, COTELCO representaría y apoyaría los intereses de los establecimientos de alojamiento afiliados y no afiliados y del turismo en general en la búsqueda de su competitividad y productividad.

- ANATO *capítulo central*

Con sede en Bogotá, representa, defiende y promociona los intereses generales del turismo y de las agencias de viajes en Colombia. Este gremio no ha conformado capítulo en Casanare; según información recabada, existen unas pocas agencias de viajes de Yopal afiliadas al mismo.

- FEDETURISMO *Casanare*

Según información proporcionada por su antigua representante legal y uno de los afiliados a Corcultura, el propósito de esta Federación era convertir a Casanare en destino turístico nacional e internacional para el año 2010; estuvo integrada en otro momento por Corcultura del municipio de Aguazul (Corporación de Cultura y Turismo), así como otras corporaciones de turismo de ocho (8) municipios. En la actualidad, la Federación no cuenta con actividad visible; sin embargo, sigue haciendo presencia a partir de alguno de sus integrantes, en eventos relacionados con el turismo.

En general, se percibe una falta de presencia y liderazgo de los gremios turísticos a nivel departamental, teniendo en cuenta que son entidades esenciales en los procesos de gestión y gobernanza en cualquier destino turístico.

1.3.1.2. Aguazul

La Secretaría General de la Alcaldía, proporcionó el siguiente documento que clarifica la estructura orgánica de la administración municipal:

“DIMENSIÓN INSTITUCIONAL

A partir de las directrices trazadas en el Plan de Desarrollo “HECHOS DE GOBIERNO POR AGUAZUL” 2012-2016, en su estrategia denominada “Aguazul Cívico e Institucional”, se formuló el programa Desarrollo Institucional con Resultados, que tiene como objetivo “...generar confianza, pertenencia, convivencia, corresponsabilidad ciudadana y valor de lo público con buen gobierno”.

Teniendo en cuenta dicho objetivo, y siendo nuestra principal preocupación la comunidad, buscando prestar siempre mejores servicios y satisfacer sus necesidades, la Administración Municipal emprendió acciones decisivas para alcanzar la implementación del Sistema de Gestión de Calidad iniciando por la consolidación del Modelo Estándar de Control Interno MECI, y el Fortalecimiento del Sistema de Desarrollo Administrativo, por el cumplimiento de la normatividad relacionada con la Gestión Documental y con una serie de requerimientos legales exigidas a las Entidades Territoriales.

Por lo anterior y con el ánimo de reafirmar en la ciudadanía la confianza hacia la institución municipal se tornó imperativo mejorar el desempeño administrativo, materializándolo en una mejor prestación de los servicios a la comunidad, involucrando todas las metas del plan de desarrollo y a todas sus dependencias, haciendo que el trabajo de fortalecimiento institucional sea una tarea permanente que implicó el compromiso de los servidores públicos de la Alcaldía, lo que significó crear una estructura interna sólida que nos permitiera desarrollar procesos y procedimientos eficaces, eficientes y efectivos, que dejaran huella en el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, lo que implica hacer de Aguazul un mejor municipio en términos de:

- Una infraestructura mejorada y preservada
- Mejores servicios sociales y de salud
- Mejor Educación y conservación del patrimonio Cultural
- Fortalecimiento económico en armonía con el medio ambiente
- Mejores condiciones de Seguridad, Convivencia y Participación Ciudadana
- Respetando las disposiciones sobre la gestión territorial.

Esta fue la razón que motivó la implementación de un Sistema de Gestión Integral de Calidad y Control interno, bajo las normas NTC GP 1000:2009 y MECI 1000:2005, para esa época, expresado este compromiso dentro del plan de desarrollo como una de las metas de resultado en la línea estratégica “Aguazul Cívico e Institucional”, logrando que en el año 2014, el organismo de certificación ICONTEC Internacional certificara a la Alcaldía Municipal de Aguazul, en el Sistema de Gestión de Calidad, enmarcado en las normas NTC GP1000:2009 e ISO 9001:2008, este reconocimiento es solo el primer paso de la larga carrera hacia la calidad y el mejoramiento continuo, en efecto tenemos un gran reto que es continuar trabajando para entregar a la comunidad mejores servicios.

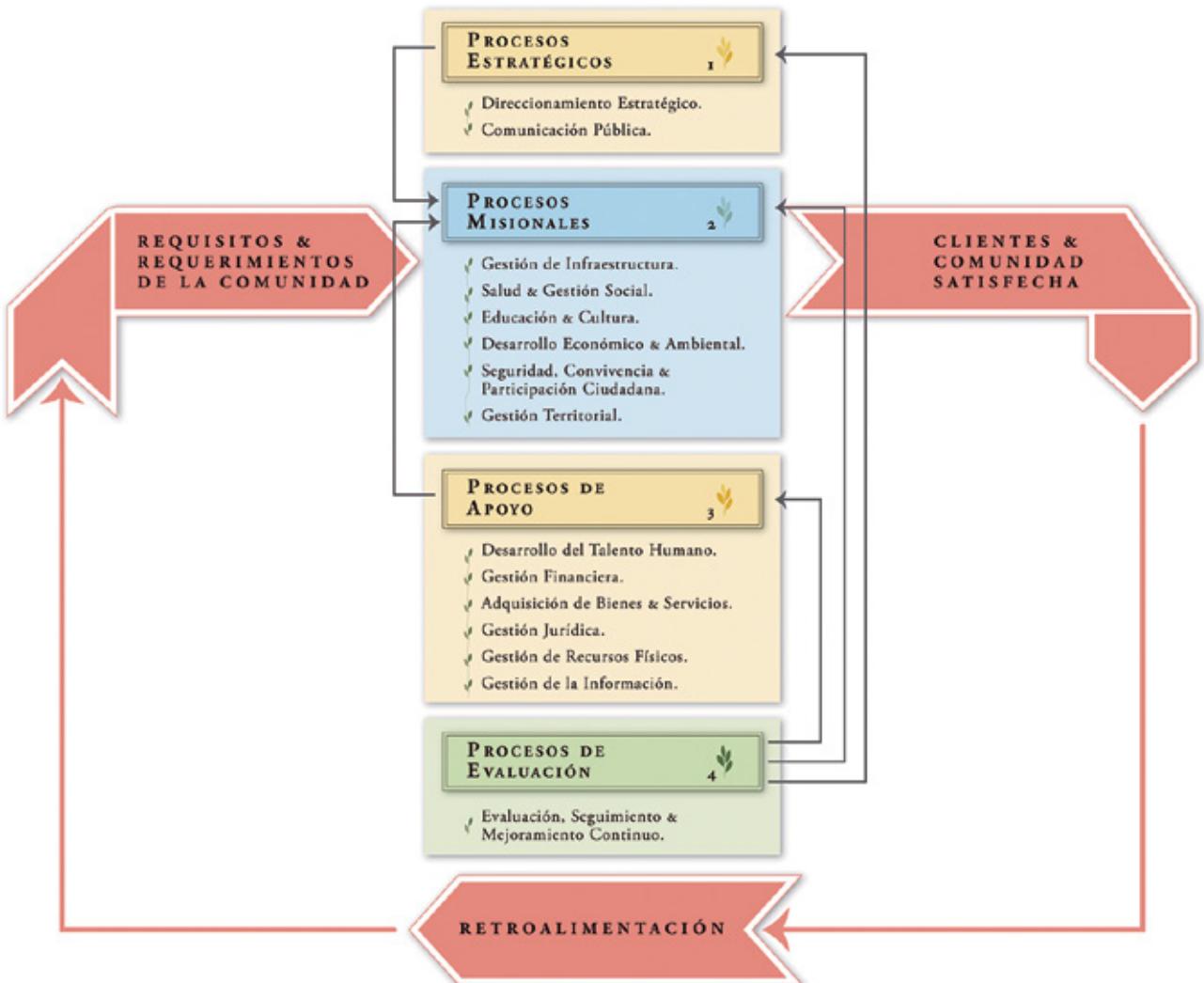
Con base en lo anterior, la Alcaldía Municipal de Aguazul, cuenta con una disponibilidad de recursos humanos y tecnológicos, así como la adopción de acciones, métodos y mecanismos de preventión, control y evaluación para el mejoramiento continuo de la entidad territorial, materializado en una estructura orgánica con un enfoque basado en procesos, articulando los diferentes momentos de la gestión pública con la implementación del Sistema de Gestión Integral de calidad y control interno, con base en él se dirige y evalúa el desempeño institucional de la administración pública municipal, orientado al mejoramiento de los bienes y servicios que se ofrecen a la ciudadanía.

La entidad, cuenta con quince (15) procesos: dos (2) estratégicos, seis (6) misionales, seis (6) de apoyo y uno (1) de evaluación, a través de los cuales se desarrolla la operación de la entidad, cuyos resultados generan servicios para satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes, como se puede observar en el mapa de procesos representado gráficamente así:



MAPA DE PROCESOS

Alcaldía Municipal de Aguazul, Casanare



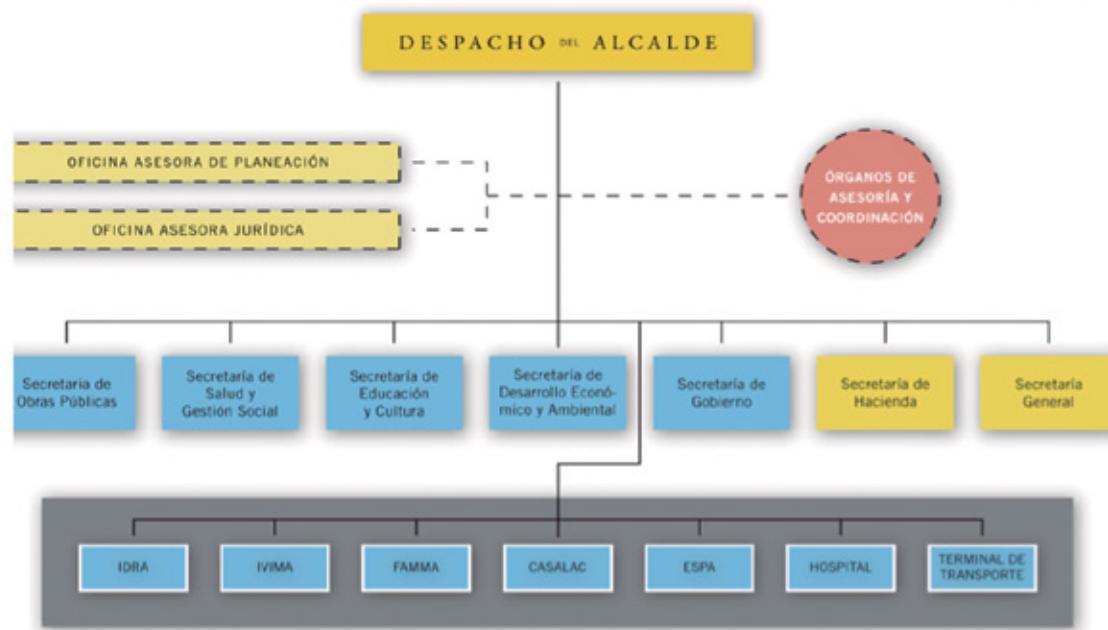
Entre los procesos Misionales se encuentra el proceso “Desarrollo Económico & Ambiental” liderado por el secretario de despacho de la secretaría que lleva este mismo nombre, proceso que tiene por objetivo: gestionar programas y proyectos para el desarrollo económico productivo y competitivo de los sectores agrícola, pecuario, ambiental, turismo, agroindustrial y comercial que permitan la dinámica económica sostenible del municipio contribuyendo al mejoramiento de

la calidad de vida de sus habitantes. En este proceso, se enmarcan los planes, programas y proyectos necesarios para su gestión, siendo el Plan de Turismo uno de ellos, el cual le va a permitir a la entidad realizar acciones tendientes a promover el desarrollo turístico en Aguazul.

La Alcaldía Municipal de Aguazul tiene una estructura orgánica funcional adoptada por Acuerdo Municipal Número 041 del 22 de Diciembre

ORGANIGRAMA

ALCALDÍA MUNICIPAL DE AGUAZUL, CASANARE



de 2014, integrada por el despacho del alcalde, siete (7) secretarías, dos (2) oficinas asesoras, las cuales desarrollan los procesos estratégicos, misionales, de apoyo y evaluación y sus funciones generales se encuentran alineadas con los procesos que dirigen y controlan, desarrollados por una planta de empleos de todos los niveles jerárquicos para ejecutar las tareas propias de la estructura orgánica funcional, representada gráficamente en el anterior organigrama.

El Despacho del Señor Alcalde desarrolla los procesos estratégicos: Direccionamiento estratégico y Comunicación Pública, relacionados con el establecimiento de políticas y estrategias, fijación de objetivos, provisión de comunicación, aseguramiento de la disponibilidad de recursos necesarios y revisiones por la dirección.

Las dependencias de apoyo son las encargadas de la gestión de los procesos de Apoyo a saber: Desarrollo del Talento Humano, Gestión Financiera, Adquisición de Bienes y Servicios, Gestión Jurídica, Gestión de Recursos Físicos y Gestión de la Información, en general son las que proveen los

recursos que son necesarios en los procesos estratégicos, misionales y de evaluación.

Las dependencias Misionales son las encargadas de desarrollar los procesos Misionales: Gestión de Infraestructura, Salud & Gestión Social, Gestión Educativa & Cultural, Desarrollo Económico & Ambiental, Seguridad, Convivencia & Participación Ciudadana y Gestión Territorial, encargados de la prestación de los servicios, son los que proporcionan el resultado previsto por la entidad en el cumplimiento de su Misión o razón de ser en el marco de las competencias constitucionales y legales y en cumplimiento de los fines esenciales del Estado.” (Comillas fuera de texto).

La planificación y gestión del turismo de Aguazul se lleva a cabo a través de las siguientes entidades:

Secretaría de Desarrollo Económico y Ambiental
Revisando el sitio web del consistorio se constata la falta de actualización después de la reestructuración que se llevó a cabo en la entidad; todavía se encuentra información de la Secretaría anterior de Agricultura y Ganadería donde se reportan funcio-



nes específicas relacionadas con la actividad turística como por ejemplo: “Promover los proyectos de infraestructura turística, de acuerdo con los objetivos y metas del plan desarrollo municipal y administrar los bienes y la infraestructura de apoyo al turismo que sean propiedad del municipio, o en los cuales tenga parte o haya recibido a cualquier título y que estén al servicio del sector.” También se reporta un programa especial llamado Aguazul con proyección turística donde se proponen dos metas cuantitativas de resultado: “Empoderar al 80% de los prestadores de servicios turísticos, para posicionar el Municipio de Aguazul como el principal destino del Departamento de Casanare y establecer el 100% de las bases de planificación del desarrollo turístico del Municipio de Aguazul, durante el cuatrienio”; las dependencias guías de este programa son la de Agricultura y Ganadería y la de Obras Públicas.

Análisis de los perfiles: ninguno de los perfiles revisados cumple con las condiciones técnicas, ni profesionales, ni de experiencia o proyección deseadas en el sector del turismo, dada la carencia en formación y experiencia relacionada.

Oficina Asesora de Planeación de la Alcaldía de Aguazul

El sitio web de la Alcaldía reporta la misión de esta dependencia técnica “cuyo objetivo consiste en asesorar a todas las dependencias de la Administración en los procesos de ordenación del territorio y planificación del desarrollo socioeconómico”. La oficina tiene claridad respecto de la articulación del componente turístico en el Esquema de Ordenamiento Territorial, en revisión actual. Esta oficina reviste destacada importancia para el turismo, teniendo en cuenta que es en quien recae la responsabilidad de priorizar los usos y actividades turísticas en el ordenamiento territorial.

Corporación de Cultura y Turismo de Aguazul, CORCULTURA

Fue creada según registro de Cámara de Comercio el 10 de agosto de 2005, contando con vigencia hasta el 10 de agosto de 2015. El objetivo de la Corporación es “realizar todo tipo de actividades relacionadas con el desarrollo y el fomento social, económico y educativo, del gremio cultural y tu-

rístico del municipio de Aguazul”. “Propenden por el rescate de la idiosincrasia, los valores autóctonos, la llaneridad y el turismo específicamente en los siguientes aspectos:

- Servir como ente motor en la capacitación, promoción y desarrollo del ecoturismo y agroturismo, mediante la búsqueda de recursos de los diversos sectores del gobierno seccional y central, la empresa privada y organismos de cooperación internacional.
- Impulsar el desarrollo de eventos que promuevan el sano esparcimiento y exhorten las costumbres culturales, ambientales, lúdicas y deportivas de la comunidad llanera.
- Promover, crear, asesorar, capacitar, planear y fortalecer el desarrollo de proyectos ecológicos, turísticos y culturales en el municipio de Aguazul.
- Gerenciar, administrar o conducir el desarrollo de proyectos de construcción e inversión en centros vacacionales, recreacionales, zoológicos, acuarios, reservas ecológicas, agrícolas o turísticas y colocar al servicio público todo tipo de instalaciones o terrenos que promuevan la recreación, la ecología, la protección de las especies animales y agrícolas en vía de extinción.
- Liderar y administrar eventos festivos, folclóricos, culturales, rescate de tradiciones y sano esparcimiento en cualquier lugar de la región.
- Organizar, liderar y administrar el desarrollo de eventos típicos, para promover la conservación de los valores culturales, idiosincrasia, folclor, costumbres, mitos y leyendas del Llano colombiano” (pág. 1).
- “Ejercer control y vigilancia sobre los recursos que por cuenta de las entidades públicas sean destinados para sectores culturales y turísticos previstos en los objetivos de esta corporación.
- Promover y promocionar la práctica de deportes de aventura y esparcimiento, apoyar todo tipo de eventos deportivos que coadyuven al desarrollo del turismo y el deporte.” (pág. 2).

Siguiendo con la información consignada en el documento de la Cámara de Comercio de Casanare, se enfatiza en que “el objetivo social será desarrollar la industria y gremio del turismo y la conservación de la cultura del pueblo aguazuleño, en el desarrollo de su objeto social la corporación podrá:

- Contratar, negocia, permutar, recibir en comodato, canjear, comprar, vender y establecer convenios con entidades públicas, privadas, nacionales e internacionales.
- Celebrar operaciones de compraventa, intercambio, comodato, servidumbre y financieras con empresas privadas y otras entidades sin ánimo de lucro afines a su objeto social.
- Prestar apoyo y asesoría técnica, jurídica, económica, comercial y de servicio a otras instituciones y colectivos con objeto social afín, para desarrollar proyectos productivos en las áreas agropecuarias, ecoturísticas, agroturísticas, culturales de servicios ambientales, en todos sus renglones técnicos y profesionales.
- Desarrollar u organizar ferias, eventos y todo tipo de actividades que tengan que ver con el turismo.” (pág. 2)

El objeto social de Corcultura es amplio; no obstante, después de la investigación no se evidencia un liderazgo activo de esta entidad sin ánimo de lucro; de hecho, la visibilidad en Internet es mínima, no teniendo sitio web, ni perfil en redes sociales, ni siquiera divulga sus acciones prioritarias. Dadas las circunstancias descritas en el párrafo anterior, se considera prioritario fortalecer la Corporación porque es la única que tiene relación con el sector turístico y cultural de manera directa. Como se especificó en la información relacionada con el gremio turístico y cultural de Casanare, Corcultura pertenece a Fedeturismo.

Instituto para el Deporte y la Recreación de Aguazul (IDRA)

Al igual que su homólogo departamental, el instituto tiene personería jurídica autonomía administrativa, financiera y patrimonio propio.

Su objetivo principal es “apoyar y fomentar el deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre en la comunidad aguazuleña integralmente para mejorar su calidad de vida y contribuir al sano esparcimiento y la convivencia.” (INDERCAS, s.f.).

Análisis de las funciones y perfiles: las funciones que analizadas se estiman las adecuadas teniendo en cuenta que el fomento del deporte, la re-

creación y el aprovechamiento del tiempo libre son ejes fundamentales para el mejoramiento de la calidad de vida y el desarrollo integral de los aguazuleños. Haciendo una revisión del organigrama, se considera que cuenta con personal suficiente para llevar a cabo sus funciones, el director del instituto es administrador público; no se especifica si tiene especialización en temas relacionados con la gestión deportiva o del tiempo libre.

Cámara de Comercio de Aguazul

Dependiente de la Cámara de Comercio de Casanare y con idénticas funciones. Se trata de una entidad activa en temas relacionados con los empresarios, especialmente los del sector turístico de Aguazul.

Policía de Turismo

Se verificó después de la investigación realizada que el patrullero a cargo no realiza todas las funciones relacionadas con el cargo asignado. Adicionalmente, no dispone de la dotación necesaria que suele tener un policía de turismo municipal (brazalete y bicicleta). Por otro lado, no ha sido capacitado en relación con los atractivos turísticos del municipio ni en legislación turística.

Juntas de acción comunal¹

A través de los diferentes líderes urbanos y rurales que luchan por los derechos de sus comunidades, así como de las actividades productivas que en sus territorios se desarrollan, son la representación de la voz de la comunidad, tan importantes en estos procesos de planificación participativa. Se tuvo contacto con los representantes del área centro municipal, de la Vereda Valle Verde y de la Vereda San José del Bubuy, quienes estuvieron de acuerdo con la importancia de desarrollar un turismo de manera planificada y responsable.

Así las cosas y de manera muy general, se comprueba que sólo una de las entidades públicas revisadas, concretamente la Secretaría de Desarrollo Económico, Medioambiente y Turismo de la Alcaldía de Yopal está relacionada directamente con el turismo teniendo naturaleza, recursos hu-

¹ Durante el desarrollo del plan asistieron a los diferentes talleres representantes de las veredas.



manos, materiales y económicos asignados para el desarrollo del sector. Se destaca la labor de la Secretaría de Desarrollo Económico y Ambiental de Aguazul al liderar procesos de planificación y promoción turística.

Lo identificado y caracterizado en páginas anteriores constata la aparente importancia, auge y protagonismo de la industria turística a nivel regional y municipal. En términos generales, la planificación y gestión del turismo se concentra en la Dirección Técnica de Cultura y Turismo de la Gobernación Departamental, en la Secretaría de Desarrollo Económico, Medioambiente y Turismo de la Alcaldía de Yopal y en la Secretaría de Desarrollo Económico y Ambiental en el ámbito municipal; si bien existe recurso humano al servicio del turismo, este no está lo suficientemente capacitado. Igualmente, aunque presupuestalmente se evidencian rubros para el turismo tanto en la Gobernación como en las alcaldías de Yopal y Aguazul y algunos gestionados a través de recursos de regalías, no obedecen a una carta de navegación que permita la optimización de los mismos; por el contrario se perciben hechos aislados, como el proyecto Sueños de Aguazul, liderado por la entonces Secretaría de Agricultura y Medio Ambiente Municipal que representa un inigualable esfuerzo público por visibilizar el destino, pero que ha debido realizarse una vez definida la vocación turística del destino para no duplicar esfuerzos. Por razones obvias, este hecho puede resultar peligroso y contraproducente en términos de gestión turística, porque será difícil articular a todos los actores de la cadena de valor sin una institucionalidad fuerte y líder que consolide las iniciativas empresariales, gremiales y de la comunidad.

Pese a lo anterior, se comprueba con los actores entrevistados y las fuentes secundarias revisadas que existen ciertos mecanismos que pueden mejorar las relaciones entre entidades e instituciones, como por ejemplo la iniciativa desde el Departamento Administrativo de Planeación – DAP - de formalizar un contrato plan, la existencia de asociaciones territoriales y regionales, así como algunas alianzas público – privadas (Clúster de Turismo de Naturaleza a nivel departamental).

Analizando el nivel de la normatividad y legalidad en el sector turístico de Casanare, este no se encuentra adaptado a lo que realmente necesita el departamento y, en consecuencia, tampoco sus municipios con vocación turística. De hecho hay un desconocimiento importante de la Ley de Turismo y sus sucesivas reformas; normas técnicas sectoriales de calidad y sostenibilidad, conocimiento sobre la Organización Mundial del Turismo, por mencionar algunos, por parte de todos los actores estudiados. Sigue lo mismo al abordar el tema de los mecanismos de planificación y gestión con los que cuenta el departamento y el municipio, todavía incipientes a pesar de la existencia del Plan de Desarrollo Turístico de Casanare y el proceso de planificación a nivel local, adelantado para la formulación del plan turístico.

Indagando en una variable tan importante como lo es la información turística, se corroboró que no existe sistema de información oficial, por lo que la toma de decisiones se dificulta considerablemente, sobre todo porque hay un desconocimiento mayúsculo sobre el turista nacional o internacional que visita en la actualidad el departamento y el municipio.

Con respecto a la promoción turística, este año la asistencia a la Vitrina Turística de ANATO fue liderada por el DAP a través del Banco de Proyectos y su consecuente articulación con la Dirección Técnica de Cultura y Turismo Departamental; igualmente la Secretaría de Agricultura y Medio ambiente realizó el proyecto promocional Sueños de Aguazul que se explica con mayor detalle en el Análisis de la Promoción.

Se puede concluir entonces, que la cadena de valor del sector turístico en Aguazul es muy débil; faltan eslabones muy importantes como los operadores, imprescindibles para dinamizar y comercializar el destino; los guías, fundamentales en la transmisión del conocimiento y la interpretación del destino turístico.

1.3.2. Análisis de las relaciones entre los organismos del turismo en Casanare-Aguazul

El análisis de las relaciones entre los organismos públicos y privados encargados del turismo en Casanare- Aguazul se engloba dentro del proceso de gestión de los destinos turísticos, a través de esfuerzos sinérgicos y coordinados de los gobiernos en sus diferentes niveles y atribuciones, de la sociedad civil que habita en las comunidades receptoras y del tejido empresarial relacionado con la operación del sistema turístico²; es decir, de lo que técnicamente se denomina gobernanza - administración. De nada sirve un esfuerzo, por grande e importante que sea, sin el trabajo en equipo por parte de la cadena de valor del turismo. Una de las opciones para incorporar con mayores posibilidades de éxito en las corrientes turísticas al destino turístico Aguazul es a partir de la colaboración entre los actores que conforman el sistema turístico, a partir de la capacidad de los mismos para generar sinergias entre los gobiernos, el sector privado, las organizaciones no gubernamentales y la comunidad receptora.

La relación entre los actores locales es un capítulo que requiere una gran atención; la continuidad de los procesos formulados para el sector demanda persistencia y determinación si se quieren aprovechar las ventajas comparativas con que cuenta Aguazul, las cuales deberán transformarse en ventajas competitivas. Es por ello que se aplicó una entrevista³ en profundidad a los actores estratégicos de la cadena de valor del turismo, tanto a nivel departamental como a nivel municipal. El objetivo fue evaluar las funciones y gestión de las entidades turísticas y de apoyo al sector que hacen presencia en la zona, de forma tal que se propone la alternativa que mejor se ajuste al manejo del sector turismo.

Se entrevistaron en total siete (6) actores turísticos que hacen presencia en Yopal y tres (3) en Aguazul. En las siguientes tablas se identifica a los consultados, su cargo y la entidad a la que están vinculados; también si la entrevista fue delegada: Los resultados de la investigación arrojaron la si-

² Texto extraído del informe ejecutivo proyecto Gobernanza del Turismo, 2010; nombrando a OMT, Madrid, 2008.

³ Ver anexo digital 2 Entrevista a actores estratégicos de la cadena de valor del turismo

Actores turísticos del orden departamental

ENTIDAD	RESPONSABLE	CARGO	OBSERVACIONES
Gobernación de Casanare – Departamento Administrativo de Planeación	Dr. Luis Eduardo Castro	Director DAP	
Gobernación de Casanare – Banco de Programas y Proyectos	Ing. Reinaldo Orduz	Director del Banco de Programas y Proyectos de la Gobernación	Se entrevista a Pedro Javier Cárdenas, delegado por el ingeniero Orduz
Gobernación de Casanare – Dirección Técnica de Cultura y Turismo	Dra. Carolina Olmos	Directora	Especialista en Desarrollo y Marketing del Territorio
Cámara de Comercio de Casanare	Diego Fonseca	Profesional de promoción de clúster de la Cámara de Comercio de Casanare- PTP	
Hotel Iximena Plaza, Yopal	María Inés Castiblanco	Gerente	Líder de la iniciativa para constituir el capítulo COTELCO de Casanare.
FEDETURISMO	Alirio Castañeda	Integrante	



Actores turísticos del orden municipal

ENTIDAD	RESPONSABLE	CARGO
Secretaría de Desarrollo Económico y Medio Ambiente	Ing Jimmy Alexander Coba	Secretario
Oficina de Planeación	Dra Martha Cecilia Espinosa Otálora	Jefe de Oficina de Planeación
Cámara de Comercio de Aguazul	Sandra Milena Cubides	Directora Cámara Comercio de Aguazul

Fuente: Siete Turismo Estratégico, 2015

guiente realidad sobre la gobernanza turística:

1. En lo relacionado con la planificación y gestión del destino turístico, los entrevistados estuvieron de acuerdo que se han realizado avances con respecto a la creación de una visión consensuada del sector por parte de los diferentes actores que conforman la industria turística (público, privado, comunidad, academia y turistas); todo ello, gracias a la formulación del plan de desarrollo turístico de Casanare, pero que requiere urgentemente su actualización.
2. Todos los entrevistados estuvieron de acuerdo en la importancia de la formulación de un plan de desarrollo para el municipio de Aguazul para su proyección y posicionamiento turístico; de manera general se cataloga esta acción como esencial.
3. En relación con la vocación turística sobre la que debería girar el diseño de producto turístico aguazuleño, todos los actores coincidieron en que prima la natural y cultural frente a otras vocaciones, gracias al legado llanero de Casanare en lo que a paisaje cultural y natural se refiere.
4. En general, los entrevistados no destacaron experiencias importantes ni contundentes en lo relacionado con el compromiso público - privado de mediano o largo plazo a través de la celebración de eventos deportivos, culturales, políticos que hayan sido precedente importante en la cogestión del destino turístico, a excepción de la subasta ganadera y la iniciativa Clúster, las cuales, aunque han generado avance, no han tenido tiempo para madurar. ExpoCasanare y ExpoAguazul a pesar de su aparente importancia no trascienden en el contexto regional y nacional turístico.
5. Cuando se preguntó por la existencia de espacios de relación donde no predominen los principios de jerarquía ni de mercado, a través de los cuales se propenda por la toma de decisiones colectivas desde nuevas perspectivas, las opiniones fueron contundentes; la mayoría de entrevistados consideró que la nueva administración municipal ha generado mesas de trabajo participativo y ha escuchado a todas las partes incluyendo a la comunidad, aunque la afluencia no es muy representativa.
6. En cuanto a cómo el gobierno local debe mejorar su capacidad de gobierno en lo relacionado con la industria turística, los comentarios fueron variados:
 - La Alcaldía y todas sus secretarías deben apostarle de verdad al turismo, todas deben apoyar la industria.
 - Descentralización de un área de turismo que tenga autonomía administrativa y económica.
 - Incluir en los cargos públicos de turismo a personal profesional, capacitado y con experiencia en el sector turístico.

- Formular políticas y planes de acción acordes con la industria.
- Priorizar inversiones en infraestructura básica y turística.
- Ejecutar juiciosamente el plan estratégico de manera que el impacto en el sector sea considerable.

Con respecto a lo que debe mejorar el gobierno local hacia los diferentes actores implicados en el desarrollo turístico, las opiniones también fueron diversas:

- Acercar a los prestadores al área encargada de turismo.
- Gestionar proyectos y recursos a nivel nacional, regional e internacionales.
- Propender y fomentar la formalización de los prestadores turísticos, ejerciendo el control y supervisión de los informales.
- Articular sector público con academia.
- Articular sector público con prestadores de servicios turísticos.
- Fortalecer los recursos para la promoción de Aguazul como destino turístico y realizar esfuerzos de manera mancomunada con otros municipios y con el departamento.

7. En términos generales y según las respuestas de los entrevistados, se puede inferir que la comunidad aguazuleña no tiene un rol específico en la gestión turística del destino; primeramente por la indiferencia, pasividad y desinterés que esta muestra con respecto a la actividad. En segundo lugar porque existe una ausencia de cultura turística que se traduce en falta de sentido de pertenencia y desconocimiento de la importancia de Aguazul como destino turístico.

En resumen, la población es indiferente y reacia a la capacitación, presentando una oposición fuerte al cambio y al progreso. Algunos de los entrevistados adujeron que la desconfianza en la institucionalidad radica en los gobernantes que ha habido en otros momentos, los cuales no lograron avances en la mejora de la calidad de vida de la población aguazuleña, cansada de participar en procesos que finalmente no se consolidan. Sigue lo propio con los prestadores de servicios, los cuales se sienten solos y desprotegidos ante la

situación que se avecina relacionada con la crisis de los hidrocarburos y con los nuevos retos que deben enfrentar como colectivo.

8. En lo concerniente a los mecanismos que se consideran útiles para optimizar las relaciones interinstitucionales a favor del desarrollo del producto turístico del municipio, las respuestas se relacionaron con:

- Organizar y planificar una gran estrategia turística: pensar en el desarrollo real y dejar de creerse el centro de todo.
- Apostar por la asociatividad.
- Acercar el gobierno departamental a los municipios.
- Programar y realizar ciclos de capacitación turística (seminarios, conferencias, entre otros).
- Definir estrategias de promoción turística.
- Establecer roles, compromisos, responsabilidades, realizar comités de seguimiento a las iniciativas y programas que permitan la integración de actores y una mejor organización del sector.
- Propender por la cultura turística a través de la sensibilización.

9. Entre los mecanismos o canales de comunicación más utilizados, se eligieron los mensajes de texto y los grupos de la red WhatsApp porque están siendo muy efectivos a la hora de convocar, de reunir y/o de realizar un sondeo entre los actores.

10. Los encuestados opinaron que el grado de conocimiento del sector por parte del personal que tienen a su cargo programas y proyectos relacionados con el turismo en cada institución es restringido, afirmando que no se cuenta con profesionales y técnicos con formación específica en turismo y con experiencia en el medio. En general se puede afirmar que los funcionarios tienen carrera profesional no turística y no poseen experiencia en el sector ni en el manejo de situaciones y/o conflictos que puedan generarse. Esto se ratifica de manera contundente cuando se revisan cargos, funciones y perfiles de las entidades relacionadas con el turismo.



Teniendo en cuenta el concepto de gobernanza turística anteriormente citado (Informe ejecutivo proyecto Gobernanza del Turismo, 2010; nombrando a OMT, Madrid, 2008), se concluye que en la actualidad, el municipio no está realizando ningún esfuerzo que cree esos lazos de sinergia y coordinación entre los actores estratégicos del turismo: los prestadores de servicios turísticos desconocen la actividad y no trabajan articuladamente; la comunidad, permanece ajena, pasiva e incrédula a lo que sucede en su entorno; el sector público está muy influenciado con los períodos de gobierno, lo que dificulta cualquier avance en el desarrollo turístico del municipio. La Academia está en su lugar, con mucho que aportar pero tam-

les existentes, vocaciones y potencialidades que puedan garantizar su desarrollo físico, siempre respetando el medio ambiente, la identidad y las tradiciones de sus habitantes.

Es importante mencionar que actualmente el municipio de Aguazul se encuentra adelantando la fase de revisión del EOT, por lo que constituye un momento coyuntural para trabajar el componente turístico en coordinación con las nuevas dinámicas económicas, sociales, culturales, ambientales y físicas que darán una nueva perspectiva de desarrollo del municipio.



40

Panorámica Municipio Aguazul. Alcaldía Municipal de Aguazul, 2014

bien desarticulada y, por último, el turista no está llegando al municipio con la motivación principal de conocer y/ o disfrutar sus atractivos.

1.4. ANÁLISIS DEL ORDENAMIENTO TERRITORIAL

Este capítulo analiza las relaciones que pudiera tener la actividad turística de Aguazul con la planeación de la norma urbana y rural del territorio, de acuerdo con los recursos naturales y cultura-

1.4.1. Modelo territorial

De acuerdo con lo establecido en el Esquema de Ordenamiento Territorial de Aguazul, Acuerdo 032 de 2000, modificado y adicionado por el Acuerdo 006 del 2011, a su vez modificado y adicionado por el Acuerdo 021 del 2014, Aguazul continuará creciendo hacia sus bordes, buscando consolidar su zona urbana con proyectos estratégicos de orden agrícola e industrial que lo ayude a diversificar y potencializar sus relaciones económicas, sociales y físicas entre lo territorial, la región y la nación.

También se perfila con un modelo territorial que propone la construcción de un municipio ordenado y estructurado ambientalmente a partir de

la potencialización de su sistema hídrico y sus ecosistemas estratégicos. Propone consolidar al municipio como centro agroindustrial de la Oriñoquia, aprovechando sus valores culturales, su patrimonio ambiental y la oferta comercial y productiva y con liderazgo regional valorar su localización estratégica como nodo de articulación hacia el altiplano cundiboyacense y hacia Arauca y Venezuela.

Establece un especial interés por la zona rural, que representa la identidad cultural y productiva del municipio; por tal razón, le otorga tratamiento especial con el fin de controlar la expansión urbana hacia el suelo rural y proteger la frontera agrícola sobre las zonas de protección y conservación forestal, ecológica y ambiental.

El componente turístico se menciona como un objetivo estratégico que propone impulsar el uso de los servicios ambientales a través del turismo (agroturismo, ecoturismo y deporte de aventura) como estrategia de desarrollo local, con visión empresarial y basada en la sensibilización y educación ambiental; que busque y garantice la consecución de recursos económicos, estabilidad social y protección y mantenimiento del sistema natural.

Debido a la poca actividad turística en el municipio de Aguazul, no se ha desarrollado este componente y mucho menos se ha trabajado en coordinación con la planeación urbana y rural; es por ello que el actual EOT, no contempla proyectos ni desarrollos turísticos; la normativa está aún sin desarrollar y en proceso de actualización.

1.4.2. Sistema Infraestructura Vial

Accesibilidad, movilidad y conectividad

El municipio posee un sistema vial articulado entre las vías nacionales, regionales y locales, que permite racionalizar el uso del suelo, mejorar la movilidad y accesibilidad de todas las zonas del casco urbano y garantizar la comunicación entre el área urbana y el área rural.

La avenida Marginal de Llano es la vía más importante de acceso al municipio se encuentra totalmente pavimentada, en doble carril y con es-

pecificaciones de alta velocidad. Para esta vía se establece una Zona de Cesión Obligatoria en el área paralela a la línea de los Oleoductos Araguaney - Porvenir y Ocensa, en una distancia de mínimo ocho (8.00) metros a cada lado del oleoducto. Esta zona es servidumbre de paso del oleoducto.

Situación actual

Aguazul, es un municipio nuevo creado en los años 50 como una población necesaria para el desarrollo petrolero de la región con una gran parte que continúa siendo rural. Sus principales atractivos naturales se encuentran ubicados fuera de la zona urbana por lo que la accesibilidad es difícil; además que para llegar a ellos hay que pasar por predios de propiedad privada, como es el caso de la laguna de Tinije y los Cerros de los Farallones, que dificultan aún más su accesibilidad.

Igualmente ocurre con los trácticos naturales que bordean el casco urbano como son el río Unete y las quebradas La Cascada, San Juan y Minquirá, que tampoco son de fácil acceso; en cuanto al cerro, este ofrece una de las mejores vistas panorámicas sobre toda la ciudad y posee una vía en buen estado.

Los atractivos que se encuentran en el sector urbano poseen una buena conexión debido a que se desarrolla por la red primaria y secundaria, que son vías utilizadas por el servicio de transporte público urbano, facilitando la movilidad; además, posee una cicloruta que conecta algunos de los lugares del centro con andenes arborizados que permiten el desplazamiento de los peatones, a pesar del calor.

Programas y proyectos

Se pretende mejorar la infraestructura vial regional a través del desarrollo del anillo vial subregional que parte de la Carretera Regional del Cusiana o Vía entre los municipios de Aguazul – Sogamoso, la Avenida Marginal del Llano en el sector de Río Chiquito, hacia los sectores de Palo Solo – Bellavista – Altamira, para cerrar pasando el Río Unete y la vía Vía Regional que comunica a Aguazul con el municipio de Maní, en San José del Bubuy hacia el sector de El Mangal - La Esmeralda – El Guineo – Unión Charte, en donde cierra en la intersección con la Avenida Marginal del Llano.



Parque Los Canaguaros. Siete Turismo Estratégico, 2015

El mejoramiento de las vías urbanas y de las ciclo rutas hacen parte de los perfiles viales a través del Plan Vial Urbano del Municipio, por lo tanto, deben llevarse a cabo junto con la reglamentación señalada por dicho proyecto, se debe revisar el tema de parqueaderos necesarios para el desarrollo turístico. Esto está contenido, en los “Estudios y diseños arquitectónicos, estructurales y urbanísticos para el embellecimiento del espacio público del Municipio de Aguazul, Casanare” 2002.

1.4.3. Sistema de espacios públicos / parques y zonas verdes

El Municipio de Aguazul posee un sistema de parques y zonas verdes los cuales actúan como reguladores del equilibrio ambiental, destinados a la recreación activa y pasiva, contemplación y ocio y así establecer una interconexión espacial y funcional con elementos del sistema de áreas protegidas con el fin de ampliar la oferta ambiental urbana, que podrán apoyar el desarrollo de la actividad turística que se plantee.

El sector urbano de Aguazul posee 4 parques urbanos, Parque del Arroz, Parque de La CoroCoro, Unidad Deportiva La Villa Olímpica y Parque Central Los Canaguaros que es también conocido como parque principal. El casco urbano cuenta con andenes de buen tamaño y arborizados, garantizado el verde en la zona urbana.

También aparece la franja de Protección del río Unete en la zona de influencia inmediata al cas-

co urbano y otros parques de menos escala como son el parque el Cristal, parque del Divino Niño, y Parque Villa Floresta. Los cuales presentan como usos compatibles los de recreación, rehabilitación ecológica y se permite el mejoramiento con infraestructura de servicio.

En cuanto a los monumentos en el espacio público se destaca: el monumento al coleo ubicado en la entrada al municipio en un cruce doble calzada con características de un bulevar.

Situación actual

El Parque del Arroz, posee algunas instalaciones deportivas como son la cancha de futball, el patinódromo y las piscinas, a los cuales no se les terminaron las obras complementarias de senderos, caminos, servicios y zonas de recreación pasiva, así como los estudios paisajísticos y arborización. La Villa Olímpica, posee pista de atletismo y canchas de voleibol y basquetbol, está ubicado en una parte más céntrica del municipio y se encuentra en buen estado de conservación y servicios.

El Parque Los Canaguaros, está ubicado en el centro, con gran variedad de árboles de la región, creando un ambiente único para el encuentro y recreación, de allí parten los ejes comerciales e inician los carnavales.

Estos parques presentan una buena iluminación, pero poca señalización, falta mayor desarrollo para el uso de las personas con discapacidad, además se presenta déficit en las zonas de parqueaderos.

En cuanto a los andenes estos presentan altos niveles de contaminación visual y auditiva (provocada por cables de conducción eléctrica, postes atravesados, avisos publicitarios y música sin control de decibeles), el parqueo de carros a lado y lado de la vía y la insuficiencia del amoblamiento urbano hace imprescindible la mejora de estos espacios.

Programas y proyectos

El EOT de Aguazul, cuenta con el plan para la estructuración del sistema de espacio público en intervenciones puntuales y mayores, contemplando su ejecución a corto, mediano y largo plazo; teniendo en cuenta que varios de estos proyectos

ya fueron ejecutados, con excepción del Parque Agroindustrial, este posee las 9 hectáreas para su desarrollo de propiedad del municipio, está diseñado y proyectado pero no se ha construido y el Parque lineal Caño Aguazulero, ubicado en la franja de protección del mismo nombre.

1.4.4. Sistema de Equipamientos

Infraestructura deportiva y recreativa

Se hizo un estudio juicioso de los equipamientos de municipio con el fin de establecer las posibilidades de desarrollo turístico, especialmente los de usos recreativos y deportivos.

En cuanto a los equipamientos recreativos y deportivos la ciudad presenta un variado grupo compuesto por:

La Manga de Coleo- Hermes Montaña, Plaza de Toros- Dimas Avella. Plaza de Ferias, Concha Acústica- Alberto López, Parque del Arroz, Piscina, Patinodromo Humberto Pérez Salamanca y Villa Olímpica – El Turpial del Llano.

El municipio cuenta con una terminal de trasporte “El Garcero” intermunicipal e interverederal que presta un servicio permanente dando un cubrimiento a nivel regional y en cuanto a los equipamientos culturales, se destaca la Casa de la Cultura Real Sevilla como principal sede, con auditorio y salones para las prácticas culturales; sin embargo, siguen siendo pocos los escenarios y espacios para la cultura.

Situación actual

El Municipio de Aguazul está bien dotado de equipamientos educativos, de salud, de abastecimientos, recreativos y deportivos, de culto y culturales que son los más deficientes.

Los equipamientos deportivos y recreativos están en uso, aunque no mantienen la afluencia de públicos/deportistas para la capacidad con la que fueron diseñados, aunque presentan programaciones de por lo menos un evento anual. Además, no se encuentran en las condiciones físicas deseadas, algunos por falta de mantenimiento y otros porque nunca fueron terminadas las obras complementarias.

Programas y Proyectos

En cuanto a los equipamientos deportivos y recreativos estos deben ser mejorados y complementados con obras de mejoramiento de espacio público y requisitos deportivos.

1.4.5. Sistema ambiental / estructura ecología principal

Es de resaltar que la Estructura Ecológica Urbana del Municipio de Aguazul está conformada por las Áreas de Protección y por el Sistema de Parques Urbanos y Zonas Verdes del municipio.



Espacio público –andenes. Siete Turismo Estratégico, 2015

En el EOT se establecen las áreas de reserva y patrimonio municipal que hacen parte de la estructura Ecológica Principal. Estos mencionados a continuación fueron declarados mediante acuerdos municipales y de CORPORINOQUIA como Reserva y Patrimonio Ecológico y Cultural del Municipio y áreas de utilidad pública e interés social y usos recreativos, por los valores, ambientales, paisajísticos y de mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

- Laguna del Tinije y el caño: Acuerdo N° 1100.02.2.08-012 de 5 de diciembre de 2008 / Acuerdo 005 de Febrero 17 de 1993. Se declara



la zona que ocupan la Laguna y el caño, desde su nacimiento hasta su desembocadura, desde la orilla, 300 metros a la redonda. La laguna es compartida en jurisdicción con el municipio de Maní.

- Los Cerros de San Miguel de Farallones. Acuerdo N° 1100-02-2-08-005 de 11 de julio de 2008/ Acuerdo 006 de Febrero 17 de 1993; Se declara la zona que ocupan las montañas de los Farallones desde la periferia hasta 300 metros a la redonda.
- Cuenca Hidrográfica del Río Unete: Acuerdo 010 de Marzo 8 de 1995 fue declarada Reserva Forestal, Hidrográfica y Patrimonio Ecológico, denominada “Cuenca Hidrográfica del río



44

Manga de Coleo y Coliseo de Ferias, Siete Turismo Estratégico, 2015

Unete”, conformada por los nacimientos, cauces y riberas de río y los caños y quebradas que vierten sus aguas en él.

- Microcuencas de las quebradas La Cascada, San Juan y Minquirá: Acuerdo 016 de 22 de Mayo de 1999 por medio del cual se declara zona de patrimonio ecológico. Esta zona cuya superficie es de 3313 Ha, ubicadas al noroccidente del casco urbano de Aguazul correspondiente a la vertiente oriental de la cordillera oriental, denominado en su parte baja piedemonte llanero, con jurisdicción en las veredas Volcán Blanco, Retiro Milagro, Cunama, Alto Cunama y el Triunfo.

El municipio presenta varios recursos ambientales que podrían ser desarrollados para una oferta turística; no obstante, deben ser adecuados y dotados de los servicios necesarios para que puedan ser utilizados como parte de la oferta turística del destino.

Programas y proyectos

Se deberán adelantar los planes de manejo ambiental para la formulación del Plan Básico de Ordenamiento Territorial Municipal que permitirán gestionar y definir estrategias que garanticen la optimización de dichos ecosistemas y recursos hídricos y su propuesta para la implementación de un turismo sostenible.

1.4.6. Aspectos normativos – usos del suelo

En el Esquema de Ordenamiento Territorial - Componente Urbano, están consignadas las actividades y usos del suelo urbano normativos en los que se establecen, de una parte, la clasificación de los usos, los grupos en los que se divide cada uno (con su definición y características), el tipo de impacto que generan (físico y ambiental) y, de otra, los requerimientos generales para cada grupo de actividades.

Usos

El incremento de las actividades comerciales y financieras en el área central del municipio, es uno de los agentes de deterioro más preocupantes. En efecto, la actividad residencial que convivía en armonía con la comercial, ha venido siendo expulsada en forma dramática para dar paso a funciones cada vez más exclusivas del ámbito de los negocios, el comercio y la hotelería, predominando los usos mixtos.

En cuanto a los usos de las áreas de interés ambiental están catalogadas como de conservación y únicamente permiten recreativos, didácticos y/o de esparcimiento.

El municipio trabaja sus áreas de expansión urbana únicamente en función de un desarrollo con vocación industrial, garantizando de este modo los referentes físico-espaciales para que se consolide su proyección como centro agroindustrial del departamento y de la Orinoquía. La definición

de esta zona le permitirá presionar por la relocalización de industrias de alto impacto.

Tratamientos

Dentro de los atractivos turísticos analizados los únicos que poseen algún tipo de tratamiento urbanístico son los sitios naturales y de protección ambiental; los demás hacen parte de la normativa urbana.

Se propone conservar todas las zonas y áreas del suelo de protección de la jurisdicción del Municipio, que por sus características geográficas, paisajísticas y ambientales, o por formar parte de las zonas de utilidad pública para la ubicación de infraestructuras para la provisión de servicios públicos o áreas que amenazan y riesgo no mitigable para la localización de asentamientos humanos y las áreas de aislamiento de los oleoductos existentes en el municipio de Aguazul.

1.4.7. Conclusiones

- Garantía de la oferta de infraestructura, equipamientos y espacios físicos para el desarrollo de actividades de recreación, cultura, deporte e integración social.
- Formulación de los planes de manejo ambiental para la formulación del Plan Básico de Ordenamiento Territorial Municipal, que permitirán gestionar y definir estrategias que garanticen la optimización de dichos ecosistemas y recursos hídricos, para un turismo sostenible.
- Actualización del Plan Vial de Aguazul, por parte de la administración, para garantizar la accesibilidad y movilidad.
- Desarrollar las políticas del paisaje urbano. Construcción y armonización del paisaje urbano acorde con la identidad llanera y su respectiva consolidación como patrimonio cultural y arquitectónico del oriente colombiano.

1.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística de un territorio la constituye el

conjunto de atractivos, recursos, facilidades, prestadores, servicios y equipamiento turístico y que, junto con las diferentes entidades turísticas y de apoyo de los sectores público y privado, permiten la conformación del producto turístico.

A continuación se presenta una breve descripción de cada uno de estos elementos:

Recursos turísticos: son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un destino y que constituyen la principal atracción del turista.⁴

Atractivos turísticos: elementos naturales y culturales de un territorio que unidos a otras características permiten su disfrute. Todos los bienes y servicios que por la actividad del hombre y de los medios con que cuenta hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.⁵

Prestadores de servicios turísticos: en Colombia se califica como prestador de servicios turísticos “a toda persona, natural o jurídica, que habitualmente proporcione, intermedie, o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de servicios turísticos y que se encuentre debidamente inscrito en el Registro Nacional de Turismo”.⁶

Infraestructura y equipamiento turístico: términos para señalar los elementos básicos para el desarrollo del turismo: vías de comunicación, parques, servicios públicos, comunicaciones, entre otros.

Servicios complementarios: facilitan la realización de actividades de los turistas, en donde se incluyen facilidades como centros comerciales, financieros, de salud, etc.

El diagrama conceptual de la oferta turística se resume en la siguiente gráfica:

⁴ (Jiménez.86) Glosario de términos turísticos, Arquitecto Jorge Valencia Caro.

⁵ (OMT 1998).

⁶ LEY 300 DE 1996, CAPÍTULO I, ARTÍCULO 76



1.5.1. Atractivos y recursos turísticos

Para este efecto, el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha diseñado una metodología que permite, de manera ordenada, clasificar la información que se recolecta en el proceso de levantamiento de inventarios, unificar criterios para su valoración y establecer la representatividad de cada atractivo teniendo en cuenta su presencia en mercados turísticos o su reconocimiento.

Para una mejor interpretación, a continuación, se definen algunos términos relacionados con el proceso de levantamiento de inventarios turísticos, tomados del documento de Asistencia Técnica en Planificación Turística del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Inventario turístico: el inventario es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales, como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos turísticos de una región. Tiene como finalidad realizar una evaluación objetiva (cualitativa y cuantitativa) de los atractivos y recursos de los cuales dispone la zona objeto de análisis, con el fin de seleccionar aquellos susceptibles de uso turístico inmediato o para establecer las acciones de mejoramiento que hagan viable su inclusión en el diseño de productos turísticos.

Recurso: factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo.

Atractivo: factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos. Estos se clasifican en dos grupos: patrimonio cultural y sitios naturales.

Patrimonio cultural: se define como el conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales, que se encuentra en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades. Dichos bienes y manifestaciones se constituyen en valores que conforman sentidos y lazos de permanencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano.

Sitios naturales: contemplan las áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes) y los recursos naturales que por sus características no permiten estar agrupados, de importancia e interés para el turismo.

La valoración de los atractivos turísticos se efectúa teniendo en cuenta criterios de calidad y significado.

Criterios de calidad: varían de acuerdo con el grupo de atractivos; hacen referencia al grado de conservación de los mismos. La calificación de la calidad representa el 70% del total del puntaje assignable, siendo necesario valorar cada uno de los criterios.

Criterios de significado: hacen referencia al grado de reconocimiento que tiene el atractivo. Representan el 30% de la calificación. Sólo se valora con uno de los criterios; es una calificación excluyente y se aplica un valor único.

El significado de un atractivo turístico está determinado por el conocimiento que de él se tenga fuera del entorno local; cuando se identifica y se evidencia este reconocimiento en dos o más departamentos se le asigna el puntaje correspondiente al significado regional; cuando es en el país, se le asigna el puntaje correspondiente al significado nacional y, cuando se da en 2 o más países, se le asigna el puntaje correspondiente al significado internacional.

La forma de determinar el significado, se establece por el conocimiento que de él se tenga en los mercados turísticos otorgándole entonces, el carácter de regional, nacional o internacional; para el caso de Aguazul se consultaron las siguientes fuentes:

Guías turísticas nacionales o internacionales virtuales e impresas: LonelyPlanet, Rough Guides, Petit Futé, Guía Verde Michelin, Guía de Rutas por Colombia y Guía Turística de Casanare del Viceministerio de Turismo.

Aguazul no figura en ninguna de las guías internacionales y en las nacionales solo se hace mención a la Laguna del Tinije, que no constituye un atractivo turístico debido a que para acceder se requiere permiso de los propietarios que habitan en sus inmediaciones. La Guía del Viceministerio menciona otros lugares que tampoco son atractivos en este momento pues no es posible su inclusión en ofertas comerciales y por la ausencia de tarifas y horarios permanentes de atención (ampliar información en numeral 1.7.1. Presencia en guías turísticas, de este documento).

Paquetes turísticos diseñados y operados por agencias de viajes operadoras locales, regionales y nacionales: se revisaron 10 agencias de viajes de Bogotá y 10 de Yopal y Sogamoso; ninguna incluye ofertas turísticas de Aguazul. (Ver numeral 1.7.2. Canales de comercialización, de este documento).

Cuando un bien cultural o natural no cuenta con reconocimiento frente a mercados turísticos, se le denomina recurso turístico y como componente de un producto turístico puede ser susceptible de acciones de mejoramiento y promoción para que pueda integrarse, posteriormente, en la cadena productiva del turismo.

Para efectos de determinar la vocación turística de un destino y la elaboración del inventario de atractivos turísticos, los municipios que cuenten sólo con bienes de significado local lo que habrán realizado es la identificación de recursos turísticos.⁷

⁷ Viceministerio de Turismo. 2.008

1.5.1.1. Caracterización de los recursos y atractivos culturales material e inmaterial del destino

Las visitas de campo realizadas por el equipo consultor permitieron identificar aquellos recursos y atractivos del destino. Cabe destacar que en el caso de Aguazul se ha decidido también incorporar a este listado los equipamientos del municipio ya que a partir de los mismos se podría eventualmente derivar una tipología turística.

Patrimonio material

Parque Los Canaguaros



Parque Los Canaguaros. Sieje Turismo Estratégico, 2015

47

Se trata del parque principal del municipio. A primera vista se aprecia que está limpio y es utilizado por las personas locales para descansar del calor en sus bancos de piedras. Hay cestos de basura y los árboles se encuentran podados. La fecha de la visita, en el mes de febrero, guarda relación con el estado en que se encontró el pasto: seco y amarillento, debido al clima.

Existe venta ambulante pero controlada dado que para desarrollar esta labor las personas deben contar con un permiso de la Alcaldía. Alrededor del Parque hay mayormente cafeterías, bancos y hoteles. La Iglesia Central, Templo Nuestra Señora del Carmen, está enfrente. Se trata de una



construcción con el interior de ladrillo a la vista, techos bajos y bancos de madera. Su uso es principalmente para el culto local.

Alrededor del centro se exponen una serie de carteles publicitarios que promocionan Aguazul. Los mismos muestran diferentes escenarios de naturaleza y actividades que supuestamente se desarrollan en el lugar.

La juventud del municipio influye en cierto modo en la carencia de una arquitectura típica que podría interesar a los visitantes. Una de los indicios de su modernidad es la ausencia de la estructura clásica de las colonias españolas que ubican el templo y la Casa de Gobierno a sus lados.



48

Villa Olímpica. Sieje Turismo Estratégico, 2015

El sitio es seguro durante el día, con presencia de una patrulla policial. En una de sus calles hay una parada de taxis por lo cual el sitio también es punto de partida para realizar trayectos por el municipio. Durante la noche puede ser un poco ruidoso debido a la circulación de carros con la música a volumen bastante alto.

Villa Olímpica

Se trata del centro deportivo del municipio, abierto al público y gratuito. En un predio de tamaño considerable conviven tres canchas que pueden ser utilizadas para vóley, baloncesto o microfú-

bol, junto con un espacio con arena destinado a vóley playa.

Adicionalmente hay un gimnasio cerrado con aparatos y bicicletas para spinning. Los mismos se ven un poco desgastados pero aún cumplen su función. En el mismo sitio hay un tatami para desarrollar clases de taekwondo. Debido al valor de los equipos, la puerta se halla asegurada con un candado.

La cancha de fútbol descubierta tiene el césped bastante descuidado y evidencia que cuando llueve ciertas partes se pueden convertir en un lodazal. A su alrededor se encuentra la pista de atletismo.

La villa está abierta todos los días de 5 de la mañana a 10 de la noche. Durante la jornada hay una señora encargada de la limpieza mientras que por la noche hay celadores encargados de la seguridad. Además, todo el sitio posee una reja perimetral. La presencia de monitores deportivos en el lugar contribuye a la seguridad del mismo. Ellos también colaboran con la limpieza del predio.

El sitio impresiona por su tamaño, considerando la cantidad de habitantes de Aguazul. Es una gran ventaja poder contar con un centro deportivo con tantas facilidades, a pocas cuadras de la plaza principal y con clases gratuitas de varias disciplinas. Faltaría mejorar las medidas destinadas a su mantenimiento porque como todo sitio con alto uso, sufre desgaste.

Edificio Administrativo Alcaldía Municipal

Se trata de un edificio moderno de ladrillo a la vista llamado Luis María Jiménez en honor al primer alcalde de Aguazul. Alberga todas las secretarías excepto la de Gobierno que se encuentra en una esquina del parque principal. Al momento de la visita, febrero 2015, se estaban llevando a cabo algunas obras. Cuenta con una terraza en el edificio central desde donde es posible observar una panorámica del municipio, así como el amanecer y el atardecer llanero.

Durante el horario laboral su acceso es público; el edificio cuenta con seguridad permanente y en buenas condiciones de aseo y cuidado de sus zonas verdes.



Alcaldía Municipal Luis María Jiménez
Sieje Turismo Estratégico, 2015

Este inmueble se utiliza para la realización de algunos actos oficiales pero salvo por ese dato no reviste mayor importancia como atractivo turístico.

Casa de la Cultura “Real Sevilla”

Esta entidad sería la versión cultural de la Villa Olímpica. Aquí es posible acceder a cursos de aprendizaje de bailes folclóricos, diferentes instrumentos de música y arte de modo gratuito. Para ello cuentan con varios salones especialmente acondicionados.

Funciona de lunes a viernes de 8 de la mañana a 6 de la tarde, mientras que los sábados su horario es de 8 am a 1:30 pm. La portería, con una persona de seguridad, opera 24 horas.



Vive Digital. Casa de la Cultura Sieje Turismo Estratégico, 2015

Una de las sedes de Vive Digital Colombia se encuentra dentro de este edificio. Poseen 16 ordenadores para el uso del público y durante las tardes dictan capacitaciones en computación. Una monitora está a disposición de los visitantes para solucionar dudas y asistirlos en el uso de los PCs.

Todo el sitio constituye una excelente oportunidad para la comunidad, pues permite incorporar conocimientos de gran utilidad sin pago alguno. Ahora a nivel turístico no tiene ningún atractivo salvo un salón auditorio de gran tamaño donde se realizan diferentes reuniones y actos, en regular estado de conservación.

Plaza de Toros Dimas Avella

La zona donde se encuentra está bastante descuidada y rodeada de maleza crecida. Para llegar al lugar desde el centro, se debe atravesar un área un poco insegura.

Dado que la visita no se realizó en época de corridas, el sitio estaba cerrado. Todavía se evidenciaban los rastros del último evento, con presencia de botellas y basura desperdigada.

Dentro del recinto había un guardia, pero salvo eso, no se vio ninguna otra medida de seguridad. La construcción en su origen debió haber sido muy buena pero la falta de mantenimiento la hace ver actualmente sucia y dejada. Por otra parte, el



Plaza de Toros Dimas Avella.
Sieje Turismo Estratégico, 2015



hecho que sólo se utilice pocas veces al año la convierte en un sitio sin gran utilidad para la comunidad ni de atractivo para el turista.

Concha Acústica Alberto López

Se trata de otra muy buena construcción, con excelentes intenciones y pobres realidades. Aquí se llevan a cabo los eventos más importantes de Aguazul, entre ellos la elección de la “Reina Internacional del Arroz” en el mes de enero en el marco del Festival Folclórico.

El edificio está en muy buen estado. La parte del escenario se encuentra techada mientras que la zona del público está al aire libre. No existen gradas para sentarse sino escalones, los cuales funcionan también como límite de la zona VIP.

Durante la visita del equipo consultor, se observó que no cumplía con las condiciones mínimas de aseo.

Existe señalización interna, mostrando las entradas y salidas, pero no externa indicando el acceso al lugar. La seguridad está a cargo de dos guardias que tienen la tarea de autorizar o no la entrada de los visitantes.

Una entrada independiente poseen los artistas. Al interior hay baños y una pequeña cocina independiente.



Concha Acústica Alberto López
Sieje Turismo Estratégico, 2015

Parque del Arroz

A pesar de que su nombre remite a un parque destinado a aprender acerca de la cultura del arroz, la realidad es completamente diferente. Este complejo deportivo complementa la Villa Olímpica.

Posee dos piscinas, una de ellas semi olímpica. En esta última, se imparten clases de natación durante la tarde. Al momento de la visita (medio día), el encargado hasta ahora iniciaba el proceso de aspirar la otra piscina; se le recomendó hacerlo muy temprano en la mañana para evitar la evaporación de los químicos y el desagrado que produce a los visitantes verla en ese estado. Los vestuarios se encuentran en mal estado; se evidenciaron baños tapados y grifos sin agua. Las instalaciones originalmente debían ser muy buenas, pero actualmente se están echando a perder por la falta de mantenimiento.

Más allá de las piscinas se aprecia una pista de motocross y un patinódromo con pistas para adultos e infantes. Una tribuna techada permite a los asistentes cubrirse en caso de lluvia o sol excesivo. También están marcadas las líneas para hockey sobre patines.

Las canchas de tenis sobre cemento así como la cancha de fútbol sintético son más afortunadas. El uso continuo de estas instalaciones hace que se haya enfatizado el mantenimiento de las mismas.



Canchas de Fútbol. Parque del Arroz
Sieje Turismo Estratégico, 2015

Sin embargo a su alrededor se constató la presencia de botellas plásticas y basura en general.

La seguridad del sitio está a cargo de un guardia en horas de la mañana y un apoyo en horas de la tarde. También hay una persona encargada y diferentes monitores cuya responsabilidad se centra en dictar las clases, únicamente.

Coliseo de Ferias

Por ser una región tradicionalmente ganadera y con fuerte influencia de la cultura llanera, esta estructura se usa cada semana (miércoles) para el evento de subasta ganadera; la organización está a cargo de una empresa bajo el mismo nombre. El edificio cuenta también con una pista para la exhibición de caballos; corrales y senderos elevados para los asistentes.

La subasta compite fuertemente con otra de similares características que se realiza todos los jueves en la ciudad de Yopal. Al entrevistar a agentes de viajes de esta ciudad que organizan grupos para dicha subasta, informaron que Aguazul no cuenta con la organización necesaria que respalde su gestión comercial; esto debido a la falta de operadores locales. Podrían organizarse actividades que den mayor valor a la subasta aguazuleña y generen el interés de los agentes de viajes de otras ciudades para que la incluyan dentro de sus ofertas comerciales.



Coliseo de Ferias
Siete Turismo Estratégico, 2015

Por lo demás la estructura está en buen estado; comparte los medidores de acueducto con la Manga de Coleo que está en sus proximidades.

Patrimonio inmaterial

Por estar el municipio ubicado en el Departamento de Casanare, sus habitantes se identifican claramente con la cultura llanera; si bien se escucha música con arpa y capachos, no se evidencian lugares que ofrezcan este tipo de melodías en vivo; igual sucede con la danza del joropo; no obstante la Casa de la Cultura ofrece cursos para niños y adolescentes.

Con respecto a la gastronomía, existen algunos pocos restaurantes que ofrecen carne a la llanera pero no cuentan con las condiciones mínimas de inocuidad alimentaria que garantice la calidad del producto. Los tungos y el pan de arroz son productos muy reconocidos en el oriente colombiano que pueden ser adquiridos en supermercados de Aguazul. De otra parte, los cantos de vaquería, declarados como Patrimonio Inmaterial de la Nación, se convierten en un fuerte componente cultural que pueden dar valor agregado a las actividades que se diseñen para el mejor y mayor disfrute de quienes visiten el destino.

Cualquiera sea el producto turístico que se diseñe para el municipio, este debe incorporar de manera transversal el componente cultural, que sin lugar a dudas, le da un valor relevante.



Joropo. Viento de Cola, Canal Trece, 2015



1.5.1.2. Caracterización del componente ambiental de los recursos y atractivos naturales del destino

El estudio del componente ambiental se basa en los recursos naturales con que cuenta el municipio y que pudieran integrarse al desarrollo turístico local.

Cerro de la Cruz o Cuartounete

Es el cerro tutelar de Aguazul, está a una altura de 900 m.s.n.m. y hace parte de la línea de montaña continuada de las últimas estribaciones de la Cordillera Oriental y desde la cual empieza el amplio llano. Tiene las huellas de una espaciada intervención antrópica y escasa cobertura vegetal, lo que lo hace susceptible a la erosión. La cobertura vegetal del cerro ha sido transformada en un gran porcentaje a través de tala de madera, adecuación para potreros y construcción de carreteables.

En la visita de campo se observó que las perturbaciones ambientales fueron dadas desde hace mucho tiempo atrás y que aunque a media montaña tiene un “cinturón” de vegetación, las actividades de pastoreo hacia la cima, no permiten que la regeneración natural avance y se posibilite la sucesión ecológica que puede restaurar la estructura y funciones naturales iniciales.

El cerro tiene las huellas de los daños ocasionados, los cuales fueron muy agresivos y como ya se dijo, prolongados en el tiempo y de los que aún se mantiene el pastoreo, dificultando su recuperación. En ejemplos como éste, cuando la perturbación ha sido muy fuerte, así se supriman los agentes de disturbio, es posible que no se logre la recuperación de manera natural ya que un ele-



Recorrido del río Unete por Aguazul. Google maps, 2015



Imagen desde el cerro. Siete Turismo Estratégico, 2015



Vista desde el cerro hacia el casco urbano y el río Unete. Siete Turismo Estratégico, 2015

mento primordial es la oferta de materia orgánica y nutrientes. (Whisenant 2002-2008) lo que provoca la degradación permanente del ecosistema.

Toda la cordillera en la que se ubica el cerro, en el área de influencia del municipio de Aguazul está fragmentada, lo que trajo consigo la pérdida de biodiversidad, erosión y ser un corredor de movilidad para la fauna silvestre entre los andes y el llano.

Durante el recorrido que se hizo desde el punto donde se deja el vehículo y se comienza a caminar hasta la cima del cerro donde se ubica la cruz y luego hasta la cueva que se encuentra a pocos minutos de la cima, se observó un cinturón de vegetación de porte bajo rodeando el cerro y continuado en otras elevaciones.

En cuanto a la fauna silvestre solo pudieron observarse algunas aves, mariposas, abejorros y arañas. Esto es obvio teniendo en cuenta que la deforestación y falta de oferta alimenticia no permiten la presencia de una abundante y variada fauna, sumado a que el recorrido se hizo a media mañana y en un trayecto muy corto, aproximadamente 45 minutos de recorrido entre el punto de estacionamiento del vehículo, el cerro y la cueva.

Cueva Achagua

La cueva se ubica a 15 minutos de recorrido desde el cerro de la cruz. Es una gruta inexplorada técnicamente y de la que al igual que la de Altolindo, otro recurso de Aguazul, no está documentada.



Cueva Achagua
Siete Turismo Estratégico, 2015

Se ubica en la ladera posterior del cerro de la Cruz, camuflada entre la vegetación y de un ligeramente complicado acceso. A pocos metros de la entrada se aprecia la oscuridad y se huele un fuerte olor a amoniaco, resultado de la acumulación de gases por la descomposición del excremento de murciélagos.

Es visitada en “Semana Santa” y el acceso se hace de manera directa, sin los equipos adecuados y según informantes muchos se alumbran con la linterna de su celular. En estas fechas Bomberos y Defensa Civil hacen un acompañamiento a la entrada por si se presenta una eventualidad, la cual nunca se ha dado o por lo menos no se ha registrado. Como la mayoría de cavernas, es atravesada por un cauce de agua que a la fecha de la visita se encontraba seco.

Se desconoce cuál es la profundidad real de la cueva ya que los valores obtenidos en campo son estimados “a ojo de buen cubero”, así como su conformación interior y además de murciélagos, qué otros atractivos puede tener: insectos variados, plantas, formaciones rocosas internas (estalactitas, stalagmitas, salones, etcétera). Aunque parezca un contrasentido, en el interior de las cuevas, en ausencia de luz, pueden crecer plantas cuyas semillas son llevadas por los murciélagos, plantas que en ocasiones son de una sola hoja debido a la dificultad para la fotosíntesis pero cuya presencia y caracterización son interesantes.





Valor paisajístico

Así como la flora, la fauna, el agua y la geomorfología de un lugar (patrimonio ambiental), son de interés para el turismo, el paisaje es otro patrimonio del territorio, siendo esto un recurso intangible al que fortalecen los recursos agua, flora y fauna. El paisaje se considera como un valor patrimonial y recurso muy importante para el territorio en el que también se evidencia cuál ha sido la dimensión sociocultural de la colonización y uso de un lugar, más allá de las consideraciones ambientales con las cuales se fortalece.

El paisaje desde el cerro de La Cruz es muy llamativo en horas de la mañana y de la tarde porque permite visualizar tanto el piedemonte llanero hacia Boyacá y el llano que se extiende desde Aguazul. Por otra parte, los colores de la vegetación (pastos, flores y arbustos) fotográficamente son bien coloridos.

Además del interés paisajístico, el cerro es visitado para hacer deporte y por la simbología religiosa católica ya que allí hay una gran cruz que atrae a los creyentes en semana santa y en otras épocas del año, peregrinación que por el acervo popular creyente se hizo costumbre generacionalmente.

Amenazas

Tanto el cerro como la cueva se encuentran en deterioro progresivo, acumulación de basuras, senderos mal diseñados y el pastoreo de ganado que propician la erosión. También el vandalismo en la

única estructura que hay aparte de la cruz y que es la caseta de la energía.

El cerro no tiene una figura de protección ambiental, lo cual debería hacerse para evitar que en el futuro sea orientado a suelo urbanizado. De acuerdo con lo dispuesto por la Ley 388 de 1997, en su artículo 35, el suelo de protección se constituye por las zonas y áreas de terreno, que por sus características geográficas, paisajísticas o ambientales, o por formar parte de las zonas de utilidad pública para la ubicación de infraestructuras para la provisión de servicios públicos domiciliarios o de las áreas de amenazas y riesgo no mitigable para la localización de asentamientos humanos, tiene restringida la posibilidad de urbanizarse. También es un área de necesaria protección ambiental ya que es vulnerable por los elementos de riesgo que las caracterizan y requiere para su restauración, pasiva o activa, de un manejo ambiental especial de protección, conservación o de recuperación.

Balnearios del río Unete

El río nace entre las serranías Paraíso y Mirador a 1.300 m.s.n.m., de la confluencia de las quebradas La Cascada, San Juan y Minquirá, la primera de ellas ubicada en unos 1.800 m.s.n.m. en la vereda Retiro Milagro, departamento de Boyacá. Su cuenca hidrográfica posee una superficie de 943,28 km², distribuidos entre los municipios de Aguazul y Maní, alcanzando a recorrer 156 km antes de entregar sus aguas al río Cusiana 2 km arriba del casco urbano de Maní.



Balnearios del río Unete, Siete Turismo Estratégico, 2015.

El río Únate es una cuenca hídrica ubicada en jurisdicción de la Corporación Autónoma Regional de la Orinoquia (Corporinoquia), y ha sido catalogada como una Micrcuenca que hace parte de la cuenca del río Cusiana, la cual está ordenada mediante el POMCA del río Únate, Resolución número 200.41.08-1143 del 8 de octubre de 2008, Resolución 200.41.10.1398 de 2010. Con el Acuerdo 010 de marzo 8 de 1995, modificado con el Acuerdo 018 de junio 14 de 1995, fue declarada Reserva Forestal, Hidrográfica, Patrimonio Ecológico. De igual manera, fue declarada como Área de Utilidad Pública e Interés Social, la denominada “Cuenca Hidrográfica del río Unete” y conformada por los nacimientos, cauces y riberas de dicho río y los caños y quebradas que vierten sus aguas en él.

La subcuenca del río Unete atraviesa el municipio por la parte central, en sentido Noroccidente – Suroriental, recorriendo 60 km del municipio de Aguazul. En su parte alta recibe la quebrada la Cascada, en las veredas alto Cunamá y Cunamá; la quebrada San Juan en la vereda San Benito; la quebrada Minquireña en la vereda San Benito; el caño Mata de guafa y las quebradas la Barrosa y la Clavellinas en la vereda Cunamá; los caños Rosa Blanca, la batea y los médanos en la vereda Plan Cunamá o Plan las Brisas. En su parte media recibe el caño el Toro y las quebradas Curaná, Agua Blanca, Toyera y Carbonera en la vereda el Triunfo, la cual a su vez recoge varios caños y quebradas tanto de la vereda Altos de Cupiagua como del Triunfo; las quebradas la Chota, la Palmicha y Cupiagüera, que también es un afluente importante, en la vereda Cupiagua; los caños San José y la Esperanza en la vereda San Ignacia. Dentro del área de la vereda que lleva el mismo nombre del río le caen la quebrada la Mohana que recoge los caños Santa Bárbara, San José y Guadual en la vereda San Ignacia; el río Cachiza que recoge las quebradas la Chicaca, la Sierpe, Zapatoza, Cunamá, las Brisas, Chirineta, la Honda y la Vegana en la vereda Monterrajo; y la quebrada las Moyas. En su parte baja recoge el caño los Cacaos en la vereda el Salitre; los Caños Guaca y Charamena en la vereda Sevilla; el caño Cumay en la vereda las Atalayas; el caño Aguazulero, o caño San José, y el Río Chiquito en la vereda San José del Bubuy.

No existen estudios precisos al respecto del estado actual de las cuencas, a pesar de que en las Corporaciones CORPOBOYACA Y CORPORINOQUIA en el 2007 contrataron el Plan de Ordenación y Manejo de la Cuenca del río Cusiana. Con base en lo expresado en el Esquema de Ordenamiento Territorial la cuenca del Unete es la más afectada debido a diferentes factores antrópicos. En ella se concentra la mayor parte de las áreas de explotación petrolera. Esto hace que la presión sea no solo debida a la explotación industrial, sino al incremento de población y subdivisión de predios, originados por la “esperanza” de mejores ingresos y de una prosperidad, ayudada por el petróleo. Se deforestó indiscriminadamente,



Imagen Google earth 2001



Imagen Siete Turismo Estratégico, 2015

se tala y quema, se hacen potreros, no se hacen prácticas culturales adecuadas y por ello la cuenca ha disminuido significativamente los caudales de muchos de sus afluentes y por ende del río.

Adicionalmente la vía del Cusiana cruza el área de la cuenca, y sobre esta han estado los principales asentamientos como monterrajo y Cupiagua. Los bosques primarios han desaparecido completamente, únicamente se encuentran bosques intervenidos, daño que se hace a las cuencas con la tala y quema de bosques y vegetación en general; Estas acciones hacen que se produzcan procesos erosivos.



Río Unete. Siete Turismo Estratégico, 2015

vos, arrojando sedimentos que son finalmente llevados por las corrientes y originan el cambio de los cauces normales por cauces inesperados que se desbordan con facilidad. Cuando se ven con detenimiento los bordes y en las aerofotografías, se observa que la deforestación y la afectación a los cauces empiezan en donde existen asentamientos y en donde las vías cruzan los ríos.

Se visitaron en total cinco pozos-balnearios a lo largo del río Unete: Las Lajas, Puente Cupiagua, Las Vegas, Puente Unete y otro sin nombre definido. Son visitados principalmente en diciembre, semana santa y fines de semana festivos. Llegan cientos de visitantes a los pozos-balnearios donde los vacacionistas disfrutan en familia; muchos de ellos visitan el municipio porque aprovechan sus vacaciones para regresar a sus lugares de origen y vivir las tradiciones religiosas, culturales y visitar a sus familias. Las fuentes de agua dulce del municipio son apetecidas porque ofrecen además de diversión, mucha frescura.

Amenazas

Desde esta consultoría no se recomienda promocionar los balnearios por cuanto no cuentan, desde el punto de vista ambiental, con las condiciones de salubridad y buen manejo del entorno regional y no hay, a la fecha, indicadores de calidad sanitaria para los mismos, por lo que desde el punto de vista turístico, se sugiere no promocionarlos hasta tanto no se adelanten las condiciones de salubridad apropiadas.

Contaminación por el depósito y arrojo de basuras al cauce y en las orillas; aguas aparentemente contaminadas con lixiviados de la actividad petrolera, herbicidas y materia orgánica de los asentamientos y de los bañistas que en temporada, principalmente, pueden llegar a 500, según reportes verbales de la comunidad y construcciones casi sobre las orillas de su cauce, son algunos de los problemas que tiene que enfrentar durante sus 60 kilómetros de recorrido por Aguazul, además de los que afronta aguas arriba de su entrada al municipio. Sumado a lo anterior está la reducción de su caudal por la tala aguas arriba de su entrada al municipio.

De los pozos visitados solo en dos hay sanitario, cuyo pozo séptico cae por infiltración directamente al río ya que están en sus orillas; son sanitarios artesanales. Hay acumulación de basuras y excrementos en las orillas y posible aporte de lixiviados de las piscinas de tratamiento de las aguas de formación de empresas de hidrocarburos.

La disposición y manejo inadecuados de estos residuos favorecen la reproducción de ratas, moscas, microorganismos patógenos y otros transmisores de enfermedades, que provocan un deterioro de la calidad ambiental (aire, agua, suelo), que tendrán un efecto sobre la salud humana, y provocaran una disminución de la calidad de los lugares destinados a la recreación.

En cuanto a la pesca, según algunos entrevistados, ésta se ha disminuido tanto en número de ejemplares como en especies ya que los caudales han mermado y la contaminación se ha incrementado; relataron que algunos peces, entre ellos los "ronchos", que eran un plato típico de la zona, ya no es posible consumirlos porque cuando los abren en el estómago tienen gran cantidad de gusanos.

El riesgo de promocionar el río es el de exponer a los bañistas a estar en contacto con coliformes fecales, los cuales son organismos indicadores de la contaminación en aguas superficiales. La eventual manifestación en la naturaleza de la bacteria *Echerichia Coli*, como bien es conocido científicamente los coliformes fecales, obedece a razones enteramente humanas, debido a las letrinas que descargan materia fecal a los ríos o afluentes na-

turales de agua o al depósito directo de excrementos en las orillas, los cuales por lixiviación llegan al río, poniendo en riesgo la vida de turistas, o veraneantes que acuden a estos lugares por fines recreacionales y aseo personal.

La contaminación bacteriológica de aguas fluviales puede ocasionar al ser humano serios y crónicos problemas dérmicos y otras enfermedades asociadas, las cuales afectan la tranquilidad, vida, salud y bienestar de las personas. Debido a la falta de planificación física y cumplimiento de la normatividad para las cuencas, se construyen casas y asentamientos populares en terrenos próximos a fuentes de aguas superficiales como los ríos los cuales generan inconvenientes futuros al recurso hídrico que allí coexiste.

Laguna del Tinije

Considerada como un ecosistema que contiene una diversidad biológica representativa de la Orinoquia; ésta como el caño del mismo nombre el cual la alimenta, son reservorios de agua que por sus características ecológicas poseen una gran oferta ambiental y diversidad de fauna: anfibios, armadillos, dantas, pato carretero, venado cola blanca, chigüiro, tortuga, charapa, caimán llanero, entre otros.

Con el Acuerdo 005 de febrero 17 de 1993, fue declarada Reserva y Patrimonio Ecológico y Cultural del Municipio. De igual manera, fue declarada como Área de Utilidad Pública e Interés Social, la zona que ocupan la Laguna y el caño del mismo nombre, desde su nacimiento hasta su desembocadura desde la orilla, 300 metros a la redonda, en lo que corresponde a la laguna del Tinije, en jurisdicción del municipio de Aguazul. Esta laguna comparte jurisdicción con el municipio de Maní. La Corporación Autónoma Regional de la Orinoquia, mediante acuerdo del 2008, declaró y delimitó como Distrito de Manejo Integrado el Caño y la Laguna de Tinije, en consecuencia, dicha área tiene una zona de preservación, una zona de producción y una zona de restauración o recuperación. Posteriormente, en el mismo año, Corporinoquia inscribió en el sistema RUNAP (Registro Único de Áreas Protegidas) de Parques Nacionales como Reserva de la Sociedad Civil a las 13.768 hectáreas de la laguna.

Es innegable la belleza paisajística de la laguna, sumado a la importancia ambiental que representa no solo para los Aguazuleños sino para el Casanare. En el recorrido hasta allí, atravesando la llanura, donde abundan los pastos y escasean los árboles, fue posible observar muchas aves y luego en la laguna el número de avistamientos fue mayor.

Además de la riqueza faunística y florística, de interés nacional e internacional, la laguna ofrece un escenario variado de fotografía pues en la mañana y en la tarde los colores son cálidos (rojos, naranjas y amarillos) y entre la mañana y la tarde los colores de la laguna se hacen fríos (azules, verdes y violetas), fortalecidos por las sombras y reflejos del espejo de agua y los verdes de la vegetación.



laguna El Tinije. Siete Turismo Estratégico, 2015

Lamentablemente a esta laguna, en las condiciones de accesibilidad actual, no pude accederse con facilidad teniendo en cuenta que es un sitio privado que no ofrece garantía de permisos para naturales y visitantes.

Cueva el Teatro

La cueva El Teatro, ubicada en la vereda Altolindo, al igual que la cueva de Cuartounete, es un recurso turístico del que no se tiene conocimiento de su galería interior ni de su biodiversidad. El acceso es pendiente, no hay un sendero establecido debido a que son muy pocos los visitantes que llegan hasta allí. Se ubica en el lecho de una que-



brada y está camuflada entre árboles de bosque de galería.

Una vez se accede al lugar se visualiza una pequeña entrada en la parte superior de la cueva, vía de acceso de los murciélagos que la habitan. No se tiene certeza de qué longitud tiene, el dueño del lugar dice que va muchos metros quebrada abajo pero no puede precisar cuántos.

Por otra parte, el paisaje de la vereda donde se localiza es de colinas con suaves pendientes, de fácil acceso y con una oferta de potreros arbolados y bosques de galería. Los habitantes son gentes amables, sencillas y con interés en saber “qué es eso del turismo rural”.



Cueva El teatro. Siete Turismo Estratégico, 2015



Farallones de San Miguel. Alcaldía de Aguazul, 2014

58

En el ámbito de familia campesina no se cuenta con buena cobertura sanitaria (disposición final de excretas) lo que provoca en la mayoría de casos la disposición de aguas residuales directamente en los cauces y/o al suelo.

Farallones de San Miguel

Geólicamente estos farallones hacen parte del Piedemonte de la cordillera Oriental; formados por rodamientos de suelo que dieron origen a colinas denudadas, que formaron las lomas de San Miguel de Farallones y las lomas de Cupiagua en río Chiquito. Su vegetación corresponde a bosques premontanos húmedos y los bosques tropicales

los cuales tienen un valor ambiental vital para la pervivencia del equilibrio natural del ecosistema, además de favorecer el nacimiento y abastecimiento de numerosos cuerpos de agua que alimentan la sabana; son resguardos naturales que sirven de hábitat a numerosas especies de flora y fauna en transición entre la cordillera y la llanura.

La denominada Estrella Fluvial de Casanare, los cerros de San Miguel de Farallones que ocupan las veredas de Cachiza, El Paraíso, Los Lirios, Manoguía y San Miguel de Farallones, según el Acuerdo 006 de Febrero 17 de 1993, fue declarada Reserva y patrimonio ecológico y cultural del municipio de Aguazul, de igual manera de utilidad pública e interés social, la zona que ocupa

las montañas de los farallones desde la periferia hasta 300 metros a la redonda. Posteriormente, en 2008, junto con El Tinije, Corporinoquia inscribió ante Parques Nacionales el Distrito de Manejo Integrado las áreas de San Miguel de Farallones, con una extensión de 3.400 hectáreas, constituyéndose como un área protegida, orientada a la contemplación, la recuperación de la flora y la fauna silvestre y como área productora de agua y de captura de gases efecto invernadero.

La serranía de los Farallones es un ecosistema estratégico natural de gran importancia para Casanare debido al papel que desempeña como zona de producción y de recarga hídrica de los Ríos Cusiana, Unete Chiquito y Seco. Allí tienen origen gran cantidad de afluentes como las quebradas Aguablanca, la Cacaguala, Caño Rico, Parásitos y Manoquía, además las cañadas Los Algarrobos, y el Recodo. Hacia el extremo sur occidental del cerro, se producen múltiples nacimientos de agua que a lo largo de su recorrido conforman el río Upamena que desemboca en el río Cusiana.

El área de los Farallones es albergue y refugio de una gran oferta ambiental de fauna endémica con aviso de amenaza de extinción, como el venado cola blanca, el chigüiro, la lapa, el armadillo o cacichamo, la tortuga charapa, el caimán llanero, el ratón de agua, así como de diferentes especies de murciélagos. Entre las especies de reptiles sobresalen las poblaciones de cocodrilos, babillas, babas, y tortugas, iguanas y lagartijas, lagartos, boas y un gran número de serpientes venenosas. Así mismo es refugio de gran variedad de aves y otras especies que en los alrededores y en otras zonas del Casanare debido al deterioro de los hábitats, a las quemas periódicas, a la desecación de los pantanos y a la modificación de cauces, han sido desplazadas o están en el tiempo de desplazamiento. En el campo cultural, la serranía ha sido motivo de viejas historias que a lo largo de las generaciones se han tejido en su torno, situación que la hacen todavía más enigmática hasta el punto de convertirse en toda una fábula en la memoria cultural y en la tradición oral de los casanareños.

Durante el recorrido fue posible observar gran variedad de fauna que en otras regiones y a esa hora del día no es posible de visualizar. Da la impre-

sión de que la fauna del lugar no teme mucho a los humanos. El recorrido que se hizo fue de dos horas aproximadamente y aunque con un poco de dificultad porque no hay sendero definido, puede avanzarse despacio hacia la cima de una colina desde donde se observan los farallones y el valle de San Miguel hacia el piedemonte y de la vereda Altolindo donde se encuentra la cueva El Teatro.

Desde el punto de vista social, la comunidad, según me lo expresó el guía, Fernando Parada, un joven jovial, agradable y con “don de gentes” como el común de los aguazuleños, está interesada en lo relacionado con el turismo de naturaleza. Hay cultivos varios, trapiches, estanques piscícolas pero deficiencias sanitarias y facilidades para recibir visitantes (servicios turísticos, infraestructura básica, conectividad, etcétera).

La zona es un recurso que con dedicación y compromiso institucional y responsabilidad e interés comunitario, puede convertirse en un atractivo para el ecoturismo nacional e internacional.

1.5.1.3. Fichas técnicas del inventario de atractivos y recursos turísticos de Aguazul

La Metodología del Mincit, indica que una vez realizada la investigación documental y en campo, es necesario diligenciar unas fichas técnicas y sus respectivos formularios resumen; ellos constituyen insumo fundamentales para quienes diseñen producto y paquetes turísticos con destino a la comercialización; son herramienta fundamental para tour operadores y agentes mayoristas; no se conciben como material promocional; por tanto su divulgación debe dirigirse expresamente a los citados especialistas.



60

FORMULARIOS DEL INVENTARIO DE RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

- a. Formulario 1 Patrimonio Material
- b. Formulario 2 Patrimonio Inmaterial
- c. Formulario 3. Ferias y fiestas
- d. Formulario 5 Sitios Naturales
- e. Resumen Formulario General



nie

• turismo estratégico •

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES

1.1 Nombre	Casanare	1.3. Municipio	Casa de la Cultura	Aguazul
1.2 Departamento	San Agustín			
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Público /Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría de Educación y Cultura			
1.5 Administrador o Propietario	Calle 8 No. 10-125			
1.6 Dirección / Ubicación	(8) 6392323 - línea gratuita 018000 95 32 31			
1.7 Teléfono / Fax	NA.	1.9. Tipo de Acceso	Acuático	Férreo
1.8 Distancia (desde el municipio mas cercano)			Terrestre	Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:				

2. CARACTERÍSTICAS

2.1 Código Asignado	1.1.4.4.1.
2.2 Descripción	

Arquitectura contemporánea en ladrillo, con espacios recreativos y para la cultura; tiene un auditorio para 150 personas, salones para danza y fomento de prácticas culturales, sala digital, salones de música y batuta.



3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación(21)	18
Constitución de Bien(21)	15
Representatividad(28)	24
Subtotal	57
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
TOTAL	63
Diligenciado por:	
Siete Turismo Estratégico	Fuente:
	Siete Turismo Estratégico
	Fecha:
	Febrero de 2015



• turismo estratégico •



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES		
1.1. Nombre	Casanare	
1.2. Departamento	1.3. Municipio	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Barrio Las Ferias	
1.5. Administrador o Propietario	Público / Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría General	
1.6. Dirección / Ubicación	Calle 10 No.16-49	
1.7. Teléfono / Fax	(8) 6392233 - línea gratuita 018000 95 32 31	
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	NA	
1.10. Indicaciones para el acceso:	1.9. Tipo de Acceso <input checked="" type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Férreo <input type="checkbox"/> Aéreo	
2. CARACTERÍSTICAS		
2.1. Código Asignado	1.1.4.1.1.	
2.2. Descripción		
<p>Las obras de la edificación concluyeron en el año 2000; cuenta con un área total de 8.561 m² y construida de 2.619 m². Es una construcción contemporánea en ladrillo; se encuentra en buen estado; consta de dos edificios; uno de tres pisos y otro de dos en forma de "L"; el predio ocupa toda una manzana; cuenta con arborización, cerramiento y portería para el control de acceso. También cuenta con una terraza desde donde es posible observar la panorámica del municipio.</p>		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN		
CALIDAD		PUNTAJE
Estado de Conservacion(21)		21
Constitucion de Bien(21)		18
Representatividad (28)		21
Subtotal	60	
SIGNIFICADO		
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	TOTAL	6
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico	Fuente: Siete Turismo Estratégico Fecha: Febrero de 2015



H e c h o s d e G o b i e r n o p o r A g u a z u l



norte
turismo estratégico.

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES	
1.1 Nombre	Casanare
1.2 Departamento	Coliseo de Ferias
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Aguazul
1.5 Administrador o Propietario	Público / Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría de Desarrollo Económico y Ambiental
1.6 Dirección / Ubicación	Diagonal 10 Avenida Valle Verde - Vía Maní (área de expansión industrial)
1.7 Teléfono / Fax	(8) 6392323 - línea gratuita 018000 95 32 31
1.8 Distancia (desde el municipio más cercano)	NA
1.9. Tipo de Acceso	<input checked="" type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Férreo <input type="checkbox"/> Aéreo
1.10 Indicaciones para el acceso:	
2. CARACTERÍSTICAS	
2.1 Código Asignado	1.1.4.5.1.
2.2 Descripción	
Cuenta con un área total de 63.229 mts., de las cuales solo 236 están construidas; el Coliseo cuenta con tarima para exposiciones y corrales para la exhibición de ganado con pasarela para el transeunte; cuenta con una plazoleta para al exhibición de caballos. Todos los miércoles se realiza la subasta ganadera de Aguazul, reconocida en el mercado ganadero de la región.	
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación(21)	21
Constitución de Bien(21)	18
Representatividad (28)	25
SIGNIFICADO	Subtotal
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	64
	Subtotal
	12
	TOTAL
Diligenciado por:	Fuente: Siete Turismo Estratégico
	Fecha: Febrero de 2015





• Turismo estratégico •



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL			
Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles			
1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Manga de Coleo Ermes Montaña		
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Aguazul
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Público / Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría de Educación y Cultura		
1.5. Administrador o Propietario	Nueva Manga de Coleo Aguazul		
1.6. Dirección / Ubicación	(8) 6392323 - Línea gratuita 018000 95 32 31		
1.7. Teléfono / Fax	NA	1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de Acceso
1.10. Indicaciones para el acceso:	Terrestre	X	Acuático Férreo Aéreo
2. CARACTERISTICAS			
2.1. Código Asignado	1.1.4.5.2.		
2.2. Descripción			
Considerada una de las mejores de la Orinoquia Colombiana para la práctica de este deporte. Cuenta con módulos de almacenamiento ubicados bajo las gradaderías para que los deportistas participantes puedan guardar sus implementos bajo llave. Estructura en buen estado. Uso frecuente para eventos programados por la Alcaldía Municipal. El lote contiguo sirve para pastoreo de los animales que participan en las competencias. Cuenta con iluminación permanente y baterías sanitarias.			
3. PUNTAJES DE VALORACION			
CALIDAD	PUNTAJE		
Estado de Conservación(21)	21		
Constitución de Bien(21)	21		
Representatividad (28)	25		
Subtotal	67		
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	TOTAL	12	
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico	Fuente:	Siete Turismo Estratégico
		Fecha:	Febrero de 2015



nie
• turismo estratégico.

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Parque Los Canaguaro (Parque principal)		
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Aguazul
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Barrio Centro		
1.5. Administrador o Propietario	Público /Alcaldía Municipal de Aguazul - Oficina Asesora de Planeación		
1.6. Dirección / Ubicación	Calles 9 y 10, carreras 17 y 18		
1.7. Teléfono / Fax	(8) 6392323 - línea gratuita 018000 95 32 31		
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	NA	1.9. Tipo de Acceso	
		Terrestre	X Acuático
			Férreo
			Aéreo

1.10. Indicaciones para el acceso:

2. CARACTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	1.2.2.1.1.
2.2. Descripción	

Espacio público para la recreación pasiva, arborizado con diferentes especies de la región; sirve para actividades recreativas y culturales. Su nombre se debe a una especie de felino pequeño, oriundo de estas tierras. Posee sillas en concreto y cestos de basura.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación(21)	21
Constitución de Bien(21)	25
Representatividad (28)	28
SIGINIFICADO	Subtotal
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
TOTAL	80



Diligenciado por:

Siete Turismo Estratégico

Fuente: Siete Turismo Estratégico
Fecha: Febrero de 2015



FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS		
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL		
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles		
1. GENERALIDADES		
1.1. Nombre	Parque Recreacional Concha Acústica Alberto López	
1.2. Departamento	Casanare	<input checked="" type="checkbox"/> 1.3. Municipio Aguazul
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Barrio Carlos Pizarro	
1.5. Administrador o Propietario	Público /Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría de Educación y Cultura	
1.6. Dirección / Ubicación	Carrera 19 No. 19-72	
1.7. Teléfono / Fax	(8) 6392323 - Línea gratuita 018000 95 32 31	
1.8 Distancia (desde el municipio mas cercano)	NA	<input checked="" type="checkbox"/> 1.9. Tipo de Acceso
1.10. Indicaciones para el acceso:	<input checked="" type="checkbox"/> Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Férreo <input type="checkbox"/> Aéreo	
2. CARACTERISTICAS		
2.1. Código Asignado	1.1.4.5.3.	
2.2. Descripción		
<p>Área total de 7.876 m. Construida en ladrillo a la vista y concreto. Arquitectura contemporánea en concreto y ladrillo a la vista con una tarima de grandes proporciones que permite diversas actividades culturales, cubierta soportada en una estructura metálica. Cuenta también con un espacio en grama para la ubicación de espectadores; cerramiento perimetral y buena iluminación. Baterías de baños interiores y exteriores, oficinas, camerinos e instalaciones necesarias para el sonido.</p> 		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN		
CALIDAD	PUNTAJE	
Estando de Conservacion(21)	10	
Constitucion de Bien(21)	20	
Representatividad (28)	25	
Subtotal	55	
SIGNIFICADO		
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6	
TOTAL	61	
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico	
Fuente:	Siete Turismo Estratégico	
Fecha:	Febrero de 2015	



nie
turismo estratégico.

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES	
1.1. Nombre	Parque Recreacional del Arroz
1.2. Departamento	Casanare
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	1.3. Municipio
1.5. Administrador o Propietario	Público /Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría de Educación y Cultura - IDRA
1.6. Dirección / Ubicación	Avenida Roman Rosselly (8) 6392323 - línea gratuita 018000 95 32 31
1.7. Teléfono / Fax	
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	NA
1.10. Indicaciones para el acceso:	
2. CARACTERÍSTICAS	
2.1. Código Asignado	1.1.4.5.4.
2.2. Descripción	
Cuenta con instalaciones deportivas y recreativas sin componente temático referente al arroz; posee equipamientos deportivos de especial interés tales como: patinodromo, cancha sintética con cerramiento en malla y dos piscinas; una de ellas actualmente en remodelación; dos canchas de tenis sintéticas. Baterías sanitarias, duchas y lockers. Cuenta con un cerramiento en muro de ladrillo prensado y malla. Su área total es de 219.673 m de los cuales solo 2.002 están construidos.	
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservacion(21)	10
Constitucion de Bien(21)	15
Representatividad (28)	25
Subtotal	50
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
TOTAL	56
Fuente:	Siete Turismo Estratégico
Fecha:	Febrero de 2015
Diligenciado por:	





• turismo estratégico .

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Plaza de Toros Dimas Avella		
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Aguazul
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Barrio Villa Luz		
1.5. Administrador o Propietario	Público / Alcaldía Municipal - Secretaría de Educación y Cultura		
1.6. Dirección / Ubicación	Carrera 2 No. 8-39		
1.7. Teléfono / Fax	(8) 6392323 - Línea gratuita 018000 95 32 31		
1.8 Distancia (desde el municipio mas cercano)	NA	1.9. Tipo de Acceso	
1.10. Indicaciones para el acceso:		Terrestre	X
		Acuático	
		Férreo	
		Aéreo	

2. CARACTERISTICAS

2.1. Código Asignado	1.1.4.5.5.
2.2. Descripción	

Predio antiguo en buen estado. Construido en concreto y ladrillo a la vista sobre un terreno de 20.000 mts. de los cuales solo 2.983 mts. fueron construidos, el estilo de sus puertas es en arco ojival que remata en cebolla. Carpintería metálica de color rojo. El escenario de graderías y arena fue construido en la parte norte del lote. No cuenta con contadores de servicios públicos.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservacion(21)	10
Constitucion de Bien(21)	15
Representatividad (28)	25
Subtotal	50
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
TOTAL	56
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico
Fuente:	Siete Turismo Estratégico
Fecha:	Febrero de 2015





n7e
• turismo estratégico •

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales Immuebles y Muebles

		1. GENERALIDADES				
		Templo Nuestra Señora del Carmen				
1.1. Nombre		Casanare	1.3. Municipio			
1.2. Departamento			Aguazul			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad		Diócesis de Yopal				
1.5. Administrador o Propietario		Calle 10 con carrera 19				
1.6. Dirección / Ubicación		6356269				
1.7. Teléfono / Fax		NA				
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)		Terrestre	1.9. Tipo de Acceso	Acuático	Férreo	
			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1.10. Indicaciones para el acceso:		Costado norte del Parque Los Canaguaro				
		2. CARACTERÍSTICAS				
2.1. Código Asignado		1.1.3.1.1.				
2.2. Descripción						
		Arquitectura contemporánea, en ladrillo con pañete, campanario de formas modernas y lineales. Sitio de reunión de fieles del catolicismo.				
		3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				
		CALIDAD	PUNTAJE			
Estado de Conservacion(21)			15			
Constitucion de Bien(21)			15			
Representatividad (28)			25			
		Subtotal	55			
		SIGNIFICADO				
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		TOTAL				
		61				
Diligenciado por:		Fuente:		Siete Turismo Estratégico		
		Fecha:		Febrero de 2015		





FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS		
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL		
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles		
1. GENERALIDADES		
1.1. Nombre	Villa Olímpica Turrial del Llano	
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Aguazul	
1.5. Administrador o Propietario	Público /Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría de Educación y Cultura - IDRA	
1.6. Dirección / Ubicación	Carrera 12 No 13 - 78	
1.7. Teléfono / Fax	(8) 6392323 - línea gratuita 018000 95 32 31	
1.8 Distancia (desde el municipio mas cercano)	NA	1.9. Tipo de Acceso
		<input checked="" type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Férreo <input type="checkbox"/> Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:		
2. CARACTERISTICAS		
2.1. Código Asignado	1.1.4.5.6.	
2.2. Descripción		
		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN		
CALIDAD	PUNTAJE	
Estado de Conservacion(21)	15	
Constitucion de Bien(21)	20	
Representatividad (28)	25	
Subtotal	60	
SIGNIFICADO		
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6	
TOTAL	66	
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico	Fuente: Siete Turismo Estratégico
		Fecha: Febrero de 2015



nie
• turismo estratégico •

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS.
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL

Departamento / Municipio						Aquazul , Casanare
Nº	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características	
1	Casa de la Cultura	1.1.4.4.1.	63	Calle 8 No. 10-125	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de lunes a sábado Acceso: permanente Entrada: libre Estado del atractivo: bueno Componentes: presenta afectaciones mínimas; para su recuperación se requiere de labores menores de intervención Significado: local	
2	Centro Administrativo Municipal Luis María Jiménez	1.1.4.1.1.	66	Calle 10 No.16-49	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de lunes a viernes (8:00 am a 5:00 pm) Acceso: restringido Entrada: libre Estado del atractivo: bueno Componentes: presenta afectaciones mínimas; para su recuperación se requiere de labores menores de intervención Significado: local	
3	Coliseo de Ferias	1.1.4.5.1.	76	Diagonal 10 Avenida Valle Verde - Vía Maní (área de expansión industrial)	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: depende de eventos programados. Acceso: restringido Entrada: libre Estado del atractivo: satisfactorio Componentes: sanos; no presentan daños apreciables; solo requieren acciones de mantenimiento Significado: regional	



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS.
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL

Departamento / Municipio Nº	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características
4	Manga de Coleo Ermes Montaña	1.1.4.5.2.	69	Nueva Manga de Coleo Aguazul	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: depende de eventos programados. Acceso: restringido Entrada: libre Estado del atractivo: satisfactorio Componentes: sanos; no presentan daños apreciables; solo requieren acciones de mantenimiento Significado: regional
5	Parque Los Canaguaroos	1.2.2.1.1.	80	Calles 9 y 10, carreras 17 y 18	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de domingo a domingo Acceso: permanente Entrada: libre Estado del atractivo: satisfactorio Componentes: sanos; no presentan daños apreciables; solo requieren acciones de mantenimiento. Significado: local
6	Parque Recreacional Concha Acústica Alberto López	1.1.4.5.3.	61	Carrera 19 No. 19-72	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: depende de eventos programados Acceso: restringido Entrada: libre Estado del atractivo: bueno Componentes: presenta afectaciones mínimas; para su recuperación se requiere de labores menores de intervención Significado: local
7	Parque Recreacional del Arroz	1.1.4.5.4.	56	Avenida Roman Rosseli	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de lunes a domingo de 6:00 am. a 8:00 pm. Acceso: permanente Entrada: libre Estado del atractivo: regular Componentes: afectados; requiere de una intervención mayor con el fin de devolverle las características originales. Significado: local

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS.
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL

Nº	Departamento / Municipio	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Aguazul , Casanare	Características
8	Plaza de Toros Dimas Avella	1.1.4.5.5.	56	Carrera 2 No. 8-39		Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: depende de eventos programados Acceso: restringido Entrada: libre Estado del atractivo: regular Componentes: afectados; requiere de una intervención mayor con el fin de devolverle las características originales. Significado: local	
9	Templo San José	1.1.3.1.1.	61	Calle 10 con carrera 19		Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de lunes a domingo Acceso: permanente Entrada: libre Estado del atractivo: bueno Componentes: presenta afectaciones mínimas; para su recuperación se requiere de labores menores de intervención Significado: local	
10	Villa Olímpica Turpial del Liano	1.1.4.5.6	66	Carreras 12 y 10 entre calles 13 y 15		Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de lunes a domingo Acceso: permanente Entrada: libre Estado del atractivo: bueno Componentes: presenta afectaciones mínimas; para su recuperación se requiere de labores menores de intervención Significado: local	

Diligenciado por:

Siete Turismo Estratégico

Fecha:

Febrero de 2015





FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 2. PATRIMONIO CULTURAL - INMATERIAL

PATRIMONIO	
1. GENERALIDADES	
1.1. Nombre	Cantos de vaquería
1.2. Departamento	Casanare
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	1.3. Municipio
1.5. Administrador o Propietario	Aguazul
1.6. Dirección / Ubicación	Áreas rurales del municipio
1.7. Teléfono / Fax	General
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de Acceso
1.10. Indicaciones para el acceso:	NA Terrestre Acuático Férreo Aéreo
2. CARACTERÍSTICAS	
2.1. Código Asignado	1.5.6.1.1.
2.2. Descripción	También conocidos como cantos del trabajo de llano, son una expresión del patrimonio inmaterial, declarado patrimonio inmaterial de la nación en 2014; tradición que inició en la colonia y permanece actualmente. Son cantos asociados a la actividad de la ganadería cuyo propósito es tranquilizar al ganado al ser guiado por los vaqueros. Hay cantos de cabresteo, vela y ordeño.
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	PUNTAJE
Colectiva (14)	14
Tradicional (14)	14
Anónima (14)	14
Espontánea (14)	14
Popular (14)	14
Subtotal	70
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico
Fuente:	Mi Abuelo El Llano
Fecha:	Febrero de 2015





nie
turismo estratégico

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMATO 2. PATRIMONIO CULTURAL -

INMATERIAL

PATRIMONIO

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Mamona o carne a la llanera		
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Aguazul
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad			
1.5. Administrador o Propietario			
1.6. Dirección / Ubicación			
1.7. Teléfono / Fax			
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)			
1.9. Tipo de Acceso			
Terrestre	Acuático	Férreo	Aéreo
		NA	

1.10. Indicaciones para el acceso:

2. CARACTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado

1.5.2.1.1.

2.2. Descripción

Producto elaborado con técnicas tradicionales.

Se cortan las carnes delgadas y se engarzan en palos que se recuestan al burro (construcción de madera que se arma encima y alrededor del fuego). Hay quienes las asan a la brasa con un poco de sal, bañadas con cerveza, o adobadas con especias, pero la manera clásica es asarlas a fuego muy lento por unas 4 horas, sin avivar nunca el fuego para no quemar o arrebatar las carnes. Nunca se deben chuzar las carnes, ni picarlas para que no se resequen o pierdan su suavidad. Se sirve en hojas de plátano y se acompaña de yuza, plátano asado y algunas veces papa cocida. Existen pocos restaurantes en Aguazul que ofrezcan este plato. Su frecuencia se da en eventos municipales.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD

PUNTAJE



Colectiva (14)	14
Tradicional (14)	14
Anónima (14)	14
Espontánea (14)	10
Popular (14)	14
	Subtotal
	66

SIGNIFICADO

Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)

TOTAL

18

Fuente: blog113.wordpress

Fecha:

Febrero de 2015

Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico
-------------------	---------------------------



FORMATO 2. PATRIMONIO CULTURAL -

INMATERIAL

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Hallaca
1.2. Departamento	Casanare
1.3. Municipio	Municipio
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Aguazul
1.5. Administrador o Propietario	General
1.6. Dirección / Ubicación	
1.7. Teléfono / Fax	
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	
1.9. Tipo de Acceso	NA
Terrestre	
Acuático	
Férreo	
Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:	

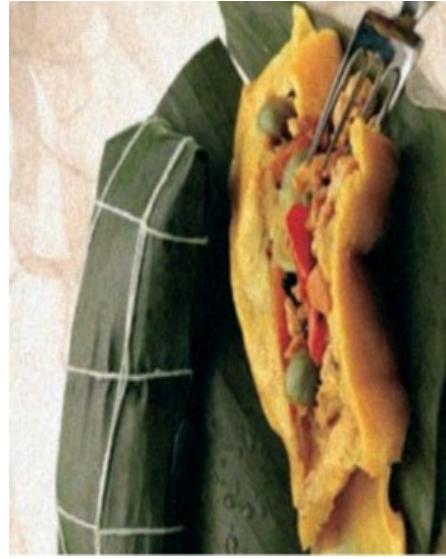
2. CARACTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	1.5.2.1.2.
2.2. Descripción	

Plato de origen venezolano. Apetecido en épocas navideñas y celebraciones familiares. Generalmente contiene carne de res, cerdo y pollo; arvejas, zanahoria, papas y huevo para decorar. Se sazona con ajo y condimentos. Se sirve en hojas de bijao, las cuales se preparan con anticipación retirándoles la vena y soasandolas al calor del fuego. Puedes simplemente doblarse con el contenido dentro o amarrarlas con fiique.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Colectiva (14)	14
Tradicional (14)	14
Anóima (14)	14
Espontánea (14)	10
Popular (14)	14
Subtotal	66
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	78
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico
Fuente:	Biblioteca Nacional
Fecha:	Febrero de 2015





nieñe
turismo estratégico.

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
FORMATO 2. PATRIMONIO CULTURAL -

INMATERIAL **PATRIMONIO**

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Joropo
1.2. Departamento	Casanare
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	1.3. Municipio
1.5. Administrador o Propietario	Aguazul
1.6. Dirección / Ubicación	General
1.7. Teléfono / Fax	
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	
1.10. Indicaciones para el acceso:	

2. CARACTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	1.5.7.1.1.
2.2. Descripción	

El baile que mejor identifica al hombre llanero es el joropo. Se cree que sus raíces provienen del viejo continente. Se caracteriza por ser de pareja agarrada, donde el hombre sujetá a la mujer por ambas manos. En su temática, el baile plantea el dominio del hombre sobre la mujer y sobre la naturaleza en general, es él quien lleva la iniciativa y quien determina las figuras a realizar.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Colectiva (14)	14
Tradicional (14)	14
Anónima (14)	14
Espontánea (14)	14
Popular (14)	14
	Subtotal
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	70
TOTAL	88



Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico
Fuente:	Viento de Cola Canal Trece

Fecha: Febrero de 2015



nieñe

* turismo estratégico *

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS		PATRIMONIO	
FORMULARIO 2. PATRIMONIO CULTURAL -		INMATERIAL	
1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Casanare	1.3. Municipio	Tungo
1.2. Departamento	Aguazul		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad			
1.5. Administrador o Propietario	General		
1.6. Dirección / Ubicación			
1.7. Teléfono / Fax			
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)		1.9. Tipo de Acceso	NA
		Terrestre	Aéreo
		Acuático	Férreo
1.10. Indicaciones para el acceso:			
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código Asignado	1.5.2.1.3.		
2.2. Descripción			
<p>Los tungos pertenecen a la tradición llanera; estos son una masa dulce de arroz con queso envuelta en diferentes hojas. En los llanos resulta típico el uso de la leche vaca es una planta común del amazonia y de la cuenca del río magdalena. Preferiblemente se consume en horas del desayuno.</p>			
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD		PUNTAJE	
Colectiva (14)		14	
Tradicional (14)		14	
Anónima (14)		14	
Espontánea (14)		14	
Popular (14)		14	
Subtotal	70		
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		12	
	TOTAL	82	
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico	Fuente:	municipioaguazul.wordpress
		Fecha:	Febrero de 2015

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS.
FORMULARIO 2. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO INMATERIAL

Nº	Departamento / Municipio	Código	Calificación	Ubicación	Aguazul, Casanare	Características
1	Cantos de vaquería	1.5.6.1.1.	82	Áreas rurales del municipio	Propio de los llanos orientales, original y tradicional. Colectividad que se siente representada en este hecho; se transmite de generación en generación y no tiene autor conocido.	
2	Carne a la llanera	1.5.2.1.1.	84	General	Propio de los llanos orientales, original y tradicional. Colectividad que se siente representada en este hecho; se transmite de generación en generación y no tiene autor conocido.	
3	Hallacas	1.5.2.1.2.	78	General	Propio de los llanos orientales, original y tradicional. Colectividad que se siente representada en este hecho; se transmite de generación en generación y no tiene autor conocido.	
4	Joropo	1.5.7.1.1.	88	General	Propio de los llanos orientales, original y tradicional. Colectividad que se siente representada en este hecho; se transmite de generación en generación y no tiene autor conocido.	
5	Tungo	1.5.2.1.3.	82	General	Propio de los llanos orientales, original y tradicional. Colectividad que se siente representada en este hecho; se transmite de generación en generación y no tiene autor conocido.	

Diligenciado por:

Siete Turismo Estratégico

Fecha:

Febrero de 2015





• turismo estratégico •

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 3- FESTIVIDADES Y EVENTOS

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Clásica Nacional Ciudad de Aguazul		
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Aguazul
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad			
1.5. Administrador o Propietario	Club Ciclo Aguazul		
1.6. Dirección / Ubicación			
1.7. Teléfono / Fax	3212615433 - 3103348485		
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	<input checked="" type="checkbox"/> 1.9. Tipo de Acceso Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Ferreo <input type="checkbox"/> Aéreo		
1.10. Indicaciones para el acceso:			

2. CARACTERISTICAS

2.2. Código Asignado	1.6.4.1.1.
2.2. Descripción	

Este evento deportivo es apoyado por la Federación Colombiana de Ciclismo en la categoría Élite, la Liga de Ciclismo de Casanare, el Instituto para el Deporte y la Recreación de Aguazul - IDRA y la Alcaldía Municipal y organizado por el Club Ciclo Aguazul; se realiza hace más de 30 años. Se realiza en la segunda semana del mes de octubre de cada año. La organización convoca a las escuelas, clubes, ligas y equipos tanto nacionales como internacionales. La premiación asciende a más de \$20 millones para todas las categorías y sirve de antelada para el clásico RCN.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD

Organización del evento (30)

Beneficios socioculturales para la comunidad (20)

Beneficios económicos locales (20)

SIGNIFICADO

Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)

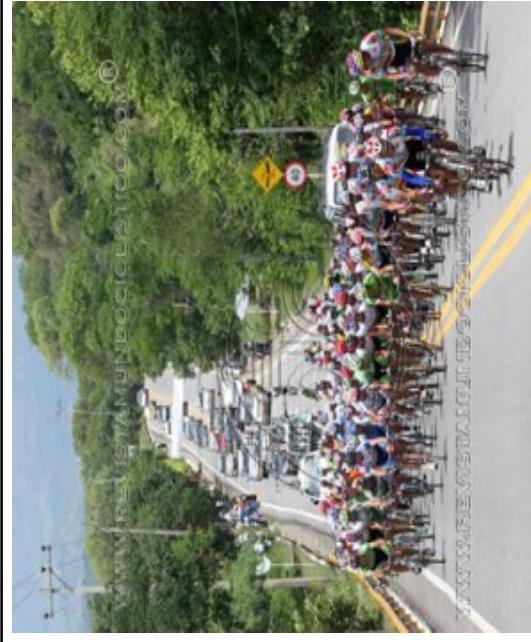
TOTAL

Diligenciado por:

Siete Turismo Estratégico

Fuente: municipioaguazul.wordpress

Fecha: Febrero de 2015



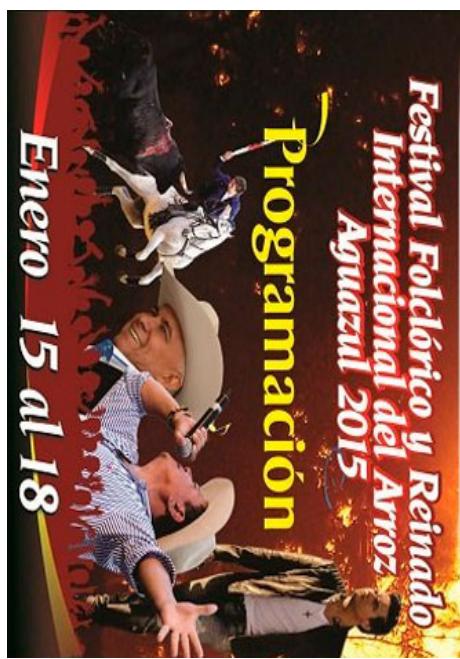


nie
• turismo estratégico •

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 3- FESTIVIDADES Y EVENTOS

1. GENERALIDADES	
1.1. Nombre	Festival folclórico y reinado internacional del arroz
1.2. Departamento	Casanare
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	1.3. Municipio
1.5. Administrador o Propietario	Público /Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría de Educación y Cultura
1.6. Dirección / Ubicación	(8) 6392323 - Línea gratuita 018000 95 32 31
1.7. Teléfono / Fax	1.9. Tipo de Acceso
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	Terrestre
1.10. Indicaciones para el acceso:	Acuático
2. CARACTERÍSTICAS	Férreo
2.2. Código Asignado	Aéreo
2.2. Descripción	N/A
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	PUNTAJE
Organización del evento (30)	15
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)	15
Beneficios económicos locales (20)	15
	Subtotal
	SIGNIFICADO
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	57
Diligenciado por:	Fuente: Viaja por Colombia Fecha: Febrero de 2015
Siete Turismo Estratégico	



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS.
FORMULARIO 3-FESTIVIDADES Y EVENTOS

Departamento / Municipio	Nº	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características
	1	Clásica Nacional Ciudad de Aguazul	1.6.4.1.1.	83	Municipio de Aguazul	Evento de carácter nacional, buen nivel de organización, contribuye a la integración comunitaria.
	2	Festival Folclórico Y Reinado Internacional del Arroz	1.6.1.7.1	57	Municipio de Aguazul	Evento de carácter regional, medio nivel de organización, contribuye a la integración comunitaria.
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico	Fecha:				Febrero de 2015



nie

• turismo estratégico •

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 5-SITIOS NATURALES

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Balneario Las Lajas - río Unete		
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Aquazul
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Unete		
1.5. Administrador o Propietario	Público		
1.6. Dirección / Ubicación	Alcaldía Municipal de Aquazul - Secretaría de Desarrollo Económico y Ambiental Calle 10 No.16-49		
1.7. Teléfono / Fax	(8) 6392323 - línea gratuita 018000 95 32 31		
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	3.2 Kmts.	1.9. Tipo de Acceso	<input checked="" type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Férreo <input type="checkbox"/> Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:	<p>Desde el Parque Principal de Aquazul tomar la carrera 18 hasta la Estación de Bomberos; girar a la derecha por la calle 7 hasta el cruce con la calle 9; girar a la izquierda hasta el cruce de la vía Marginal de la Selva; cruzar en sentido hacia la ciudad de Sogamoso durante 2 kmts., al costado izquierdo de la vía se descende en 50 metros hasta la zona del río. Punto de referencia para el descenso al río: monta llantas a orilla de la vía al costado izquierdo.</p>		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código Asignado	2.4.5.1.1.		
2.2. Descripción	<p>Pozo ubicado en la margen izquierda de la vía Aquazul-Casanare. Para acceder a él, se desciende por una trocha durante unos diez minutos. En el trayecto se observaron restos de basuras. Al llegar al lugar el paisaje es muy agradable: rocas altas de diferentes tamaños y escondido entre ellas un pozo espectacular, de dudosa calidad por acumulación de espumas de color café en algunos de sus sectores. Hay presencia de remolinos internos no controlados que perturban la tranquilidad de los bañistas. No existen facilidades turística en el área, todo es a "campo traviesa".</p>		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD	PUNTAJE		
Sin contaminación del aire (10)	8		
Sin contaminación del agua (10)	4		
Sin contaminación visual (10)	8		
Estado de conservación (10)	4		
Sin contaminación sonora (10)	7		
Diversidad (10)	1		
Singularidad (10)	2		
Subtotal	34		
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6		
TOTAL	40		
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico	Fuente:	Siete Turismo Estratégico
		Fecha:	Enero de 2015



nie
• Turismo estratégico •

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 5-SITIOS NATURALES

1. GENERALIDADES	
1.1. Nombre	Casanare
1.2. Departamento	Casancio
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Cuartounete
1.5. Administrador o Propietario	Público
1.6. Dirección / Ubicación	Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría de Desarrollo Económico Y Ambiental Calle 10 No.16-49
1.7. Teléfono / Fax	(8) 63923223 - Línea gratuita 018000 95 32 31
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	5.8 Kmts.
1.9. Tipo de Acceso	<input checked="" type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Férreo <input type="checkbox"/> Aéreo
<p>Desde el Parque Principal Los Canaguatos tomar la calle 10 en sentido sur, hasta la Marginal de la Selva (Ruta Nacional 65); atravezar la vía a la altura del Monumento de La Virgen; tomar el camino hacia la izquierda, se recorren aproximadamente 4.5 Kmts de vía pavimentada.</p>	
2. CARACTERÍSTICAS	
2.1. Código Asignado	2.1.13.1.1.
2.2. Descripción	<p>Cerro tutelar de Aguazul a 960 metros de altura desde donde se visualiza el paisaje del municipio, desde la montaña hasta el llano. En la cima hay una cruz grande que es objeto de peregrinación en semana santa y diciembre. El recorrido y la vista desde la cima es muy agradable, sobre todo en horas de la mañana y en la tarde. Alrededor del cerro hay cinturones verdes de vegetación y detrás viviendas dispersas. Es posible observar aves, mariposas y otros insectos, así como el Centro de FAcilidades de Producción de Cupiagua. Se recorren aproximadamente 4.5 Kmts. en vehículo; a 2.6 Kmts se encuentra el mirador denominado Topacio. Para ascender hasta la Cruz; debe hacerse caminando en un recorrido de aproximadamente 600 mts. El pastoreo de ganado propicia procesos erosivos. Faltan recipientes para la recolección de residuos sólidos.</p>
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)	9
Sin contaminación del agua (10)	6
Sin contaminación visual (10)	8
Estado de conservación (10)	5
Sin contaminación sonora (10)	10
Diversidad (10)	2
Singularidad (10)	2
Subtotal	42
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
TOTAL	48
Fuente:	Siete Turismo Estratégico
Diligenciado por:	Enero de 2015
Fecha:	Enero de 2015





nie
• turismo estratégico •

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 5-SITIOS NATURALES

1. GENERALIDADES	
1.1. Nombre	Cueva Achagua en el Cerro de La Cruz
1.2. Departamento	Casanare
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Cuartounete
1.5. Administrador o Propietario	Privado / Angel María Gutiérrez
1.6. Dirección / Ubicación	Cerro de la Cruz o Cuartounete
1.7. Teléfono / Fax	3125809123
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	7.2 Km's
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde el Parque Principal de Aguazul se accede por la vía que conduce al Cerro de la Cruz o Cuartounete; desde la cruz se descienden aproximadamente 400 mts. sentido noroccidente.
2. CARACTERÍSTICAS	
2.1. Código Asignado	2.12.1.1.
2.2. Descripción	<p>Está camuflada por una capa de vegetación, El acceso es difícil por entre potreros y rastros, trocha erosionada sin demarcar. No hay certeza de su profundidad ni su configuración interna, debido a que no ha sido caracterizada. A la entrada se percibe un fuerte olor a amoniaco, resultado de los excrementos de los murciélagos que la habitan, cuyas especies tampoco son conocidas. Los visitantes se adentran por su cuenta y riesgo; no existen programas de seguridad y señalización que oriente al visitante; tan solo en épocas de turismo masivo, Bomberos y la Defensa Civil hacen un acompañamiento en la entrada de la gruta, por si se presenta una emergencia. No hay ninguna facilidad para su ingreso.</p>
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)	10
Sin contaminación del agua (10)	5
Sin contaminación visual (10)	10
Estado de conservación (10)	5
Sin contaminación sonora (10)	10
Diversidad (10)	2
Singularidad (10)	2
Subtotal	44
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
TOTAL	50
Fuente:	Siete Turismo Estratégico
Fecha:	Enero de 2015
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico





nie
• turismo estratégico •

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 5-SITIOS NATURALES

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Cueva el Teatro		
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Aguazul
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Altollindo		
1.5. Administrador o Propietario	Privado		
1.6. Dirección / Ubicación	Finca de don Octavio Morales		
1.7. Teléfono / Fax	3142124115		
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	25 Kmts.	1.9. Tipo de Acceso	<input checked="" type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Férreo <input type="checkbox"/> Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde Aguazul se toma la vía a la vereda Altollindo y se llega hasta la finca de don Octavio Morales.		

2. CARACTERISTICAS

2.1. Código Asignado	2.12.1.1.2.
2.2. Descripción	

La cueva El Teatro se ubica en el piedemonte andino en estribaciones con el llano. Es una gruta que no se ha caracterizado ni mapificado. Se encuentra en el centro de una quebrada cuyo cauce en la época de visita estaba seco; protegida por vegetación un poco densa, bosques de galería. El área rural, en el recorrido hasta ella así como la zona donde se ubica, son de topografía suave, con colina de baja altura y con muchos parches de vegetación. No existen facilidades para el turismo. Octavio Morales, propietario del predio y el sr Cándido, habitante de la vereda, manifestaron su interés en generar emprendimientos al rededor del turismo rural y/o del ecoturismo.



3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)	10
Sin contaminación del agua (10)	7
Sin contaminación visual (10)	7
Estado de conservación (10)	6
Sin contaminación sonora (10)	10
Diversidad (10)	5
Singularidad (10)	4
Subtotal	49
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
TOTAL	55
Fuente:	Siete Turismo Estratégico
Diligenciado por:	Enero de 2015

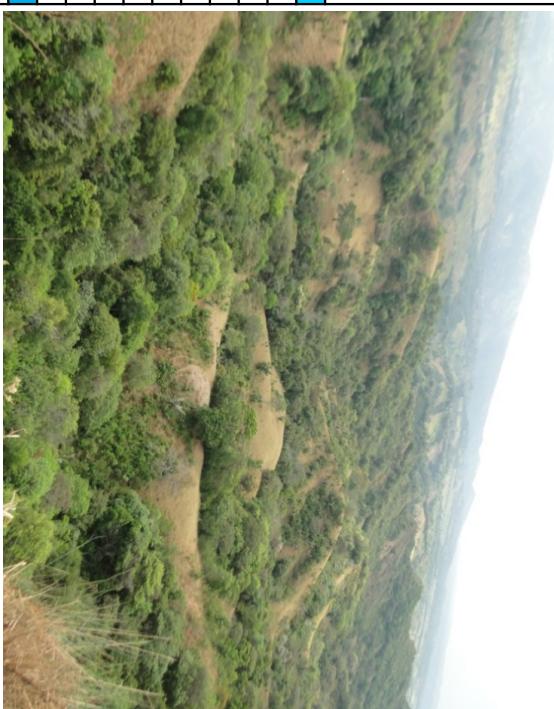


nie
• turismo estratégico.

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 5-SITIOS NATURALES

1. GENERALIDADES	
1.1. Nombre	Farallones de San Miguel
1.2. Departamento	Casanare
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Veredas: El Cachiza, El Paraiso, San Miguel de Farallones, Upanema y Los Lirios
1.5. Administrador o Propietario	Publico
1.6. Dirección / Ubicación	CORPORINOQUIA carrera 23 No 18-31 del Barrio Gabán Yopal
1.7. Teléfono / Fax	(8) 6358583
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	25 Kmts.
1.9. Tipo de Acceso	<input checked="" type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Férreo <input type="checkbox"/> Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde el casco urbano de Aguazul se toma la vía que conduce a la vereda San Miguel hasta el sitio conocido como La Y, se toma el lado izquierdo hasta donde entra el vehículo. Luego se accede a pie por la finca El Ziral.
2. CARACTERÍSTICAS	
2.1. Código Asignado	2.10.8.1.1.
2.2. Descripción	Área protegida declarada como "Reserva y Patrimonio Ecológico y Cultural de Aguazul" mediante Acuerdo Municipal 006 de 1993 y como "Distrito de Manejo Integrado de los Recursos Naturales" por CORPORINOQUIA, según el Acuerdo No. 1100-02-2-08-005 del 11 de julio de 2008, con una extensión de 3.379 ha.; es un ecosistema estratégico natural por ser zona de origen, producción y recarga hidrática de grandes ríos: Chiquito, Uneite y Cusiana. Es sustento, albergue y refugio de especies de flora y fauna endémicas y en categoría de amenaza; habitan: 149 especies de mamíferos, 160 de anfibios, 99 de reptiles y 309 de aves. La comunidad hace uso adecuado del recurso y está interesada en realizar emprendimientos de turismo rural (ecoturismo).
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)	10
Sin contaminación del agua (10)	8
Sin contaminación visual (10)	10
Estado de conservación (10)	8
Sin contaminación sonora (10)	10
Diversidad (10)	9
Singularidad (10)	10
Subtotal	65
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	18
TOTAL	83
Diligenciado por:	Fuente: Siete Turismo Estratégico Fecha: Enero de 2015





FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 5-SITIOS NATURALES

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Laguna del Tinjue		
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Aguazul
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Veredas La Graciela y Agualinda		
1.5. Administrador o Propietario	Privado / Gregorio Acosta		
1.6. Dirección / Ubicación	Acceso por el municipio de Maní		
1.7. Teléfono / Fax	3214920648		
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	18.6 Kmts. Por Maní	1.9. Tipo de Acceso	X
		Terrestre	Acuático
			Férreo
			Aéreo

1.10. Indicaciones para el acceso:

Desde el casco urbano de Aguazul se toma la vía que conduce a la vereda San Miguel hasta el sitio conocido como La Y, se toma el lado izquierdo hasta donde entra el vehículo. Luego se accede a pie por la finca El Ziral.

2. CARACTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	24.3.1.1.
2.2. Descripción	

Es un área protegida declarada como "Reserva y Patrimonio Ecológico, Cultural de Utilidad Pública e Interés Social de Aguazul" mediante Acuerdo Municipal 005 de 1993 y como "Distrito de Manejo Integrado de los Recursos Naturales" por CORPORINOQUÍA, según el Acuerdo No. 1100-02-2008-012 del 06 de diciembre de 2008; es un ecosistema clasificado como humedal y por tanto es prioritaria su conservación y preservación; alberga una muestra de biodiversidad representativa del Llano, de flora y fauna.

No es posible acceder por el municipio de Aguazul porque todos los predios son privados; es posible hacerlo solicitando permisos a los dueños, siendo más fácil por el municipio de Maní. La amenaza principal de este cuerpo de agua es el pisoteo del ganado en sus orillas. Los propietarios no están interesados en el desarrollo de actividades turísticas y por tanto no es posible considerarlo como atractivo turístico.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)	10
Sin contaminación del agua (10)	5
Sin contaminación visual (10)	9
Estado de conservación (10)	7
Sin contaminación sonora (10)	10
Diversidad (10)	8
Singularidad (10)	8
Subtotal	57

SIGNIFICADO

Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	TOTAL	69
Siete Turismo Estratégico		

Diligenciado por:
Fuentes: _____

Fuente: _____
Siete Turismo Estratégico
Fecha: _____
Enero de 2015





AguaZul
turismo estratégico

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

FORMULARIO 5-SITIOS NATURALES

1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Pozo Las Vegas					
1.2. Departamento	Casanare					
1.3. Municipio	Aguazul					
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Sevilla					
1.5. Administrador o Propietario	Público					
1.6. Dirección / Ubicación	Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría de Desarrollo Económico y Ambiental Calle 10 No.16-49					
1.7. Teléfono / Fax	(8) 6392323 - Línea gratuita 018000 95 32 31					
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	2.0 Kmts.					
1.9. Tipo de Acceso	<table border="1"><tr><td>Terrestre</td><td>X</td><td>Acuático</td><td>Férreo</td><td>Aéreo</td></tr></table>	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo		
1.10. Indicaciones para el acceso:	Se accede por un carreteable al lado izquierdo saliendo Aguazul - Sogamoso					
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	2.4.5.1.2.					
2.2. Descripción	Por la vía hacia el balneario se observan basuras a lado y lado. Luego, al llegar al sitio en donde hay un estadero, el primer impacto es la acumulación de basuras, las cuales las queman cada semana o cada dos semanas porque no hay un sistema de recolección. Hay un sanitario para hombres y uno para mujeres, que son utilizados por los más de 500 bañistas que llegan en temporada. La Alcaldía hizo un terrapién para ampliar el pozo, cuya extensión es considerable y podría ser un balneario muy atractivo si se cumplieran las mínimas condiciones de adecuación y conservación.					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
SIG. CALIDAD	PUNTAJE					
Sin contaminación del aire (10)	7					
Sin contaminación del agua (10)	5					
Sin contaminación visual (10)	5					
Estado de conservación (10)	5					
Sin contaminación sonora (10)	5					
Diversidad (10)	1					
Singularidad (10)	2					
Subtotal	30					
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6					
TOTAL	36					
Diligenciado por:	Siete Turismo Estratégico					
Fuente:	Siete Turismo Estratégico					
Fecha:	Enero de 2015					



FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 5-SITIOS NATURALES

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre **Pozo Puente Cupiagua - río Unete**
 1.2. Departamento **Casanare**
 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad **Vereda Cupiagua**
 1.5. Administrador o Propietario **Público**

1.6. Dirección / Ubicación **Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría de Desarrollo Económico y Ambiental Calle 10 No. 16-49**

1.7. Teléfono / Fax **(8) 6392323 - Línea gratuita 018000 95 32 31**

1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano) **3.1 Kmts.**

1.9. Tipo de Acceso **Terrestre**

1.10. Indicaciones para el acceso: **Desde el Parque principal de Aguazul, tomar la calle 12 hasta la Marginal del Llano; girar a la izquierda hasta encontrar el puente Cupiagua.**

2. CARACTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado **2.4.5.1.3.**
 2.2. Descripción

Balneario sobre el río Unete, debajo del puente. Ubicado a los 5°12'20.7'' N y 72°36'04.2'' W, 360 msnm. No hay certeza de la calidad de las aguas ya que se observaron desagües con apariencia de lixiviados orgánicos; el único baño público que tienen el balneario fue hecho de manera artesanal y a diez metros de la orilla. Las aguas residuales de las comunidades asentadas allí van a pozo séptico; en el afluente La Palmichá, caen las aguas residuales de un importante asentamiento, el Cupiagua y las aguas filtradas del CPF (Ecopetrol) durante todo el año caen al río a través de los afluentes La Chota y la Cupiaguera. Se observaron trazas de aceite en el cauce y un color diferente del agua. Es necesario hacer muestras fisicoquímicos y bacteriológicos para determinar niveles de contaminación orgánica e industrial; en tanto este proceso no se realice no se es recomendable el uso de este recurso para la recreación. Otro dato de importante confirmación es que, según los habitantes entrevistados, un pez que vive entre las piedras "el runcho" que era fuente alimenticia, desde hace un par de años lo sacan vivo pero al abrirlo le encuentran gusanos en el vientre. Por información secundaria se supo que a este sitio pueden llegar en época de fiestas un estimado de 400 visitantes.



3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD

PUNTAJE

Sin contaminación del aire (10)	7
Sin contaminación del agua (10)	2
Sin contaminación visual (10)	4
Estado de conservación (10)	2
Sin contaminación sonora (10)	4
Diversidad (10)	1
Singularidad (10)	1
Subtotal	21
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
TOTAL	27
Fuente:	Siete Turismo Estratégico
Fecha:	Enero de 2015

Diligenciado por:



nie
• turismo estratégico •

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 5-SITIOS NATURALES

1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	Río Cusiana									
1.2. Departamento	Casanare									
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Puente Cusiana									
1.5. Administrador o Propietario	Público									
1.6. Dirección / Ubicación	Alcaldía Municipal de Aguazul - Secretaría de Desarrollo Económico y Ambiental Calle 10 No.16-49									
1.7. Teléfono / FAX	(8) 6392323 - línea gratuita 018000 95 32 31									
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	28 Kmts.									
1.10. Indicaciones para el acceso:	<table border="1"><tr><td>1.9. Tipo de Acceso</td><td>Terrestre</td><td>X</td><td>Acuático</td><td></td><td>Férreo</td><td></td><td>Aéreo</td><td></td></tr></table>	1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo			
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	2.5.5.1.1.									
2.2. Descripción	Nace en el Páramo de Sicunsi en Sogamoso - Boyacá; la cuenca baja (clima cálido) es el área de mayor cobertura del río Cusiana, atravesando la parte norte del municipio de Aguazul. Según el POMCA, es una fuente hidrográfica de importancia para la economía del municipio; es preciso adelantar las estrategias definidas en el documento, saneamiento básico, protección y cultura ambiental entre otras. Existen varios sitios de balneario en algunos de los brazos del río. En el brazo del río Caja, a 15 kmts. aproximadamente del puente Cusiana, se desarrollan actividades de rafting, lideradas principalmente por el Grupo Achiaguas del municipio de Tauramena.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
SIGNIFICADO	CALIDAD	PUNTAJE								
Local (6)	Sin contaminación del aire (10)	10								
Regional (12)	Sin contaminación del agua (10)	7								
Nacional (18)	Sin contaminación visual (10)	7								
Internacional (30)	Estado de conservación (10)	7								
	Sin contaminación sonora (10)	10								
	Diversidad (10)	7								
	Singularidad (10)	4								
	Subtotal	52								
TOTAL		12								
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		64								
Diligenciado por:	Fuente:	Siete Turismo Estratégico								
	Fecha:	Enero de 2015								





FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURÍSTICOS.
FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES

Departamento / Municipio	Nº	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características
	1	Balneario las Lajas	2.4.5.1.1.	29	Vereda Unete	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de domingo a domingo Acceso: permanente Actividades: recreativas. Estado del atractivo: regular Componentes: presenta afectaciones máximas de salubridad. Requiere de una intervención mayor con el fin de devolverle las características originales. Significado: local
	2	Cerro de la Cruz o Cuartounete	2.1.13.1.1.	48	Vereda Cuartounete	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de domingo a domingo Acceso: permanente Actividades: observación de flora y fauna, contemplación del paisaje. Estado del atractivo: bueno Componentes:presenta afectaciones mínimas; para su recuperación se requiere de labores menores de intervención Significado: local
	3	Cueva Achagua	2.12.1.1.1.	50	Vereda Cuartounete	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: trámite de permiso con propietario Acceso: restringido Actividades: observación de flora y fauna, contemplación del paisaje. Estado del atractivo: bueno Componentes:presenta afectaciones mínimas; para su recuperación se requiere de labores menores de intervención Significado: local

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS.
FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES

Nº	Departamento / Municipio	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características
4	Cueva el Teatro	2.12.1.1.2.	55	Vereda Altolindio	Aguazul - Casanare	
5	Farallones de San Miguel	2.10.8.1.1.	83	Veredas: El Cachiza, El Paraiso, San Miguel de Farallones, Upanema y Los Lirios		Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de domingo a domingo Acceso: permanente Actividades: recreación pasiva, contemplación de flora y fauna endémica y en vía de extinción Estado del atractivo: satisfactorio Componentes: sanos; no presentan daños apreciables; solo requieren acciones de mantenimiento. Significado: nacional
6	Laguna El Tinije	2.4.3.1.1.	69	Veredas: La Graciela y Agualinda		Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: trámite de permiso con propietario Acceso: restringido Actividades: observación de aves, anfibios y mamíferos; recreación pasiva; caza fotográfica. Estado del atractivo: bueno Componentes: presenta afectaciones mínimas. Acceso: restringido Significado: regional
7	Pozo las Vegas	2.4.5.1.2.	29	Vereda Sevilla		Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de domingo a domingo Acceso: permanente Actividades: recreativas. Estado del atractivo: regular Componentes: presenta afectaciones máximas de salubridad. Requiere de una intervención mayor con el fin de devolverle las características originales. Significado: local

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS.
FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES

Departamento / Municipio	Número	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características
	8	Pozo Puente Cupiagua	2.4.5.1.3.	29	Vereda Cupiagua	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de domingo a domingo Acceso: permanente Actividades: recreativas. Estado del atractivo: regular Componentes: presenta afectaciones máximas de salubridad. Requiere de una intervención mayor con el fin de devolverle las características originales. Significado: local
	9	Río Cusiana	2.5.5.1.1.	64	Vereda Puente Cusiana	Temperatura: 26,5°C promedio anual. Ingreso: de domingo a domingo Acceso: permanente Actividades: recreativas. Estado del atractivo: bueno Componentes: presenta afectaciones mínimas. Significado: regional
Diligenciado por:					Siete Turismo Estratégico	
					Fecha:	
					Enero de 2015	



95



1.5.1.4. Conclusiones del levantamiento del inventario de atractivos y recursos de Aguazul

El listado inicial de recursos y atractivos turísticos arrojó un total de 9 sitios naturales y 17 de patrimonio cultural material e inmaterial. Teniendo en cuenta que el plan turístico de Aguazul tiene un enfoque hacia el producto, la selección de atractivos para el producto fue concertada con los actores del turismo local en el taller de validación de atractivos⁸.

No obstante y teniendo en cuenta la definición de recursos turísticos, las fichas del inventario turístico incluye algunos atractivos no validados por los actores, pero que podrían, en el tiempo, constituir parte de la oferta local.

- Atractivos turísticos de significado internacional: ninguno.
- Atractivos turísticos de significado nacional: 4, representan el 15% del total.

⁸ Ver Anexo 3 Informe Talleres realizados.

- Atractivos turísticos de significado regional: 8, representan el 31% del total.
- Recursos turísticos de significado local: 14 el 54% del total.

1.5.1.5. Actividades para el turismo

Mix de Actividades

Aguazul se caracteriza por una falta de actividades relacionadas con el turismo. Muy seguramente esta carencia está íntimamente ligada con la ausencia de agencias de viajes operadoras. Estas últimas serían las encargadas de desarrollar actividades que permitirían el uso y disfrute de los atractivos.

Las actividades identificadas por el equipo consultor son de tipo puntual y van de la mano con algún evento particular que se lleve a cabo en el municipio. Por ejemplo, el festival folclórico. Durante el mismo Aguazul despliega un abanico de posibilidades a nivel artístico-cultural que es prácticamente imposible encontrar fuera de temporada. Esta situación hace que sea sumamente

Distribución y estado de recursos y atractivos turísticos

TIPO	TOTAL	%	ESTADO GENERAL DE RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS
Sitios naturales	9	35	Componentes sanos, no presentan daños apreciables; a excepción de los balnearios y el río Unete que presentan un estado avanzado de deterioro y contaminación.
Festividades y eventos	2	8	De significado nacional, aunque no representan mayores impactos económicos y sociales para el turismo.
Grupos de especial interés	0	0	No identificados
Patrimonio cultural material	10	38	Estado bueno o regular en general; representado en los equipamientos para el deporte.
Patrimonio cultural inmaterial	5	19	Estado bueno de significado regional y nacional.
Total	26	100%	

complicado dar continuidad a cualquier tipo de operatividad turística con la coyuntura actual.

Durante el trabajo de campo no se evidenciaron visitas organizadas del municipio, presentaciones de coleo, muestras de cultura llanera o caminatas ecoturísticas. Es probable que la falta de la primera se deba a la juventud del municipio así como a la poca evidencia física de su pasado histórico. Respecto de las otras, simplemente la escasez de demanda ha impedido la organización de la oferta.

A nivel recreación y deportes la propuesta es más amplia. La Villa Olímpica y el Parque del Arroz tienen la infraestructura así como los instructores adecuados para la práctica de diferentes disciplinas. Sin embargo, al momento estas facilidades se han limitado al usufructo local en lugar de utilizarlas como un factor motivante de visita. Cabe la posibilidad de analizar la factibilidad de servirse de estas instalaciones como “gancho” para atraer a personas de otros municipios que no cuentan con las mismas.

Respecto de la Concha Acústica y la Plaza de Toros, es una pérdida de dinero y oportunidades que sólo se utilicen en contadas ocasiones. Se debe impulsar la realización de otros eventos que logren captar el interés de los turistas para acercarse al municipio.

En cualquier caso, primero hay que invertir en mantenimiento y limpieza dado que la gente está dispuesta a pagar por instalaciones en buen estado y pulcras.

Conclusiones

Al momento Aguazul no cuenta con producto turístico de ningún tipo, sino con una serie de recursos y atractivos dispersos que no consiguen motivar el desplazamiento de las personas que buscan turismo tradicional. Sus atractivos culturales son escasos y poco evidentes, mientras sus atractivos naturales no cuentan con actividades que les den valor. Por otra parte, la infraestructura de servicios se ha concentrado en el segmento de viajeros de negocios cuyo interés es puramente laboral.

Esta suma de factores ha impedido el desarrollo de un producto turístico competitivo y sostenible

que sitúe a Aguazul en el mapa del turismo colombiano. Para ello, se hace necesario poder diferenciarse del resto de los destinos, ofreciendo algo novedoso y original. Considerando la debilidad de sus atractivos así como de sus prestadores de servicios, se evaluó la factibilidad de apoyar este producto en su equipamiento.

La inversión realizada en los años anteriores en instalaciones deportivas se está perdiendo por falta de mantenimiento y el natural paso del tiempo. Su utilización por parte de la población local cumple con el objetivo de promover espacios de recreación y sano disfrute; no obstante, se evidencia una pérdida de oportunidad para diseñar producto en torno a los mismos. Teniendo en cuenta la importancia que se le está dando en la actualidad al cuidado por el cuerpo y la vida sana, Aguazul podría tomar esta idea como su estandarte y articular el resto de los componentes del producto turístico en torno a ello; esta propuesta sería absolutamente innovadora y diferenciadora.

1.5.2. Análisis del componente empresarial turístico

El componente empresarial juega un papel preponderante en el desarrollo de un destino turístico, por cuanto constituye la base en la que se soporta el producto turístico.

Los establecimientos de alojamiento, que ofrecen el servicio de hospedaje; los restaurantes que además de brindar alimentos deben procurar la preservación de las tradiciones culinarias del lugar; las agencias de viajes operadoras, cuya finalidad es la comercialización del destino a partir de la estructuración de paquetes turísticos; los guías de turismo que acompañan los recorridos y están preparados para afrontar eventualidades y emergencias, constituyen el conjunto de servicios básicos con los que debe contar cualquier destino turístico.

La actividad turística está regulada en Colombia por un conjunto de normas que permiten su desarrollo; es así como la expedición de la Ley 300 de 1996 o Ley General de Turismo, compila en su articulado, no solo el proceder normal de esta actividad económica, sino el deber ser de quienes en ella intervienen; los llamados actores del turis-



mo y define, además a los prestadores de servicios turísticos.

Para analizar el componente empresarial turístico de Aguazul, se tuvieron en cuenta las bases de datos del Registro Único Empresarial y Social – RUES -, de la Cámara de Comercio de Casanare, entidad que cuenta con sede en el municipio, por ser ésta la responsable de adelantar los procesos de legalización y formalización de las empresas prestadoras de servicios turísticos; se entiende por formalización, la expedición del Registro Nacional de Turismo – RNT -, de que trata la Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo, documento que otorga la licencia de operación para los prestadores de servicios turísticos, modificada por la Ley 1101 de 2006 y la Ley 1558 de 2012.

En tal sentido y de acuerdo con los dictámenes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Mincit, existen varios estados del Registro Nacional de Turismo – RNT:

1. Activo: vigente y autorizado para la prestación de servicios turísticos.
2. Suspendido: no actualizado, o pendiente por resolver alguna investigación.
3. Cancelado: determinado por decisión en firme de la autoridad competente por incumplimiento de las normas que regulan la actividad, o por solicitud expresa del prestador de servicios turísticos.

98

Con base en el cumplimiento de las mismas normas, el Mincit impulsa la actividad y es, en este sentido, que cualquier proceso que adelante tanto el Gobierno Central como las entidades territoriales reconocidas por la Constitución Nacional, deben procurar el fortalecimiento de quienes cumple las normas; es decir, de empresas que operan con el debido RNT.

De otra parte y de acuerdo con el mandato de la Ley 300 de 1996, el Mincit organizó las unidades sectoriales de normalización con el fin de expedir normas técnicas en procura de la mejora en la prestación de los servicios turísticos; es así como se conformaron unidades sectoriales para establecimientos de alojamiento y hospedaje, establecimientos gastronómicos, bares y similares,

agencias de viajes, guías de turismo, transporte turístico, tiempo compartido y de turismo sostenible.

Con base en lo anterior, el RUES de la Cámara de Comercio de Casanare⁹, reportó 42 establecimientos de hospedaje con RNT vigente, de los cuales 4 corresponden a la categoría Alojamiento Rural, 2 a Centros Vacacionales, 1 Apartahotel y 1 Albergue. No obstante, el 12% (5 empresas) corresponde a establecimientos que ofrecen el servicio para transporte de carga, no apto para el turismo.

De otra parte y con el fin de determinar el porcentaje de alojamientos que operan sin el debido RNT, se revisó el Directorio Telefónico de Casanare 2014 – 2015, encontrando 6 establecimientos no inscritos; estos son:

NOMBRE ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
Hotel Llano Azul	Carrera 12B N° 21-36
Hospedaje y Restaurante el Olival	Transversal 36 09-00
Hostería Local 2	Calle 10 No. 18-14
Hotel Flor Amarillo del Llano	Calle 19 No. 19-12
Hospedaje la 10 Aguazul	Calle 10 No. 15-09
Hotel y restaurante atardecer llanero	TV 36 Km 0 + 714

Siete Turismo Estratégico, 2015 con base en la información del Directorio Telefónico de Casanare 2014 - 2015

Con respecto a los restaurantes, la Resolución 347 de 2007 otorga la calidad de turístico a los bares y restaurantes a aquellos que se ubiquen en la zona de influencia de un sitio de interés turístico o a 300 metros del mismo en el área urbana y a 600 metros en el área rural y cuyas ventas anuales sean superiores a los 500 salarios mínimos men-

⁹ Última consulta hecha en la Cámara de Comercio de Casanare el 23 de abril de 2015

suales legales vigentes; los sitios de interés turístico están determinados por la Resolución 0348 de 2007, expedida por el Mincit; Aguazul no se menciona en dicha resolución; en consecuencia sus establecimientos gastronómicos no son considerados turísticos y por tanto no requieren del RNT para su operación. La Cámara de Comercio reportó 51 establecimientos gastronómicos inscritos ante dicha entidad.

El RUES de la Cámara de Comercio reportó 2 agencias de viajes operadoras con RNT Activo y un Guía de Turismo bajo el nombre comercial Café.net.co

En vista que tanto las dos agencias de viajes como el guía de turismo no respondieron a las diferentes convocatorias hechas por la Alcaldía y esta consultoría, evidenciando su inactividad o inexistencia, el análisis se concentró en alojamientos y restaurantes considerados de interés para el local y con condiciones mínimas de infraestructura, servicio y producto alimentario para el potencial turista¹⁰ y/o visitante¹¹.

Al tratarse de un análisis que permitiese conocer la generalidad del comportamiento administrativo y operativo de los prestadores de servicios turísticos – PST-, no se realizó un censo sino una selección basado en los criterios de la tabla –Criterios de selección PST–.

1.5.2.1. Análisis de calidad y sostenibilidad

Fueron aplicadas unas listas de chequeo con base en las normas técnicas sectoriales de calidad y de sostenibilidad para cada uno de los sectores analizados; las normas técnicas sectoriales tenidas en cuenta (tabla de la derecha).

Criterios de selección PST

#	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS
1	Reconocimiento en el mercado	Reconocimiento en el mercado
2	Habitaciones con baño privado	Cocinas en acero inoxidable
3	Existencia de recepción	Procesos en almacenamiento de productos
4	Lencería en buen estado	Carta
5	Habitaciones de mínimo 12 mts.	Personal carnetizado en manipulación de alimentos

Criterios de selección PST. Siete Turismo Estratégico, 2015

NORMA TÉCNICA SECTORIAL	PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS
NTSHoo6 I Actualización. Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos. 2009 NTSHoo8 I Actualización. Alojamientos rurales. Requisitos de planta y servicio. 2011	Establecimientos de alojamiento y hospedaje
NTS-TS 02 Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad, 2006.	
NTS USNA 007 Norma sanitaria de manipulación de alimentos, 2005. NTS-TS 04 Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad, 2008.	Establecimientos de gastronomía

¹⁰ Ley 1558 de 2012 Turista: persona que se desplaza de su lugar de origen a otro con fines de recreación, ocio, negocio o similares por un periodo no mayor a un año y que pernocta.

¹¹ Ley 1558 de 2012: Visitante: persona que se desplaza de su lugar de origen a otro con fines de recreación, ocio, negocio o similares por un periodo no superior a un día.



a. Establecimientos de alojamiento y hospedaje¹²
Los alojamientos visitados fueron:

#	ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA
1	Restaurante Hotel Sabor Colombiano	Hotel
2	Hotel Parque Central	Hotel
3	Hotel Herblan	Hotel
4	Hotel La Rioja	Hotel
5	Hotel Casa Blanca	Hotel
6	Hotel Orquídea Real	Hotel
7	Hotel Buenos Aires	Hotel
8	Hotel Los Potrillos	Hotel
9	Hotel Tropicana	Hotel
10	Hotel Suite Star	Hotel
11	Hotel Amanecer del Llano	Hotel
12	Hotel Villa Rosita	Hotel
13	Alojamiento Rural Casa Brava*	Alojamiento rural
14	Centro Agroecoturístico Los Arucos**	Vivienda turística

*El RUES actualizado en marzo de 2015 lo reporta como categoría Hotel, pero corresponde a Alojamiento Rural.

** En el momento de la visita en el RNT figuraba como Vivienda Turística que no cuenta con NTS. Posteriormente según la actualización 2015; el RUES lo reportó como categoría Hotel.

Estos establecimientos reportaron la siguiente capacidad instalada; la cual sirve de referencia para medir el volumen de turistas que hoy en día el destino puede recibir (ver tabla 1).

La tabla anterior solo se refiere a la capacidad instalada de los alojamientos visitados; no obstante, el RUES de la Cámara de Comercio registra 42 establecimientos con RNT activo por lo que esta cifra puede aumentar; es necesario tener en cuenta que de ellos el 12% no es apto para el turismo; tal como se indica más arriba.

Una vez aplicadas las listas de chequeo, con base en las normas técnicas de calidad y de sostenibilidad, estos fueron los resultados (ver tabla 2).

Criterios de calidad

- Todos los alojamientos fueron construidos para un público no turístico y en consecuencia no cumplen con las especificaciones mínimas en cuanto dimensiones de habitaciones y mobiliario.
- No tienen documentados sus procesos; no cuentan con protocolos ni procedimientos para el servicio.
- No cuentan con programas de seguridad y de emergencias que garantice la tranquilidad de los huéspedes.
- No conocen los procesos normales para el arreglo y desinfección de habitaciones hoteleñas; en consecuencia no desodorizan ni sanitizan; para la desinfección utilizan hipoclorito de sodio, sin tener en cuenta la ficha técnica para su uso y por tanto no conocen los efectos secundarios que puede producir su uso indebido.
- No hacen mantenimientos preventivos; todo es correctivo, lo que genera aumento en los costos de operación.
- No conocen cómo calcular la tarifa hotelera; cobran de acuerdo con los precios de la competencia y no conocen de costos hoteleros.

Criterios de sostenibilidad

- Si bien en su mayoría son sensibles al cuidado del medio ambiente, desconocen por completo las normas de sostenibilidad que les son aplicables y, en consecuencia, su puesta en marcha.

12 Ver Anexo 4 digital Fichas técnicas establecimientos de alojamiento y hospedaje

Tabla 1.

# ESTABLECIMIENTO	Total habitaciones	Total camas
1 Restaurante y Hotel El Sabor Colombiano	34	43
2 Hotel Parque Central	12	24
3 Hotel Herblan	15	35
4 Hotel La Rioja	16	22
5 Hotel Casa Blanca	14	30
6 Hotel Orquídea Real	36	40
7 Hotel Buenos Aires	28	45
8 Hotel Los Potrillos	13	16
9 Hotel Tropicana	8	12
10 Hotel Suite Star	12	29
11 Hotel Amanecer Llanero	24	40
12 Hotel Villa Rosita	22	28
13 Alojamiento Rural Casa Brava	13	29
14 Centro Ecoagroturístico Los Arucos	4	10
Siete Turismo Estratégico, 2015	TOTAL	251
		403



- Desconocen la normativa aplicable a prestadores de servicios turísticos.
- Desconocen los sistemas de gestión de calidad y por tanto les cuesta levantar procesos y procedimientos que facilite la aplicación de la norma de sostenibilidad.
- No cuentan con procedimientos adecuados para disminuir los impactos en el uso de servicios públicos (agua, energía, gas).
- No cuentan con programas para el manejo de residuos sólidos y líquidos.
- No cuentan con programas adecuados de control de plagas, siendo evidente la presencia de ellas, sobre todo en establecimientos que ofrecen alimentos.

- No cuentan con programas que promuevan la cultura local ni decoraciones que hagan alusión a la misma.
- En su mayoría no conocen la responsabilidad que asumen en la prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes – ESCNA – ni las normas que lo rigen.
- No hacen uso de software hoteleros; en su mayoría llevan una contabilidad de entradas y salidas que no es suficiente para el control adecuado de un establecimiento hotelero.
- En su mayoría cuentan con personal local, pero no competente para las labores que desempeñan.



Tabla 2.

#	NOMBRE	RNT	% cumplimiento planta y servicio	% cumplimiento sostenibilidad
1	Restaurante Hotel Sabor Colombiano	18124	35%	7%
2	Hotel Parque Central	10871	44%	7%
3	Hotel Herblan	31427	48%	7%
4	Hotel La Rioja	28182	41%	7%
5	Hotel Casa Blanca	28297	49%	7%
6	Hotel Orquídea Real	22946	46%	7%
7	Hotel Buenos Aires	29097	54%	13%
8	Hotel Los Potrillos	29880	55%	13%
9	Hotel Tropicana	17558	24%	7%
10	Hotel Suite Star	34573	41%	7%
11	Hotel Amanecer del Llano	18344	47%	7%
12	Hotel Villa Rosita	24204	61%	27%
13	Alojamiento Rural Casa Brava	31864	49%	4%
14	Centro Agroecoturístico Los Arucos	17028		4%
Promedio % cumplimiento		251	46%	9%

b. Establecimientos gastronómicos – Restaurantes¹³

De los 51 restaurantes reportados por el RUES de la Cámara de Comercio, se tomó una muestra con el fin de aplicarle una lista de chequeo diseñada con base en las normas técnicas y de sostenibilidad para este tipo de prestador.

Los restaurantes visitados fueron:

¹³ Ver Anexo 5 digital Fichas técnicas Establecimientos gastronómicos.

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO
1	El Establo
2	El Gallineral
3	Hamburguesas del Llano
4	Asadero Robinson
5	El Fogón Santandereano
6	Frutería Salpicón
7	Flor Restaurante



Siete Turismo Estratégico, 2015

Los resultados obtenidos de las visitas técnicas realizadas fueron los siguientes:

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	% cumplimiento manipulación de alimentos	% cumplimiento sostenibilidad
1	El Establo	46%	18%
2	El Gallineral	50%	12%
3	Hamburguesas del Llano	57%	6%
4	Asadero Robinson	37%	0%
5	El Fogón Santandereano	26%	0%
6	Frutería Salpicón	62%	0%
7	Flor Restaurante	50%	0%
Promedio % cumplimiento		47%	5%



Siete Turismo Estratégico, 2015, con base en la información recolectada en las visitas realizadas



Criterios de calidad – inocuidad y manipulación de alimentos

Todos los establecimientos que expendan, produzcan o transformen alimentos deben cumplir el Decreto Ley 3075 de 1997; la Unidad Sectorial de Normalización para el sector gastronómico, bares y similares, con base en dicho Decreto, expidió la NTS USNA 007, que resume los criterios de obligatorio cumplimiento para restaurantes, referidos todos ellos a la inocuidad de los alimentos, a la prestación del servicio y a los criterios de calidad en área de producción.

En su mayoría son restaurantes que dirigen sus servicios a habitantes locales, a técnicos y profesionales de empresas de hidrocarburos y a comerciantes, por lo que en su mayoría ofrecen platos ejecutivos, corrientes y comidas rápidas; de estas últimas existe una oferta reconocida y los establecimientos cuentan con menús variados.

Los restaurantes de Aguazul presentan serias deficiencias en la inocuidad de los alimentos por las siguientes razones:

- Se presenta manipulación cruzada en el almacenamiento de todos los grupos de alimentos.
- El personal que labora en las áreas de producción está carnetizado como manipulador de alimentos, según cursos dictados por la Cámara de Comercio de Casanare, seccional Aguazul y La Secretaría de Salud de la Alcaldía Municipal; no obstante no aplican los conocimientos adquiridos y no hay control por parte de los administradores.
- No existen procesos documentados; no se evidenciaron protocolos ni procedimientos para el adecuado almacenamiento de producto.
- No se aplican las normas mínimas para el recibo de materias primas; los proveedores no son controlados y se reciben materias primas en elementos de alta contaminación como madera y cartón, sin que se controle la entrada de los mismos al área de producción.
- Las grasas no son tratadas adecuadamente; en su mayoría las vierten en los sifones.
- No se evidenció un plan de control de plagas adecuado en ninguno de los establecimientos visitados.

- No existen baños adecuados para manipuladores de alimentos en ninguno de los establecimientos analizados.
- No se hace cambio de cuchillo en la manipulación de alimentos crudos y cocidos.
- La cadena de frío no es la adecuada; se evidenciaron alimentos descongelados, vueltos a congelar y alimentos cocidos almacenados sin protección junto a crudos.

Criterios de sostenibilidad

- No cuentan con políticas claras que procuren por la sostenibilidad económica, ambiental y sociocultural.
- Desconocen las normas técnicas sectoriales de sostenibilidad.
- No aplican sistemas de gestión de calidad y por tanto les es difícil generar controles adecuados en el uso de los recursos: agua, energía.
- No cuentan con programas para el manejo de residuos sólidos y líquidos; en su mayoría no cuentan con trampas de grasa.
- La decoración de los establecimientos es muy básica y en su mayoría no promueven la cultura local.
- Desconocen el programa del ESCNA, la responsabilidad que asumen al ser prestadores de servicios turísticos y por tanto no cuentan con programas adecuados para su prevención.
- El personal es local, pero no competente para las labores que desempeñan.

1.5.2.2. Análisis de la competitividad¹⁴

Con el fin de conocer más a fondo la composición de las empresas prestadoras de servicios turísticos, en las visitas realizadas tanto a establecimientos de alojamiento como gastronómicos se indagó acerca de criterios de competitividad; los resultados fueron:

a. Incorporación de TIC's en la prestación y venta de los servicios:

El 38% de los alojamientos analizados no hace uso de las tecnologías; el 69% solo cuenta con

¹⁴ Ver Anexo 4 digital Fichas técnicas establecimientos de alojamiento y hospedaje y establecimientos gastronómicos.

internet para sus clientes, tal vez por el volumen de turistas corporativos que manejan; el 100% no cuenta con software hotelero para el manejo adecuado de sus reservas y en consecuencia, no han establecido tarifarios acordes con sus costos.

Con respecto a los restaurantes, el 86% usa internet, sistemas de facturación y registradora; no obstante ninguno maneja recetas estándar para el control de sus costos y la determinación del precio de venta.

b. Recurso humano: hace referencia a la competencia del personal.

Solo el 28% de los alojamientos analizados afirmaron capacitar a su personal, asistiendo a los programas diseñados por la Cámara de Comercio y por el Sena; no obstante, la mayoría adujo que se presentan altos niveles de rotación de personal, que si bien es fácil conseguirlo, no es competente para las labores que deben desempeñar.

El propietario de Frutería Salpicón, fue el único que informó haber dado capacitación a su personal en atención y servicio al cliente. Los demás restaurantes no cuentan con programas de capacitación establecidos; solo han recibido el curso de manipulación de alimentos y una mesera asistió al curso programado por la Alcaldía municipal en atención y servicio al cliente. Los propietarios informaron que es muy difícil encontrar personal capacitado y comprometido en el municipio.

c. Coopetencia entre prestadores de servicios turísticos: hace referencia a alianzas con establecimientos de alojamiento, con guías, transportadores y/o agencias de viajes operadoras.

Tan solo el 14% de los establecimientos de alojamiento afirmó pertenecer a la Corporación para el Desarrollo de la Cultura y el Turismo – Corcultura, desde donde se apoya el sector; no obstante no han establecido alianzas y/o acuerdo comerciales con el resto de eslabones de la cadena productiva del turismo. El restante 84% prefiere actuar solo, lo que condiciona sus limitadas oportunidades para conquistar mercados turísticos y prestar servicios de excelencia.

De los restaurantes tan solo el 14%, representado en un establecimiento ha establecido alianzas con 3 hoteles para la prestación del servicio de desayunos a domicilio.

d. Estacionalidad y ocupación: fechas de mayor ocupación:

Los establecimientos de alojamiento y hospedaje en su mayoría no identifican claramente sus épocas de mayor venta ni su porcentaje de ocupación promedio. No obstante, afirmaron que el promedio de ocupación oscila entre el 45% y el 70% mensual y que las temporadas de mayor afluencia se presenta en enero y semana santa.

El 100% de los restaurantes afirmaron que la época de mayor ocupación se presenta en la temporada decembrina y en el marco del Festival Internacional del Arroz. El 86% afirmó que su ocupación promedio mensual oscila entre el 60 y el 80%, en tanto que el restante 14% afirmó que es del 40%.

e. Adopción de esquemas de calidad: certificaciones en normas técnicas sectoriales, de sostenibilidad o sistemas de gestión de calidad, entre otras:

Ningún alojamiento cuenta con sistemas de gestión de calidad incorporados; no conocen las normas técnicas y no han visto la necesidad de hacerlo; seguramente porque el mercado que reciben actualmente no exige mínimos estándares de calidad y sostenibilidad.

Tan solo un restaurante afirmó haber iniciado el proceso para obtener la certificación en la NTS USNA 007 Manipulación de Alimentos con la Cámara de Comercio en 2014, pero la asesoría nunca concluyó.

f. Conocimiento del mercado y mecanismos de promoción y venta:

El 14% (correspondiente a dos establecimientos) de los alojamientos afirmaron promocionar sus servicios a través de la página web; el 100% adujeron que sus clientes son transportadores, comerciantes, técnicos y profesionales de la industria



petrolera y en temporadas de vacaciones turistas. Solo un establecimiento usa material impreso y tarjetas de presentación para su promoción.

El 100% de los restaurantes analizados afirmaron que sus clientes son grupos familiares locales en fin de semana y entre semana comerciantes, técnicos y profesionales de las empresas petroleras, aunque se ha disminuido en los últimos seis (6) meses. Con respecto a los mecanismos de promoción, ninguno hace uso de ellos; si bien cuentan con internet, no han desarrollado páginas web para ofrecer sus productos.

g. Estructura organizacional de las empresas turísticas: hace referencia a niveles jerárquicos y operativos, manuales de procedimientos y de funciones.

Ningún establecimiento de alojamiento cuenta con una estructura organizacional; no tienen establecidos procedimientos por tareas, responsabilidades ni procesos. Solo un alojamiento reportó contar con manual de funciones; esto puede ser debido a que en su mayoría son micro y familiempresas que vieron en el sector hotelero una oportunidad de negocio por el auge del petróleo, pero no conocen los deberes y las obligaciones que como empresarios adquieren.

Tan solo un restaurante afirmó contar con manuales de funciones, pero no los ha socializado con sus empleados. Ninguno ha definido niveles jerárquicos ni procedimientos para organizar adecuadamente sus labores cotidianas.

h. Proveeduría:

El 57% de los alojamientos se provee a nivel local; no obstante el restante 43% lo hace en ciudades como Sogamoso, Villavicencio y Yopal, debido a la falta de algunos productos en el ámbito local o por costos.

El 100% de los restaurantes compra sus insumos localmente, a excepción del Fogón Santandereano que compra el pollo en Villavicencio y el fruver en un camión que pasa dos veces por semana y que trae los productos desde la ciudad de Tunja.

i. Métodos de pago utilizados:

Tan solo el 29% de los establecimientos de alojamiento y hospedaje cuentan con datáfono para el pago de las cuentas de los clientes; el restante 71% solo recibe efectivo.

Tan solo el 29% (2 establecimientos) de los restaurantes analizados cuentan con medios electrónicos para el pago de las cuentas de los clientes; los demás solo reciben efectivo.

1.6. ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN Y LA CAPACITACIÓN

Existen tres (3) entidades de educación superior que tienen programas de formación en turismo en el mercado casanareño. En total ofrecen cinco (5) programas de formación superior en turismo, dado que una de ellas ostenta 3 programas diferentes en esta disciplina. Cabe destacar que se indagó sobre la posible existencia de entidades de educación secundaria aguazuleñas pertenecientes al Programa Nacional Colegios Amigos del Turismo (CAT) confirmándose que no existe ninguna entidad educativa que pertenezca en la actualidad al citado programa y tampoco ninguna que ofrezca un énfasis relacionadas con el sector.

UNITRÓPICO y Fundación Universitaria de Casanare UniRemintong, en adelante FUTC-UniRemintong ofrecen programas de formación profesional universitaria turística y el SENA, un programa en formación técnica en turismo. La siguiente tabla sintetiza la información recolectada sobre los programas educativos en turismo (ver tabla).

Los programas ofrecidos por el SENA y UNITRÓPICO (2/3) son presenciales y el reportado por FUTC- UniRemintong, tiene modalidad a distancia. La mayoría de entidades (2 de ellas) cuentan con posibilidades reales de ofertar estos programas a nivel municipal, es decir, en Aguazul mientras que se cuente con el grupo de personas interesadas en hacerlo (12 como mínimo).

Todos los programas cuentan con un cuerpo docente cuyo grado de escolaridad alcanza el pregrado y la especialización.

ENTIDAD DE EDUCACIÓN SUPERIOR	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA	NÚMERO DE PROGRAMAS	DESCRIPCIÓN	PERSONA DE CONTACTO EN LA ENTIDAD
FUTC- UniRemintong	Técnico Profesional en Turismo	1	El programa de turismo se ofrece con sede en Yopal desde el año 2008, casi al mismo tiempo Remintong se instauró en el mercado educativo casanareño. Pese a lo anterior, nunca han tenido demanda suficiente para abrir grupos.	Martha Amézquita Marín- Coordinadora Técnica Profesional en Turismo
SENA	Técnico en Turismo	3	El SENA maneja varios programas relacionados con el turismo: camaradería (hotelería), guianza turística y administración hotelera y turística. La demanda del programa es baja.	Jaime Arturo Guío- Coordinador Académico
UNITRÓPICO	Administración de Empresas	1	El actual programa es una administración de empresas con énfasis en turismo por ciclos propedeúticos; es decir, el programa está dividido en tres: Técnico en administración de servicios turísticos (4 semestres y práctica en el sector privado). Tecnólogo en gestión turística (2 semestres más; pueden homologar las materias del técnico y práctica más avanzada en el sector privado). Administrador de empresas (4 semestres más). La demanda del programa era baja en el anterior programa de administración de empresas turísticas, se espera que con el nuevo, el resultado mejore.	María Odila Celi- Coordinadora Programa Turismo

La demanda de todos los programas analizados es local y regional.

Dos (2) de los tres (3) programas estudiados fomentan la investigación en turismo a través de semilleros. Uno de los programas analizados tiene como objetivo el fomento de la investigación en turismo. La intención es articular sus proyectos de investigación con las necesidades del sector de Casanare, en este momento, el proyecto de

Programas educativos en turismo. Siete Turismo Estratégico, 2015.

investigación a medio plazo es el “observatorio turístico”, hasta el momento inexistente en el departamento.

1.6.1. Análisis de los programas ofrecidos por las instituciones de educación superior



Se analizaron dos (2) de los tres (3) programas porque uno de ellos no fue remitido para su revisión¹⁵:

FUTC- UniRemintong: El programa ofrecido por la Fundación Universitaria Tecnológica de Casanare de UniRemintong se desarrolla en cuatro niveles que ofrecen 7 asignaturas y 16 créditos cada uno,

¹⁵ SENA

ASIGNATURAS CON CONTENIDO TURÍSTICO	ASIGNATURAS CON CONTENIDO GENERAL
Teoría turística	Comunicación empresarial
Geografía Colombia	Herramientas informáticas
Geografía Europa- Asia	Matemáticas generales
Geografía Europa- Oriente	Metodología de la investigación
Tour nacional e internacional	Procesos administrativos
Logística del turismo	Hoja electrónica
Logística hotelera	Teoría organizacional
Gestión de transporte y agencias de viaje	Bases de datos
	Legislación
	Estadística
	Creatividad
	Constitución política y derechos humanos
	Relaciones públicas
	Ética
	Contabilidad
	Administración de personal

Siete Turismo Estratégico, 2015, con base en la información del plan de estudios de la FUTC- UniRemintong

para un total de 28 asignaturas y 64 créditos. La tabla siguiente relaciona las asignaturas pertenecientes al plan de estudios:

Como se evidencia en la tabla anterior, el número de asignaturas generales es mayor al de asignaturas específicas en turismo (8 versus 16), es decir: el 50% de las materias no se relacionan con el turismo en ninguno de los niveles ofrecidos. Adicionalmente es necesario destacar la importancia que se le da al aprendizaje de un idioma extranjero (inglés) el cual cuenta con 16 de los 64 créditos ofertados, lo que se considera un porcentaje sustancial.

Se constató que el enfoque académico del programa es generalista, no contando con una orientación concreta o específica hacia alguna de las disciplinas del sector turístico (hotelería, A&B, interpretación turística, guía de turismo, etc.). Lo anterior se podría considerar como lógico, dado que el programa nunca ha tenido demanda de estudiantes, no ha sido ensayado y por lo tanto, no se ha ajustado a las necesidades de formación turística del departamento de Casanare ni del municipio de Aguazul. Es preciso resaltar en este punto que todo programa académico debe partir de las necesidades de formación existentes en el contexto porque estas son “diferencias” entre el desempeño actual y el desempeño requerido debido a un déficit en las competencias profesionales asignadas a cada área funcional investigada, así como los factores de cambio y competencias asociados a las nuevas necesidades o a las nuevas tendencias del sector.” (Servicio Andaluz de Empleo, Consejería de Empleo, s.f., pág. 2).

Unitrópico

El programa de administración de empresas turísticas y hoteleras nace en el año 2007; la primera promoción de egresados¹⁶ fue en el 2012. De este programa no se solicitó la renovación al Ministerio de Educación por la poca demanda existente, la cual se refleja en el número de egresados desde su comienzo; por tanto, se ha desarrollado un nuevo programa que es una administración de

¹⁶ 16 egresados en 2012 y aproximadamente 13 en 2015. En palabras de su coordinadora académica, el programa cuenta con aproximadamente 30 egresados desde que inició sus operaciones en el año 2007.

empresas con énfasis en turismo, por ciclos propedéuticos, es decir, está dividido en tres ciclos:

- *Técnico en administración de servicios turísticos* (4 niveles y 65 créditos; y práctica en el sector privado). Prepara al estudiante para el sector de manera netamente operativa. La mayoría de las asignaturas son generales, relacionadas con la administración; el resto son turísticas, más un idioma extranjero obligatorio (inglés) en dos de los niveles.
- *Tecnólogo en gestión turística* (6 niveles y 129 créditos; pueden homologar las materias del técnico y realizan una práctica más avanzada en el sector privado). Este nivel prepara al estudiante para la gestión del destino, otorgándole un conocimiento más específico del sector. Como sucede en el ciclo anterior, la mayoría de las asignaturas pertenecen a la disciplina administrativa y gerencial; el resto al turismo, más cuatro niveles de inglés.
- *Administrador de empresas* (10 semestres y 179 créditos). El estudiante se prepara para desempeñarse como administrador de empresas con un énfasis en el sector turístico. La importancia de la investigación se percibe del nivel 7 al 10, culminándose con un trabajo de grado y una práctica profesional. Hay seis niveles de idioma extranjero.

Según la coordinadora del programa, María Odila Celi, el plan de estudios es acorde con el proceso de desarrollo actual turístico del departamento, donde en estos momentos se requiere mano de obra operativa de base; así mismo, en su opinión, los ciclos propedéuticos, permiten mayores posibilidades de vinculación laboral para el estudiante dado que puede incorporarse al sector productivo después del primer ciclo.

En relación con las necesidades de formación del sector casanareño, los entrevistados aludieron las siguientes:

- Guía de turismo autóctono, del departamento. En el taller de validación DOFA realizado con la comunidad en el municipio de Aguazul, se ratifica la necesidad de formación en guianza y

- en limpieza y mantenimiento de piscinas.
- Atención al cliente en las empresas y sitios turísticos.
- Alojamiento (camaradería).
- Cocina (culinaria, mesa, bar, entre otros).
- Turismo ecológico.
- Operadores turísticos.

1.6.2. Las instituciones de educación superior y su articulación con el medio turístico

Sólo dos (2) de los programas cuentan con mecanismos de articulación de los estudiantes con el sector del turismo (UNITRÓPICO y FUTC- UniRemintong):

La primera institución a través de la organización de eventos que exigen la salida de los estudiantes de las aulas de clase para que perciban por sí mismos la realidad del sector; también a partir del proyecto de investigación, recientemente insaurados.

La segunda institución, aunque no cuenta con demanda de estudiantes en turismo, desarrolla en otros planes de estudios varias opciones de articulación a través de bancos de empleo y de proyección social: comunidad empresarial, comunidad social de barrios, entre otros.

Los coordinadores entrevistados consideraron que la capacidad de absorción de estudiantes por parte del medio es prácticamente nula, dado que el desarrollo turístico del departamento es incipiente y la mayoría de empresas son micro y fami-pymes que son gestionadas por sus dueños, los cuales todavía no están dispuestos a contratar egresados, más allá de su etapa productiva como estudiantes (pasantes).

Dos (2) de las tres (3) instituciones cuentan con egresados, dado que la FUTC- UniRemintong no tiene todavía promociones. Al preguntar a los encuestados sobre el porcentaje de egresados que terminan el programa y se incorporan al mundo laboral turístico, las cifras difieren de un caso a otro. Por un lado, UNITRÓPICO rindió un porcentaje de incorporación del 60% aproximadamente, lo que se considera un buen ratio con un número mayor de egresados; por su parte, el SENA aludió un infi-



mo 10%. Los egresados se emplean a nivel local, es decir, en la capital del departamento y un porcentaje menor (reportado por UNITRÓPICO) informó de empleos a nivel departamental, sobre todo en el sector público turístico de varios municipios.

Para concluir este análisis sobre el estado de la formación superior en el sector del turismo de Aguazul y Casanare, cabe destacarse que en general la demanda de estudiantes por los programas de educación en turismo anteriormente caracterizados, es baja (caso SENA y UNITRÓPICO) y nula en el caso de la FUTC- UniRemintong. Lo anterior puede ser efecto de varios factores, como por ejemplo según el coordinador de turismo del SENA, la idiosincrasia casanareña que apostó todo a la industria de los hidrocarburos. Así las cosas, la academia tiene la expectativa que la demanda por este tipo de programas aumente, dado que el turismo se encuentra en las agendas nacional, regional y local y cada vez se toma más conciencia de este sector como motor de la economía y opción productiva principal o secundaria para la comunidad. De otro lado, se detecta que las instituciones cuentan con mecanismos de articulación de los estudiantes con el medio turístico, de manera que desde edad temprana experimenten en la práctica todo lo visto en la teoría. De resaltar, la apuesta que la mayoría de ellas realizan por aspectos como la investigación en turismo como asignatura pendiente en el departamento. En conclusión, el desarrollo turístico del departamento y del municipio de Aguazul se percibe incipiente por varias razones:

- Baja demanda de formación en turismo por parte de la población activa.
- Alta necesidad de personal operativo y no directivo, lo que se corrobora a través de los planes de estudios analizados, los cuales se consideran básicos y generalistas pero pertinentes según el grado de desarrollo turístico del municipio y del departamento (incipiente).
- Baja capacidad de absorción o de incorporación de egresados al sector laboral. El sector productivo turístico casanareño está conformado por micro y fami-pymes que de momento no ven las bondades de contratar personal capacitado, por falta de recursos.

- Demanda muy local, básicamente a nivel de la capital del departamento, Yopal, gracias a la llegada de cadenas hoteleras nacionales como Estelar y GHL e internacionales como Holiday Inn perteneciente al grupo InterContinental Hotels (IHG).

1.7. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA PROMOCIONAL

1.7.1. Presencia en guías turísticas internacionales y nacionales

La revisión de guías turísticas permite evaluar la visibilidad que tiene un destino tanto a nivel nacional como en el extranjero; igualmente sirve de base para el levantamiento del inventario de atractivos y recursos turísticos. En lo que respecta a Aguazul, este examen no ha dado frutos. Al momento el turismo es demasiado incipiente como para aparecer en el listado de los sitios turísticos destacados de Colombia. Cabe resaltar que a nivel internacional, Casanare tampoco está incluido. Referente a las publicaciones locales, el resultado fue el mismo.

Las publicaciones consultadas fueron: Lonely Planet, Rough Guides, Petit Futé, Guía Verde Michelin y Guía de Rutas por Colombia.

El Viceministerio de Turismo publicó guías turísticas para cada departamento. La correspondiente a Casanare tiene escasas citas sobre Aguazul. Menciona las lagunas La Graciela y El Tinije como escenarios de conservación ambiental y el Festival y Reinado Internacional del Arroz como uno de los eventos del departamento. El municipio es presentado como la puerta de entrada al Casanare.

La guía turística de Casanare tiene un apartado para Aguazul, emporio del arroz y el petróleo. Dentro de sus atractivos destaca el río Unete, la laguna El Tinije, la Granja del Adulto Mayor y la Granja autosostenible la Corocora, el Molino Grandelca de Fedearroz, la Planta Procesadora de Lácteos y la Manga de Coleo “La Patona”. En lo que se refiere a eventos menciona el “Festival Alma Sabanera” y el “Festival y Reinado Nacional del Arroz”. Esta guía

data del 2006 y fue realizada por la Gobernación, la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, dentro del Proyecto Turismo.

En la guía on line www.viajaporcolombia.com señalan la Laguna del Tinije como uno de los principales sitios a visitar del departamento.

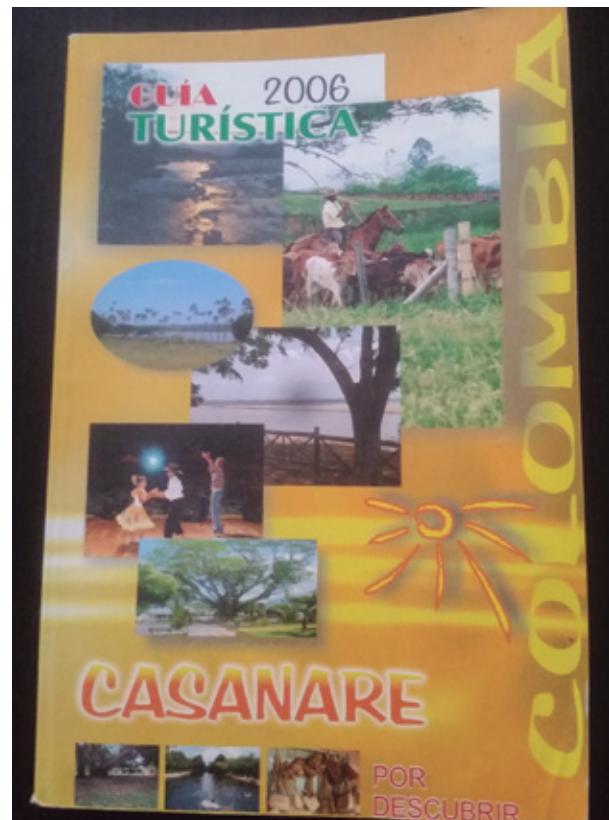
En www.colombiaturismoweb.com se relata la historia del municipio pero los apartados donde normalmente se incluirían agencias de viajes, hoteles, restaurantes y atractivos, están vacíos.

1.7.2. Canales de comercialización

La revisión de la oferta comercial de Aguazul permite evaluar de qué modo el destino está llegando a sus compradores. Con el fin de evaluar los canales de comercialización, se procedió a revisar la oferta de agencias de viajes y afines tanto en Bogotá como en Yopal y Casanare en general.

Bogotá

Las siguientes agencias consultadas no ofrecen paquetes a Aguazul.



Guía de Casanare (s.f.)

#	AGENCIAS BOGOTA	REVISIÓN	FECHA DE CONSULTA
1	Aviatur	www.aviatur.com	20 de febrero 2015
2	Expreso Viajes y Turismo	www.expresoviajes.com	20 de febrero 2015
3	Viajes Clorofila	www.viajesclorofila.com	20 de febrero 2015
4	Siempre Colombia	www.siemprecolombia.info	20 de febrero 2015
5	Viajes Chapinero	www.vchapinero.com	20 de febrero 2015
6	Gema Tours	www.gematours.com	20 de febrero 2015
7	Viajes Alkosto	www.viajesalkosto.com	20 de febrero 2015
8	Panamericana de Viajes	www.panamericanadeviajes.net	20 de febrero 2015
9	Ecodestinos	www.ecodestinos.travel	20 de febrero 2015
10	Hansa Tours	www.es.hansatours.com	20 de febrero 2015



#	EMPRESA	OFERTA	COMENTARIOS
1	CVC Avistamientos (Yopal)	Campamentos estudiantiles, avistamiento de aves, actividades en la naturaleza y de aventura. Vivencias de laboreo criollo.	No ofrecen puntualmente Aguazul salvo que sea a pedido. Son una oficina de representación turística.
2	Achaguas Club (Tauramena)	Rafting, campismo, rappel y senderismo en diferentes sitios de Casanare. Visitan los Farallones pero entrando por Tauramena	Organización sin fines de lucro que ofrece actividades de turismo de aventura.
3	Promotora Tropical Planet (Monterrey)	Pasadía en Lago Center que incluye visita a la Manga de Coleo. Laguna del Tinije pero por Tauramena.	
4	Fundación Rueda Libre por Colombia	Rally Baja Mil Casanare (21 al 23 de marzo 2015). Atravesan Yopal, Hato Corozal, Orocué y terminan en Yopal. Son 1000 kms. Conociendo el Casanare.	Fundación que promueve los recorridos en Rally por Colombia
5	Fundación Reserva Natural La Palmita (Trinidad)	Actividades Culturales, de Investigación participativa y visitas turísticas en la Zona Norte de Casanare.	

Agencias consultadas en Casanare. Siete Turismo Estratégico, 2015

La ausencia de planes indica la falta de organización del destino a nivel turístico. Las agencias de viajes son las encargadas de traducir en paquetes los productos del lugar. En este caso, al no tener Aguazul un producto turístico constituido, las agencias de viajes no tienen nada para ofrecer.

Casanare

La mayor parte de las agencias de viajes del departamento son emisivas, no receptivas. Por tanto resultó muy difícil ubicar agencias que incluyeran a Aguazul dentro de sus ofertas comerciales. A esto se suma el hecho que muchas veces son fundaciones o empresas con otra denominación quienes están operando el destino. A continuación se detallan las compañías consultadas en el marco de la Vitrina Turística de Anato 2015 quienes desarrollan el turismo en Casanare.

Cuando se preguntó a las mencionadas organizaciones por qué no incluían Aguazul en sus propuestas, la respuesta generalizada fue que no estaba organizada la oferta y que no tenían la seguridad de que lo pactado estuviera disponible al momento de llevar a sus pasajeros. En conse-

cuencia, no se podían arriesgar a crear paquetes debido a la informalidad existente en la prestación del servicio.

1.7.3. Imagen corporativa e institucional

Uno de los componentes de un destino es su imagen. La misma debe transmitir todo aquello que posee el lugar y servir como referencia para su identificación ante los diferentes públicos. Dado que aún está en proceso la construcción de Aguazul como destino turístico, tampoco cuenta con una imagen turística.

Al momento “Hechos de Gobierno” es la imagen institucional correspondiente a la actual administración. Este logo tiene los mismos colores del escudo del municipio, cuyo significado hace referencia a la paz, la economía y la cultura llanera.



Hechos de Gobierno por Aguazul

1.7.4. Programas de promoción y divulgación

El Plan de Desarrollo de Aguazul 2012-2016 plantea la línea estratégica 4 “Aguazul Atractiva y Regional” cuyo Programa “Aguazul con Proyección Turística” tienen por objetivo “hacer del turismo un sector dinámico de la economía que contribuya significativamente a la generación de empleo y a la protección y conservación del potencial natural y cultural del municipio”¹⁷.

El Subprograma “Aguazul, Atractivo, Cultural y Turístico” plantea las siguientes metas:

1. Dar a conocer por lo menos a 2000 personas potenciales empresarios e inversionistas, el municipio de Aguazul, como destino turístico y de inversión, durante el Cuatrienio.

A través de la Campaña “Sueños de Aguazul”, lanzada en el marco del Festival Folclórico y Reinado Internacional del Arroz, 2014, se buscó promocionar el municipio como un sitio turístico. La combinación de piezas gráficas, videos y redes sociales mostraron a una modelo oriunda del departamento en su recorrido por Aguazul. Narrado en primera persona, Camila Avella prueba la gastronomía local, interactúa con la gente del lugar y realiza actividades de aventura. Sus experiencias son publicadas en el Blog sueñosdeaguazul y se pueden seguir en Twitter con el hashtag del mismo nombre. El perfil tiene 22 “followers” y 66 publicaciones. Como se aprecia en la imagen la última es de enero 2014.

Los atractivos seleccionados fueron los Farallones de San Miguel, la antigua Zapatosa, la Cueva el Teatro, los atardeceres y la herencia llanera. Las fotografías se pueden aún hoy apreciar en la Plaza Principal de Aguazul.

La campaña generó imágenes en DVD, exhibidores, láminas, pasacalles, Cds, cuñas radiales, posters y dos mil abanicos en cuatro motivos diferentes.

2. Participar en tres eventos del nivel nacional o internacional para la promoción, divulgación y mercadeo del Municipio de Aguazul como destino turístico, durante el cuatrienio.

Equipo consultor visitando el Stand de Casanare durante la Vitrina de Anato 2015. Sieje Turismo Estratégico, 2015

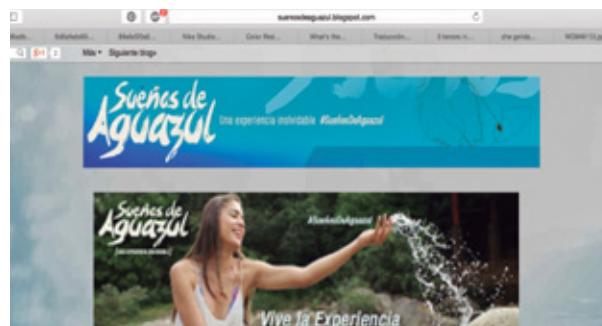
La Vitrina Anato, que tiene lugar anualmente entre fines de febrero y principios de marzo es el sitio que eligen los destinos y prestadores de servicios para mostrar su oferta. Aguazul no ha participado como municipio de modo puntual pero el stand de Casanare ofrece información acerca del departamento en su conjunto.

3. Diseñar, implementar y/o fortalecer una estrategia turística para atraer al menos 2000 personas al Municipio de Aguazul, durante el cuatrienio, deportivos y/o recreativos

En el mes de diciembre los propios habitantes así como los de municipios vecinos se acercan a Aguazul para admirar el alumbrado navideño. Diferentes figuras con iluminación LED se extienden desde el parque principal hasta la terminal de transporte para disfrute de adultos y niños.

Según lo descripto en los párrafos anteriores, se han tomado medidas para cumplir las metas establecidas en el subprograma. Sin embargo, no se ha percibido que estas acciones hayan impactado de modo permanente en el desarrollo turístico del destino. La llegada de personas sigue siendo esporádica y para eventos puntuales.

Respecto del material promocional gráfico se encontró lo siguiente:



Captura de pantalla del Blog “SueñosdeAguazul”

17 Alcaldía de Aguazul. Plan de Desarrollo “Hechos de Gobierno por Aguazul” 2012-2016.

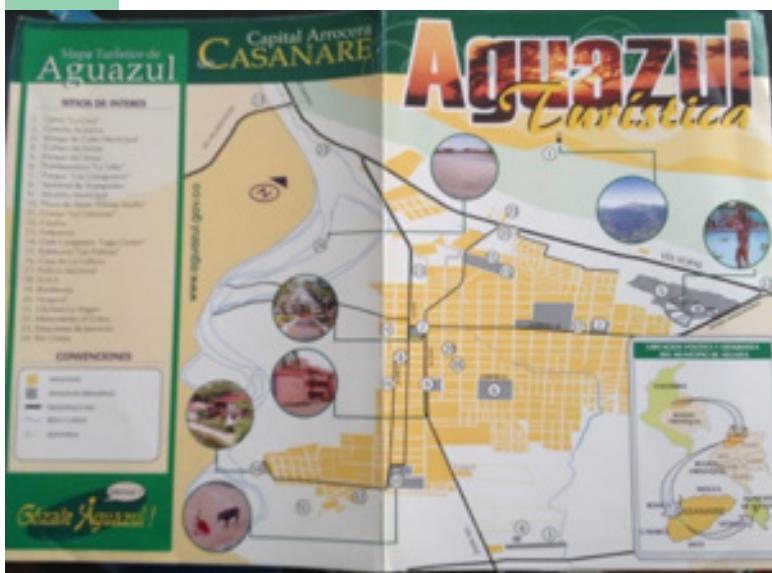


Mapa Turístico de Aguazul

además del mapa referenciando los sitios de interés y las fotos correspondientes, este folleto está dividido en información general, eventos y fiestas populares, ecoturismo y recreación y deporte. Fue realizado por la Asociación de Turismo de Casanare y la Alcaldía Municipal de Aguazul. No consta el año de su impresión.

Guía Turística de Aguazul

Incluye una descripción de diferentes atractivos naturales y culturales pero también introduce mitos y leyendas, platos típicos y el coleo. En el reverso hay un espacio para publicidad de prestadores de servicios, principalmente restaurantes y



114

Mapa Turístico de Aguazul

hoteles. Hay un pequeño mapa con las vías más importantes. Este material fue producido por la Alcaldía, FFAMA, el Concejo Municipal, la Asociación de Turismo y Cultural del Casanare y la Corporación de Cultura y Turismo de Aguazul. Tampoco aquí figura el año de su publicación.

DVD Casanare

Distribuido entre los visitantes del stand de Casanare en el marco de la Vitrina Turística de Anato 2015 este DVD contiene dos videos. El primero es un resumen del especial regional que realizó la revista Semana en noviembre 2014 sobre el departamento. En él se destaca la potencialidad

turística y agroindustrial de Casanare, resaltando el enfoque ambiental para su desarrollo. El segundo video apunta al tema turístico específicamente. Acompañado de música típica, va mostrando diferentes imágenes de los atractivos del destino haciendo énfasis en sus 500 especies de aves fácilmente observables en su gran mayoría así como en la presencia de reptiles y mamíferos. La presentación finaliza mostrando la oferta hotelera y la capacidad del destino para llevar a cabo eventos de distinta envergadura. No hay una mención específica sobre Aguazul pero sí varias de las imágenes que aparecen pertenecen al municipio.

1.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1.8.1. Demanda actual

La demanda actual de turismo comprende las personas que efectivamente están visitando el municipio con motivos de turismo.

La muestra de demanda actual se estableció en 30 entrevistas, teniendo en cuenta la ausencia de estadísticas del sector que demuestren fechas de mayores desplazamientos, procedencia de los turistas y perfiles socioeconómicos y psico-demográficos de los mismos.

Para poder medirla, se diseñó una herramienta tipo encuesta,¹⁸ con veintidós preguntas abiertas y cerradas, de opciones múltiples y dicotómicas. La aplicación de las mismas se llevó a cabo en los principales atractivos del municipio y/o puntos de encuentro y confluencia de turistas durante los meses de enero y febrero de 2015. Dado que coincidentemente en esas fechas tenían lugar las ferias y fiestas de Aguazul, se realizaron también encuestas durante el evento.

Una vez obtenidos los resultados, se procedió a tabular las encuestas de modo gráfico. A continuación se presenta el análisis de los datos.

Perfil del Turista Actual

El perfil del turista actual permite identificar aque-

18 Ver Anexo 6 Encuesta demanda actual.

llas personas que realmente están visitando el municipio. A través de una serie de preguntas, se busca conocer como está conformado este segmento. Conociendo sus características y preferencias será posible delinear estrategias cuyo objeto es atraer este público.

El 97% de los visitantes de Aguazul son colombianos. El 3% representa a un extranjero procedente de Panamá (ver gráfico 1). Los colombianos se distribuyen de modo bastante uniforme por ciudad como indica el gráfico 2. A la cabeza se encuentra Sogamoso, seguido por Bogotá y luego por Villavicencio y Tunja. En la categoría “Otros” las personas mencionaron Yopal, Maní, Granada, Bucaramanga, Pereira, Duitama, etc.

El género femenino entrevistado resultó más numeroso que el masculino a nivel visitantes (ver gráfico 3) pero no es determinante de la demanda, pues muchos forman parte de grupos familiares.

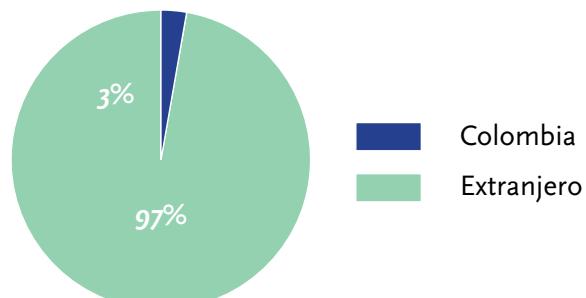
Como señala el gráfico 4, la mayor parte de los turistas tienen entre 18 y 25 años (43,3%), seguido muy de cerca por el rango de entre los 36 y 50 años (40%). En menor medida se encontraron personas de entre 26 y 35 (10%) y entre 51 y 65 (6,7%). Ninguno de los entrevistados superó los 65 años.

Al preguntarles a las personas con quién habían realizado el viaje, se pudo constatar que la mitad se había trasladado con su familia, mientras que un gran porcentaje lo había hecho de modo individual (37%). En pareja viajan el 10% de los encuestados y sólo el 3% decide hacerlo con sus compañeros de trabajo (ver gráfico 5).

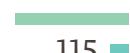
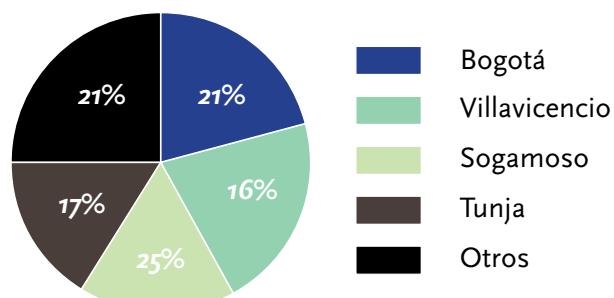
Según refleja el gráfico 6, el medio de transporte preferido es el bus directo desde su lugar de origen, opción indicada por el 70% de los visitantes. Muy por debajo, con el 17%, se ubica la llegada en sólo carro y en avión más carro el 7%. Menos frecuente es llegar a Aguazul en avión combinado con bus de línea o en moto.

De acuerdo con lo presentado en el gráfico 7, los turistas llegan a Aguazul fundamentalmente para visitar familiares y amigos (37%). Los negocios (30%) así como las ferias y fiestas (23%) motivan

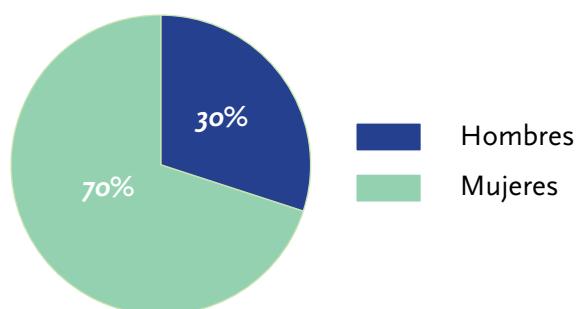
– Gráfico 1. Procedencia por país –



– Gráfico 2. Procedencia por ciudad colombiana –

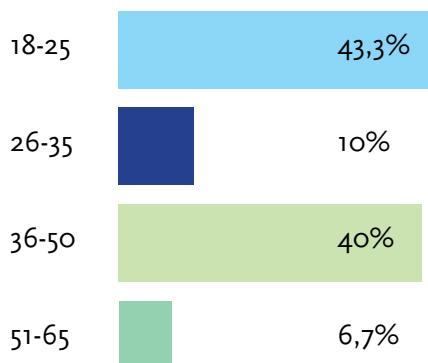


– Gráfico 3. Género –

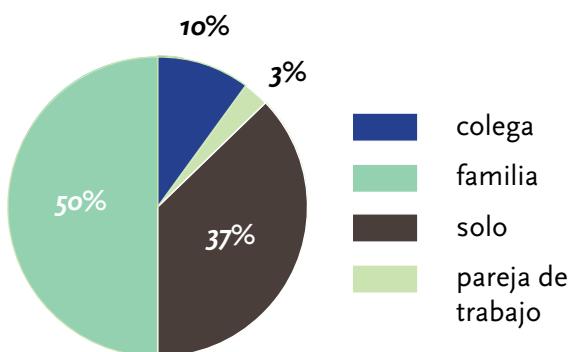




– Gráfico 4. Rango de Edad –

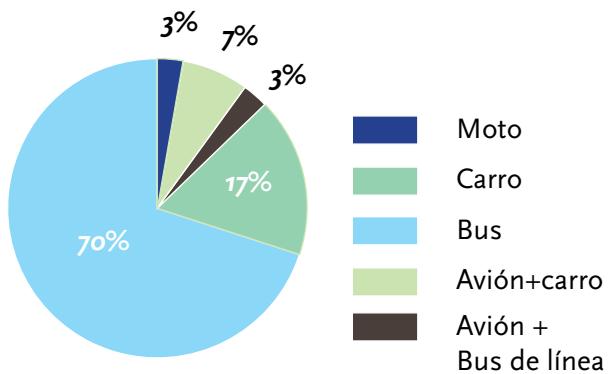


– Gráfico 5. Acompañantes –



116

– Gráfico 6. Medio de Transporte –



igualmente el desplazamiento. La opción menos frecuente es la de turismo tradicional, siendo seleccionada únicamente por el 10% de las personas.

La gran mayoría de los consultados (73%) ya habían visitado el municipio con anterioridad, mientras que sólo el 27% lo hacía por primera vez como indica el gráfico 8.

Entre las personas que ya conocían el destino, el 36% lo visita más de 5 veces al año mientras que el 27% sólo lo hace una vez. Como opciones intermedias se encuentran aquellos que freqüentan Aguazul entre 3 y 5 veces y aquellos que realizan visitas bianuales (ver gráfico 9).

Los momentos en los cuales los turistas prefieren viajar coinciden con las vacaciones, ya sean laborales o escolares cuyas opciones combinadas alcanzan un 59%. Los fines de semana suman un 18% y los puentes un 9%. En la categoría “Otros” la gente incluye Semana Santa. Nadie indicó las festividades como época favorita de visita como se puede apreciar en el gráfico 10.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede inferir que visitan el municipio dos tipos de perfiles psicodemográficos.

El primero corresponde al viajero joven, que llega solo y tiene entre 18 y 25 años. Su objetivo es visitar familiares y amigos por lo cual aprovecha las vacaciones, ya sea laborales o escolares para acercarse hasta Aguazul. Procede de Bogotá o de municipios en Boyacá y mayoritariamente se moviliza en bus (ver gráfico 11).

El segundo caso refiere al turista que viene en familia, por lo cual su edad oscila entre los 36 y 50 años. Además de visitar familiares y amigos, su motivación es laboral. En varias oportunidades aprovecha para combinar ambas razones. La procedencia, el medio de transporte, la repetición del viaje y la época de visita es igual que en el caso anterior (ver gráfico 12).

Canales de Comunicación

La identificación de estos canales orienta la toma de decisión respecto al posicionamiento del producto. Es fundamental saber de qué modo el tu-

rista entra por primera vez en contacto con el producto para que de ese modo tanto los destinos como los prestadores de servicio lo tornen disponible y accesible.

En el caso de Aguazul, la referencia principal y absoluta acerca del municipio proviene de los familiares y amigos (57%). Los puntos de promoción (20%) y el internet (17%) le siguen de modo parejo. Es evidente la poca utilización que hacen de las agencias de viajes (3%) como muestra el gráfico 13. Probablemente se deba a la ausencia de operadores en el destino que conformen una oferta atractiva para los potenciales turistas.

Imagen del destino

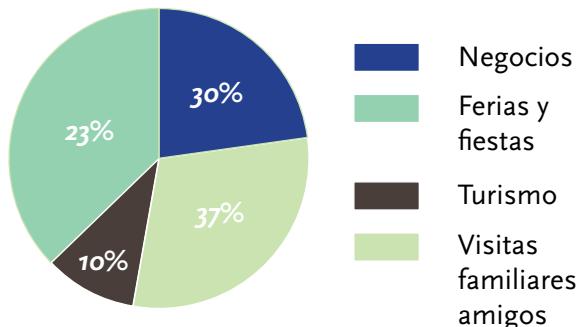
La percepción que tengan los visitantes acerca de un destino posee un peso determinante en su disposición a demandarlo. Varios factores afectan la imagen que cada una de las personas se haga de un sitio. Las experiencias pasadas, las expectativas y lo que le hayan contado juegan un rol fundamental en su construcción. Con el fin de identificar la impresión que tienen las personas del municipio se les pidió que mencionasen lo que más les gustó y lo que menos.

El sondeo arrojó que los atributos más valorados son la gente, el clima, la tranquilidad y los paisajes. También se mencionaron en menor medida los balnearios, el río, los parques, la arquitectura, el comercio y los eventos como muestra la ilustración 1.

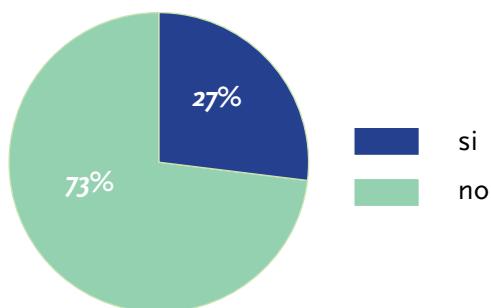


Ilustración 1. Lo que más les gustó

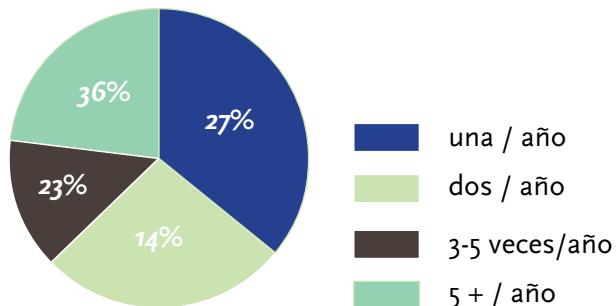
– Gráfico 7. Motivo Principal del Viaje –



– Gráfico 8. Primera vez en el destino –

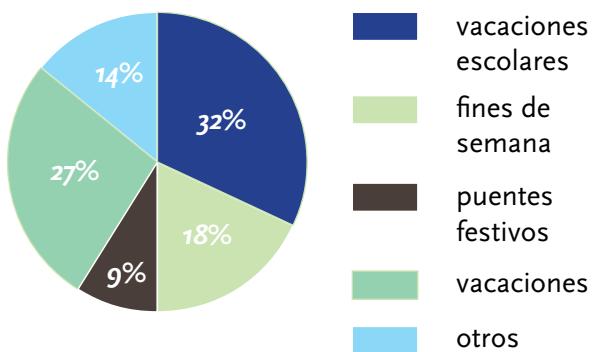


– Gráfico 9. Frecuencia de visita –





– Gráfico 10. Época de visita –



– Gráfico 11. Perfil de visita 1 –



– Gráfico 12. Perfil de visita 2 –



Entre los aspectos negativos se señaló principalmente la falta de atención al cliente y el calor. Asimismo se indicaron la falta de aseo, de información turística, de iluminación, la basura y los problemas de tránsito (ver ilustración 2).



Ilustración 2. Lo que menos le gustó

Llama la atención que el clima sea considerado por algunos como un factor positivo y por otros, negativo. Eso muestra la subjetividad propia de la percepción. Respecto al trato, se puede inferir que los turistas valoran la amabilidad del local pero se quejan de la calidad en la prestación de servicios. Resaltan los atractivos naturales, la zona de compras y los eventos, pero están molestos por el desorden y la inseguridad.

Percepción de la calidad de los servicios

La infraestructura turística es una parte fundamental del producto turístico. La calidad con la que se presten los servicios determinará en gran medida la percepción que tengan los turistas de los mismos. Adicionalmente, la evaluación ayudará a desarrollar programas de mejora que en última instancia impulsarán el posicionamiento del destino.

Para comenzar se indagó sobre el pernocte o no en el destino. El 27% vinieron por el día mientras que el resto durmió en Aguazul (ver gráfico 14). Considerando sólo estos últimos, el 47% pasó la noche en casa de sus familiares y amigos y el 42% en hoteles según el gráfico 15.

De acuerdo con el gráfico 16 la mayoría de los turistas que se alojó, se quedaron más de 5 noches (53%) y los demás se dividen entre 3 a 5 noches (26%) y 1 a 2 noches (21%).

El servicio hotelero fue evaluado mayoritariamente como bueno con un 75%, seguido por un 17%

que lo consideró regular. La opción de “excelente” recibió sólo un 8% de las respuestas. Resulta un voto positivo conocer que nadie consideró la hotelería como mala (ver gráfico 17).

El servicio de restaurants fue considerado como bueno por un 63% de las personas mientras que un 20% lo hallaron excelente y un 17% regular. Tampoco aquí se apareció la opción malo como muestra el gráfico 18.

En el caso de las agencias de viajes, la mayor parte de los encuestados decidió no responder ya que no habían hecho uso de las mismas (40%). Aquellos que sí habían contratado sus servicios, los calificaron entre malo y regular (ambos con 27%). Sólo un 6% consideró que fue bueno, pero nadie le otorgó un puntaje de excelente (ver gráfico 19).

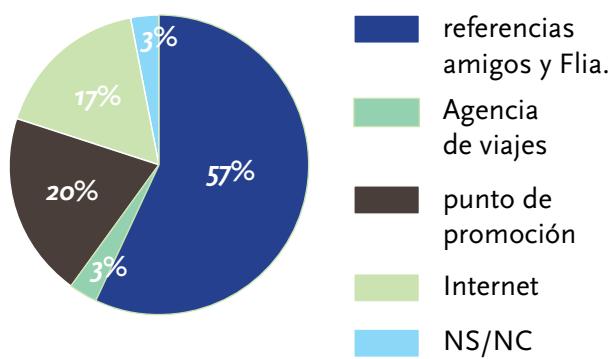
El transporte interno fue calificado como bueno por casi la mitad de las personas (47%). No obstante el 23% lo encontró malo y el 20% regular de acuerdo con las cifras del gráfico 20.

La guianza no fue un servicio utilizado por muchas personas por lo cual el 20% prefirió no contestar. La variable malo fue elegida por el 40% de los entrevistados, seguida por regular con el 30%. Solo el 10% consideró la labor de los guías entre buena y excelente (ver gráfico 21). Probablemente se deba a la falta de preparación del personal o a la escasez del mismo.

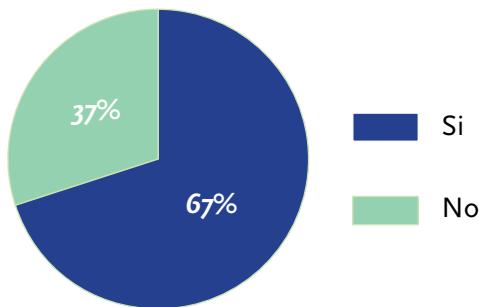
En conclusión los servicios hoteleros fueron los mejores evaluados junto a la gastronomía. Se podría inferir que estos dos aspectos están por encima del resto debido a la presencia de viajeros de negocios que exigen ciertos estándares de calidad. Por el contrario la guianza y las agencias de viajes, que son propias del turismo tradicional, recibieron bajas notas. En el medio se ubica el transporte interno que es un servicio del destino más que un prestador turístico.

Posteriormente se indagó acerca de las actividades que las personas habían realizado en Aguazul, con la opción de marcar más de una. Como se puede apreciar en el gráfico 22, el 24% aseguró haber participado en las fiestas locales y degustado platos típicos, esto último en concordancia

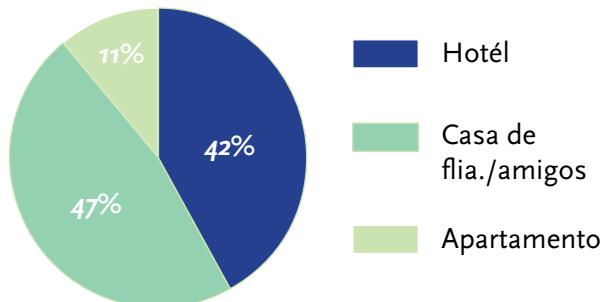
– Gráfico 13. Medios por los que se enteró del destino –



– Gráfico 14. ¿Está alojado en el sitio? –

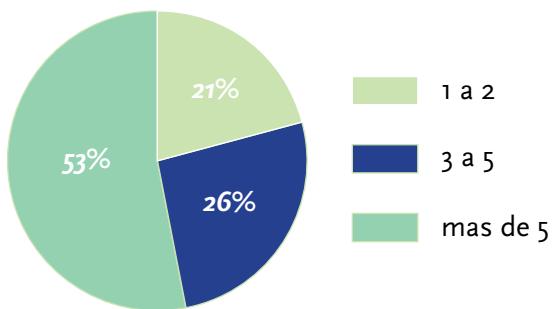


– Gráfico 15. Tipo de alojamiento –

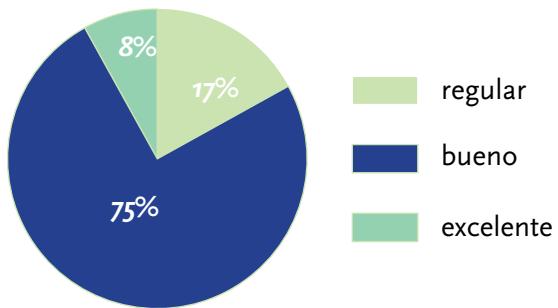




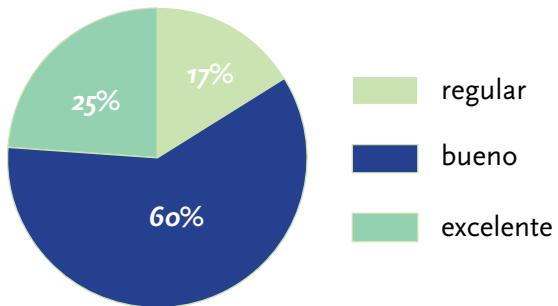
– Gráfico 16. Cantidad de noches –



– Gráfico 17. Calificación del alojamiento –



– Gráfico 18. Calificación de la gastronomía –



con el buen puntaje obtenido por la gastronomía local. La variable otros comprendió en gran medida visitas a familiares y amigos; y ocupaciones laborales. El 12% afirmó haber visitado sitios religiosos y el resto se repartió entre conocer lugares culturales, de aventura, ecoturísticos y compras. La amplia selección de actividades muestra que la gente prefirió realizar varias actividades durante su viaje en lugar de limitarse a algo específico. Cabe destacar que dos tercios de las encuestadas se llevaron a cabo durante el Festival Folclórico y Reinado Internacional del Arroz por lo cual la mayoría señaló haber asistido a este evento. Sin embargo, llama la atención que esa mayoría no resulte en modo alguno, abrumadora.

Como pregunta complementaria, se pidió a los encuestados señalar cuáles actividades les hubiera gustado realizar pero no las encontraron disponibles. Las actividades de aventura recibieron el 29% de los votos, seguidas por las visitas guiadas culturales y los recorridos ecoturísticos (ver gráfico 23). Es lógica esa falta de actividades ya que para que existieran sería necesaria la presencia de tour operadores que desarrollen el destino. Su ausencia impide que estos planes constituyan una opción adicional para los turistas.

Los encuestados también calificaron los servicios propios del municipio. Se les pidió otorgar un puntaje del 1 al 5 siendo 1 el más bajo y 5 el más alto. El gráfico 24 muestra que la mayor nota (3,8) la obtuvo la amabilidad de la gente (lo mismo que se había señalado como lo que más les había gustado de Aguazul). La seguridad también fue otro de los factores destacados con 3,7. De modo parejo, con puntuaciones por encima de 3 se ubican las vías y facilidades bancarias (3,4), el aseo y la calidad de las actividades (3,3), el cuidado al patrimonio y los servicios médicos (3,1) y finalmente la contaminación con 3. No aprueban las facilidades de pago (2,9) y muy por debajo se ubican los puntos de información turística (2,1). En líneas generales las personas se muestran conformes con los servicios de Aguazul pero expresan su insatisfacción con la falta de un stand donde puedan obtener recomendaciones para la realización de actividades de ocio.

Nivel de Precios

El nivel de precios es un indicativo de cuánto las personas han gastado en su plan en el destino, lo cual permite delinear estrategias de tarifas acordes a las posibilidades económicas de los visitantes. Se trata de un determinante esencial de la demanda.

El 55% de los entrevistados alojados en el destino dispusieron de entre \$50.000 y \$100.000 por día por persona para alojamiento, seguidos por el 35% que asignó entre \$100.001 y \$150.000. Sólo el 10% gastó más de \$150.001 y nadie por encima de \$200.000 como muestra el gráfico 25.

En una segunda instancia se les preguntó acerca del dinero destinado para el resto de los servicios, turísticos (transporte, artesanías, tours, etc.). El gráfico 26 indica que el 48% invirtió entre \$100.001 y \$150.000 por día por persona, mientras que el 35% afirmó haber desembolsado entre \$50.000 y \$100.000. El 14% gastó entre \$150.001 y \$200.000 y un pequeño porcentaje correspondiente al 3% asignó más de \$200.001.

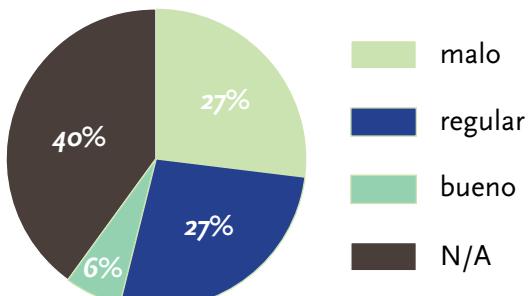
Conclusiones acerca de la Demanda Actual

Se han detectado dos tipos de segmentos que visitan Aguazul. Por un lado familias que lo hacen ya sea por motivos laborales de uno de sus miembros o debido a la presencia de parientes y amigos. El segundo grupo está constituido por jóvenes entre 18 y 25 años que llegan hasta el municipio solos por razones de familia. Por lo tanto, el uso de los hoteles es reemplazado por alojamientos particulares.

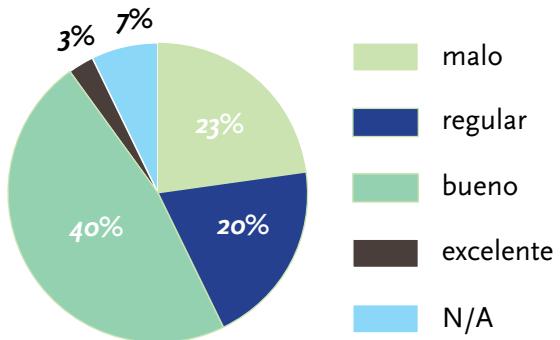
En ambos casos se movilizan en bus y las estadías promedio son extendidas. Se trata de turistas repitentes que llegan a Aguazul porque alguien cercano les ha contado. No se valen de agencias de viajes ni de internet sino mayormente por referencias de sus conocidos.

Aquellos que se alojan en hoteles se muestran muy conformes con su servicio, lo mismo que con la gastronomía. Esto no ocurre con las agencias de viajes y los guías aunque pareciera que tampoco hacen uso de estos servicios.

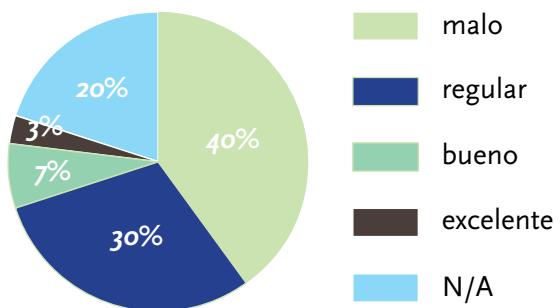
– Gráfico 19. Calificación de las agencias de viajes –



– Gráfico 20. Calificación del transporte interno –

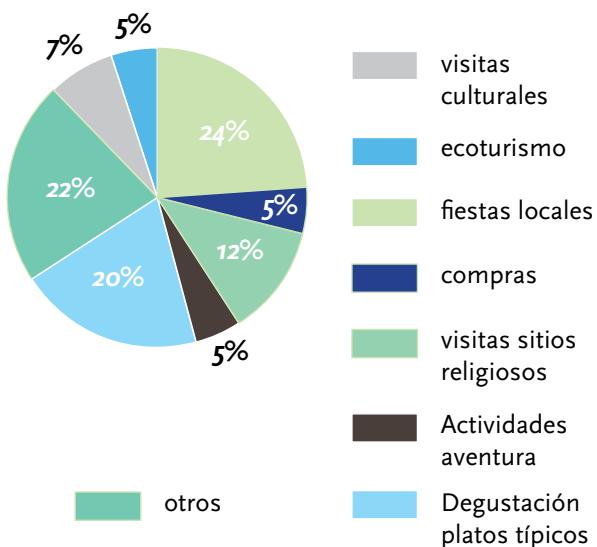


– Gráfico 21. Calificación de la guianza –

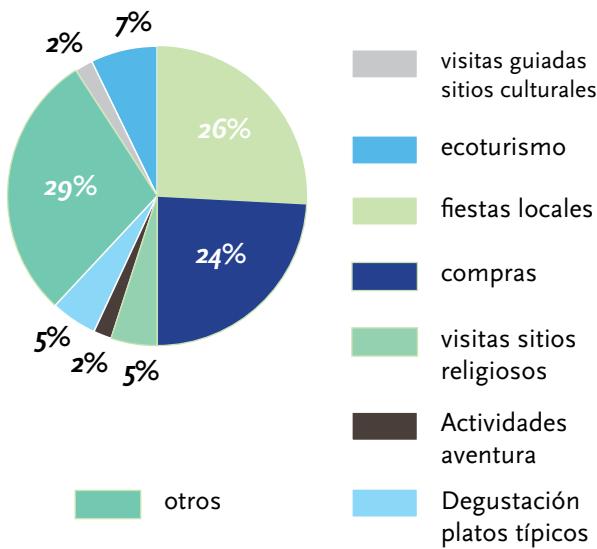




– Gráfico 22. Actividades realizadas en el destino –



– Gráfico 23. Actividades no encontradas en el destino –



El plan favorito es la participación en las fiestas locales donde también se aprovecha para degustar la gastronomía típica. Es también en estos eventos donde se interactúa con las personas del lugar por lo cual uno de los puntos a favor que destacan es la buena disposición de la gente. Esto lamentablemente no se ve reflejado en la prestación de servicios por parte de los empresarios.

La oferta de actividades es muy limitada y no se evidencia ninguna organizada, más allá de las propias de las ferias y fiestas locales. Los visitantes hubieran apreciado poder optar entre deportes de aventura y ecoturismo, pero nada de eso se encuentra disponible.

1.8.2. Demanda potencial

La caracterización de la demanda potencial tiene como objetivo identificar aquellos segmentos de mercado que aún no visitan el destino pero que podrían ser captados en un futuro cercano a través de estrategias de promoción y comercialización.

Para tal fin se diseñó un instrumento tipo encuesta¹⁹, semi estructurada, con diecisiete (17) preguntas abiertas y cerradas de opción múltiple, abiertas y dicotómicas. Dichas encuestas fueron aplicadas en los principales centros de reunión de Bogotá, Yopal y Sogamoso durante el mes de febrero de 2015, siendo la muestra de 25 en cada sitio; 75 en total.

Este sondeo permitió determinar el perfil socioeconómico, psicodemográfico y caracterización por estilos de vida de los potenciales turistas con el fin de elaborar estrategias que permitan atraerlos hacia el destino Aguazul.

Una vez obtenidos los resultados, se procedió a tabular las encuestas de modo gráfico. A continuación se presenta el análisis de los datos.

Perfil del Turista Potencial

El perfil de la demanda ayuda a reconocer la existencia de consumidores potenciales de los servicios turísticos ofrecidos en Aguazul. En este sentido se han hecho preguntas que permiten clasificar

19 Ver Anexo 7 Encuesta demanda potencial

al potencial turista según las variables clásicas de segmentación.

La distribución entre géneros fue bastante pareja en las tres ciudades, alcanzando las mujeres un 53,3% del total contra un 47,7% de los hombres como indica el gráfico 27.

Respecto a las edades, el 44% correspondió a personas entre 25 y 35 años, seguidos por los que tienen entre 36 y 45. Por lo tanto, se puede inferir que el rango más común es el que se encuentra entre los 25 y los 45 sumando más de un 70% de la población encuestada. Esta proporción se mantuvo de modo parejo en Bogotá, Sogamoso y Yopal de acuerdo con el gráfico 28.

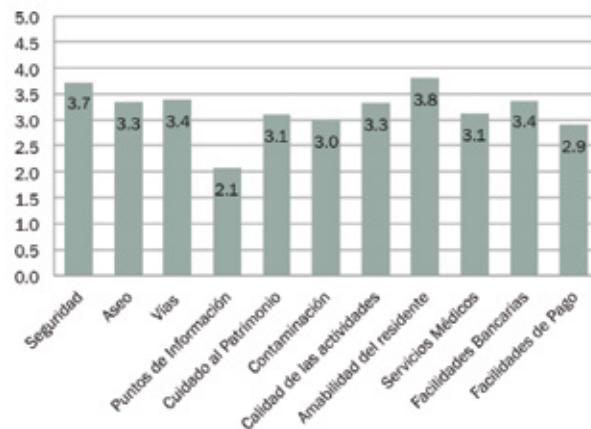
Los estratos sociales más recurrentes fueron el 3 y el 4, alcanzando un 72,8%. Los estratos 1 y 2 (18,7%) sólo estuvieron representados por residentes de Sogamoso y Yopal en tanto que los estratos 5 y 6 (8,5%) únicamente fueron detectados en Sogamoso y Bogotá (ver gráfico 29).

En lo que refiere a la educación, el gráfico 30 ilustra que el 43% cursó estudios universitarios siendo la mitad de esta cifra correspondiente a Bogotá. Le sigue un 21,7% con formación técnica o tecnológica perteneciendo en este caso la mayor proporción a Yopal. Se ubican inmediatamente las personas con especialización totalizando el 16,1% y los que tienen sólo secundaria con el 12,4%. El 6,7% ha realizado maestrías.

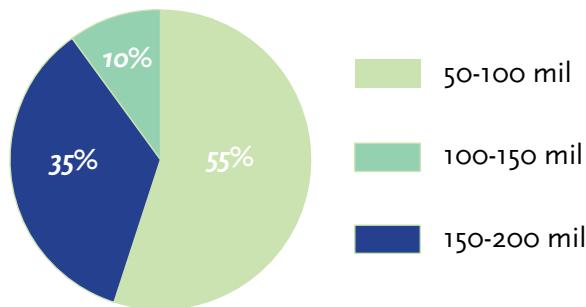
Por último, el 38,7% de los encuestados corresponde a personas empleadas de forma asalaria da, mientras que el 36% son independientes. El 14,7% son estudiantes y el 6,7% amas de casa. Los desempleados solo representan el 2,7% (ver gráfico 31).

En conclusión, se puede afirmar que el perfil general del turista potencial describe a un colombiano entre 25 y 45 años, que tiene estudios universitarios y trabaja como empleado ya sea asalariado o independiente y cuya vivienda pertenece a los estratos sociales 3 o 4 (ver gráfico 32). Este perfil es aplicable a las tres ciudades donde se realizaron los sondeos.

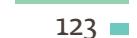
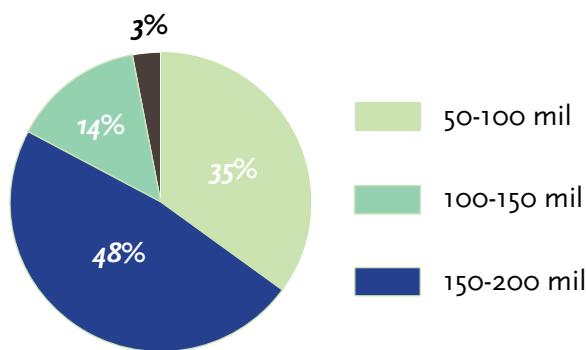
– Gráfico 24. Calificación de los servicios –



– Gráfico 25. Dinero destinado al alojamiento –

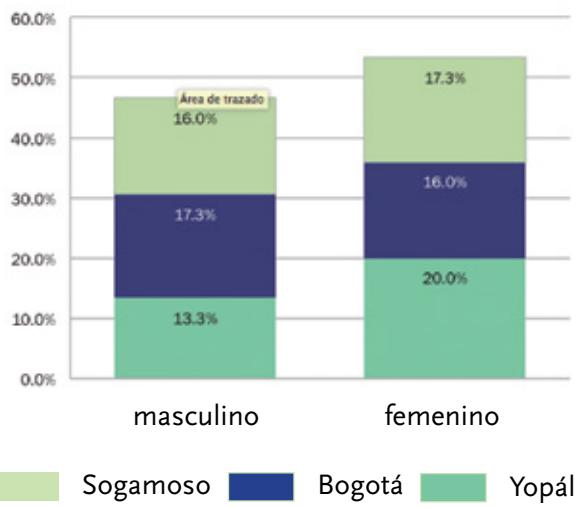


– Gráfico 26. Dinero destinado al resto de los servicios –

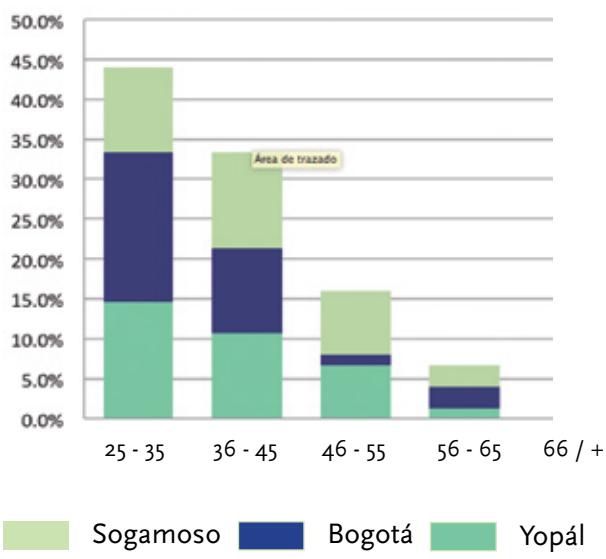




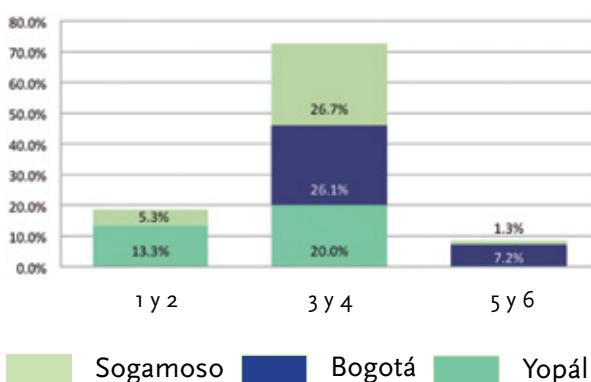
– Gráfico 27. Género –



– Gráfico 28. Rango de Edad (años) –



– Gráfico 29. Estratos sociales –



Preferencias del Turista Potencial

Con el fin de conocer los gustos del turista potencial, se les preguntó cuál era el momento elegido para salir de vacaciones, permitiendo marcar hasta dos opciones.

El 46,9% prefiere hacerlo al final del año (diciembre - enero), mientras que el 26,6% elige los puentes festivos. Un 12% opta por semana santa en tanto que un 10,8% espera hasta mitad de año para tomarse su tiempo de descanso. El 3,6% que marcó la variable otros mencionó octubre y días hábiles. Cabe destacar que esta opción solo fue seleccionada por Sogamoso y Yopal como muestra el gráfico 33.

Respecto al motivo de desplazamiento, se permitió a los encuestados seleccionar máximo dos respuestas. El 40,6% lo hace en plan descanso y familia, opción ganadora por mayoría abrumadora. De modo parejo se ubican a continuación las salidas ecológicas, de deporte aventura y por festividades con un 8,2% cada una de ellas. El 7,2% gustan de viajes recreativos, en tanto que el 6,2% salud y el 6% compras. La gastronomía despierta poco interés, alcanzando solamente el 2,1% de las preferencias. En la categoría otros, seleccionada solo por las personas de Sogamoso y Yopal, se agregaron como motivos la religión y el trabajo (ver gráfico 34).

Dado que la gente elige para sus vacaciones principalmente el plan familiar, es lógico que el 47,2% seleccione a su círculo íntimo como los acompañantes ideales para el descanso. El grupo de amigos es preferido por el 19,8% de los encuestados, seguido por la pareja con el 17,1%. Bastante más abajo se ubica trasladarse con colegas de trabajo (7,9%) o hacerlo solo (6,6%) según muestra el gráfico 35.

En lo que concierne a las noches de alojamiento durante sus vacaciones, el 59,4% de los colombianos sondeados manifiestan que la pernoctación promedio es entre 3 y 5 noches. El 24,5% lo hacen entre 1 y 2 noches y únicamente el 16,1% extiende su estadía a más de 5 noches de acuerdo con lo indicado en el gráfico 36. Cabe destacar que esta última opción solamente es seleccionado por los residentes de Yopal y Sogamoso en tanto que los



de Bogotá son los que más peso tienen en la variable entre 3 y 5 noches.

El medio de transporte más utilizado para desplazarse fue el vehículo particular, opción que totalizó un 35,6% y cuyo componente de mayor peso corresponde a Sogamoso. A continuación con el 28,8% se ubicó el transporte público terrestre, alternativa seleccionada de modo parejo por los residentes de las tres ciudades. Le siguió el transporte aéreo con el 24,2% siendo los bogotanos los más proclives a viajar en carro. Solo el 10,3% seleccionó un expreso organizado por un prestador de servicios turísticos, aunque en esta categoría no hubo nadie de Yopal y la mayoría perteneció a los de Sogamoso (ver gráfico 37).

En resumen, el turista potencial toma sus vacaciones orientadas a la familia y al descanso a fin de año. Elige ir acompañado de sus seres queridos y se moviliza en su carro para alojarse en el destino entre 3 y 5 noches como muestra el gráfico 38.

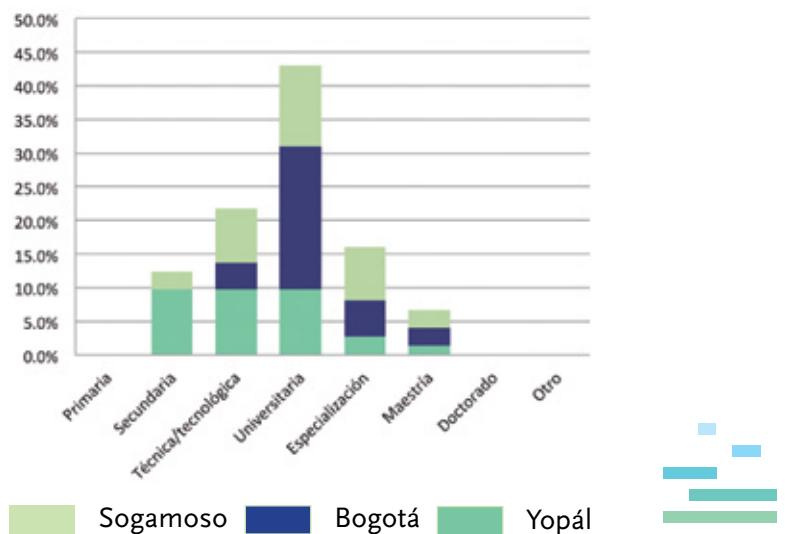
Mecanismos de Información y Comercialización

La información respecto de este tema resulta fundamental al momento de delinear estrategias por cuanto permite conocer cuáles son los procesos que realizan los turistas para elegir y posteriormente comprar un plan turístico.

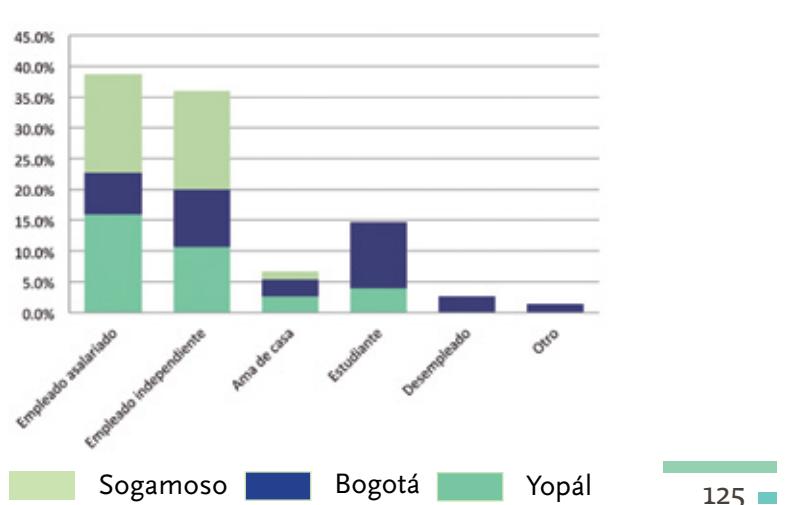
Internet fue la opción más favorecida, alcanzando un 35,7%. Esta cifra está halada mayormente por Bogotá y Yopal con muy poca incidencia de Sogamoso. Las agencias de viajes sumaron un 23,8% y son los capitalinos quienes prefieren en gran medida esta alternativa. Le siguió el contacto directo con los prestadores (16,7%) y los puntos de promoción (13,1%); este método que tiene la menor cantidad de adeptos en los resultados consolidados, es uno de los preferidos cuando se analizan solamente las cifras de Sogamoso con un 9,5% según indica el gráfico 39. Dentro de otros (10,7%) se mencionaron las referencias de amigos y familiares así como el voz a voz.

Una vez obtenida la información, el siguiente paso es adquirir los servicios del viaje. Aquí los porcentajes se modifican. El 48,8% de las personas deciden reservar directamente con los prestadores en tanto que un 20,1% lo hace a través de

– Gráfico 30. Formación –



– Gráfico 31. Ocupación principal –

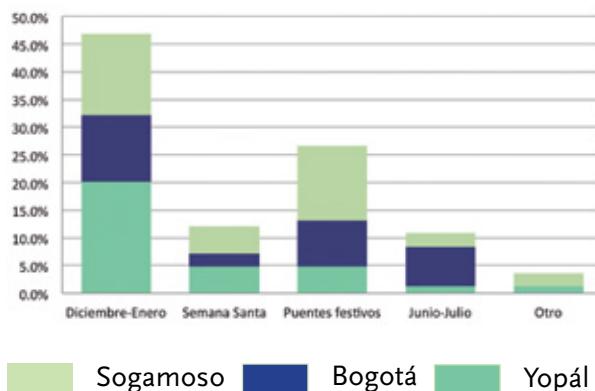


– Gráfico 32. Perfil del Turista Potencial –

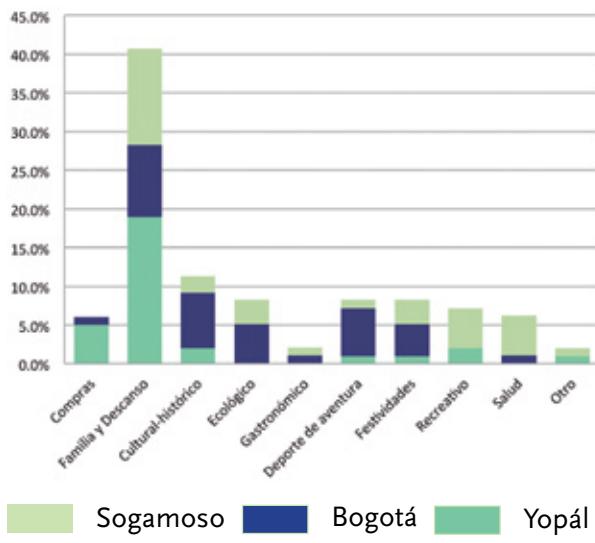




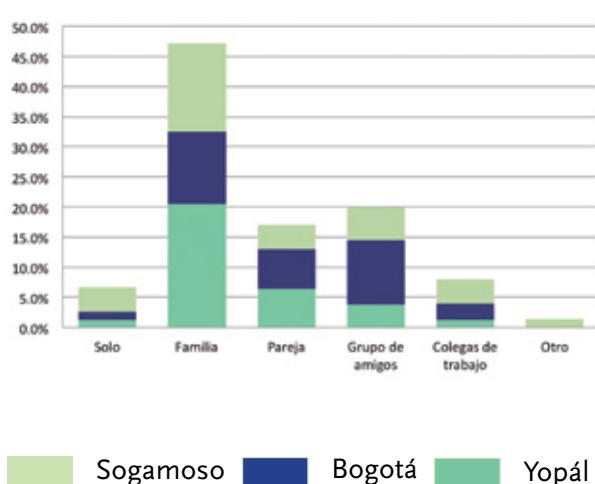
– Gráfico 33. Época en la que prefiere tomar vacaciones –



– Gráfico 34. Plan que motiva las vacaciones –



– Gráfico 35. Con quien prefiere viajar –



las agencias de viajes y un 19,1% sigue con internet. En la categoría otros, elegida por los oriundos de Sogamoso y Yopal se encuentran aquellos que les gusta hacer todo personalmente de modo independiente y totalizan el 12% de los sondeados (ver gráfico 40).

La diferencia entre los mecanismos de información y comercialización demuestra que las personas se informan por ciertos canales pero no necesariamente esos son los mismos que utilizan al momento de concretar el viaje. El ejemplo más claro es internet. La red funciona como la herramienta número uno para buscar datos sobre el destino pero cuando ya están listos para comprar les resulta más confiable ir directamente con los prestadores de servicios turísticos. Las agencias de viajes mantienen un porcentaje similar de consulta y adquisición lo cual evidencia que las personas terminan comprando al que les brindó el asesoramiento. Los puntos de información no tienen un rol muy relevante para las personas pero sí resulta importante para ellos las referencias y recomendaciones de familiares y amigos.

Capacidad de Pago

La disponibilidad y utilización del dinero que hacen los turistas sirve a los destinos como orientador al momento de fijar sus tarifas. De ese modo los servicios ofrecidos estarán al alcance de su segmento de mercado.

Más de la mitad de los encuestados (51,1%) se inclinan por destinar entre \$50.000 y \$100.000 por día por persona en alojamiento. En el mismo rubro le siguen aquellos que asignan entre \$100.001 y \$150.000 (28,4%). En menor porcentaje se ubicaron aquellos que destinarían entre \$150.001 y \$200.000 (12,3%) y más de 200.001 como indica el gráfico 41.

En lo que respecta a otros servicios como alimentación, transporte y excursiones el 34,8% gasta entre \$50.000 y \$100.000 por día por persona. El 28,5% invierte entre \$150.001 y \$200.000 en tanto que el 21,7% asigna entre \$100.001 y \$150.000. Las personas son renuentes a desembolsar más de \$200.000 alcanzando solo un 14,9% (ver gráfico 42).

Conocimiento de Aguazul como destino turístico

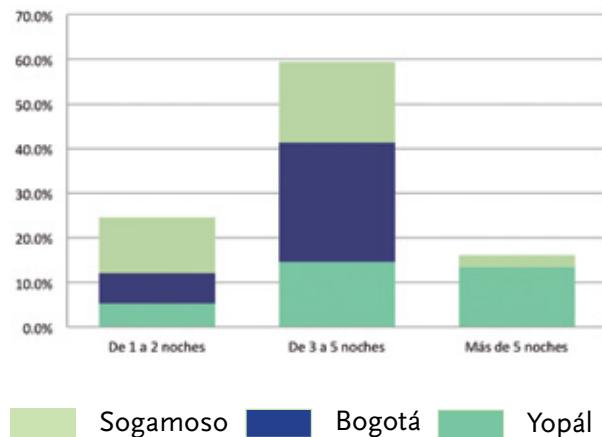
Los últimos aspectos se refieren al conocimiento de los encuestados acerca del municipio en estudio. La información obtenida permitirá saber cuál es la percepción que tienen de Aguazul como destino turístico; esto ayudará a delinejar estrategias de promoción con el objeto de atraerlos al sitio.

A la primera pregunta indagaba acerca de si las personas habían escuchado hablar de Aguazul como destino turístico, el 65,3% respondió que no y el 34,7% que sí. Sin embargo, entre los que afirmaron haber escuchado del municipio el mayor porcentaje (18,7%) correspondió a Yopal (ver gráfico 43). Seguramente esto se deba a la cercanía geográfica entre la capital departamental y el municipio.

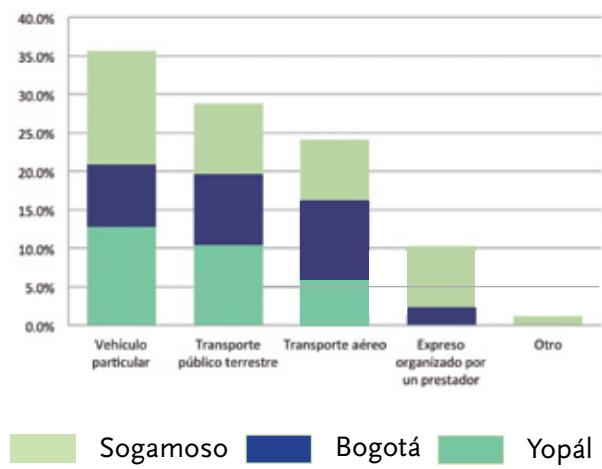
La consulta sobre visitas pasadas o potenciales a Aguazul dio lugar a reacciones muy diversas de acuerdo con el lugar de origen. Los resultados consolidados del gráfico 44 muestran que el 52,2% de los encuestados han estado en el municipio; no obstante, el 30,2% de esta cifra está respaldada por los de Yopal que anteriormente habían dicho que conocían del municipio como destino turístico y los de Sogamoso que están en medio. Los que respondieron negativamente y no tienen intención de visitar el destino fueron el 24,6%, de los cuales la mayoría corresponde a los bogotanos (17,3%) quienes son los que se encuentran más lejos del sitio. Aquellos que dicen que eventualmente lo visitarán suman un 23,2% de las respuestas donde nuevamente aparecen los capitalinos. En conclusión, las personas de Bogotá en su gran mayoría no conocen Aguazul pero se reparten entre la intención y la falta de deseo por conocerlo.

Posteriormente, se preguntó sólo a las personas que nunca habían viajado cual era el motivo. El 22,5% admitió que prefiere visitar otros destinos en tanto que el 18,3% reconoció no estar al tanto de su oferta turística. Con resultados muy parejos, el 14,4% respondió que le parecía peligroso (justificación exclusiva de los sogamoseños), el 14,3% que no era lo suficientemente atractivo y el 14,1% adujo otros motivos. Entre estos últimos mencionaron no tener familia ni amigos en el sitio, el calor, no tener tiempo y no saber llegar desde Bo-

– Gráfico 36. Noches de alojamiento –



– Gráfico 37. Medios de Transporte –

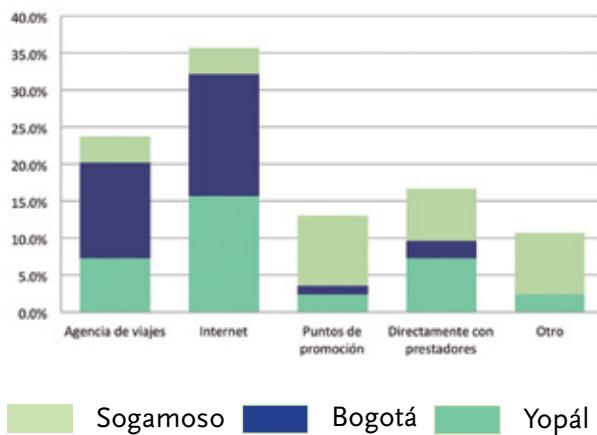


– Gráfico 38. Preferencias del Turista Potencial –

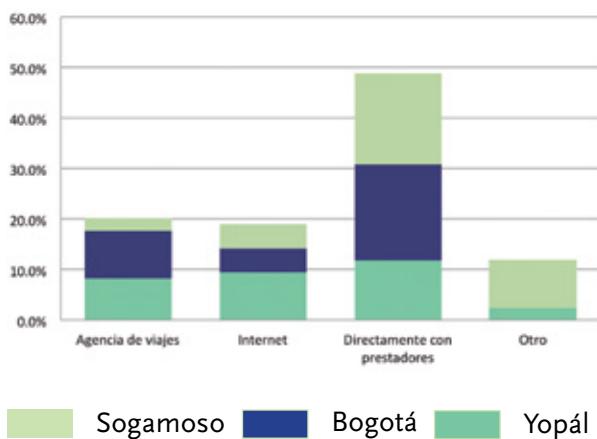




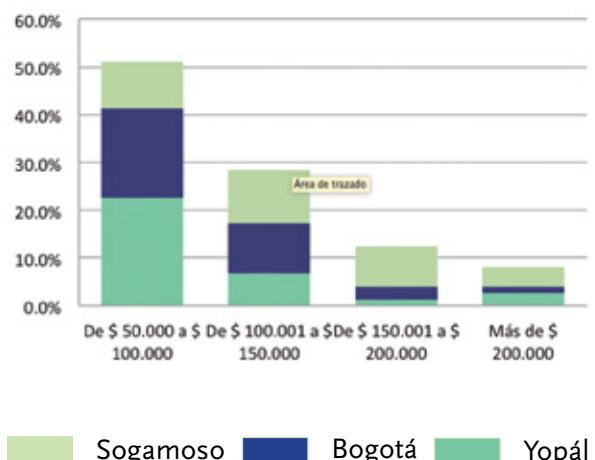
– Gráfico 39. Mecanismos de Información –



– Gráfico 40. Organización del viaje –



– Gráfico 41. Dinero destinado a alojamiento –



gotá. Un 10,2% aseveró que Aguazul no ofrecía lo que buscaba y por último un 6,2%, únicamente de Sogamoso, afirmó que es complicado llegar. Un punto a favor es que nadie tiene la percepción de Aguazul como un destino costoso (ver gráfico 45).

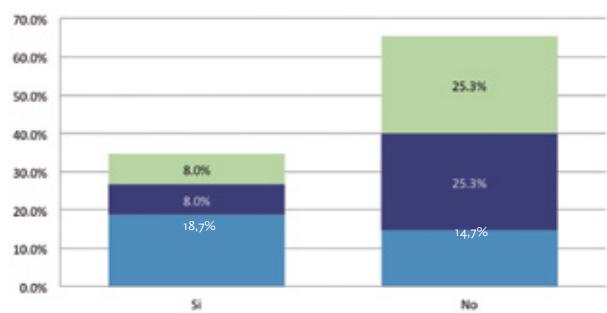
En resumen, se puede inferir que los motivos principales para no viajar entre los bogotanos es su desconocimiento del destino, mientras que las razones dadas por las personas encuestadas en Sogamoso son de tipo práctico.

Conclusiones

El turista potencial, que viaja con su familia y busca el descanso, está dispuesto a conocer sitios nuevos, que no sean demasiado costosos y donde pueda llegar con su carro particular. Sin embargo, exige una serie de condiciones para poder visitarlos. Entre éstas, se encuentra el conocimiento de la oferta del destino.

En el caso de Aguazul, uno de los principales inconvenientes en este momento es que las personas no saben qué es lo que pueden hacer allí. El análisis de los tres mercados emisores que potencialmente podrían ser interesantes para el municipio muestra que aún aquellos que están cerca, como Sogamoso, tienen ciertos preconceptos por los que no irían. La imagen que tienen todos de Aguazul es muy difusa debido a la falta de una vocación turística que lo defina.

– Gráfico 43. ¿Ha escuchado hablar de Aguazul como destino turístico? –



Sogamoso Bogotá Yopál

El problema principal que se desprende de este estudio es que no les llama la atención. En una coyuntura donde todos los pueblos y ciudades de Colombia se están volcando al turismo, es necesario presentar una oferta diferenciadora, especializada y motivadora del desplazamiento. Al momento esto no existe, por lo cual las personas, con mucha coherencia, prefieren ir a otro sitio. El ejemplo más claro es que el 65% no lo identifica como sitio turístico. Es por lo tanto ese punto el que se debe trabajar en primer lugar, creando producto para así posicionar a Aguazul como destino turístico en sus mercados emisores.

1.9. DESTINOS COMPETIDORES

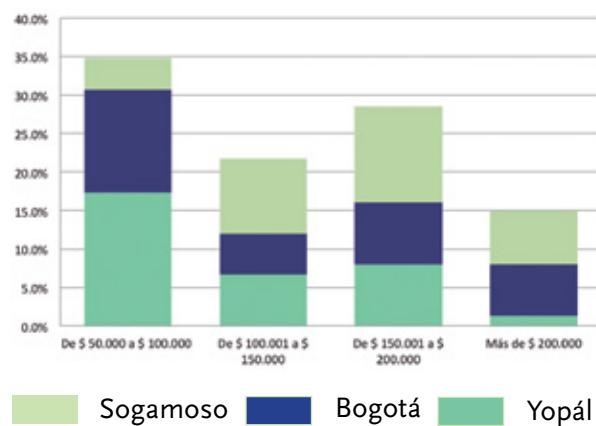
Durante el proceso de levantamiento de información primaria y secundaria, fue evidente la vocación turística deportiva y de ecoturismo del municipio a partir de los equipamientos deportivos y de sus valiosos recursos naturales.

La infraestructura deportiva instalada requiere intervención en la culminación de sus obras, en la dotación de servicios y en la incorporación de estándares requeridos para la práctica del deporte; igualmente los atractivos naturales como Farallones de San Miguel, el Cerro de la Cruz, los ríos Unete y Cusiana, necesitan preservarse y recuperarse a partir de acciones puntuales que logren su uso responsable y las prácticas ecológicas fiables.

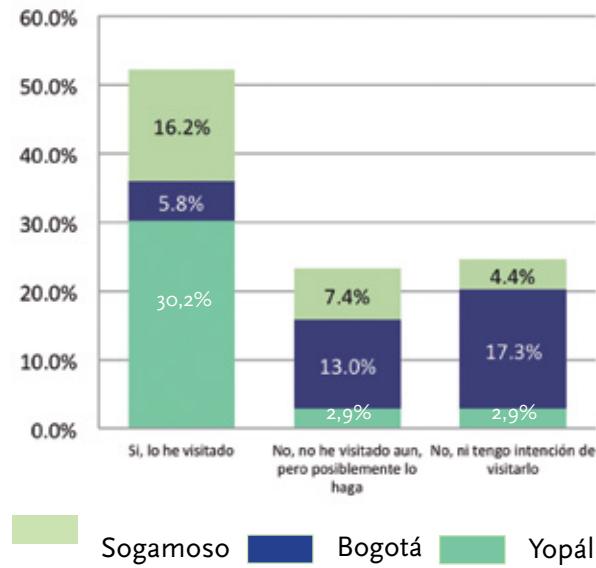
Con el fin de validar dicha vocación, se realizó un taller²⁰ con los actores del turismo local, los cuales estuvieron de acuerdo con la propuesta hecha por el equipo consultor.

²⁰ Ver Anexo 3 Informe talleres realizados

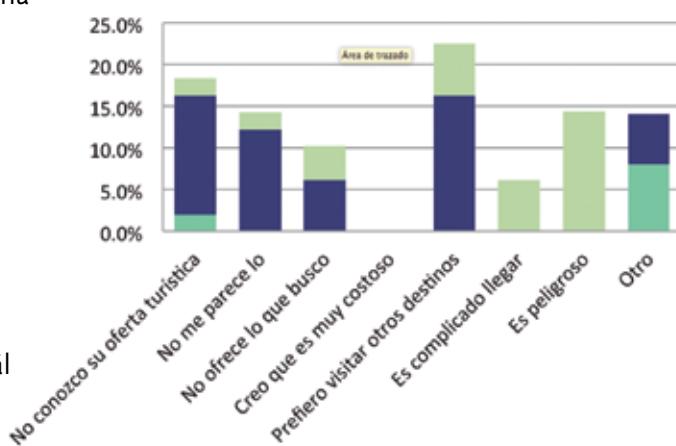
– Gráfico 42. Dinero destinado a otros servicios –



– Gráfico 44. ¿Ha visitado o tiene la intención de visitar Aguazul? –



– Gráfico 45. Motivos por los que aún no ha visitado Aguazul –





El análisis de destinos competidores tiene como objeto identificar aquellos lugares que debido a sus atractivos y vocación turística podrían erigirse como rivales de Aguazul. Este estudio se enfocó en explorar escenarios con similares características relacionadas con el producto/destino; es decir, misma vocación turística desarrollada en un lugar determinado y cuyas acciones están encaminadas a captar el mismo segmento de mercado al que Aguazul debe dirigir sus esfuerzos. Por otra parte, se identifican aquellas prácticas exitosas llevadas a cabo por los destinos aquí analizados, con el fin de replicarlas o mejorarlas en el municipio.

De acuerdo con lo anterior y teniendo en cuenta que el potencial de Aguazul se centra en desarrollar el turismo deportivo y el ecoturismo, se seleccionó a Soacha como destino competidor para el producto deportivo y San José del Guaviare para el ecoturismo. Esta elección está basada en características parecidas, infraestructura pareja y misma clase de atractivos.

1.9.1. Soacha - Cundinamarca

En principio vale aclarar que el turismo deportivo no es una modalidad que tenga gran desarrollo en Colombia. Existen ciudades que han albergado eventos de modo aleatorio pero no han fomentando una política turística en torno a este fin. Estas competencias entran dentro del marco de promoción del sitio pero no se concentran exclusivamente en la práctica deportiva como objetivo de la reunión. Tampoco se han identificado destinos que se caractericen por ser mecas de entrenamientos. Nuevamente se trata de ocasiones aisladas que de ningún modo constituyen una estrategia. Es por ello que Aguazul cuenta con la gran oportunidad de ser el pionero en esta tipología con la ventaja de convertirse en el primero en desarrollar acciones para atraer este segmento de mercado.

En lo que concierne a Soacha, su elección como destino competidor se debe fundamentalmente a la potencialidad que tienen gracias a su equipamiento deportivo de alto nivel, utilizado en su mayor parte por la población local. Según expresa el Plan de Gobierno de la Alcaldía Municipal (2012-2015²¹), Soacha debe convertirse en líder deportivo

y recreativo al servicio de la población. Para ello deben formar deportistas de alta competencia y fortalecer los escenarios necesarios. El deporte debe transformarse en pilar del sano entretenimiento y la recreación y ser fundamentalmente una opción de esparcimiento para los grupos en mayor riesgo social.

Los eventos deben ser promocionados, pues constituyen un momento de reunión e integración familiar y ciudadana. Sin embargo, no hay mención de llevar a cabo estas acciones con el fin de atraer turistas. Por el momento, se limitan a proponer la práctica deportiva como una alternativa sana para los locales.

El Instituto Municipal para la Recreación y el Deporte de Soacha “es una entidad pública descentralizada, que promueve actividades y programas dirigidos a la comunidad, generando procesos de participación, apoyo, formación y fomento por medio de la recreación, el deporte, el aprovechamiento del tiempo libre y la sana competencia, como aporte al desarrollo integral de mejores ciudadanos y ciudadanas, contribuyendo a la calidad de vida de los habitantes del municipio de Soacha”²².

De acuerdo con su visión, aspira a convertirse en el año 2021 en una entidad líder a nivel deportivo en Cundinamarca. Para ellos implementará una política pública del deporte que incluya a diferentes sectores de la población con el objeto de garantizar su bienestar.

El portal del IMRDS tiene un diseño atractivo y se encuentra actualizado con noticias recientes. Además, hace presencia en Facebook, Twitter, Instagram y Youtube. En todas estas plataformas se publican contenidos de interés para la comunidad.

Soacha cuenta con una amplia oferta de actividades para su población. Existen centros de educación física por comunas, programas para personas con discapacidad (dentro del Proyecto Diversamente Habil), adultos mayores y otros grupos minoritarios. El municipio organiza para sus residentes juegos intercolegiados veredales y comunitarios.

²¹ Alcaldía Municipal de Soacha, Cundinamarca (2012). Plan de Gobierno de la Alcaldía Municipal de Soacha, Cundinamarca (2012-2015).

²² IMRDS (2015, 18 de marzo). Nuestra entidad de: <http://www.imrdsocacha.gov.co/index.php/institucional/nuestra-entidad>

En lo que concierne a eventos deportivos se destacan los siguientes:

Carrera Atlética de la Mujer: se trata de una competencia de 5 kilómetros exclusiva para el sexo femenino. Su cuarta edición se llevó a cabo en junio del 2014 y contó con la participación de casi 5000 mujeres. Se organizaron categorías especiales para adultas mayores, niñas menores de 18 años y madres lactantes.

Carrera Atlética Internacional: reconocida por la Federación Colombiana de Atletismo e incluida en el calendario de ruta. La competencia de 12 kilómetros de recorrido tiene lugar desde 1991 y no

deportes de alto rendimiento como fútbol, baloncesto, atletismo y ciclismo. El Programa ADES fomenta el apoyo al deportista soachuno a través de incentivos que lo ayudan a destacarse tanto nacional como internacionalmente. Del mismo modo impulsan los convenios con los clubes deportivos de Soacha para integrarlos en sus programas.

En lo que concierne a instalaciones deportivas Soacha cuenta con dos coliseos (General Santander y León XIII), tres unidades deportivas (Tiránica, Compartir y San Carlos) y el Parque el Cagua. En todos ellos se llevan a cabo las actividades anteriormente descriptas.



Captura del Portal del Instituto Municipal de Recreación y Deporte de Soacha

sólo convoca participantes nacionales sino que acuden atletas de África y países de Latinoamérica. Su página web www.soacha12k.com permite obtener información acerca del evento e inscribirse sin costo alguno. Además presenta videos promocionales de las carreras de años anteriores y testimonios de los corredores.

Clásica de Ciclismo de Soacha: tiene lugar en septiembre y consta de 4 etapas a transitar no sólo en Soacha sino en otras partes de Cundinamarca. Los premios alcanzan los 30 millones y su website www.ciclismosoacha.com ofrece la opción de registrarse de acuerdo con la categoría elegida.

El municipio también posee Centros de Perfeccionamiento Deportivo (CPD) donde se practican

A screenshot of the website for the Soacha 12K International Athletics Race. The header features the race logo 'SOACHA 12K OCTUBRE 04/2014' and navigation links for 'INICIO', 'INFORMACIÓN', 'RECORRIDOS', 'INCENTIVOS', 'INSCRIBETE', 'STAFF', and 'CONTACTO'. Below the header is a large photo of runners at the start line. The page is titled 'OCTUBRE 04/2014 CARRERA ATLÉTICA INTERNACIONAL'. It includes logos for 'SOACHA Gobernación de Cundinamarca', 'SOACHA Deporte para todos', '44', 'ILO', 'www.sociedaddeportiva.org', 'www.sociedaddeportiva.org', and 'www.sociedaddeportiva.org'. A call-to-action button says 'INSCRÍBETE, PARTICIPA Y CORRE POR SOACHA'. Below the button are categories for 'ESCOLAR', 'JUVENIL', 'ADULTO', 'MENORES', 'JUVENIL', 'VETERANOS', 'ELITE', and 'SILVA DE RUBIAS'. Social media links for 'SIGUENOS EN:' are also present.

Captura de la página web de la Carrera Atlética Internacional de Soacha www.soacha12k.com

Para concluir, actualmente no existe ningún destino que pueda considerarse competidor a nivel turismo deportivo. Como se ha indicado, existen sitios donde se llevan a cabo eventos puntuales pero no tienen continuidad a lo largo del año. Soacha podría aprovechar sus equipamientos, el impulso desde la alcaldía al deporte y su conocimiento sobre las disciplinas para desarrollar esta tipología. Sin embargo, al momento se limitan a utilizar la infraestructura casi exclusivamente a nivel local, lo mismo que Aguazul. Eso no impide que en un futuro decida seguir los pasos del municipio casanareño e impulsar esta modalidad tu-



rística. Cabe destacar la labor que realiza el IDRA en articulación con los diferentes clubes deportivos (ciclismo) existentes en el municipio que programan eventos deportivos, pero no se enfocan a captar mercados turísticos ni a consolidar ofertas viables para la comercialización de los mismos y del destino.

1.9.2. San José del Guaviare, Guaviare

El turismo es un fenómeno relativamente reciente en este departamento debido a los problemas de orden público. No obstante, una vez la situación logró controlarse, los actores del destino se percataron de la gran potencialidad que tenían

The screenshot shows the Colombia Travel website's interface. At the top, there are navigation links for 'Vacaciones' and 'Itinerarios'. The main header reads 'COLOMBIA CO' and 'GUÍA DE VIAJES OFICIAL'. Below the header is a search bar with the placeholder 'Encuentra tu destino' and a magnifying glass icon. The main content area features a large image of a lush green landscape with trees and hills. Overlaid on the image are the text 'SAN JOSÉ DEL GUAVIARE' and 'EL LLANO SE ENCUENTRA CON LA SELVA'. There are also icons for a heart and a share button. On the right side of the image, there is a weather forecast showing '22°C - 72°F - H: 98%'. Below the image, there are sections for 'QUÉ HACER', 'QUÉ COMER', 'DÓNDE DORMIR', and 'EVENTOS'. A footer note at the bottom left states: 'Foto por Óscar Botero / Vicepresidencia de Turismo de Colombia'. The footer also includes links for 'Iniciar sesión', '¿A dónde ir?', 'Fiestas y Fiestas', 'Información Práctica', 'Planea tu viaje', and social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube.

Captura de la página web Colombia Travel con información sobre San José del Guaviare www.colombia.travel

132

para desarrollar el turismo de naturaleza. Esto se debe principalmente a la existencia de numerosos atractivos de esta índole los cuales, debido a la peligrosidad del sitio en tiempos anteriores, se hallan en muy buen estado de conservación. Es por ello que el turismo se ha tornado en una de las prioridades gubernamentales para este sitio y numerosas acciones se han llevado a cabo en los últimos tiempos para promocionar el Guaviare como una gema escondida. El Plan de Desarrollo del Departamento (2012-2015)²³ señala que el tu-

²³ Gobernación del Guaviare (2012). Plan de Desarrollo 2012-2015 Así, marcamos huella.

rismo en pocos años debe transformarse en una fuente de ingreso para toda la población, por lo tanto es necesario concentrarse en aquellos aspectos que afectan su buen desarrollo.

De acuerdo con el Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza del Programa de Transformación Productiva del Gobierno Nacional, Guaviare es “uno de los departamentos con el mayor porcentaje de áreas protegidas el país. Es aquí donde se encuentra la Reserva natural Nacional Nuca y el PNN Serranía del Chiribiquete, los ríos Guaviare, Guayavero, Ariari, Inírida, Vaupés, Apaporis, Itilla y Unilla, lagunas que son refugios de vida silvestre como Los Cámbulos, la María, Chiquita y Negra, donde nace la Flor de Guaviare, se dan citas las toninas y se encuentran formaciones rocosas como en la Serranía de la Lindosa, Los Túneles y la Puerta de Orión”²⁴. Dentro de los subproductos a desarrollar subrayan el ecoturismo, el avistamiento de aves, el turismo de aventura y el rural.

En lo que concierne a promoción del destino, la guía oficial www.colombia.travel destaca la Serranía de la Lindosa, El Cerro Azul, que alberga pictogramas creados por las tribus locales y varios festivales que reflejan la identidad de los residentes. El sitio para la realización de actividades de aventura es la Laguna Negra. Allí es posible nadar, pescar, practicar velerismo y snorkel.

Cabe destacar que el Guaviare ya está siendo empaquetado. Agencias de viajes de Colombia ofrecen planes al destino dentro de su portfolio de viajes. Generalmente el programa tiene una duración de 4 días – 3 noches y es posible combinarlo con Caño Cristales en La Macarena. El hecho que los operadores turísticos programen salidas al Guaviare demuestra una confianza en el destino y en la provisión ordenada del servicio por parte de los prestadores locales.

San José del Guaviare resulta un destino competitivo de Aguazul ya que sus atractivos naturales son similares: lagunas, formaciones rocosas y ríos. Es por ello que se hace necesario que el mu-

²⁴ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009). Programa de Transformación Productiva. Plan de Negocios Turismo de Naturaleza.

nicipio casanareño se destaque combinando las actividades propias del ecoturismo con la práctica del deporte. De ese modo podrá diferenciarse fácilmente del resto de los competidores.

1.10. MATRIZ DOFA

El diagnóstico realizado, basado en revisión de fuentes seguras y visitas de campo fue presentando a los actores del turismo local, mediante una matriz DOFA, para su validación, la cual se llevó a cabo en un taller²⁵ el día 05 de marzo de 2015. Los siguientes cuadros incluyen los ajustes hechos por los participantes, en lo que el equipo consultor creyó oportuno.

La matriz DOFA fue organizada por componentes, de acuerdo con las variables analizadas y ne-

cesarias para la formulación del plan de desarrollo turístico.

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se presentan las estrategias, objetivos, proyectos, plan de acción y de inversiones que componen la propuesta integral del plan de desarrollo turístico a un horizonte de diez años, a partir del enfoque metodológico propuesto con base en la metodología que para tal fin definió el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

1.10.1. Variable infraestructura:

²⁵ Ver Anexo 3 Informe talleres realizados.

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Posición geográfica del municipio y su cercanía a la capital, Yopal.	Falta generalizada de señalización primaria y ausencia casi total de señalización turística.	Interés del Gobierno nacional y departamental en mejorar las vías de la región.	Destinos cercanos con señalización vial y turística
Existencia de un aeropuerto cercano y una terminal de buses operativos.	Deficiente calidad de las instalaciones y servicios del aeropuerto de Yopal.	Firma de tratados de libre comercio imponen nuevas reglas de juego para la producción que implica racionalizar el uso y el mantenimiento de la infraestructura física disponible.	Cierre esporádico y/o espontáneo de vías por mal estado.
Variedad en aerolíneas, rutas y frecuencias.	Inseguridad ciudadana, consumo de sustancias psicoactivas y movilización delincuencial en aumento.	Existencia de una política nacional de Atención Primaria en Salud.	Cambio climático impacta negativamente en la infraestructura y equipamientos construidos.
Malla vial en buen estado.	Aguas residuales sin canalización ni tratamiento.	Doble calzada Sogamoso- Aguazul.	Bajo seguimiento del departamento a los programas de seguridad turística.
Presencia y operatividad de un sistema de transporte público intermunicipal frecuente y completo hacia y desde el municipio de Aguazul.	Depósito y manejo inadecuado de residuos sólidos, industriales y domésticos.	Proyectos viales de interconexión entre los municipios de Tauramena-Aguazul-Pajarito - Maní.	



FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Infraestructura hospitalaria existente.	Deficiente recolección de residuos sólidos en áreas urbana y rural.	Proyectos viales de incidencia internacional como la vía central del Llano Colombia-	
Existencia de anillos viales pavimentados que pueden propiciar nuevos procesos de desarrollo turístico.	Baja cobertura de servicios públicos en áreas rurales de influencia turística.	Venezuela, y cuya construcción favorece la integración de Maní, Tauramena, Pajarito, Sogamoso, Chámeza Recetor, Monterrey, Villanueva y Aguazul.	
Alto porcentaje de cubrimiento de servicios públicos en el área urbana.			
Avances de cumplimiento en la recuperación y mantenimiento de escenarios deportivos; ejemplo la Villa Olímpica.			
Interés de la Administración Municipal por adquirir predios para la protección de las fuentes abastecedoras de acueductos del municipio de Aguazul.			
Existencia de la planta de tratamiento de residuos sólidos domésticos, como alternativa viable para manejo de basuras a nivel de municipios.			
Existencia del Plan Padrino para el fortalecimiento de escenarios deportivos y apoyo a deportistas destacados.			
Esquema Básico de Ordenamiento Territorial en proceso de actualización e inclusión del turismo como dinamizador de la economía aguazuleña.			

Tabla DOFA Variable Infraestructura. Siete Turismo Estratégico, 2015

1.10.2. Variable uso de tecnologías

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Disponibilidad de infraestructura Tics en centros educativos rurales y urbanos del municipio.	No evidencia de adaptación de tecnologías en servicios financieros y control de reservas para visitantes.	Existencia de una política pública nacional en Ciencia, Tecnología e Innovación (CTel), así como una línea estratégica transversal.	
Promoción de redes de mejores aprendizajes de Ctel, con semilleros y cultura de investigación para todos los grupos de edad, por parte de la administración municipal.	Actitudes, tradiciones y programas inconclusos impiden el dominio de herramientas de la información del conocimiento, la difusión y la comunicación.	Existencia de herramientas tecnológicas para la promoción y difusión de productos y destinos turísticos.	
Existencia del Plan Estratégico Municipal de Ciencia, Tecnología e Innovación, Aguazul 2015-2022	Bajos niveles tecnológicos en la cadena de valor del turismo.		
	Incipiente incorporación de Tics en la prestación y venta de los servicios turísticos.		

Tabla DOFA Variable Uso de tecnologías. Siete Turismo Estratégico, 2015

1.10.3. Variable Superestructura

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Existencia de Policía de Turismo y apoyo de la Policía Nacional para el turismo	Baja confianza de la población en las instituciones públicas locales.	Existencia de políticas públicas del orden Nacional para el desarrollo del turismo e incentivos para la inversión turística.	Falta de información sobre financiamiento y demora de los trámites administrativos relacionados con inversión privada para el turismo.
Interés de la administración municipal por desarrollar adecuadamente el sector turístico	Baja participación ciudadana en procesos de construcción territorial.	Existencia de la Política de Seguridad Turística Nacional	Escasez de entidades de promoción turística en el Departamento
Presencia de un gremio empresarial	La Policía de Turismo no cuenta con la capacitación ni la dotación requerida para la prestación del servicio.	Existencia del Clúster de Turismo de Naturaleza de Casanare y la inclusión del municipio.	Falta de gremios a nivel departamental.
Apoyo de la Cámara de Comercio a iniciativas turísticas	Falta de conciencia y cultura ciudadana para el turismo.	Existencia del Plan de Desarrollo Turístico de Casanare.	Inexistencia de un sistema de información turística.
Alcaldía municipal certificada en Sistema de Gestión de Calidad en las normas NTC GP1000:2009 e ISO 9001:2008	Insuficiencia institucional en aspectos organizacionales y presupuestales para el turismo.	Existencia de APP's, Contratos Plan, Asociaciones Territoriales y Regionales.	



FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
------------	-------------	---------------	----------

Desconocimiento de la legislación y normatividad turística

Falta de confianza en el sector turístico y sus posibilidades como motor de desarrollo local.

Falta de coordinación público – privada para la optimización de recursos financieros, técnicos y humanos para el desarrollo del destino.

Tabla DOFA Variable Superestructura. Siete Turismo Estratégico, 2015

1.10.4. Variable Producto turístico

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Existencia de Infraestructura deportiva de alto nivel y en uso	Falta de mantenimiento y culminación de obras de la infraestructura deportiva	Nuevos segmentos de mercado mundiales que deciden su viaje en función de actividades deportivas.	Destinos con mayor renombre y con infraestructura deportiva similar
Identidad llanera	Ausencia de atractivos culturales de renombre	Turistas dispuestos a visitar destinos por festividades y eventos	Destinos con productos ya desarrollados de cultura llanera
Festival del Arroz con 27años de antigüedad y reconocimiento nacional	Festival del Arroz ha perdido su esencia y no refleja el espíritu de los aguazuleños	Casas de la Cultura en diferentes municipios sostenibles y con actividades de interés turístico	Existencia de otros festivales en la región oriental que mantienen las tradiciones del llanero
Casa de la Cultura en buen estado y con salones disponibles para la comunidad	Equipamientos con potencialidad turística subutilizados y sin mantenimiento	Eventos agroindustriales a nivel nacional que generan ingresos adicionales a los destinos.	Existencia de eventos de coleo mejor posicionados en el país.
Existencia de una Plaza de Toros en uso.	El nombre no guarda relación con la función del Parque del Arroz	El turismo de naturaleza forma parte del Plan de Transformación Productiva	Subasta Ganadera de Yopal con mayor reconocimiento
Existencia de una Concha Acústica con buena infraestructura para la realización de eventos	Ausencia de actividades turísticas organizadas en torno a los atractivos con potencial para el turismo	Existencia de políticas por tipologías turísticas para el desarrollo y fortalecimiento de destinos y productos.	Municipios vecinos cuentan con actividades turísticas organizadas

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Interés de los empresarios en desarrollar un parque temático en el Parque del Arroz	Laguna del Tinije y La Graciela sin posibilidades de ser incorporadas al producto turístico debido a que sus accesos son privados y se requiere permiso previo de los propietarios, corriendo el riesgo de no conseguirlo.		El turismo de naturaleza está presente en gran parte del territorio nacional.
Posibilidad de desarrollar el turismo de manera adecuada, por ser un destino nuevo.	Ausencia de tipología turística	Existencia de destinos colombianos con productos maduros y posicionados	
Existencia de la Manga de Coleo (de las más importantes del oriente colombiano).	Inexistencia de Producto Turístico		
Feria Ganadera semanal en el Coliseo de Ferias			
Presencia de recursos y atractivos naturales			

Tabla DOFA Variable Producto turístico. Siete Turismo Estratégico, 2015



1.10.5. Variable ambiental

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Reservas naturales protegidas como San Miguel de Farallones (ecoturismo)	No hay cultura de turismo en general	Priorización del turismo de naturaleza desde el orden nacional	Actores armados ilegales
Presencia de un recurso (cueva) en una zona paisajística, social y ambientalmente aceptable (vereda Altolindo)	No hay infraestructuras ni equipamientos para turistas rurales	Política de turismo comunitario	Ausencia de apoyo institucional, local, departamental y nacional
Presencia de un cerro tutelar en el área urbana (Cerro de la Cruz) y una cueva, a escasos minutos de recorridos.	Inexistencia de producto de naturaleza y actividades.	Recursos del gobierno para el mejoramiento de atractivos	Desarrollo de un concepto de ecoturismo equivocado
El interés de las comunidades de las veredas en Farallones de San Miguel, Altolindo, Palo Solo, Iguamena, Valle Verde y San José del Bubuy.	Aumento de la degradación de los recursos naturales actuales		



FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Presencia de un recurso invaluable: el río Unete	Condiciones de inseguridad por presencia de grupos al margen de la ley		
	Mal uso de los recursos naturales (flora, fauna y agua)		
	Falta de interés y compromiso por parte de las comunidades rurales en el cuidado de su patrimonio natural		

Tabla DOFA Variable Ambiental. Siete Turismo Estratégico, 2015

1.10.6. Variable Desarrollo empresarial

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Existencia de una Corporación empresarial turística y cultural	Desconocimiento de normas técnicas sectoriales de calidad	Apoyo desde el Gobierno Nacional para la certificación de sostenibilidad de empresas turísticas	Demanda turística cada vez más comprometida con la sostenibilidad y exigente en cuanto a calidad del servicio
Los mecanismos de financiación utilizados por las empresas turísticas son, en su gran mayoría, recursos propios.	Desconocimiento de normas sectoriales de sostenibilidad	Existencia de fondos del Gobierno Nacional para mejorar la competitividad de las empresas turísticas.	Disminución considerable de desplazamientos de profesionales y técnicos del sector hidrocarburos
El comportamiento financiero de la mayoría de las empresas turísticas se caracteriza por poseer local propio, régimen simplificado y activos propios.	Desconocimiento de la regulación turística aplicable	Recursos del FONTUR para mejorar la competencia del personal que labora en establecimientos turísticos	Sector turístico del país cada vez más y mejor preparado
La mayoría compran productos de alimentos en el mercado local; lencería, toallas y otros insumos en Yopal y Villavicencio.	Establecimientos de alojamiento construidos para mercados diferentes al turístico (sin estándares)	Cámara de Comercio de Casanare comprometida con el clúster turístico de naturaleza departamental	
Programa de emprendimiento como estrategia de apoyo a las iniciativas empresariales de los habitantes del municipio de Aguazul.	Inexistencia de gremios del sector turístico	Cámara de Comercio con programas de capacitación para el sector turístico.	
Mayoría de empresarios turísticos con RNT	Personal no competente para las labores que desempeña	Incentivos educativos para el turismo internacional	
	Deficiente planeación administrativa	Presencia del SENA en la región	

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Serias deficiencias en la manipulación de alimentos		
	Inexistencia de agencias de viajes operadoras y guías de turismo		
	Inexistencia de programas empresariales y planes de negocios que estimulen el emprendimiento en la población municipal		

Tabla DOFA Variable Desarrollo empresarial. Siete Turismo Estratégico, 2015



1.10.7. Variable Formación y capacitación

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Posibilidad de ampliación de la oferta educativa a partir de la realización de convenios con el SENA y universidad pública y/o privada (según información del Plan de Desarrollo Municipal).	Baja capacidad de las empresas turísticas de absorber egresados	Los programas de formación revisados apuestan por la investigación como la piedra angular en el sector.	Baja demanda de estudiantes para programas de formación en turismo
	Ausencia de profesionales, técnicos o tecnólogos en turismo	Oferta de programas de formación para el turismo no presenciales en entidades de educación superior de Yopal	Currículos académicos poco pertinentes a las dinámicas del mercado turístico
	Inexistencia de programas de turismo en el nivel municipal	Creación del Instituto o Centro de Cualificación de Casanare	Concentración generalizada de demanda de egresados en turismo en la capital departamental
	Baja demanda de estudiantes de Aguazul en programas de turismo	Oferta de programas de formación superior en turismo y disciplinas relacionadas	
	Inexistencia de instituciones educativas adheridas al Programa Nacional Colegios Amigos del Turismo	Creación de programas novedosos en turismo, acordes con la realidad y necesidades particulares de los destinos turísticos	

Tabla DOFA Variable Formación y capacitación. Siete Turismo Estratégico, 2015



1.10.8. Variable Estrategia promocional

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Realización de Campaña de Promoción Sueños de Aguazul en 2014	Canales de Distribución muy débiles o inexistentes	Disposición de los agentes de viajes de Yopal, Bogotá y Sogamoso de incluir nuevas propuestas dentro de su portafolio de productos	Las agencias de viajes ofrecen entre sus productos municipios mejor organizados.
El alumbrado navideño como motivo de desplazamiento de visitantes durante la temporada	Inexistencia de paquetes turísticos que incluyan Aguazul	Existencia de tours específicos de alumbrado navideño y de ciclismo desde Boyacá y Meta	Presencia continua y constante de otros destinos en la web y redes sociales
Existencia de material promocional gráfico	Ausencia de imagen turística de destino	Presencia de Colombia en ferias de turismo internacional	Presencia con productos y paquetes de otros destinos en las ferias de turismo
Mención del destino en medios de relevancia nacional	Falta de continuidad de la campaña Sueños de Aguazul. Abandono del blog y de toda presencia en redes sociales	Creciente interés por Colombia en nuevos mercados	El Rally 1000 no incluye Aguazul en su recorrido por Casanare
	Falta de coherencia entre la campaña Sueños de Aguazul y la realidad turística del municipio	Aparición de Colombia en guías de turismo internacionales	
	No hay participación en ferias turísticas ni en eventos del sector		
	Material gráfico desactualizado y con imprecisiones acerca de los atractivos		
	Ausencia de política de promoción turística		

Tabla DOFA Variable Estrategia promocional. Siete Turismo Estratégico, 2015

1.10.9. Variable Demanda

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Municipios cercanos emisores de turistas al destino.	Demanda actual de turismo muy pobre, concentrada generalmente en ferias y fiestas y en eventos deportivos.	Segmento de turismo de negocios aumenta su estadía por complemento con actividades de turismo tradicional.	Segmento de turismo de negocios aumenta su estadía por complemento con actividades de turismo tradicional.
Aguazul es un destino visitado por familias.	El motivo principal de visita se centra en visitar familiares y amigos.	El segmento familias constituye gran parte del turismo colombiano	El segmento familias constituye gran parte del turismo colombiano
El trabajo es uno de los motivos principales para visitar el destino	El turismo tradicional no constituye causa de visita	El buen clima es un atractivo para habitantes de lugares fríos.	El buen clima es un atractivo para habitantes de lugares fríos.
Turistas fieles al destino	Los Puntos de Promoción, las Agencias de Viajes e internet no funcionan como promotores del destino	Interés creciente en los turistas por realizar actividades adicionales como visitas a sitios culturales, recorridos ecoturísticos, etc.	Interés creciente en los turistas por realizar actividades adicionales como visitas a sitios culturales, recorridos ecoturísticos, etc.
Vacaciones concentradas en las temporadas normales del turismo (receso escolar y vacaciones laborales)	La baja calidad en la prestación del servicio y el calor constituyeron los aspectos negativos percibidos por los turistas.	El colombiano prefiere viajar en familia y en plan descanso.	El colombiano prefiere viajar en familia y en plan descanso.
La familia y amigos son la referencia principal para llegar a Aguazul	El desorden y la inseguridad son factores que molestan a los visitantes. Es probable que esto se dé en mayor medida durante las fiestas locales.		
El alojamiento y la restauración están bien calificados	La mayoría de visitantes se aloja en casa de familiares y amigos		
Los turistas afirman haber realizado multiplicidad de actividades	La mayor parte del mercado emisor potencial de Sogamoso y Bogotá no ha escuchado hablar de Aguazul como destino turístico ni lo han visitado		
La gente, el clima, la tranquilidad y los paisajes son los atributos más valorados			
Los servicios del municipio se encuentran bien considerados por los turistas			
La mayor parte del mercado emisor de Yopal ha escuchado hablar de Aguazul como destino turístico y lo ha visitado			
Los de Bogotá y Yopal no consideran que Aguazul sea peligroso			
Nadie considera que Aguazul sea costoso			





PLAN ESTRATÉGICO

142



PLAN ESTRATÉGICO

Visión turística del municipio
Estrategias
Matriz plan de acción y de inversiones
Perfiles de proyectos, elegidos como prioritarios por su relevancia en la ejecución del plan.

Apartir de los resultados del diagnóstico, los cuales se sintetizaron mediante una herramienta DOFA, se construyó de manera participativa la visión turística del municipio, constituyéndose en el conductor del planteamiento estratégico.

Los componentes de este capítulo son:

- Visión turística del municipio de Aguazul a un horizonte de diez años (2025).
- Documento descriptivo de cada una de las estrategias y sus correspondientes acciones.
- Matriz plan de acción y de inversiones que recoge de manera sucinta la formulación del plan indicando acciones, costos aproximados y base de cálculo.
- Formulación de tres perfiles de proyectos, elegidos como prioritarios por su relevancia en la ejecución del plan.

2.1. OBJETIVO GENERAL

Posicionar a Aguazul como el principal destino deportivo y de ecoturismo en el ámbito nacional, resultado de la gestión coordinada de sus instituciones y empresarios, generando productos diferenciales que faciliten su comercialización y mejorando la calidad de vida de sus pobladores.

2.1.2. Objetivos específicos

- Desarrollar e implementar una infraestructura funcional acorde con las necesidades del producto turístico Deportivo, que garantice las condiciones adecuadas para la competitividad del destino.
- Desarrollar la gestión turística del municipio

de Aguazul con base en un Sistema de Gestión Turística que fortalezca el desempeño de sus actores estratégicos.

- Fomentar la formación y capacitación en turismo en el municipio de Aguazul.
- Preparar al municipio de Aguazul y al departamento de Casanare en el uso de las tecnologías de la comunicación y la información, así como en los sistemas de generación de conocimiento aplicados al turismo.
- Consolidar la gestión administrativa y operativa de los prestadores de servicios turísticos de Aguazul.
- Desarrollar productos turísticos especializados y diferenciados que permitan posicionar a Aguazul como destino turístico.
- Fortalecer la promoción y los canales de distribución del producto turístico de Aguazul.

2.2. VISIÓN TURÍSTICA DE AGUAZUL AL 2025

En el año 2025 Aguazul será reconocido por ser el mejor destino en deporte multimodal; articulará su producto turístico a partir de escenarios de alta calidad para competidores, aficionados y espectadores, así como de actividades de bajo impacto en su entorno natural. Dará especial interés a su vocación arrocera invitando a propios y extraños a conocer sus procesos y disfrutar sus productos. Para lograr su posicionamiento contará con una marca unificada, material promocional de calidad y un portal interactivo dirigido a mercados especializados. Concentrará esfuerzos en atraer eventos que pongan en valor los equipamientos existentes.

Contará con una institucionalidad fortalecida a partir de procesos eficientes de articulación público privada que permita una gestión coordinada de recursos.

Sus empresarios turísticos habrán incorporado tecnologías para la información y las comunicaciones, estarán comprometidos con la calidad y la sostenibilidad, contarán con un recurso humano bilingüe, competente y especializado; serán expertos en las actividades que ofrece el destino y brindarán servicios de excelencia, donde será evidente el trabajo cooperado y mancomunado.



El destino habrá creado una conciencia turística sostenible entre sus habitantes, dando prioridad al fortalecimiento de las comunidades organizadas, orientando su gestión para que sean actores claves en la prestación de servicios turísticos.

Para dar cumplimiento a los propósitos expresados en la visión, es preciso un trabajo armónico de todos sus actores, donde la administración municipal juega un papel protagónico en los procesos de articulación que permitan cimentar bases sólidas de crecimiento, con el apoyo irrestricto de los clubes deportivos, de los empresarios turísticos, de las federaciones ganaderas y agroindustriales que hacen presencia en el municipio y de las instituciones de formación de Yopal para lograr un recurso humano competente. Todos ellos serán los abanderados para la puesta en escena de las propuestas que este plan concreta que, construido colectivamente, les demanda actuar.

Cumplir con la visión, reflejará una sociedad aguazuleña más sensible al fenómeno turístico, a partir de la consolidación de iniciativas de alto componente comunitario que, sin lugar a dudas, contribuirá significativamente en el mejoramiento de su calidad de vida.

2.3. ESTRATEGIAS

2.3.1. Estrategias relacionadas con la infraestructura

La base fundamental para que el turista pueda movilizarse hacia el destino y sus atractivos depende en buena parte de la disposición del factor infraestructura en el territorio; no obstante, el término infraestructura es mucho más amplio y abarca “el conjunto de elementos o servicios considerados necesarios para que una actividad se desarrolle efectivamente” (www.denificaciónabc, s.f.). Así las cosas, no se puede concebir un desarrollo turístico, sin la infraestructura adecuada. En este contexto, la red vial hacia y en el interior de Aguazul fue catalogada como adecuada por el equipo de trabajo aunque mejorable a partir de la incorporación de señales en las vías principales y zonas neurálgicas del municipio. Por lo anterior, la dotación de señalética exclusivamente dirigida

al transeúnte, visitante y/o turista mejora su sentido de la ubicación e incluso puede potenciar (al alza) su experiencia turística. De otro lado, aspectos como la seguridad, la cultura ciudadana para el enlucimiento del municipio, la cobertura de servicios básicos en zonas priorizadas como turísticas en el área rural aguazuleña, la información turística que se pueda brindar al visitante, entre otras, se han convertido en acciones prevalecidas en el plan de inversiones y por lo tanto, en este documento. Las mismas, implican que todos los sectores involucrados busquen la mejora de la calidad y competitividad de los espacios públicos y turísticos, así como la sostenibilidad a largo plazo de las zonas turísticas de Aguazul, con el fin de forjar una posición aventajada del municipio en el mercado turístico regional, nacional y al largo plazo internacional.

Objetivo

Desarrollar e implementar una infraestructura funcional acorde con las necesidades del producto turístico Deportivo, que garantice las condiciones adecuadas para la competitividad del destino.

Para lograr este objetivo, se sugiere ejecutar las siguientes acciones:

2.3.1.1. Implementar la señalización vial, peatonal y de interpretación turística tanto para el acceso al municipio como a sus principales atractivos

Si el turista o visitante tiene toda la información a su disposición, bien sea la relacionada con la distancia que falta para llegar al municipio; o sobre qué entrada al municipio le conviene mejor o incluso qué significado tiene un atractivo y por qué es importante, la experiencia turística será mejor y por ende, esto repercutirá en el desarrollo turístico de Aguazul. Por lo tanto, es irrefutable que la existencia de señalización vial, peatonal y de interpretación turística repercute de manera favorable en los resultados socioeconómicos a nivel municipal. Pese a lo anterior, toda señalización debe reunir ciertas características técnicas para que la información se divulgue con el máximo respeto a la seguridad vial, de forma homogénea y con los niveles de calidad que deben ofrecer los atractivos turísticos.

En correspondencia, la señalización vial y turística clara, concisa y óptima hace que el turista y/o visitante se sienta seguro y confiado, disfrutando al máximo de las actividades realizadas durante su estancia en el destino, lo que propicia el posicionamiento competitivo del departamento.



Modelo mogador para señalización interpretativa.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha diseñado el Manual de señalización turística peatonal que instruye en los procesos que deben adelantarse para los estudios técnicos y la implementación de la misma. Igualmente apoya la ubicación de señales viales turísticas (en promedio 3 por destino). El Fondo Nacional de Turismo apoya los estudios técnicos de la señalización peatonal y vial turística con fondos de cofinanciación, más no la interpretativa; debe entonces presentarse propuesta separada, correspondiendo a la Alcaldía Municipal la contratación de los estudios de la señalización interpretativa.

Para la señalización interpretativa, dependerá del modelo escogido por la administración municipal;

estas son consideradas de relevante importancia para el entendimiento de los atractivos que visita el turista; deben colocarse en las entradas de los atractivos más relevantes y resumen datos importantes como historia, rutas, actividades y lo que puede ser visitado en el atractivo. Se sugiere que para los equipamientos deportivos (seis en total) y para la casa de la cultura se diseñen en materiales resistentes a la humedad y la intemperie.

Con respecto a las señales interpretativas que deben ubicarse en los atractivos naturales se sugiere material amigable con el medio ambiente, pero igualmente resistentes; existen en el mercado un sinnúmero de alternativas; lo importante es diseñar un contenido de descripción de las rutas, servicios, actividades y puntos de hidratación. Entre otros aspectos.

Se proponen ubicarlas una vez definidos los senderos interpretativos en Farallones de San Miguel, el Cerro de la Cruz o Cuartounete (incluye la cueva Achagua) y la cueva El Teatro en la vereda Altolindo.

Algunos modelos podrían ser:



Tomado de varias páginas web de parques naturales en España y Perú.

Para estos tres tipos de señalización, se propone contratar una consultoría especializada en el levantamiento de los estudios técnicos y cartográficos; incluye tipo de señales, diseño y contenidos (en dos idiomas español/inglés), cantidad requerida, ubicación, precio de fabricación, montaje de las mismas; teniendo en cuenta que no es posible determinar con exactitud la cantidad de señales requeridas, ni los materiales, el costo solo incluye los estudios técnicos. La identificación de requerimientos debe ser adelantada por la Alcaldía de Aguazul.





2.3.1.2. Mantener las iniciativas locales de seguridad y reforzarlas

En lo respectivo a las condiciones de seguridad en el municipio de Aguazul se evidenció en el diagnóstico que el actual Gobierno ha elaborado una Política Integral de Convivencia y Seguridad Ciudadana 2012- 2015 “Hechos por la Paz”, ratificando que se maneja información importante sobre las causas, detonantes y situaciones de inseguridad en diferentes zonas del municipio. Sobre esta base, se conoce que existen proyectos e iniciativas cuyo objetivo es velar por la prevención de delitos y la propensión de la seguridad ciudadana y también turística. Por consiguiente, las actividades propuestas para esta acción son:

- a. Creación de un Comité de Seguridad (temporal), conformado por la Secretaría de Gobierno- Despacho del Alcalde y la policía de Aguazul; incluyendo a la Policía de Turismo municipal. La duración de este comité transitorio no debe superar un mes.
- b. Identificación de las iniciativas más eficaces en términos de seguridad en el municipio y posible mejoramiento.
- c. Elaboración y ejecución de un plan de acción.

Estas actividades tienen un costo \$0 porque están relacionadas con procesos de gestión, articulación y coordinación por parte de la Alcaldía de Aguazul con la Policía- Policía de turismo.

2.3.1.3. Revisar el programa de residuos sólidos existente en la actualidad

En el diagnóstico se conoció que la Empresa de Servicios Públicos de Aguazul ESPA S.A. E.S.P. realizó una encuesta de satisfacción a los usuarios y suscriptores que buscaba determinar el grado de satisfacción sobre la prestación de los servicios de Acueducto, Alcantarillado y Aseo. El cuestionario arrojó que el porcentaje de satisfacción para el servicio de aseo, era más bajo que para los demás servicios. También se evidenció en la salida de campo que a pesar del esfuerzo institucional por realizar campañas de concientización respecto al manejo de los residuos sólidos, el municipio no permanece limpio. Por esta razón se propone que de manera urgente se creen me-

sas de trabajo para revisar el actual sistema de basuras (horarios, recolección y disposición final); luego se deberá elaborar el plan de acción y batería de indicadores para su seguimiento y control; por último se debe ejecutar este plan de acción.

Estas actividades deben llevarse a cabo de manera articulada entre la Alcaldía de Aguazul, la Empresa de Servicios Públicos de Aguazul- ESPA S.A. E.S.P. y los presidentes de juntas de acción comunal de las áreas implicadas.

2.3.1.4. Mejorar la cobertura de servicios básicos en las veredas de interés turístico (Cuarto Unete, Altolindo, San José de Bubuy, Valle Verde, Palo Solo, Iguamena y San Miguel de Farallones)

Aunque la calidad y la cobertura de servicios públicos básicos son variables que no están directamente relacionadas con la industria turística; en caso de no desarrollarse como es debido, se consideran un motivo más que suficiente para la conformación de una imagen negativa del destino. Las deficiencias en los servicios públicos pueden afectar notablemente en la baja permanencia de los turistas y/ o visitantes en la zona; de ahí el planteamiento de esta acción que principalmente debe considerarse como un derecho fundamental y común a todos los ciudadanos aguazuleños; más que un derecho de los turistas.

A partir del análisis de fuentes primarias y secundarias realizado a la cobertura y calidad de servicios públicos, se descubre que la cobertura a nivel urbano es suficiente y se considera buena pero, por el contrario, la cobertura en el área rural es completamente exigua, principalmente la que a gas natural y electricidad se refiere. Es necesario destacar en este momento que inicialmente la cobertura se realizará solamente en las seis veredas priorizadas por el interés de las comunidades en desarrollar actividades turísticas.

Es oportuno entonces que la acción prioritaria en este sentido sea la estructuración de los proyectos para el mejoramiento de la cobertura de servicios públicos y obviamente, la consecución de recursos económicos correspondientes.

Como se indicó en el plan de inversiones, no se define el costo para la primera actividad, el cual estaría a cargo de ser definido por la Oficina de Planeación municipal.

2.3.1.5. Dotar al municipio de un Punto de Información Turística perteneciente a la Red Nacional de Pit's

Tal y como lo constata su administrador desde el año 2010, el Fondo Nacional de Turismo- FONTUR, “el turismo visto como eje de desarrollo económico, social y cultural tanto local, regional y nacional, requiere entre otros instrumentos, de un sistema de información confiable, que contribuya a la orientación y satisfacción del visitante y sirva como herramienta para determinar los indicadores propios de esta actividad, haciendo de cada región un destino más competitivo.” De ahí que pertenecer a la red Nacional de Puntos de Información Turística no traiga más que beneficios para el municipio, entre otros:

- Estandarizar la prestación del servicio de información turística a escala regional y nacional, alineando las diferentes iniciativas emprendidas por entidades públicas y privadas, buscando la excelencia en la prestación del servicio.
- Lograr un reconocimiento a nivel nacional por medio de la difusión del destino en todo el país a través de los puntos ubicados en las diferentes ciudades.
- Beneficiarse a través de la implementación de una estrategia de promoción y posicionamiento de la Red.
- Fomentar entre la población de la región un trabajo de sensibilización frente al turismo.
- Capacitación constante a los informadores de los PITs integrados a la red.
- Conocer y aplicar mejores prácticas de los otros Pitos de la Red.
- Ser un punto de enlace entre los prestadores de servicios turísticos y las entidades públicas, para divulgar y comercializar los productos emblemáticos de cada región y diversificar su oferta turística.
- Recopilar información cuantitativa y cualitativa que permita conocer más al visitante y tomar decisiones estratégicas para la atención de los usuarios.

Aunque el Aeropuerto El Alcaraván de Yopal cuenta con PIT, se plantea la posibilidad que el municipio tenga un punto propio. Para este efecto, se constató que el Punto de Información Turística de Aguazul podría ubicarse en la Terminal de Transportes “El Garcero del Llano”, en una oficina que no está ocupada y que en tiempos atrás estuvo dispuesta para brindar información a turistas y visitantes.

Para formar parte de la red se debe realizar la gestión ante el Viceministerio de Turismo- FONTUR para la dotación del punto. Para mayor información de los compromisos de la entidad y del aliado regional visitar la página web: <http://www.fontur.com.co/productos-y-servicios/informacion-turistica/52>.

2.3.1.6. Revitalización del proyecto PTAR Unete

Las Plantas de Tratamiento “son unidades de transformación de la materia orgánica contenida en los efluentes industriales y domésticos, las cuales a través de tratamientos físico- químicos y biológicos (tratamiento primario, secundario y terciario), logran la remoción de contaminantes contenidos en el agua negra con el fin de reúso para consumo doméstico (higiénico, limpieza, culinaria); uso público (riego, jardines, parques y fuentes); uso recreativo (llenado de piscinas); uso agrícola (riego de hortalizas) y consumo comercial e industrial (PTAR de colombia, s.f.). según datos de esta entidad (s.f.), se estima que la producción de aguas residuales domésticas en colombia es de 6 millones de m³/día, de los cuales tan solo el 20 % son conducidas a PTARs (y de éstos, solo el 8% es efectivamente tratada), mientras que el 80% restante es vertido sin ningún tratamiento a los suelos, ríos, quebradas, lagos o directamente al mar.

Se conoció que ya existe un proyecto de PTAR para el río Unete que reposa en el área de Obras Públicas de la Alcaldía Municipal, por lo que se propone que se realice la gestión ante el área correspondiente y así revitalizar el proyecto de construcción, lo que mejorará considerablemente la situación actual de contaminación de la fuente hídrica.



2.3.1.7. Fortalecer el sistema de salud existente, a partir de la creación de un centro de medicina en deporte para la atención de los deportistas

Teniendo en cuenta que el producto turístico de Aguazul se basa en lo deportivo, el equipo de trabajo sugiere fortalecer el sistema de salud existente, partiendo de la base que la situación por la que atraviesa el sector de la salud en Aguazul no es la mejor en términos de cobertura ni de especialización médico-deportiva.

Las actividades que se proponen para la creación del centro de medicina en deporte para la atención de los deportistas son las siguientes:

- a. Verificar si el municipio ostenta algún edificio que se pueda convertir en clínica
- b. Estructuración del proyecto para la creación del centro de medicina especializada
- c. Consecución de los recursos.

Según las informaciones que arroja el benchmarking realizado durante este estudio en países como México, Chile o España, los centros médicos especializados en deporte son iniciativas lideradas por el sector público dirigidas hacia la comunidad, cuyo objetivo es “proporcionar una respuesta eficaz, científica, seria y responsable ante cualquier duda o problema que se le pueda plantear al ciudadano en relación con su actividad deportiva o recreativa; su fin último es mejorar las condiciones en las que la población en general

realiza su actividad deportiva, pero no sólo para aumentar su rendimiento sino, para aumentar las posibilidades de obtención de salud por el deporte” (Diputación de Toledo, s.f.).

Así las cosas, este tipo de centros se autofinan-cian parcialmente a partir de convenios que se realizan con entidades deportivas y/o privadas y las cuotas de pago por los servicios que toman los deportistas.

Los organigramas revisados son bastante simples y están compuestos por un médico especialista en educación física y deporte (deportólogo), una enfermera y una auxiliar de enfermería.

Lo anterior podría lograrse a partir de una alianza público privada con una entidad de salud o gene-rando incentivos para la inversión privada.

2.3.1.8. Mejorar las especificaciones técnicas exigidas para el desarrollo del deporte en los equipamientos existentes.

Aguazul cuenta con equipamientos deportivos y recreativos, sobre los cuales se basa el producto deportivo; no obstante y en busca de su compe-titividad, es necesario proponer deporte de desar-rollo físico²⁶, alto rendimiento²⁷ y espectáculo²⁸, mejorando sus especificaciones, servicios y en-tornos con el fin de que tanto deportistas como aficionados puedan realizar sus actividades en condiciones adecuadas, así como el público con-sumir el espectáculo deportivo y disfrutar de él.

Esta estrategia consiste en aplicar las normas téc-nicas para la infraestructura deportiva que garan-tice la práctica en condiciones seguras y compe-titivas. El siguiente cuadro describe las mejoras que deben adelantarse en cada uno de los equipa-mientos deportivos y recreativos:



Pistas de atletismo y patinaje con estándares internacionales.
Google.com

²⁶ Se llama ejercicio para el desarrollo físico a cualquier actividad física que mejora y mantiene la amplitud física, la salud y el bienestar de la persona. Se lleva a cabo por diferentes razones, como el fortalecimiento muscular, mejora del sistema cardiovascular, desarrollar habilidades atléticas, deporte, pérdida de grasa o mantenimiento, así como actividad recreativa.

²⁷ Se entiende por deporte de Alto Rendimiento y de proyección internacio-nal a aquel que implica una práctica sistemática y de alta exigencia en la respectiva especialidad deportiva.

²⁸ El deporte espectáculo se caracteriza por su condición de distracción, fiesta, representación, función y diversión de las personas que asisten a él.

#	LUGAR	EQUIPAMIENTO DEPORTIVO	MEJORAS
1	Villa Olímpica El Turpial del Llano	Pista de atletismo	Adecuar el campo de atletismo, para los saltos y lanzamientos en el perímetro actual del campo de fútbol. La longitud de la pista se deberá ajustar a los 400 km estándar. Mejorar la precisión sobre los bordillos de confinamiento de los perímetros exterior e interior de la pista y superficie, así como la demarcación y marcaje.
		Cancha de fútbol/ grama natural	Adecuar la cancha de fútbol con las medidas estándar según la FIFA, 105 m largo x 68 m de ancho. Mejorar la demarcación área de meta y de penalización. Revisar la grama, desagües y drenajes.
		Canchas de basquetball	Adecuar la cancha a las medidas estándar, zona, marcas de saque lateral, semi-círculo y áreas de rebote, mejorar la demarcación, tableros y aros.
		Cancha de voleibol	Adecuar la cancha de voleibol a las medidas estándar, mejorar la demarcación y red.
2	Parque del Arroz	Patinódromo	Adecuar la pista de patinaje a los estándares internacionales certificadas por el CIC. Mejorar la capa superior de la pista, demarcación y colocación de la meta a 8 m. antes del comienzo de la curva; debe estar indicada por una línea blanca de 5 cm. de ancho, colocar la valla de seguridad en policarbonato.
		Piscina olímpica	Adecuar la piscina a los estándares exigidos por la FIN. (50 largo x 25 ancho). Mejorar los acabados de la piscina, iluminación y andenes perimetrales, sistema de tratamiento de aguas/ cuarto de bombas y tratamiento químico, así como colocar el cerramiento de seguridad (de acuerdo con la norma nacional).
		Piscina semi olímpica	Mejorar los estándares de la piscina (entre 10 y 25 m y profundidad de 2 m), acabados de la piscina, iluminación, andenes perimetrales, sistema de tratamiento de aguas/ cuarto de bomba y tratamiento químico). Así como colocar el cerramiento de seguridad (de acuerdo con la norma nacional).
		Cancha de fútbol-sintética	Adecuar medidas de la cancha según los requerimientos la FIFA, estándar 105 m largo x 68 de ancho. Mejorar la demarcación área de meta y de penalización, grama y desagües.

NOTA: Actualmente el municipio de Aguazul, contrató a la firma de ingeniería y construcción Diarco S.A.S. de Yopal, para complementar los diseños arquitectónicos del Parque del Arroz y revisar las obras que se hicieron desde que se proyectó. El parque podrá interactuar con la Granja La CoroCora, para ampliar los conocimientos de investigación sobre el arroz. Se sugirió a la firma consultora tener en cuenta las estrategias propuestas en el presente plan.



#	LUGAR	EQUIPAMIENTO DEPORTIVO	MEJORAS
3	Manga de Coleo Ermes Montaña	Manga	La actual manga cumple con las medidas estándar para coleo profesional: cuenta con primera zona (120 a 150 m de largo). Segunda zona(entre 100 y 120 m) y una zona de protección de 20 m de ancho; la manga tiene de 10 a 15 m. Cuenta con una capacidad para 60 jinetes y novillos. La manga es en arena y de superficie plana. Se deben revisar los desagües y la pendiente de estos, mejorar las líneas de piso y pancartas, así como seguridad en las graderías.
4	Plaza de Toros Dimas Avella	Arena - palestra	Cumple con las medidas estándar de una plaza de toros: 50 m de diámetro, la arena es dura y arenosa, cuenta con callejón, burladeros, barreras con estibo, patio de caballos. Se debe mejorar el acceso directo a la enfermería, iluminación y gradas.
5	Concha Acústica Alberto López	Escenario - grama	Es un escenario al aire libre conformado por la concha acústica. Cuenta con escenario, proscenio, boca, camerinos, baños. Se debe mejorar la iluminación y sonido. En cuanto al aforo, depende de la distribución en la grama solo cuenta con platea. Se debe mejorar el estado de la grama y rigidizar el suelo.
6	Coliseo de Ferias	Exposiciones -corrales	Cumple con los estándares nacionales, para promover la comercialización de productos agroindustriales, exposiciones, subastas y ferias regionales para el sector ganadero. Cuenta con una zona para exposición de ganado, maquinarias, corrales. También hay una pequeña plaza para exposición de caballos. Debe mejorar la iluminación, señalización y zona de descargue y movimiento de animales, crear puesto de control y taquillas.

Tabla Especificaciones técnicas. Siete Turismo Estratégico, 2015

150



Pistas de atletismo y patinaje con estándares internacionales.
Google.com

2.3.1.9. Adecuar los entornos y mejorar los servicios complementarios en los edificios de los equipamientos deportivos

Se refiere al mejoramiento externo (paisaje), accesibilidad y servicios complementarios, para su funcionamiento y disfrute. El siguiente cuadro resume las mejoras que deben adelantarse en los equipamientos deportivos y recreativos(tabla página siguiente).

#	LUGAR	EQUIPAMIENTO DEPORTIVO	MEJORAS
1	Villa Olímpica El Turpial del Llano	Accesibilidad	Mejorar el acceso para los peatones, minusválidos, motos, bicicletas, automóviles y servicio público.
		Paisaje	Diseñar los espacios públicos, arborización y todo lo relacionado con la señalización reglamentaria, informativa e interpretativa.
		Iluminación	Mejorar la iluminación existente y desarrollar la escenográfica.
		Servicios complementarios	Mejorar los sitios para el parqueo de bicicletas, motos etc. y colocar los equipamientos ²⁹ (bicicleteros, canecas, entre otros).
2	Parque del Arroz	Accesibilidad.	Mejorar el acceso para los peatones, motos, bicicletas, automóviles, minusválidos, servicio público, abastecimiento y de tracción animal, senderos peatonales, diseños viales y de movilidad interna.
		Paisaje	Diseñar los espacios públicos, arborización y todo lo relacionado con la señalización reglamentaria, informativa e interpretativa.
		Iluminación	Diseñar la iluminación funcional y escenográfica.
		Servicios complementarios	Diseñar los parqueaderos y porterías, motos, baños, bicicleteros, cafeterías.
3	Manga de Coleo Ermes Montaña	Nuevo equipamiento cultural: Museo del Arroz	Diseñar y construir el Museo interactivo del arroz. Sede para el funcionamiento del museo, área administrativa, de servicios, de exposiciones; área de cultivos, exposición de especies de arroz, autoservicio para la degustación gastronómica y tienda del museo.
		Quebrada Aguazulero	Se propone crear un sendero peatonal y ecológico sobre la ronda de la quebrada Aguazulero con recreación pasiva.
3	Manga de Coleo Ermes Montaña	Accesibilidad	Mejorar el acceso de los peatones, motos, bicicletas, automóviles, minusválidos, servicio público, abastecimiento y de tracción animal
		Paisaje	Diseño de espacios públicos, arborización y todo lo relacionado con la señalización reglamentaria, informativa e interpretativa
		Iluminación	Diseñar la iluminación funcional y escenográfica.
		Servicios complementarios	Portería, parqueaderos, bicicletas, motos, camperos, remolques, etc.



#	LUGAR	EQUIPAMIENTO DEPORTIVO	MEJORAS
4	Plaza de Toros Dimas Avella	Accesibilidad	Mejorar el acceso para los peatones, motos, bicicletas, automóviles, minusválidos, servicio público, abastecimiento y de tracción animal.
		Paisaje	Diseño de espacios públicos, arborización y todo lo relacionado con la señalización reglamentaria, informativa e interpretativa.
		Iluminación	Diseñar la iluminación funcional y escenográfica.
		Servicios complementarios	Desarrollar los parqueaderos, motos, porterías, bicicleteros, etc. y bahías para el transporte público.
5	Parque del Arroz	Accesibilidad.	NA
		Paisaje	NA
		Iluminación	Mejorar iluminación existente y desarrollar la escenográfica
		Servicios complementarios	Desarrollar los parqueaderos, motos y bicicleteros; mejorar cerramientos y bahías para el transporte público.
6	Coliseo de Ferias	Accesibilidad	Mejorar el acceso para los peatones, motos, bicicletas, automóviles, minusválidos y servicio público.
		Paisaje	Diseñar espacios públicos, arborización y todo lo relacionado con la señalización reglamentaria, informativa e interpretativa.
		Iluminación	Mejorar la iluminación existente y desarrollar la escenográfica.
		Servicios complementarios	Desarrollar los parqueaderos para motos, y bicicletas. Diseño de la portería.

Tabla entornos y servicios complementarios. Siete Turismo Estratégico, 2015

2.3.1.10. Adecuar y mejorar los equipamientos deportivos

Consiste en darle a la edificación existente las características de seguridad estructural, funcionalidad, estética y confort para la prestación del servicio.

29 Es el mobiliario urbano (a veces llamado también elementos urbanos) es el conjunto de objetos y piezas de equipamiento instalados en la vía pública para varios propósitos

#	LUGAR	EQUIPAMIENTO DEPORTIVO	MEJORAS
1	Villa Olímpica El Turpial del Llano	Estructura	Revisión de la estructura metálica que cubre las canchas de basketball y voleibol para su reforzamiento, si lo requiere.
		Seguridad	Diseño de señalización y rutas de evacuación, adecuación del edificio y revisión de las gradas.
		Mantenimiento	Cubiertas, muros, graderías, instalaciones, iluminación, servicios y acabados en general.
		Adecuación y obras complementarias	Ampliación de los servicios de baños, enfermería, oficina de seguridad y prensa, cafetería, camerinos y lockers.
2	Parque del Arroz	Estructura	Revisión de la estructura donde están las gradas y servicios del patinódromo.
		Seguridad	Diseño de señalización y rutas de evacuación en cada uno de los equipamientos deportivos y del parque. Construcción barrera de protección de las piscinas y patinódromo, desarrollo de una iluminación adecuada.
		Mantenimiento	Mantenimiento de las piscinas, cuartos de máquinas, equipos y baños, lockers y camerinos. Construcción de una cafetería.
		Adecuación y obras complementarias	Ampliación de los servicios de baños, enfermería, oficina de seguridad y prensa, cafetería, camerinos y lockers.
NOTA: Se propone la terminación del Parque del Arroz, para que este sea un lugar emblemático del municipio, incorporando un nuevo edificio denominado Museo del Arroz que complementará el funcionamiento del parque y permitirá valorar la cultura del arroz, fomentará su conocimiento, disfrute y consumo de los productos artesanales y gastronómicos de la región, de manera interactiva. Este se convierte en un equipamiento de uso cultural y recreativo.			
3	Manga de Coleo Ermes Montaña	Estructura	Revisión de la estructura de las graderías y cubiertas para su reforzamiento, si lo requiere.
		Seguridad	Diseño de la señalización y rutas de evacuación y adecuación de la edificación.
		Mantenimiento	Cubiertas, graderías, paso sumergido, drenajes de la pista, servicios y acabados en general.
		Adecuación y obras complementarias	Ampliación de los servicios, enfermería, oficina de seguridad y prensa, cafetería, camerinos, lockers y baños.



#	LUGAR	EQUIPAMIENTO DEPORTIVO	MEJORAS
4	Plaza de Toros Dimas Avella	Accesibilidad	Revisión de la estructura para su reforzamiento, si lo requiere.
		Paisaje	Diseño de la señalización y rutas de evacuación y adecuación del edificio.
		Iluminación	Muros, graderías, instalaciones, servicios, acabados.
		Servicios complementarios	Ampliación de los servicios, enfermería, oficina de seguridad y prensa. Terminar las carpinterías y decoración.
5	Concha Acústica Alberto López	Estructura	Revisión de la estructura para su reforzamiento, si lo requiere.
		Seguridad	Diseño de la señalización y rutas de evacuación y adecuación de la edificación.
		Mantenimiento	Cubierta de la concha, muros, grama, oficinas, baños y acabados en general.
		Adecuación y obras complementarias	Camerinos, baños, lockers, enfermería oficina de seguridad y prensa.
6	Coliseo de Ferias	Estructura	Revisión de la estructura para su reforzamiento, si lo requiere.
		Seguridad	Diseño de la señalización y rutas de evacuación y adecuación de la edificación.
		Mantenimiento	Cubiertas y lonas, muros, graderías y acabados, oficina, baños, acabados en general.
		Adecuación y obras complementarias	Graderías, corrales y tarima de subastas.

Tabla Adecuación y mejoramiento de equipamientos. Siete Turismo Estratégico, 2015

2.3.1.11. Diseñar e implementar una propuesta de mejoramiento del espacio urbano en el municipio de Aguazul para recrear un microclima- hábitat amable para la práctica de los diferentes deportes y movilidad en la ciudad.

El objetivo es crear una estrategia de mejoramiento ambiental, salud y seguridad humana que contribuya a la recuperación, preservación y tutela de

los valores ambientales de la estructura ecológica principal articulado con el sistema de parques y equipamientos deportivos y recreativos.

Las actividades de esta estrategia son:

a. **Desarrollo de estudios de arborización y sombras, con el fin disminuir 6° la temperatura del espacio público.**

El municipio de Aguazul, debido a sus altas temperaturas requiere de un estudio de arborización y plantación de árboles en zonas urbanas. Esto tiene varios propósitos como crear barreras visuales, minimizar el efecto del viento, de la radiación solar, del ruido, servir de límite entre zonas de diferente uso, propiciar aislamiento, embellecer el entorno, proporcionar sombra en andenes, ciclorutas, vías, áreas recreativas y deportivas o de esparcimiento como los parques, regulación climática y control de temperatura, captación de dióxido de carbono (CO₂). También proporcionar alimento y refugio a las especies de fauna que habitan en la zona.

Esto requiere de estudios y planeación, con base en un buen nivel de conocimiento de las características y de las limitaciones de las numerosas especies que pueden ser utilizadas, así como del entorno donde se pretende ubicarlas, con el fin de mejorar la habitabilidad del espacio público y disminuir la temperatura.

b. Embellecimiento de fachadas y ajardinamiento en los espacios públicos.

Debido a los diseños del espacio público y la inadecuada arborización, no es posible ver las fachadas de las casas y mucho menos hacerles mantenimiento, las calles tienden a parecerse,

por lo que se propone mejorarlas a través del programa de embellecimiento de fachadas³⁰.

El “Embellecimiento de fachadas” consiste en mejorar los frentes de las casas mediante el desarrollo de tareas de mantenimiento como la limpieza y la pintura, que garantizan su valoración, mejoramiento, realce estético y sobre todo produce sentimientos de aprecio y seguridad entre los vecinos y turistas.

Esta actividad va acompañada por un modelo de gestión, que permitirá involucrar a las instituciones, empresas y ciudadanos, en una misma causa, con una metodología general ajustada a las dinámicas y características de Aguazul.

Pretende promover el circuito turístico deportivo que unirá los equipamientos deportivos, parques y ciclorutas, mejorando la imagen de la ciudad. En cuanto a la actividad de mejoramiento de antejardines, este tiene como finalidad embellecer y mejorar esta parte del espacio público, a través de la siembra de árboles y plantas, que ayudarán a mantener la sombra y bajar las temperaturas del espacio público.

30 Entiéndase por embellecimiento el proceso por el cual se implementan acciones para lograr la belleza de un lugar en el espacio público, como lo son las fachadas de las edificaciones que conforman el perfil de la calle, cicloruta o paisaje urbano.



REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO
MUNICIPIO DE FILANDIA
ALCALDE MUNICIPAL
NIT. 890.001.339-5

2 GILDARDO RAMIREZ VALENCIA CALLE 3 No. 3-25



ANTES DEL EMBELLECIMIENTO DE FACHADA



REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO
MUNICIPIO DE FILANDIA
ALCALDE MUNICIPAL
NIT. 890.001.339-5



VIVIENDA DESPUES DE PINTADA



c. Adecuación y mejoramiento de los andenes y ciclorutas con materiales adecuados y redutores de calor.

La adecuación y mejoramiento de andenes y ciclorutas es la prioridad de espacio público. El objetivo es construir un sistema de ciclorutas permanentes en el municipio de Aguazul que articule los equipamientos recreativos y deportivos con el sistema de espacio público, parques y andenes, que sirva como espacio para la movilidad y la recreación.

La cicloruta se debe convertir en una alternativa seria de transporte para muchos usuarios y deportistas de la bicicleta, que cuenten con un espacio cómodo, seguro y rápido. Actualmente, existen varios tramos de cicloruta en diferentes calles del municipio; estos deben conectarse y crear un circuito que recorra los equipamientos deportivos y recreativos así como conectar el casco urbano con la ronda del río Unete. Por lo que se recomienda que se termine el tramo proyectado por el límite urbano, diseñar su continuación hasta el río y desarrollar el sendero ecológico con las plazas de recreación pasiva.

En cuanto a los andenes estos son espacios peatonales destinados a la libre movilización de los ciudadanos. En su diseño, los andenes deben ser continuos y a nivel, sin generar obstáculos con los predios colindantes; deben ser construidos con materiales duros y antideslizantes, garantizando el desplazamiento de personas con alguna limitación y respetando las determinantes climáticas, por lo que deberán proponer materiales que transpiren y no brillen, eliminar los parqueos de automóviles sobre estos, mejorar el ancho del andén para mayor comodidad del peatón y establecer un criterio unificado para su construcción.

d. Conexión de los espacios públicos de la ciudad y las infraestructuras deportivas a través de andenes y ciclorutas.

La afectación de la calidad de vida urbana de los pobladores de Aguazul, entendida como la imposibilidad de acceder a los bienes públicos en las cantidades y condiciones adecuadas para garantizar la apropiación y disfrute de los espacios urbanos, la utilización eficiente de los equipamientos, el cuidado y preservación de la estructura ecológica y la articulación del tejido urbano, todo lo cual

genera la necesidad imperiosa de actuar en las condiciones físico – urbanísticas del municipio en el marco de la garantía de derechos fundamentales como lo es el acceso y disfrute de un ambiente sano y seguro.

Es por ello que la conexión de los diferentes espacios públicos del municipio con las diferentes infraestructuras deportivas, de transporte, salud, abastecimiento y recreativas, garantizan la movilidad de los aguazuleños, deportistas y turistas en condiciones de seguridad para el disfrute diario y la práctica deportiva en condiciones de seguridad y habitabilidad del espacio público. Se propone conectar los seis equipamientos deportivos y recreativos con los 4 parques a través de las ciclorutas y los andenes.

2.3.1.12. Acondicionar el espacio urbano de Aguazul para personas con discapacidad física para captación de las competencias que pueda realizar este colectivo.

El objetivo de esta estrategia es garantizar el acceso y movilidad de las personas en condición de discapacidad a los espacios públicos y equipamientos de la ciudad de manera segura y equitativa.

Las actividades de esta estrategia son:

a. Diseño para la accesibilidad de personas con discapacidad física a los espacios públicos y desarrollo de circuitos.

Se debe implementar de acuerdo con la norma NTC 6047, la accesibilidad al medio físico, espacios de servicio al ciudadano a personas en discapacidad. Por lo anterior se deben acondicionar los espacios públicos, andenes, parques etcétera, con el fin de facilitar el acceso y la movilidad a esta población.

Por lo que se propone que en los espacios públicos se diseñen y desarrollos las obras necesarias para el cumplimiento de esta norma y permitan el desarrollo de circuitos para la movilidad de estas personas.



Discapacitadosiceciblogspot.com

b. Diseño para la accesibilidad de personas con discapacidad física a las infraestructuras deportivas.

De acuerdo con la norma nacional NTC 6047, uno de los fines del Estado es servir a la comunidad en igualdad de condiciones, es por ello que debe facilitar el acceso de personas en condición de discapacidad e interrelación de todos los derechos humanos y libertades fundamentales, así como la necesidad de garantizar que las personas con discapacidad los ejerzan plenamente y sin discriminación.

La norma establece las especificaciones para la construcción y adecuación de espacios físicos, que deberán ser aplicadas en los equipamientos deportivos y recreativos de Aguazul.

Consiste en desarrollar los requerimientos técnicos relacionados con la zonificación, señalización y las condiciones para la adecuación física, que deben ser desarrolladas por las entidades pú-



tuelevador.com

blicas y privadas en los inmuebles de uso público y, en espacial, los que tengan que ver con el servicio al ciudadano.

Por lo que se propone que en los equipamientos deportivos y recreativos se diseñen y desarrollen las obras necesarias para el cumplimiento de esta norma.

2.3.1.13. Fortalecer las condiciones de conectividad entre Maní y Aguazul para afianzar la relación deportiva que existe en ambos municipios

Las actividades relacionadas con esta estrategia son las que se listan a continuación:

- Gestión, articulación de las autoridades relacionadas con la movilidad y la infraestructura vial en los municipios de Aguazul y Maní.
- Priorización y definición de los proyectos necesarios para la mejora de la conexión entre los municipios.
- Adjudicación y realización de las obras a realizar.
- Seguimiento y control de ejecución de las obras.

Reiterando la vocación turístico - deportiva del municipio así como su estrecha relación con el municipio de Maní, se propone la construcción de un anillo vial con una longitud de 50 kms., lo anterior para garantizar el buen desarrollo de una actividad cotidiana como lo es la deportiva.

El proyecto no sólo conlleva el desarrollo de grandes ventajas para el sistema vial de los municipios, sino también enormes beneficios para el



confuerza.es.tl.



desarrollo de toda la región, entre los que podrían mencionarse:

- Valorización de la inversión municipal y, en consecuencia, del sector.
- Organización de la operación vehicular y del transporte intermunicipal.
- Las obras que se adelanten tendrán en cuenta las normas y especificaciones que exige la ley, siendo la protección ambiental su pilar fundamental. Adicionalmente, y en la búsqueda de la sostenibilidad y correcto mantenimiento del anillo vial, se precisa implementar los dispositivos a que haya lugar con el fin contribuir a la seguridad de habitantes, usuarios de la vía y la propia infraestructura.
- Por supuesto, cubrimiento de las necesidades relacionadas con la infraestructura deportiva proveyéndola de equipamientos peatonales, así como de una ciclo vía para actividad deportiva que será continuación de la existente en la zona urbana del municipio de Aguazul. Así las cosas, incluirá la construcción de zonas verdes y recreacionales en sectores estratégicos a lo largo del corredor vial, con el ánimo de cubrir las necesidades de viandantes, ciclistas, así como embellecer el paisaje.
- Gracias a lo anterior, el anillo vial representará un ingreso amable y confortable a los municipios no solamente a los habitantes, sino también a los turistas y visitantes.

2.3.2. Estrategias relacionadas con la superestructura

En palabras de Bouillon (2002) la superestructura se compone por un subsistema organizacional y los recursos humanos disponibles para operarlo. La superestructura se considera un componente esencial para la correcta gestión turística; comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, encargados de optimizar y modificar cuando sea necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, las relaciones entre los actores deben ser armónicas para facilitar la producción y venta de los múltiples y diversos servicios que componen el producto turístico (Realméxico, s.f.).

La presencia de una superestructura eficaz y práctica se considera una característica esencial para que el sector turístico logre un desarrollo equilibrado y sostenible, con respecto a los atractivos y a la planta turística destinada para tal efecto.

En el caso concreto de Aguazul, las acciones encañinadas a la mejora de la superestructura tienen en cuenta a actores públicos, privados, entidades sin ánimo de lucro y la comunidad. Estas acciones no solamente van a lo particular de cada actor sino que además se propone la creación y adopción de un Sistema de Gestión Turística para articular la cadena de valor turística del municipio.

Objetivo

Desarrollar la gestión turística del municipio de Aguazul con base en un Sistema de Gestión Turística que fortalezca el desempeño de sus actores estratégicos.

Para conseguir el objetivo se proponen las siguientes acciones:

2.3.2.1. Desarrollar un programa sobre cooperación público privada dirigido a los actores claves del turismo aguazuleño

En la actualidad, la cooperación entre los sectores público y privado está a la orden del día en la mayoría de países y sectores económicos, entre ellos, el turismo; así como en los ámbitos nacional, regional y local. Son muchas y variadas las fórmulas de éxito en nuestro sector, no solamente en el ámbito territorial si no en el empresarial; de hecho, para muchos autores expertos en gestión de destinos, la única fórmula es contar con el ambiente y la atmósfera de confianza suficiente para poder plantear proyectos que impliquen esquemas de cogestión y cómo a partir de estos, un destino turístico puede ser más competitivo en los mercados. Entonces, la cooperación y la competitividad son dos conceptos que van de la mano.

Al aplicarse los diferentes modelos de competitividad³¹ turística elaborados hasta el momento, se evidencia que:

³¹ Texto extraído del documento Cooperación entre los sectores público y privado, por una mayor competitividad del turismo. Consejo Empresarial OMT. Agosto 2001.

- La competitividad es la clave de la prosperidad de los destinos turísticos y sólo puede alcanzarse a través de la colaboración y la cooperación.
- Los turistas se sienten atraídos por los destinos que ofrecen “más valor” a “costos o esfuerzos menores”.
- La cooperación entre los sectores público y privado debería tratar de centrarse en cuatro aspectos principales: mejorar la atractividad del destino, su promoción, su productividad y la gestión de su sistema turístico.

Para alcanzar el grado de cooperación que afiance la gestión en el municipio, es necesario identificar las barreras que impiden la generación de confianza entre los sectores público y privado del turismo en Aguazul, para posteriormente, estructurar un programa que mitigue la problemática y que posibilite el trabajo conjunto entre los diferentes actores. Este programa debe ser realizado una vez al año, durante el horizonte del plan (10 años), considerando que el trabajo a realizarse es laborioso tal y como se evidenció en el diagnóstico.

Es necesario precisar que sin este programa, no será posible adoptar el Sistema de Gestión Turística de Aguazul y no se consolidarán, probablemente, el resto de iniciativas relacionadas con el factor superestructura.

2.3.2.2. Creación y adopción del Sistema de Gestión Turística de Aguazul para garantizar la competitividad del sector y sus integrantes a partir del Plan de Desarrollo Turístico de Aguazul

La gestión turística se define en la Norma Técnica Sectorial de turismo sostenible 01-1 como “el conjunto de acciones de carácter político, legal administrativo, de investigación, planificación, protección, coordinación, promoción, interpretación y educación, en busca del mejor aprovechamiento y la permanencia para las generaciones futuras de un destino turístico” (2006, pág. 4).

El Sistema de Gestión Turística es un proyecto que debe ser promovido por la Alcaldía Municipal de Aguazul, cuyo fin es la mejora continua, la actitud de rehabilitación y puesta en valor de los

atractivos existentes en el espacio turístico, así como la articulación de los diferentes eslabones de la cadena de servucción del turismo. El enfoque integral y permanente del sistema debe quedar patente gracias a la unión de todos los actores del turismo local y la identificación de objetivos comunes a los mismos.

Las actividades propuestas para que el Sistema de Gestión de Aguazul entre en operación son las siguientes:

- Identificación de los actores, entidades, normas, estructura, flujos de comunicación y funcionamiento del Sistema de Gestión turística, de manera detallada. Por lo tanto, el destino turístico debe identificar los intervenientes en el proceso de turismo municipal, con el objeto de definir los elementos (personas naturales, jurídicas, entidades y organizaciones sin importar su naturaleza) que se involucrarán en la formulación y funcionamiento del Sistema, así como el rol o la responsabilidad directa de cada uno.
- Con el fin de que la iniciativa perdure en el tiempo, se sugiere avalar la propuesta de creación de sistema a partir de un acuerdo municipal.

En relación a la estructura, actores y funciones del Sistema de Gestión Turística de Aguazul, se adelanta la siguiente información:

La estructura que se plantea para el Sistema es la participativa, multiactoral e interinstitucional (OIT, s.f.), muy relacionada con el enfoque sistémico del turismo dado que en ella se dan los espacios de participación libre y colaborativa de todos los actores implicados en el proceso de gestión turística, sin importar su naturaleza.

En la siguiente tabla se identifican los actores que deben integrar el Sistema de Gestión Turística, así como su principal función en el mismo:



ACTOR/ ENTIDAD	FUNCIÓN (ES) PRINCIPAL (ES)
Alcaldía de Aguazul (Oficina de Turismo)	<p>Liderar, dirigir, ejecutar, coordinar y convocar hacia el cumplimiento de las metas que se definan para el Sistema de Gestión Turística.</p> <p>Preparar los proyectos de estudios técnicos solicitados, proyectos de Acuerdo que llegaran a requerirse y aquellos necesarios para soportar la toma de decisiones alrededor del Sistema de Gestión Turística de Aguazul.</p> <p>Adelantar las acciones relacionadas con la administración y manutención de los equipamientos para el producto deportivo.</p> <p>Adelantar gestión, en compañía de los participantes del Sistema de Gestión Turística, ante entidades del orden departamental, nacional e internacional para la consecución de recursos y/o de eventos.</p> <p>Coordinar con las demás instancias y secretarías de la administración municipal las actividades que se planteen en el Sistema de Gestión Turística y que sean de su competencia como: minimizar los trámites para la inversión privada para el turismo, coordinar junto con el IDRA el cronograma de eventos anual, coordinar con la Secretaría de Educación y Cultura las actividades relacionadas con la formación, la capacitación y las actividades culturales que enmarquen el respetuoso desarrollo de la actividad turística.</p> <p>Crear la Oficina de Turismo de Aguazul.</p> <p>Promocionar la oferta turística del municipio.</p> <p>Todas las demás relacionadas en este plan y de su competencia.</p>
IDRA	<p>Ejercer control y vigilancia (veeduría técnica) sobre los equipamientos deportivos de uso turístico.</p> <p>Coadyuvar en la consecución de eventos deportivos de talla regional, nacional e internacional y, en consecuencia, con la conformación del calendario de eventos deportivos anual.</p> <p>Coordinar con las demás instancias del Sistema de Gestión Turística las acciones relacionadas en este plan y que sean de su competencia.</p>
Cámara de Comercio de Casanare seccional Aguazul	<p>Identificar las necesidades de formación y capacitación del sector turístico aguazuleño, gracias al trabajo en equipo con los empresarios turísticos del municipio.</p> <p>Identificar las necesidades de emprendimiento de la comunidad aguazuleña dependiendo de la vocación turística y necesidades de servicios, actividades turísticas en las áreas priorizadas como turísticas (urbanas y rurales).</p> <p>Coordinar y elaborar un plan de acción para la formalización y legalización del sector privado turístico de Aguazul.</p> <p>Representar al conglomerado empresarial turístico en los proyectos que requieran presentarse y colaborar en la gestión de recursos para su realización.</p> <p>Las demás descritas en este plan y que sean de su competencia.</p>

ACTOR/ ENTIDAD	FUNCIÓN (ES) PRINCIPAL (ES)
CORCULTURA	<p>Impulsar el desarrollo de eventos que promuevan el sano esparcimiento y exhorten las costumbres culturales, ambientales, lúdicas y deportivas de la comunidad llanera.</p> <p>Liderar lo relacionado con la conformación de redes empresariales y de proveeduría dentro de la cadena de valor del destino turístico.</p> <p>Acompañar a la Cámara de Comercio en la definición de planes de capacitación para el recurso humano al servicio del turismo.</p> <p>Hacer seguimiento a los empresarios turísticos para que reporten la información solicitada por el Observatorio de Turismo.</p> <p>Colaborar con los demás integrantes del Sistema de Gestión Turística en la gestión para la formulación de proyectos y consecución de recursos que sean de su competencia.</p> <p>Colaborar con los emprendimientos rurales turísticos, bajo el concepto de gestión del turismo comunitario en lo referente a gestión de recursos técnicos, financieros y humanos.</p> <p>Propender por la consecución de espacios en la emisora para generar programas que conlleven a mejorar el conocimiento de los aguazuleños en lo referente a temas turísticos.</p> <p>Generar alianzas con agentes de viajes de Bogotá, Yopal y Sogamoso con el fin de comercializar el destino y sus actividades.</p> <p>Las demás acciones descritas en este plan y que sean de su competencia.</p>
UNITRÓPICO	<p>Ejecutar y desarrollar los programas de capacitación y formación para todos los actores de la cadena turística de Aguazul (empresarios, comunidad y demás implicados en el turismo), en coordinación con la Cámara de Comercio y Corcultura.</p> <p>Aportar información turística actualizada y veraz desde el Observatorio de Turismo de Casanare.</p> <p>Las demás acciones descritas en este plan y que sean de su competencia.</p>
POLICÍA DE TURISMO	<p>Liderar las mesas de seguridad municipal.</p> <p>Reportar al sistema la información todo lo referente a la seguridad ciudadana y turística del municipio.</p> <p>Prevenir mediante visitas y charlas la explotación de niños, niñas y adolescentes para el turismo sexual infantil y reportar los casos identificados.</p> <p>Gestionar, junto con los demás actores del Sistema, la conformación del Plan de Seguridad Turística.</p> <p>Capacitar adecuadamente a todos sus integrantes en el conocimiento del destino, servir de informador en atractivos y eventos y divulgar información veraz y oportuna referente a la seguridad del destino y las actividades en los diferentes atractivos turísticos.</p> <p>Las demás descritas en este plan y que sean de su competencia,</p>



ACTOR/ ENTIDAD	FUNCIÓN (ES) PRINCIPAL (ES)
JUNTAS DE ACCIÓN COMUNAL	<p>Reportar e informar al sistema cualquier novedad relacionada con la comunidad en territorio turístico.</p> <p>Empoderar a la comunidad en lo relacionado al emprendimiento.</p> <p>Apojar el desarrollo del turismo comunitario, siendo respetuosos con el medio ambiente y la cultura local.</p> <p>Apojar los programas de sensibilización turística, divulgando y concientizando a sus propias comunidades.</p> <p>Apojar a los demás integrantes del Sistema en la formulación de proyectos y gestión de recursos para la creación y el fortalecimiento de los emprendimientos comunitarios a partir de la gestión del turismo comunitario.</p> <p>Las demás descritas en este plan y que sean de su competencia o en las que pueda intervenir.</p>
EMPRESARIOS	<p>Fomentar la calidad en los procesos operativos de cada establecimiento y reportarla al sistema.</p> <p>Liderar las mesas especializadas, dependiendo del perfil de cada empresario, que puedan surgir a partir de necesidades puntuales del sistema, con el ánimo de maximizar la eficiencia del mismo (por ejemplo medioambiental, calidad, deportivo y cultural).</p> <p>Asistir a las capacitaciones programadas por los miembros del Sistema.</p> <p>Vincular a profesionales egresados de las Universidades de la región.</p> <p>Las demás descritas en este plan y que sean de su competencia.</p>

Tabla Actores integrantes del Sistema de Gestión Turística de Aguazul. Siete Turismo Estratégico, 2015

Se propone que inicialmente se reúna una vez al mes, en tanto se van generando las condiciones de confianza para el trabajo mancomunado y que defina su propio reglamento. Una de las obligaciones común a todos los miembros es velar por el cabal cumplimiento de las recomendaciones sugeridas en este plan.

2.3.2.3. Fortalecer a CORCULTURA

Se opta por recomendar el fortalecimiento de la entidad sin ánimo de lucro CORCULTURA en dos niveles básicos. El primero funcional, de manera que se realice una revisión de las funciones que cumple actualmente, con el consecuente ajuste. El segundo, presupuestal, a través de la revisión del presupuesto o recursos asignados con el fin de ajustarlo (s) lo más posible a las funciones que le sean encomendadas a la entidad y a los requerimientos del presente plan.

Partiendo de la premisa que la entidad tiene naturaleza sin ánimo de lucro y depende de los aportes de sus integrantes, será necesario elaborar un plan de acción detallado para la consecución de los recursos necesarios que van a fortalecer la entidad y su liderazgo y proyección en el sector turístico de Aguazul.

2.3.2.4. Fortalecer la institucionalidad municipal a partir de la creación de la Oficina de Turismo de Aguazul

Hasta el momento el municipio no cuenta con un área, un grupo o una dependencia dedicada exclusivamente a los temas turísticos. De ahí que el equipo de trabajo haya priorizado el fortalecimiento institucional municipal a partir de la creación de la Oficina de Turismo de Aguazul que grosso modo se considera un centro de operaciones turístico que ofrece información a los turistas ac-

tuales (que ya se encuentran en el destino) y a los potenciales con el objetivo de facilitar su decisión de viajar, facilitar su estadía; disminuyendo las experiencias negativas durante su viaje, impactando de manera positiva en la imagen del destino turístico aguazuleño; pero también se considera un think- tank (tanque de pensamiento) donde se piensa en turismo y sobretodo, se gestiona la actividad y coordina a sus actores.

Se sugiere que la oficina tenga naturaleza pública y sin fines de lucro, dado que es necesario garantizar la neutralidad y calidad de la información en menoscabo de los sesgos comerciales.

Para lo anterior, es inevitable que se elabore un estudio que determine la viabilidad de la creación de la Oficina Municipal de Turismo, que dependa directamente del Despacho del Alcalde. Si se dan las condiciones de viabilidad, se propondrá la creación de la oficina a partir de la suscripción de un acuerdo municipal, con el objetivo de garantizar la durabilidad de la iniciativa. La entidad debe verse fortalecida con recursos humanos (determinando los perfiles que se desempeñarán en ella), con recursos materiales, administrativos y financieros; los cuales se explican de manera detallada en el perfil de proyecto realizado.

2.3.2.5. Crear el Consejo Departamental de Seguridad Turística

Los Consejos de Seguridad Turística son convocados por la autoridad de turismo regional, en este caso el departamento de Casanare. En estas reuniones se tratan aquellos temas relacionados con la seguridad de los turistas durante su permanencia en los destinos, para lo cual se asignan tareas y responsabilidades a cada uno de los integrantes de la mesa, cuyo cumplimiento es verificado y evaluado en las reuniones de seguimiento que generalmente se programan antes y después de las temporadas altas.

Aunque se propone que sea el municipio de Aguazul el que lidere el proceso en lo concerniente a la gestión ante el Viceministerio para conocer el trámite y proceso a realizar, debe quedar claro que la iniciativa se eleva desde el nivel departamental (Gobernación); al respeto ya la Dirección

Técnica de Cultura y Turismo de la Gobernación viene adelantando la conformación de los consejos consultivos de turismo. Posteriormente, lo ideal es que se hagan comités provinciales o si hiciera falta, municipales. Esta estrategia propende además por la integración regional.

2.3.2.6. Desarrollar un programa de sensibilización turística para la cadena productiva de Aguazul

El objetivo inmediato del programa es dar a conocer aspectos turísticos de actualidad como legislación turística, rol de actores, conocimiento del destino Aguazul tanto en relación con los atractivos como con los servicios, etc. Lo anterior se puede realizar a través de un taller al año con una duración aproximada de 4 horas.

La capacitación no sólo contempla lo divulgativo si no que se complementa con un recorrido al año de 4 horas, donde se visiten los atractivos y servicios que se están comercializando en el municipio.

El total de empresarios que se estiman sensibilizar a lo largo del decenio es de 300, a razón de 30 personas por año; como mínimo.

2.3.2.7. Diseñar un programa de sensibilización turística para la comunidad con el fin de generar sentido de pertenencia

El programa nacional de cultura turística hizo parte del Plan sectorial de turismo 2011 – 2014 y se reafirma en el actual, siendo uno de sus proyectos el diseño y puesta en marcha del plan de sensibilización turística dirigido a actores externos involucrados con la actividad y a la comunidad en general.

El éxito de un destino no solo radica en la diferenciación de productos y la excelencia en la prestación de servicios, sino en las actitudes de sus habitantes y el conocimiento que sobre el destino tengan.

Conocer más acerca de algo hace que se valore; por ello esta acción busca preparar a los habitantes de Aguazul en el conocimiento acerca de sus atractivos más relevantes, de su historia, de las actividades que se desarrollan y de los servicios



que se prestan para que en cualquier momento puedan brindar una información adecuada; esto hará que se genere mayor sentido de pertenencia y amor por lo propio.

Para lograrlo se propone identificar población que pueda estar en contacto con el potencial turista (vendedores ambulantes, comercio en general, transportadores, funcionarios de entidades financieras y bancarias, amas de casa, jóvenes de grados 10° y 11°, entre otros). Posteriormente diseñar el programa que además de los temas propios de la actividad turística incluirá visitas guiadas a los sitios turísticos y a prestadores de servicios turísticos. Este programa será liderado por la Alcaldía de Aguazul – Oficina de Turismo, en asociación con las juntas de acción comunal cuyos territorios fueron priorizados con vocación turística.

El cupo anual para el programa es de 30 personas como máximo.

2.3.2.8. Acercar las entidades financieras al sector empresarial turístico de Aguazul

Teniendo en cuenta la debilidad en la gestión empresarial turística y las adecuaciones que implica la incorporación de estándares de calidad y de sostenibilidad en las empresas prestadoras de servicios turísticos, se hace necesario que el Sistema de Gestión de Aguazul adelante las acciones necesarias ante entidades crediticias de primer y segundo piso comprometidas con el sector del turismo, para que a partir de una feria y bajo la metodología de taller se explique a los empresarios la manera y los requisitos de acceder a los créditos, así como los beneficios con que cuenta el sector: exención en rentas hasta por 30 años por los servicios de alojamiento en hoteles nuevos, ampliados y/o modificados y para servicios de ecoturismo; este beneficio está vigente hasta el 31 de diciembre de 2016 por lo que hace de extrema necesidad iniciar con esta actividad para que los empresarios tengan la oportunidad de acogerse a él.

Findeter es una banca de segundo piso que cuenta con líneas estructuradas para el turismo, al igual que Bancoldex.

2.3.2.9. Aumento de la presencia de la Policía de Turismo en los puntos neurálgicos del municipio

Adicional a las iniciativas en términos de seguridad que adelanta la Alcaldía de Aguazul, se debe tener en cuenta que mantener y mejorar las condiciones de seguridad de un destino o un atractivo es esencial para que se pueda hablar de desarrollo de la actividad turística. Un lugar inseguro nunca tendría un flujo constante de visitantes.

Por ello, existe el Plan Estratégico de Seguridad Turística, elaborado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Policía Nacional, que tiene como objetivo incrementar la seguridad para los usuarios de servicios turísticos mediante el establecimiento de estrategias, a partir de las cuales la Policía de Turismo, en coordinación con el Ministerio y las entidades territoriales, implementa proyectos y actividades que promueven medidas de control y prevención dirigidas a los prestadores de servicios turísticos, vigilancia y protección de los atractivos turísticos e información y orientación al turista.

Dicho plan contempla cinco estrategias:

- Control y prevención a empresas turísticas
- Vigilancia de atractivos y actividades turísticas
- Fortalecimiento de la información y orientación al turista en las regiones turísticas
- Fortalecimiento de la Policía de Turismo
- Fortalecimiento de la seguridad turística

Después del diagnóstico, se evidenció la falta de presencia de la Policía de Turismo en los puntos neurálgicos del municipio, es decir, centro fundacional e inmediaciones o los accesos al municipio; esto preliminarmente mientras no están listos para comercializar los productos definidos: deportivo y ecoturismo. Cuando los productos definitivos estén listos para comercializar, se tendrían que identificar y priorizar los atractivos que requieren un esfuerzo en términos de seguridad. En último lugar, se propone realizar la gestión correspondiente con el Comandante de Servicios especiales de la Policía y el Viceministerio de Turismo, para aumentar la fuerza policial en los atractivos más expuestos.

2.3.2.10. Mejorar la calidad en el servicio de la Policía de Turismo

Para mejorar la calidad en el servicio de la Policía de Turismo se presentan las siguientes actividades:

- a. Mejoramiento de la dotación existente, incluyendo brazalete y bicicleta.
- b. Capacitación de la policía de turismo en atractivos, legislación y normativa turística vigente. La capacitación se realizará en jornadas de 8 horas al año, no exclusiva para la Policía de Turismo sino para un total de 20 actores.

2.3.3. Estrategias relacionadas con la formación y la capacitación

Según el Plan Indicativo de Formación en Turismo (2009), el factor formación- capacitación es “determinante para que la competitividad pueda aplicarse de manera estructural en los diversos mercados laborales y en la gestión turística de los destinos y empresas del país, y que a su vez sea un elemento jalónador para la investigación, innovación y generación de conocimientos” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, pág. 5). De otra parte, la visión del turismo colombiano para el año 2020 apunta a un producto turístico de calidad y diferenciado, por lo que “el recurso humano vinculado al sector deberá tener altos niveles de calidad, su formación corresponderá con las exigencias del mercado y será un personal bilingüe” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009, pág. 8).

Para finalizar, la Política de Competitividad Turística (2009) formulada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, reconoce la importancia de la educación como componente diferenciador y generador de ventajas competitivas para el turismo colombiano.

Teniendo en cuenta este factor y centrándose en las falencias que se pudieron evidenciar en Aguazul, será necesario fortalecer la articulación entre la educación primaria- secundaria y la educación superior, gracias a la existencia del Programa Nacional Colegios Amigos del Turismo. Otras acciones sugeridas por el equipo de trabajo del presente plan son las relacionadas con el tejido productivo

del municipio, es decir, con los empresarios y sus necesidades en términos de capacitación.

Objetivo

Fomentar la formación y capacitación en turismo en el municipio de Aguazul.

Las acciones que se sugieren en páginas siguientes son las idóneas para la consecución de este objetivo:

2.3.3.1. Realizar una campaña de promoción del Programa “Colegios amigos del turismo” en el municipio de Aguazul



Policía de Turismo de Cartagena, 2014

165

El Programa Nacional de Colegios Amigos del Turismo es una iniciativa liderada por el Viceministerio de Turismo, con la que se busca generar una sensibilidad hacia el turismo desde los primeros años escolares hasta grado once, mediante la inclusión del turismo en el proyecto educativo institucional de los colegios (PEI), de manera que “los estudiantes estarán sensibilizados frente a la importancia y los riesgos sociales, ambientales, culturales y económicos del turismo, generando un conocimiento y una aplicación de la ética para el sector” (MinCIT, 2015).

En la actualidad hay en el país alrededor de 100 instituciones de educación primaria, secundaria,



técnica vocacional o normalista que voluntariamente se comprometieron a formar parte de esta red nacional. Estas instituciones fomentan a través de sus planes de estudio la cultura y sensibilización turística entre sus estudiantes "forjando una sociedad capaz de enfrentar y actuar ante sí misma y ante otras sociedades con responsabilidad" (MinCIT, 2015). Es importante precisar que en el departamento de Casanare no hay ninguna entidad educativa Amiga del Turismo, por lo que se presenta una buena oportunidad para el municipio de Aguazul.

Para lo anterior, se deben consumar las siguientes etapas:

- a. Identificación de las entidades de educación (colegios y escuelas) con interés en el programa.
- b. Determinación del costo de adecuar los PEI's al enfoque Colegios Amigos del Turismo.
- c. Gestión con el Mincit - Viceministerio de Turismo para poner en contacto a las Instituciones de Educación.
- d. Gestión de los recursos para lograr los ajustes de los PEI's de los colegios y escuelas interesados en vincularse al proyecto.

2.3.3.2. Desarrollar un programa de capacitación en limpieza y mantenimiento de piscinas

Se constató esta necesidad durante el estudio-análisis de los empresarios turísticos de Aguazul, así como en uno de los talleres realizados con la comunidad.

El objetivo de este curso es garantizar la formación al personal que se encarga de la limpieza y mantenimiento de las piscinas, dotándolo de los conocimientos, competencias y habilidades necesarios para realizar sus funciones con extremada calidad. El programa debe tener un componente teórico y práctico importante. Su contenido debe dirigirse hacia el dominio de los sistemas de depuración, limpieza y desinfección; manejo y adición de los productos afines, así como la manipulación de bombas, control y/o limpieza de los filtros para operar eficazmente las instalaciones acuáticas turísticas. Se estima que también es pertinente que contemple la normatividad al respecto, por lo me-

nos en lo que se refiere a la Ley 1209 de Seguridad de Piscinas.

En primer lugar se propone verificar cuántos empresarios estarán interesados en adelantar el programa y certificarse en limpieza y mantenimiento de piscinas; posteriormente, adelantar gestión ante el SENA Regional Casanare para que ofrezca este programa a los empresarios de Aguazul, sin el inconveniente del mínimo de personas; por último ejecutar el programa.

Se propone un curso para 20 personas al año, durante el decenio de ejecución del plan.

2.3.3.3. Estructurar un programa de bilingüismo (idioma inglés), dirigido a empresarios del sector (incluidos conductores de taxis), con énfasis en gramática básica y vocabulario técnico

La formación y capacitación de los actores (agentes especializados, prestadores y comunidad) que tengan en sus manos la tarea de relacionarse con el turista y/o visitante, es de valiosa importancia. En este contexto y en un mundo cada vez más globalizado e internacionalizado, la necesidad de dominar el idioma inglés es un hecho irrebatible. Se calcula que, a nivel mundial, aproximadamente 375 millones de personas hablan inglés como idioma nativo y otros 400 millones lo hablan como segunda lengua (docsetools.com, s.f.).

En el sector turístico, el dominio del inglés es imprescindible en todas las etapas o fases del ciclo, ya sea desde su uso para la información turística hasta la gestión y promoción de destinos o actividades turísticas, pasando obviamente por las empresas de intermediación, alojamiento, transporte, etc.

El Sistema de Gestión Turística abanderará este estrategia para lo cual realizará un análisis de las necesidades en el idioma anglófono que tiene el personal vinculado a los servicios turísticos del municipio y solicitará la estructuración de un programa por niveles, de acuerdo con las necesidades priorizadas. Se recomienda realizar un convenio con una escuela de idiomas, la cual se encargue de la impartición del programa.

Se estipula como meta anual un total de 15 trabajadores del sector (incluyendo conductores de taxis) capacitados a lo largo del año.

2.3.3.4. Formular un plan de capacitación a la medida de los prestadores de servicios turísticos, en alianza con las entidades educativas que ofrecen programas de turismo

Generalmente las ofertas educativas para el turismo existentes tanto en el país como en Casanare permiten la formación técnica, tecnológica y profesional; no obstante estos modelos habitualmente no son certeros en el entrenamiento gerencial que tiene a cargo la dirección de las empresas turísticas; seguramente porque no están basados en las necesidades reales de dichas empresas. Programas como gerencia estratégica para la toma de decisiones, marketing digital, dirección integral, control de costos, son solo algunos de los temas que con urgencia requieren los administradores y propietarios de hoteles y restaurantes de Aguazul.

Si bien el SENA cuenta con una oferta de cursos cortos dirigidos al sector, sus contenidos no se adaptan, en algunos de los casos, a las necesidades empresariales, o los métodos de enseñanza aplicados no son los mejores (cursos presenciales con ausencia de práctica), o la exigencia de un mínimo de alumnos para realizarlos, muchas veces imposible de cumplir, tal como sucede en Aguazul.

De otra parte, el Plan Estratégico Municipal de Ciencia, Tecnología e Innovación – PEMCTI – 2015 – 2022, ratifica la importancia de una educación adecuada, al citar: “..A través de una formación pertinente y de calidad, se busca fortalecer la capacidad del talento humano local para adaptarse a las dinámicas cambiantes del sistema y para responder de manera efectiva a las necesidades de transformación de los modelos productivos y sociales” (MEMCTI, pag.120).

Por ello esta estrategia propende por la concepción de programas basados en las necesidades reales de quienes los recibirán, siendo de relevante importancia estructurarlos por tipo de prestador.

Teniendo en cuenta el compromiso de las entidades educativas presentes en el destino, en especial de Unitrópico, se propone la suscripción de convenios de cooperación con las instituciones que ofrecen programas en turismo para que de la mano de los empresarios identifiquen sus necesidades y en consecuencia se diseñen programas exitosos. Se espera atender 30 empresas por año.

2.3.3.5. Cualificar el recurso humano al servicio de la industria turística aguazuleña

Uno de los factores de éxito del turismo, sin lugar a dudas, es la excelencia en la prestación del servicio; no solo entendido como la amabilidad de quienes están de cara al cliente, sino de la competencia que los mismos posean en las labores que desempeñan; esto es posible gracias al esfuerzo de la Unidades Sectoriales de Normalización que han definido normas técnicas por competencias laborales, teniendo en cuenta las diferentes áreas que conforman las empresas turísticas.

Será necesario entonces, identificar las empresas que están dispuestas a certificar a su personal en competencias laborales, adelantar gestión ante el SENA para los procesos de auditoría y certificación y establecer una asistencia técnica con expertos en turismo para acompañar a las empresas interesadas en la aplicación de la metodología que para el efecto ha diseñado el SENA.

El desarrollo de esta estrategia permitirá a Aguazul diferenciarse en los exigentes mercados turísticos, al ofrecer servicios con personal altamente cualificado.

2.3.4. Estrategias relacionadas con el uso de tecnologías

La industria turística, al igual que cualquier otra, enfrenta cada día un entorno transformado y diferente, al cual es necesario amoldarse. En esta coyuntura, las tendencias han venido cambiando de forma que el mercado cada vez demanda mayor personalización y flexibilidad en el producto o servicio turístico. Es aquí donde la información y el conocimiento acerca del cliente se vuelven factores decisivos para la gestión de la actividad turística, pero también se convierten en determi-



nantes para la mejora de la ventaja competitiva de empresas y destinos, dado que a mayor conocimiento del mercado o de la demanda, mayor satisfacción y rendimientos para el sitio turístico. De otra parte, el Plan Estratégico Municipal de Ciencia, Tecnología e Innovación – PEMCTI – 2015 – 2022, formulado por la actual administración ratifica las problemáticas que enfrenta el sector turístico en lo referente al uso de tecnologías y propone en sus factores clave Educativo la estrategia de Investigación para el desarrollo y en el Económico la generación de sistemas de información, las cuales confirman las acciones planteadas en este documento.

En lo que se refiere al uso de tecnologías para el caso específico del municipio de Aguazul, se propone una puesta a punto o línea de base a través de la creación del Observatorio de Información Turística de Casanare, con el ánimo de obtener información valiosa no solamente del cliente que visita el departamento y sus municipios, sino de otros ratios que sirvan de apoyo a la toma de decisiones en el destino; igualmente se establecen otras acciones específicas para el sector privado.

Objetivo

Preparar al municipio de Aguazul y al departamento de Casanare en el uso de las tecnologías de la comunicación y la información, así como en los sistemas de generación de conocimiento aplicados al turismo.

Este objetivo será posible si se llevan a cabo las siguientes acciones estratégicas:

2.3.4.1. Crear el observatorio de información turística de Casanare

Se plantea desde el ámbito departamental, teniendo en cuenta que arrojará información veraz para la toma de decisiones en materia turística, lo cual beneficia no solo a su capital Yopal, sino a los municipios con vocación turística. Se propone que sea Aguazul el que plantee la iniciativa, sustentado en la importancia de generar articulación regional, mejorar los niveles de productividad y competitividad turística y fortalecer significativamente las relaciones público – privadas.

El Observatorio de Información Turística del departamento de Casanare nace con la intención de aportar información de valor, con el objetivo de potenciar el espíritu de innovación y de apoyar la competitividad sobre el sector. Se trata de una iniciativa de investigación conjunta que debe ser desarrollada por la Gobernación de Casanare y UNITRÓPICO, quien puede aportar estudiantes en etapa productiva y “know how” en términos investigativos. Adicionalmente, sería ideal que se vinculara a la iniciativa algún gabinete o grupo consultor experto en aplicación y análisis de encuestas y, entrevistas y, estudios de mercado.

Aunque se tendrán que definir los alcances al respecto, se espera que los ámbitos de generación de conocimiento sobre los que el observatorio aportará información de valor sobre el sector; serán dos:

- Ámbito departamental de la oferta (sector privado);
- Ámbito departamental de la demanda (turistas nacionales e internacionales).

Preliminarmente se puede realizar una pequeña aproximación a los métodos de investigación y técnicas diversas que podría utilizar el observatorio.

Itinerario de investigación observatorio:

MÉTODO	TÉCNICA	PÚBLICO OBJETIVO
Cualitativo	Entrevistas en profundidad y grupos focales	Muestra de empresarios y turistas
Cuantitativo	Encuesta online	Universo de empresarios y turistas

Siete Turismo Estratégico, 2015

Las actividades para la creación del Observatorio de Información Turística de Casanare son las siguientes:

- a. Definición de los alcances de la información que monitoreará el observatorio.

- b. Elaboración del proyecto técnico en el que se basará el observatorio.
- c. Aprobación del observatorio en la asamblea departamental.
- d. Inicio de las operaciones del observatorio.

2.3.4.2. Incorporar el uso de tecnologías en la gestión empresarial

Tal como lo expresa el diagnóstico, las empresas turísticas de Aguazul no hacen uso de las tecnologías como herramienta clave para su gestión competitiva; no hacerlo acarrea fuertes impactos negativos, teniendo en cuenta que los avances tecnológicos han permitido la globalización de la información lo que facilita al empresario su inserción en los exigentes mercados turísticos que con mayor frecuencia emplean las tecnologías para comunicar sus experiencias (turistas y visitantes) e informar acerca de servicios, atractivos y actividades (sectores privado y público).

Se busca entonces, a partir de la identificación de las necesidades tecnológicas del conglomerado empresarial turístico, definir un programa de asistencia técnica para el mejor aprovechamiento de las mismas.

2.3.5. Estrategias relacionadas con el desarrollo empresarial turístico

La prestación de servicios turísticos son base fundamental en el desarrollo de los destinos turísticos; su importancia radica en que al ser prestados por la empresa privada, es en ella en quien recae la activación de la economía turística; por ello el Plan sectorial de turismo 2014-2018 “Turismo para la construcción de la paz” (Documento en actualización)³², en su Pilar 1. Competitividad para el desarrollo turístico regional y territorial, incluye dentro de sus estrategias de implementación la “Calidad, seguridad y productividad empresarial”, haciendo referencia a la importancia de mejorar los niveles de competitividad de los empresarios del sector turístico a partir de la generación de emprendimientos, de la formalización de los mis-

mos, de la incorporación de estándares de calidad y sostenibilidad en las empresas existentes y creadas, entre otros.

Aguazul, por ser un destino no reconocido en los mercados turísticos, tiene todas las posibilidades para desarrollar una fuerza empresarial responsable y sostenible; las estrategias que se describen a continuación permitirán que se avance en esta materia, en la medida que se logre el compromiso de los actores locales que intervienen en la prestación de servicios de excelencia para generar verdaderas experiencias tanto en visitantes como en turistas.

Objetivo

Consolidar la gestión administrativa y operativa de los prestadores de servicios turísticos de Aguazul. Para lograrlo, se plantean las siguientes acciones:

2.3.5.1. Fortalecer la gestión administrativa y operativa de las empresas turísticas

Tal como se observó en el análisis realizado a las empresas turísticas de Aguazul (alojamientos y restaurantes), los niveles de conocimiento en el manejo administrativo y operativo de las empresas es muy bajo, teniendo en cuenta que en su mayoría son administrados por sus propietarios y se clasifican como micro y familiempresas. Este hecho, si bien es una limitante en la productividad de los prestadores de servicios turísticos, también se convierte en una potencialidad en cuanto existe, de una parte, la motivación por parte de sus propietarios de ampliar sus conocimientos y, de otra, la posibilidad de organizar capacitaciones a la medida de sus necesidad a partir de asistencias técnicas; por ello se plantea en primer lugar la identificaciones de quienes estén dispuestos a mejorar sus niveles administrativos y operativos para posteriormente formular un proyecto que incluya aspectos como procesos de planeación estratégica a la medida, administración de recursos técnicos, financieros y humanos, contabilidad básica, control de costos, capacidad de negociación e importancia en el cumplimiento de pactos y alianzas estratégicas, entre otros.

³² Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, mayo de 2015.



2.3.5.2. Incorporar estándares de calidad y de sostenibilidad turística en las empresas prestadoras de servicios turísticos

Las unidades sectoriales de normalización, cuya secretaría técnica es adelantada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, han desarrollado un grupo de estándares que reúnen los requisitos mínimos en materia de calidad y sostenibilidad para los subsectores empresariales del turismo; teniendo en cuenta que una de las apuestas del Gobierno nacional es fomentar la exigencia en la prestación de los servicios, se propone como primera medida identificar a los empresarios dispuestos a incorporar estándares de calidad y de sostenibilidad en su operación; esto constituirá la base para la formulación y puesta en marcha de un proyecto que a partir de los resultados del diagnóstico realizado tanto a alojamientos como a establecimientos gastronómicos de Aguazul, determine la brecha existente entre los requisitos establecidos para diseñar planes de mejoramiento, cuyo cumplimiento se dará mediante asesoría personalizada y capacitaciones a bordo para el desarrollo y apropiación de procesos, procedimientos, protocolos, formatos de control y seguimiento. Todo ello culminará en una preauditoría como preámbulo a la identificación de aquellos prestadores asistidos que alcanzaron el nivel máximo de cumplimiento y que están listos para obtener la certificación, momento en el cual deberá adelantarse un proyecto con destino al Fondo de Promoción Turística para la certificación de las empresas asesoradas.

2.3.5.3. Impulsar la creación de redes empresariales turísticas

Uno de los aspectos que fortalecen el relacionamiento entre actores del turismo es el trabajo cooperado; en este sentido, se propone la definición de un plan de acción a partir de la identificación de los aspectos en los que los empresarios pueden trabajar articuladamente; una acción concreta podría ser la creación de una red de compras que facilite la consecución de proveedores y se aprovechen los descuentos por volumen; para esta acción es fundamental el liderazgo de Corcultura como único gremio que agrupa empresarios del sector turístico local y el acompañamiento de

un experto en la realización de talleres que fortalezcan los niveles de confianza y acompañe al grupo de empresarios en la definición del plan de acción y en la conformación de la red de compras.

2.3.5.4. Generar emprendimientos para la operación turística local

Los agentes de viajes operadores son los principales comercializadores de un destino turístico; tal como se observó en el diagnóstico, Aguazul no cuenta con este tipo de empresarios; en tal sentido y teniendo en cuenta que el Plan sectorial de turismo 2014-2018 “Turismo para la construcción de la paz” (documento en actualización), incluye dentro de sus estrategias la generación de nuevos emprendimientos como factor clave para el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones de los destinos, se propone identificar individuos o asociaciones con interés en la operación turística, para luego asesorarlos en temas propios de la misma como empaquetamiento y alianzas comerciales.

Por ser considerado de vital importancia para la visibilización del destino, esta estrategia hace parte de los perfiles de proyectos priorizados por el plan y que servirán de base para el inicio de ejecución del mismo; los detalles pueden revisarse en el perfil definido bajo el mismo nombre, al final de este capítulo.

2.3.5.5. Formalizar a los empresarios del sector turístico

Una de las grandes barreras que impiden la tan anhelada competitividad del sector turístico en el país, está relacionada con los altos niveles de informalidad de los prestadores de servicios turísticos.

La Ley 300 de 1996 – “Ley General de Turismo”, menciona en su articulado el Registro Nacional de Turismo para aquellos empresarios que decidan prestar servicios turísticos, además de identificar los subsectores que requieren solicitarlo ante las entidades competentes; hoy en día cámaras de comercio del país.

El diagnóstico de Aguazul solo identificó un pequeño grupo de empresarios que siguen actuando

sin el debido Registro ³³; por tanto no se consideró relevante definir una estrategia para este ítem; solo se sugiere a la autoridad municipal continuar aplicando la normatividad existente para lograr incorporarlos en la legalidad.

2.3.6. Estrategias relacionadas con el producto turístico

El producto turístico, entendido como el conjunto de bienes (atractivos y servicios) que puestos en el mercado para ser consumidos, satisfacen los requerimientos, las necesidades y los deseos del consumidor (turista), es un proceso productivo activado por los prestadores de servicios turísticos en los lugares donde se ubican los atractivos y que encuentra su concreción en el consumo que de éstos haga finalmente el turista. En otras palabras, el producto turístico representa la mayor motivación de desplazamientos de turistas hacia un lugar; un destino turístico se define por la existencia de productos. Sin ellos, no existe el destino y por lo tanto no hay razón alguna por la cual las personas decidan visitarlo.

Sus objetivos son muchos: crear oportunidades de empleo, estimular la aparición de pequeñas empresas, conservar y poner en valor la cultura local, atraer inversión y finalmente desarrollar nuevos mercados para los productos y servicios. El producto turístico puede estar basado en atractivos o en servicios. En el primer caso, los recursos naturales y culturales funcionan como motivadores del desplazamiento, despertando el interés de las personas para llegar al lugar. En lo que concierne a Aguazul, la mayor parte de los atractivos existentes son o débiles o poco visibles y por lo tanto no generan aún el entusiasmo necesario para que las personas se acerquen al municipio. Esto no quiere decir que en un futuro no puedan hacerlo, pero por el momento la ausencia de actividades así como el estado en que se encuentran algunos de ellos, imposibilitan la conformación de un producto turístico competitivo.

La segunda opción se refiere a cuando éste gira alrededor de los servicios, es decir, la combinación de un servicio con otras facilidades turísticas. Los

servicios son entendidos como el conjunto de realizaciones, hechos y actividades tendientes a producir prestaciones personales para satisfacer las necesidades del turista. Ellos complementan los atractivos, pues permiten la permanencia y disfrute durante la estadía. Su ausencia impide la existencia del producto turístico.

De acuerdo con lo evidenciado durante las visitas de campo y validado en los sucesivos talleres con la comunidad, la presente consultoría concluyó que los servicios pueden convertirse en el componente de mayor atraktividad y razón del desplazamiento. Es por este motivo que los equipamientos han sido incluidos dentro del inventario de recursos y atractivos aun sin serlo. Al momento sólo son utilizados de modo aleatorio para eventos y en forma continua por los residentes. Sin embargo, considerando la calidad de la infraestructura podrían convertirse en el corazón del producto turístico deportivo para Aguazul.

En la actualidad los destinos ya no compiten directamente entre sí sino a través de sus productos; por lo tanto, aquellos que logren especializarse marcarán una diferencia con respecto al resto; si todos ofrecen lo mismo, entonces nadie es único. De una parte Aguazul cuenta con la fortaleza de poseer un equipamiento de calidad que, aunque necesita ciertas adecuaciones y mantenimiento, sigue siendo excepcional; pero de otra, existe la gran oportunidad de ser el primero a nivel nacional de proponer un producto turístico deportivo que logre aglutinar la demanda de ese segmento.

A nivel internacional, es evidente el interés creciente por la vida sana. Las personas son más conscientes de su alimentación y realizan importantes esfuerzos para mantenerse en forma; la edad ha dejado de ser un obstáculo; muy por el contrario, han aparecido nuevos nichos de mercado que se dejan seducir por destinos adecuados para ellos. Por ejemplo, una de las tendencias emergentes son los MAMIL (middle age men in leggings), hombres de mediana edad que usan ligas deportivas para correr o montar en bicicleta. Tal es el impacto que viene generando que ya en Europa, agencias de viajes y hoteles se vienen transformando para captarlos por su alto poder adquisitivo.





También están los que viajan para participar en maratones. Los running teams (equipos de corredores) han impuesto esta moda de visitar destinos donde se llevan a cabo carreras o eventos que les permiten superarse año a año. Ya los operadores han comenzado a ofrecer paquetes que incluyen los traslados, el alojamiento y la inscripción correspondiente. Como se puede apreciar, estos individuos están movidos por metas personales que nada tienen que ver con lo económico sino con probarse a sí mismos que son capaces.

En lo que concierne a Colombia, el excelente desempeño de sus deportistas en los últimos años en diferentes disciplinas ha generado un interés creciente en el desarrollo de actividades físicas. La labor destacada de los ciclistas nacionales en el mundo así como los logros alcanzados en fútbol entre otros han motivado a los colombianos a imitarlos. Es en esta coyuntura que un producto deportivo puede aprovechar las oportunidades que presenta el mercado.

La propuesta para Aguazul consta de dos variantes. La primera se refiere al turismo deportivo de eventos, es decir, a la organización de competencias puntuales que den a conocer el municipio y atraigan tanto a los participantes como a sus familias y acompañantes. Esta opción cuenta con la ventaja de la visibilidad que genera, sin embargo tiene el detrimiento de sólo poder realizarse en fechas específicas. Para poder contrarrestar esta estacionalidad, se sugiere una segunda variedad que es el turismo deportivo activo. Se trata de aquel que se lleva a cabo todo el año, ya sea de modo individual como grupal. Con este fin se plantea atraer selecciones, cajas de compensación, gremios, equipos deportivos de clubes, universidades y colegios, que no cuenten en su ciudad con instalaciones deportivas de calidad o que el clima no les permite entrenar todo el año. Los equipamientos vinculados, que en este caso funcionarían como atractivos, serían la Villa Olímpica, el Parque del Arroz, la Manga de Coleo y la Plaza de Toros. Para poder crear un producto integral será necesario capacitar monitores y jueces deportivos, incluir seguros, tener un cuerpo médico especializado en deportes, desarrollar una oferta gastronómica que responda a las necesidades de los deportistas y ofrecer servicios de spa

con masajes. El hecho de contar con estas prestaciones funcionará como factor diferenciador del producto frente a los potenciales competidores.

A largo plazo, y con los requerimientos respectivos, se puede pensar en adecuar instalaciones deportivas para personas con discapacidad. Dada la falencia existente a nivel nacional en infraestructura para este segmento de mercado, entonces un destino capaz de satisfacer sus requerimientos resultará sumamente atractivo.

El otro producto que se propone para Aguazul es el ecoturismo, como subproducto dentro del Turismo de Naturaleza. Este último comprende todo tipo de viajes enfocados en la naturaleza, donde la principal motivación es la observación y apreciación de la biodiversidad acompañada de la cultura de poblaciones locales. El municipio cuenta con la ventaja de poseer varios atractivos de índole ambiental. Lamentablemente, la falta de actividades en torno a los mismos ha hecho que no sean conocidos más allá de la región. Se propone entonces enriquecer el producto deportivo complementándolo con el ecoturismo. De este modo las personas que lleguen al destino para la práctica de un deporte en sus instalaciones, puedan también realizar otras actividades con diferente grado de dificultad en sus atractivos naturales. Entre ellos se destacan los Farallones de San Miguel, el Cerro de la Cruz, Alto Lindo y el Río Cusiana.

La oportunidad que presenta impulsar el ecoturismo también guarda relación con la opción de hacer parte del Programa de Transformación Productiva (PTP) del Gobierno Nacional. El mismo identifica destinos con potencial en turismo de naturaleza y acompaña a los empresarios con el objetivo de acelerar su productividad y competitividad. Colombia cuenta con una gran fortaleza por su enorme biodiversidad. No obstante, esto también es una debilidad para los destinos que recién comienzan a transitar este sendero dado que otras regiones han trabajado esta tipología con anterioridad y ya se han posicionado en la mente de los consumidores. Por lo tanto, poder combinarlo con el turismo deportivo permitirá diferenciarse del resto y no ser un destino "verde" más.

La oferta cultural, expresada a través de la gastronomía y el folclor, funcionará como compañero de ambos productos. Tanto las personas que lleguen a Aguazul para realizar alguna actividad como el público asistente a los eventos podrán disfrutar de la comida típica de la región y participar en la cotidianidad llanera.

En conclusión, tanto el turismo deportivo como el ecoturismo pueden convertir a Aguazul en un destino pionero. Tienen la ventaja de poseer la infraestructura y los recursos necesarios para poder desarrollarlo. Sin embargo, queda la cuenta pendiente de llevar a cabo las adecuaciones pertinentes. Sin ellas, no se puede hablar de producto. Las acciones que se describen a continuación permitirán el posicionamiento paulatino de Aguazul como destino turístico, cuyo fundamento se sustenta en la realidad actual, enmarcada en sus equipamientos deportivos y en sus recursos naturales de gran valor ecológico como en efecto lo es Farallones de San Miguel.

Objetivo

Desarrollar productos turísticos especializados y diferenciados que permitan posicionar a Aguazul como destino turístico.

2.3.6.1. Recuperar la identidad del Festival del Arroz

De acuerdo con lo recabado en los talleres con la comunidad y lo presenciado durante el mencionado festival, el Reinado ha logrado opacar el resto del evento. La mayor parte de las actividades programadas reflejan la identidad llanera y ponen de relieve la cultura local. Sin embargo, el interés de las personas se concentra en elegir a la niña más bonita en lugar de disfrutar de su importante patrimonio cultural y de celebrar su cultivo principal, el arroz.

Con este fin se proponen dos acciones puntuales. La primera es la creación de un concurso de trabajos escolares con base en el arroz. Los alumnos de colegios primarios serán guiados por sus profesores en talleres de manualidades para poder realizar trabajos que incorporen el arroz. Durante el festival sus creaciones serán expuestas y un jurado elegirá los tres mejores por categoría.

Se espera el apoyo empresarial para la donación de los premios tanto a los estudiantes como a las escuelas donde asisten.

El segundo punto tiene relación con la parte culinaria. Existe actualmente una muestra pero ha ido perdiendo fuerza a través del tiempo porque “todos preparan lo mismo”. Se propone entonces el fortalecimiento del concurso culinario del festival tornándolo en una muestra gastronómica internacional con base en el arroz. Es decir que las recetas presentadas deben ser de otras partes del mundo. De ese modo las personas tendrán la oportunidad de probar platos exóticos provenientes de lugares distintos. También aquí se dará un premio a los ganadores seleccionados por un jurado.

2.3.6.2. Poner en valor los equipamientos a través de la creación de nuevos eventos y actividades

Se pudo constatar que la mayor parte de los equipamientos, a pesar de ser de muy buen nivel, se encuentran subutilizados. Por ejemplo, la Concha Acústica, la Manga de Coleo y la Plaza de Toros sólo albergan eventos pocas veces al año. En lo que respecta al resto del equipamiento, sobre todo el deportivo, éste es únicamente disfrutado por los locales.

Los pasos a seguir para revertir esta situación son inicialmente identificar los equipamientos que ya han sido acondicionados y están listos para su utilización. Esta es una condición previa para la realización de cualquier actividad que implique el desplazamiento de turistas a Aguazul. Posteriormente se deben revisar las nuevas actividades a realizar en los equipamientos. Entre ellas se proponen las siguientes:

- Utilización de la Plaza de Toros para torneos de vóley playa y eventos culturales.
- Uso de la Manga de Coleo para actividades culturales y desfiles.
- Utilización de la Concha Acústica para premiaciones, inauguración y cierre de eventos.
- Implementación de clases semanales de joropo para turistas en la Casa de la Cultura.

Cabe destacar que esta lista no es limitante, sino



que es un primer paso. A medida que los eventos se sucedan y el destino sea reconocido como un lugar donde existe la infraestructura necesaria, entonces más pedidos e ideas irán surgiendo.

2.3.6.3. Impulsar la creación de un museo arqueológico en la Casa de la Cultura

La Casa de la Cultura cuenta con excelentes instalaciones donde ofrece toda clase de cursos a los residentes. Por otra parte, existe un caudal de piezas arqueológicas que no tienen donde exponerse. Por lo tanto, se propone adecuar un espacio dentro de este centro para inaugurar un museo arqueológico. Para ello será necesario registrar las piezas, estructurar el proyecto, acondicionar las salas, desarrollar guiones y recorridos turísticos así como actividades complementarias. Se debe también llevar a cabo una capacitación de guías o informadores turísticos que expliquen a los visitantes la importancia de lo expuesto. Este museo será punto de interés no sólo para los turistas sino también para los locales.

Ya la Administración municipal viene adelantando el tema, cuya responsabilidad recae en la Secretaría de Cultura y Educación.

2.3.6.4. Aumentar el interés turístico de la Subasta Ganadera de los miércoles

La Subasta Ganadera goza de reconocimiento no sólo en Aguazul sino también en el resto del departamento. Sin embargo, es opacada por la que tiene lugar todos los jueves en Yopal. Con el fin de aumentar su interés, se propone diseñar un circuito que incluya un guión. De ese modo las personas que no están familiarizadas con este tipo de evento podrán enterarse de las actividades que allí se realizan. Un modo de diferenciarse del resto es a través de la incorporación de los cantos de vaquería en la apertura de la Subasta.

Una vez el producto esté armado, se deberán invitar a operadores turísticos de Yopal y Sogamoso para que lo conozcan y vean su atractivo. De ese modo ellos podrán incorporar esta visita dentro de sus paquetes.

Se propone que sea la empresa de la Subasta quien

se encargue de financiar el pago de las horas del artista para los cantos de vaquería que no serían más de 2 horas; de esta manera no solo se promueve la cultura local sino que además permite el fortalecimiento de los emprendimientos culturales.

2.3.6.5. Diseñar un Producto Turístico Deportivo para Aguazul

Como se ha venido explicando en los puntos anteriores, el gran diferencial que posee Aguazul reside en la potencialidad existente para desarrollar un producto turístico deportivo. Esto se debe a la variedad y calidad del equipamiento de esta índole.

El diseño del producto debe ser llevado a cabo por una consultoría especializada quien deberá identificar la infraestructura a incorporar así como los prestadores de servicios que podrían vincularse al producto con base en criterios de calidad y sostenibilidad. Para ello se debe tener en cuenta el análisis de la planta empresarial realizado para el presente plan y desarrollar un plan de mejoramiento para los prestadores de servicios evaluados. De modo complementario se deben valorar aquellos atractivos y actividades que enriquezcan el producto.

2.3.6.6. Impulsar la creación de un museo del arroz en el Parque del Arroz

El término de parque temático, se refiere al conjunto de atracciones organizadas en torno a una misma línea argumental; es decir se especializa en un tema determinado; ejemplo de ello pueden ser, el parque Terra Mítica en Benidorm – Alicante (España), dedicado a las antiguas civilizaciones del Mediterráneo; o el parque “Tierra Santa” en Buenos Aires (Argentina), especializado en temas religiosos.

Una de las debilidades detectadas en el diagnóstico es la falta de relación entre el Parque del Arroz y el mencionado cultivo. Es por ello que se propone la creación de un museo temático que haga honor a uno de los productos más importantes de Aguazul, reconocido en el ámbito nacional como el “Municipio arrocero de Colombia”.

Para ello se deben seguir los siguientes pasos:



<http://plazas.faggella.com.ar/>

- Recuperación de información histórica acerca del cultivo del arroz y el uso de maquinarias a través del tiempo
- Estructuración del proyecto para la creación del museo.
- Acondicionamiento de zonas para el museo dentro del Parque
- Desarrollo de guiones y visitas turísticas.
- Desarrollo de actividades complementarias a la visita del museo.
- Capacitación del personal del museo y de guías turísticos.

Vale aclarar que este museo no será en detrimento de las instalaciones deportivas del sitio. Por el contrario, agrega interés al lugar y promoverá la visita tanto de los residentes como de los turistas.

2.3.6.7. Diseñar un Producto Turístico Deportivo para personas con discapacidad

Cada vez más las personas con habilidades diferentes están practicando un deporte. Lamentablemente, no todos los sitios están adecuados para ellos. Por lo tanto, un destino que logre ofrecer un equipamiento adaptado a sus necesidades tendrá el éxito asegurado. Por cuestiones de infraestructura este producto no podrá ser operado de modo inmediato sino que su horizonte es a mediano-largo plazo, en función de los requerimientos arquitectónicos.

Se propone la contratación de una consultoría especializada en este segmento de mercado que comprenda sus requerimientos puntuales. Ellos deberán identificar equipamiento especial, analizar los prestadores de servicios que podrían vincularse al producto con base en criterios de calidad y sostenibilidad, evaluar los servicios

complementarios y de los prestadores de los mismos, estructurar un plan de mejoramiento para los prestadores de servicios evaluados y valorar los atractivos y actividades que complementen el producto. Si bien conquistar el mercado de personas con discapacidad física es una labor planteada para el mediano – largo plazo, en las estrategias de la Infraestructura, que contemplan las adecuaciones de los escenarios deportivos, deben tenerse en cuenta los requerimientos arquitectónicos para esta población con el fin de aunar esfuerzos y optimizar recursos.

2.3.6.8. Diseñar el producto de ecoturismo, a partir de la gestión del turismo comunitario en las veredas de interés para el turismo (Cerro de la Cruz o Cuarto Unete, Altolindo, San José de Bubuy, Valle Verde, Palo Solo, Iguamena y San Miguel de Farallones)

Según la Organización Mundial del Turismo, el Ecoturismo hace referencia a los “viajes ambientalmente responsables en las áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (y cualquier elemento cultural, tanto pasado como presente), que promueva la conservación, produzca un bajo impacto de los visitantes y proporcione la activa participación socioeconómica de la población local.

Hoy día, la mayor parte del turismo que se lleva a cabo en áreas naturales no constituye ecoturismo y, por consiguiente, no es sostenible. El ecoturismo se distingue del simple turismo de naturaleza por su énfasis en la conservación, la educación, la responsabilidad del viajero y la participación activa de la comunidad.

Concretamente, el ecoturismo se caracteriza por:

- Comportamiento adecuado del visitante: consciente y de bajo impacto,
- Sensibilidad y aprecio con respecto a las culturas locales y a la diversidad biológica.
- Respaldo a los esfuerzos locales de conservación.
- Beneficios sostenibles para las comunidades locales.
- Participación local en la toma de decisiones.
- Componentes educacionales para el viajero y para las comunidades locales.



Se hace evidente que el aumento del turismo en zonas naturales delicadas puede tornarse en amenaza a la integridad de los ecosistemas y de las culturas locales, si no se lleva a cabo conforme a una planificación y administración apropiada".

De otra parte, el Plan sectorial de turismo 2014-2018 "Turismo para la construcción de la paz" (Documento en actualización) ³⁴, fundamenta uno de sus pilares principales en el desarrollo de un turismo sostenible, amigable con el medio ambiente, económicamente sustentable e integrador con las comunidades locales, por lo que pone de manifiesto la importancia de que sean estas últimas las protagonistas de los desarrollos turísticos a partir de nuevos emprendimientos y de la apropiación del territorio.

Por todo lo anterior, esta estrategia propone diseñar el producto ecoturístico a partir de la integración de las comunidades asentadas en las diferentes veredas que participaron en la construcción de este plan, las cuales están organizadas en juntas de acción comunal.

La estrategia basa sus acciones en desarrollar un piloto en Farallones de San Miguel, que sea repllicable en las otras veredas.

Si bien es cierto que el área protegida San Miguel de Farallones es un atractivo natural, es necesario conocer su fauna, flora, cuerpos de agua, accidentes geográficos, tamaños de los bosques y de los árboles, entre otras variables ambientales necesarias para desarrollar una o varias actividades que permitan su mejor disfrute. Entre las muchas actividades que potencialmente pueden ejecutarse allí, se resaltan: observación de flora y fauna, observación de aves, senderismo, canopy, cañoning, barranquismo y rápel; todas éstas además de fortalecer el concepto de ecoturismo deben estar orientadas a la conservación y protección del área. Igualmente son necesarios los trazos de senderos y el estudio de capacidades de carga para cada una de las actividades que llegaren a proponerse. Es fundamental realizar una evaluación de los servicios ecosistémicos que el área de San Miguel de Farrallones le brinda al municipio y a la región y

caracterizar las amenazas ambientales a las que el ecosistema puede estar expuesto.

Por supuesto para diseñar este producto turístico y teniendo en cuenta el bajo nivel de conocimiento turístico por parte de las comunidades veredales, es necesario contemplar un acompañamiento permanente, tipo tutoría con el firme propósito de generar confianza en la comunidad campesina, para la prestación de servicios como alojamientos rurales con altos estándares de calidad, rescate y puesta en valor de las tradiciones gastronómicas que incorporen la inocuidad de los alimentos y las buenas prácticas alimentarias, así como las actividades recreativas y deportivas que se prioricen en el diseño del producto.

Por ser diferentes veredas las interesadas en gestionar el turismo comunitario, es fundamental la contratación de un experto en el tema para que tanto las actividades como los servicios que ofrecen las diferentes juntas de acción comunal sean complementarios, evitando la competencia entre los mismos.

Una vez las comunidades estén listas para ofertar sus servicios y actividades, estos deberán incorporarse tanto en la campaña publicitaria como en el plan de medios.

Por ser una acción de relevante importancia para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades veredales y de la preservación y conservación de los patrimonios cultural y natural, esta estrategia hace parte de los tres (3) perfiles de proyectos priorizados como inicio a la ejecución del presente plan, el cual está consignado en la finalización de este capítulo.

2.3.7. Estrategias relacionadas con la promoción y comercialización del destino

En la mezcla de mercadeo o marketing mix, la promoción es la última acción a adelantar luego del producto, el precio y la plaza o distribución. Por lo tanto, resulta imposible publicitar un producto o destino si primero no se ha desarrollado. Partiendo de esta premisa, las estrategias promocionales se podrán ejecutar cuando se esté seguro de tener un producto listo para mostrar al público.

³⁴ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, mayo de 2015.

co; el propósito de esta estrategia entonces, será llevar a cabo acciones promocionales que den a conocer el municipio como destino de turismo de deportes y ecoturismo.

Objetivo:

Fortalecer la promoción y los canales de distribución del producto turístico de Aguazul.

Para lograr este fin, se propone:

2.3.7.1. Crear una imagen para el producto turístico de Aguazul

La encuesta de demanda potencial, aplicada a posibles turistas interesados en visitar Aguazul, arrojó que la mayor parte de los entrevistados no conocen ni tienen una opinión formada del municipio. Para solucionar este inconveniente se hace necesario crear una imagen que ayude a posicionar el destino en la mente de los consumidores. Dado que su construcción debe partir de un consenso entre los pobladores, se precisa comenzar por realizar talleres con la comunidad que sirvan para identificar sensaciones, sentimientos y expresiones identitarios. Con base en lo recogido en estas reuniones, un estudio especializado tendrá las herramientas para diseñar la imagen del producto deportivo y ecoturístico, la cual deberá ser apropiada por todos los actores locales que intervienen en la industria turística (sectores público, privado, organizaciones no gubernamentales y comunidad en general). Solo a partir del uso frecuente de la marca se logrará visibilizar a Aguazul en los mercados turísticos proyectando una imagen sólida y de trabajo cooperado.

2.3.7.2. Organizar dos fam trip anuales para mayoristas y operadores de Casanare especializados en turismo de naturaleza y ecoturismo.

El Fam Trip o viaje de familiarización es una herramienta utilizada por los destinos para presentar antes los agentes de viajes sus paquetes y lograr que ellos los incluyan en su portafolio de programas. En este caso la idea es comenzar con operadores de Casanare, quienes son los que en primer momento podrían llegar a ofrecer Aguazul. Dado que es un producto especializado en ecoturismo,

se deben identificar aquellos mayoristas que venden productos de naturaleza. Posteriormente se elaborará un itinerario de viaje que les permita conocer no sólo los atractivos sino también los prestadores involucrados en la cadena de valor del turismo. En el transcurso del viaje se organizarán reuniones de negocios entre los operadores receptivos de la región y las mayoristas que impulsen el establecimiento de alianzas estratégicas. Uno de los factores del éxito de los fam trips es el seguimiento posterior, teniendo en cuenta que sirve para evaluar el impacto de las visitas y demostrar a los prestadores que han colaborado, la importancia de participar en estas acciones.

2.3.7.3. Organizar dos Fam Trip anuales para organizaciones deportivas, responsables de clubes y departamentos deportivos de universidades y colegios

Igual que en el caso anterior, este viaje tiene como objeto mostrar lo mejor del destino a nivel turístico. Sin embargo, el segmento de mercado varía puesto que no se orientará a agencias especializadas en turismo de naturaleza, sino a organizaciones que busquen sitios para llevar a cabo competencias y eventos deportivos; por ello resulta fundamental la elección de los invitados pues el resultado obtenido dependerá del acierto en la selección.

2.3.7.4. Organizar tres eventos deportivos anuales

Los eventos no sólo constituyen un modo de promocionar el destino sino que también ayudan en el posicionamiento del mismo como meca del deporte. Estas competencias cuentan con la asistencia de los participantes, sus familiares y público en general interesado en la disciplina. Los pasos a seguir se detallan a continuación:

- Propuesta de alternativas y factibilidad de eventos deportivos con base en los equipamientos deportivos disponibles.
- Diseño del evento: nombre, temática, fecha, recursos, mercado objetivo, infraestructura necesaria.
- Promoción del evento en mercados objetivos.
- Implementación y seguimiento del programa.



Para que un evento logre ser recordado, debe tener cierta continuidad en el tiempo; de ese modo las personas ya esperan la próxima edición y se preparan para la misma. La promoción del evento se debe realizar a través de páginas webs, redes sociales, cuñas radiales y publicidad puntual en los sitios de entrenamiento de la disciplina en la que se va a competir.

2.3.7.5. Desarrollar una campaña publicitaria que incluya plan de medios para el posicionamiento de Aguazul como un destino deportivo y ecoturístico

Una vez desarrollados los productos turísticos identificados para Aguazul, resulta necesario que las personas los conozcan. Ya definidos los términos de referencia para la contratación de la agencia, se elegirá la que presente el mejor proyecto. Luego de la ejecución se procederá a medir el impacto de la campaña.

En tanto se adelantan los procesos contractuales, se recomienda que la Administración Municipal genere continuamente noticias positivas del destino en medios de comunicación del orden regional y nacional con el fin de minimizar la imagen negativa que los procesos de violencia han dejado en el territorio; esto produce un efecto de seguridad en quienes tengan interés por visitar la localidad o por desarrollar actividades deportivas.

2.3.7.6. Crear campaña de promoción en redes sociales (Twitter y Facebook) e internet (portales de viajes, blogs, etc.).

Las redes sociales se han constituido en los últimos tiempos en una fuente de información fundamental al momento de investigar y decidir acerca de un futuro viaje. Un destino para ser atractivo y visible debe indefectiblemente tener una presencia constante en estos sitios. Por lo tanto se propone crear una campaña de promoción en redes sociales e internet. En los diferentes portales se espera publicar información de relevancia sobre Aguazul y generar interés en su público potencial. Para ello, se precisa contratar una agencia especializada que se encargue de su puesta en marcha y continua actualización.

2.3.7.7. Participar en dos ferias de turismo especializadas anuales

Actualmente no hay una participación a nivel municipal de Aguazul. En la Vitrina Turística de Anato 2015 se identificaron algunos prestadores que ofrecen de modo aleatorio visitas al municipio pero no había presencia formal del mismo. Las ferias son el sitio donde se buscan nuevos contactos y se promociona el destino. Es de suma importancia que Aguazul arme un calendario de ferias y evalúe cuáles son las más adecuadas desde el punto de vista de su producto turístico para participar.

Para empezar, corresponde invitar a los prestadores locales interesados en mostrar el producto de Aguazul pero previamente al evento se los debe capacitar acerca de la manera correcta y efectiva de participar en una feria comercial, cómo debe ser su comportamiento y qué material conviene llevar. Una vez finalizada la feria es necesario evaluar el impacto que ha tenido, es decir, si se han hecho nuevos contactos y/o concretado nuevos negocios.

2.3.7.8. Generar alianzas con agencias de viajes de Yopal, Sogamoso y Bogotá para fortalecer la comercialización del destino Aguazul

Para entender esta estrategia, es preciso aclarar por qué se definió concentrar los esfuerzos iniciales en las tres (3) ciudades mencionadas:

En primer lugar, Yopal capital del Departamento está ubicada muy cerca de Aguazul y cuenta con aeropuerto con varias frecuencias diarias, lo que facilita los desplazamientos de posibles turistas y visitantes; de otra parte las estrechas relaciones entre Sogamoso y Aguazul por los frecuentes eventos ciclísticos que realizan los clubes deportivos y la Federación de Ciclismo, además de los resultados arrojados en el análisis de la demanda potencial, centrados en el conocimiento que los sogamosenos tienen del destino y, por último Bogotá, ciudad considerada el principal destino emisor de turistas hacia las diferentes regiones del país.

De otra parte, en las tres ciudades hay presencia de agencias de viajes operadoras que perfectamente podrían diseñar paquetes turísticos que

incorporen los atractivos, los servicios y las actividades de Aguazul.

Se propone que esta estrategia solo se desarrolle en el corto plazo, teniendo en cuenta que el destino debe contar con sus propias agencias, pues son quienes mejor conocen el territorio y en consecuencia, quienes mejor podrían venderlo.

La responsabilidad de generar alianzas comerciales recae en el sector privado; por tanto será una tarea que adelante el Sistema de Gestión de Calidad, en cabeza de Corcultura por ser el único gremio que agrupa prestadores de servicios turísticos.

2.3.8. Recomendaciones sugeridas para el Plan Básico de Ordenamiento Territorial - PBOT

Desarrollar un destino turístico supone la afectación en los usos del suelo; por tanto, es menester de la Administración Municipal ajustar su PBOT a las nuevas necesidades turísticas.

Tal como se indicó en el capítulo diagnóstico de este Plan, la Alcaldía de Aguazul contrató con una firma la actualización del PBOT; con la misma se adelantaron conversaciones que permitiesen el entendimiento y las necesidades de la industria turística³⁵ y, en consecuencia, pudiesen contemplarse dentro del nuevo documento del PBOT; a continuación se resumen las recomendaciones sugeridas necesarias para el adecuado desarrollo del turismo en Aguazul, desde las implicaciones del ordenamiento territorial.

Atractivos turísticos/ Medio ambiente

El Plan de Desarrollo Turístico dispuso que el producto turístico principal debía ser el deportivo; sin embargo privilegió la estructura ecológica principal del PBOT, estableciendo que los recursos naturales son atractivos complementarios al destino. El río Unete es uno de ellos, sin embargo debe ser recuperado y habilitado ambientalmente para su uso. Es por ello que se recomienda conservar su entorno natural y desarrollar una cicloruta ecológica para acceder a él.

Equipamientos deportivos

El Plan de Desarrollo Turístico, también privilegia

la estructura funcional y de servicios del PBOT a través de la recuperación de los equipamientos deportivos y recreativos; es por ello que se propone mejorar sus instalaciones y complementar sus entornos, así como el mejoramiento de otros equipamientos como el de salud y el de transporte, para el adecuado desarrollo del destino.

Sistema de espacios públicos/ movilidad

Para llevar a cabo este plan, la ciudad debe acondicionarse para las nuevas actividades, por lo que se requiere que el sistema de espacios públicos y movilidad en general, sean pensados para crear una conexión entre los equipamientos deportivos y recreativos y las demás dinámicas de la ciudad. Es por ello que se propone conectar las ciclorutas con los equipamientos, mejorar los espacios públicos (andenes, vías, antejardines y fachadas) y parques recreativos.

También se propone mejorar la habitabilidad en los espacios públicos, mejorando la estructura arbórea, de manera que la sombra sea mayor y cobije parte de la vía, así como la utilización de materiales en el espacio público y regulación y manejo para la utilización y usufructo de este.

Usos urbanos

El Plan también propone mejorar la infraestructura turística, hoteles, restaurantes etc. por lo que requiere se estudie la compatibilidad de los usos propuestos en el PBOT, como es comercio tipo 2 y los nuevos desarrollos turísticos.

Usos rurales

Es importante estudiar la compatibilidad de los usos rurales que propone el PBOT y los nuevos usos para el desarrollo turístico rural, como son posadas, alojamientos, establecimientos gastronómicos y actividades que permitan la recreación pasiva. Al respecto y de acuerdo con las reuniones adelantadas con el equipo de consultoría que viene adelantando la actualización del Plan Básico de Ordenamiento Territorial y para una mejor comprensión, se describen los siguientes aspectos:

Ecoturismo: toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominan-

³⁵ Ver Anexo 8 Actas de reunión equipo Actualización PBOT Aguazul.



tes en las zonas naturales, incluyendo elementos educacionales y de interpretación. Procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural. Contribuye a la protección de las zonas naturales utilizadas como centros de atracción de ecoturismo. (Organización Mundial del Turismo, adoptada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

Turismo rural: el conjunto de actividades que tienen una valoración turística de los espacios agrarios, los recursos naturales y paisajísticos, el patrimonio cultural, las viviendas y fincas rurales, las tradiciones populares y los productos locales; por medio de la cual se busca facilitar al turista un contacto personalizado, una impresión del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de las posibilidades, permitir su participación en las actividades, costumbres y estilo de vida de la población local, con el objetivo de lograr un desarrollo local sostenible y como respuesta a las necesidades de ocio recreativo de las sociedades modernas que se localizan especialmente en centros urbanos. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

Posada turística: vivienda familiar en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales preferiblemente de arquitectura autóctona cuyo principal propósito es promover la generación de empleo e ingresos a las familias residentes, prestadoras del servicio. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo). (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Norma Técnica Sectorial NTSH007

2.4. PERFILES DE PROYECTOS PRIORIZADOS

Una vez el Plan de desarrollo turístico de Aguazul sea adoptado por el Consejo Municipal y/o la Administración Municipal, debe iniciar su ejecución; no obstante, en tanto ello sucede y se armonizan los planes de acción de las diferentes secretarías de la Alcaldía Municipal y de los actores del sector turístico local, se identificaron, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Empresarial y Ambiental de la Alcaldía de Aguazul tres (3) proyectos

en los cuales la administración municipal debería concentrar sus esfuerzos inmediatos, con el firme propósito de generar confianza en los actores. Estos fueron:

- Creación de la Oficina de turismo de Aguazul.
- Diseño del producto de ecoturismo a partir de la gestión del turismo comunitario en Farallones de San Miguel
- Generación de emprendimientos para la operación turística local.

Para facilitar la gestión de la autoridad turística actual de la Alcaldía Municipal, a continuación se hace una breve descripción de cada uno de ellos, como sustento técnico para la elaboración de los proyectos requeridos en la búsqueda de recursos que permitan su aplicación.

2.4.1. Creación de la Oficina de Turismo de Aguazul

Objetivos

Los objetivos de este proyecto son los siguientes:

1. Consolidar la oferta turística de Aguazul basada en la vocación (es) del municipio.
2. Forjar el desarrollo turístico del municipio basado en parámetros de competitividad, sostenibilidad y calidad.
3. Posicionar la oferta turística aguazuleña en los mercados regionales próximos (Yopal, Sogamoso y Bogotá), nacionales e internacionales.
4. Fortalecer la institucionalidad en el municipio de Aguazul a través de la creación y puesta en marcha de un área especializada y dedicada por completo al sector turístico, con recursos financieros, humanos y administrativos. La Oficina de Turismo debe liderar los procesos de gestión y coordinación de actores del sector turístico, sobre todo hacia el sector productivo y comunidad aguazuleña, así como el cumplimiento a las estrategias planteadas en el presente plan, las modificaciones y actualizaciones del mismo.

Descripción del Proyecto

La oficina de turismo de Aguazul se considera un centro de operaciones turístico que ofrece información a los turistas actuales (que ya se encuentran en el destino) y a los potenciales con el ob-

jetivo de facilitar su decisión de viajar, facilitar su estadía; disminuyendo las experiencias negativas durante su viaje, impactando de manera positiva en la imagen del destino turístico aguazuleño; pero también se considera un think- tank donde se piensa en turismo y sobretodo, se gestiona la actividad turística y coordina a sus actores.

Es posible que las funciones propuestas superen ciertamente las normalmente realizadas por una oficina de estas características, sin embargo, para el caso de Aguazul es completamente necesario fortalecer la institucionalidad a través de la creación y puesta en marcha de esta área especializada, destacando que sus recursos humanos, administrativos y financieros deben encaminarse hacia el cumplimiento estricto de las funciones que tendrá la oficina. En este contexto, se priorizan las siguientes:

1. Consolidar la oferta turística de Aguazul basada en la vocación (es) del municipio.
2. Forjar el desarrollo turístico del municipio basado en parámetros de competitividad, sostenibilidad y calidad.
3. Posicionar la oferta turística aguazuleña en los mercados regionales próximos (Boyacá y Cundinamarca), nacional e internacional.

4. Liderar procesos de gestión y coordinación de actores del sector turístico, sobre todo hacia el sector productivo y comunidad aguazuleña.

La oficina de turismo debe ser de naturaleza pública y sin fines de lucro, dado que es necesario garantizar la neutralidad y calidad de la información en detrimento de los sesgos comerciales.

Cuadro orgánico de cargos

El número de personas que se estima formen parte de la estructura de recurso humano planteada para la oficina de turismo de Aguazul son tres (3). Este número de funcionarios garantiza el cumplimiento de objetivos en pro del desarrollo turístico del municipio, así como el correcto funcionamiento de la organización. Así las cosas, los cargos sugeridos son los siguientes:

- Especialista en Turismo I
- Técnico en turismo
- Asistente

En las siguientes tablas se incluyen la descripción y la especificación de cada uno de los cargos necesarios para cubrir la estructura orgánica proyectada:

CARGO	ESPECIALISTAS EN TURISMO I
CÓDIGO DEL CARGO	
REPORTA A	Por definir si la oficina depende directamente del Despacho del Alcalde o si depende de alguna de las áreas o dependencias municipales.
SUPERVISA A	Técnico en turismo asistente
COORDINA	(Internamente) con funcionarios de otras áreas municipales. (Externamente) con agentes estratégicos públicos y privados del nivel departamental y municipal, en el ámbito turístico.
PROPOSITOS	Consolidar y posicionar la oferta turística de Aguazul para un desarrollo turístico competitivo y sostenible en los mercados regionales, nacional e internacional. Liderar procesos de gestión y coordinación de actores del sector turístico (empresarios y comunidades específicamente).
FUNCIONES	a. Estructurar y elaborar el plan operativo anual de la entidad b. Consolidar la oferta turística del municipio a partir de la ejecución del plan operativo



FUNCIONES	c. Promover y diseñar las actividades relacionadas con el turismo en el municipio, a fin de crear una oferta de servicios empresariales-turísticos d. Recopilar, actualizar y consolidar información sobre las organizaciones y asociaciones locales, empresarios, profesionales, entidades financieras y educativas, instituciones públicas y ONG's con presencia en el municipio e. Realizar reuniones periódicas con el sector privado y con la comunidad f. Liderar, convocar y supervisar el desarrollo de las actividades previstas en el Sistema de Gestión Turística de Aguazul g. Realizar el seguimiento y control a los indicadores de monitoreo sugeridos en el Plan de Desarrollo Turístico de Aguazul h. Monitorear el nivel de satisfacción del turista que visita el municipio, con la frecuencia que se establezca i. Supervisar, desarrollar y coordinar con organismos locales aspectos de promoción y desarrollo turístico j. Proponer las estrategias en el manejo de redes sociales y website turístico k. Participar como miembro activo de la Cámara de Comercio a nivel local y otras entidades l. Formular los procedimientos administrativos en el ámbito del turismo, y darles curso oficial m. Analizar y emitir concepto técnico sobre expedientes turísticos puestos a su consideración desde otras instancias municipales n. Reportar a quien corresponda, los resultados obtenidos anualmente, grado de avance de acciones estratégicas según plan operativo, seguimiento e indicadores, etc.
REQUISITOS	(Académicos) Título profesional en administración de empresas Turísticas y Hoteleras y/o en Administración de Empresas con diplomado en turismo o carreras afines. (Experiencia) 3 años en el sector público o 2 años como gerente-director-jefe de área en el sector productivo turístico.

Tabla Oficina de Turismo de Aguazul: descripción y especificación Cargo 1

Fuente: Siete Turismo Estratégico, con información extraída de estructuras similares en Perú, Chile y España, 2015.

182

CARGO	ESPECIALISTAS EN TURISMO I
CÓDIGO DEL CARGO	
REPORTA A	Especialista en turismo I
SUPERVISA A	No cuenta con personal a cargo
COORDINA	(Internamente) con funcionarios de otras áreas municipales. (Externamente) con agentes estratégicos públicos y privados del nivel departamental y municipal, en el ámbito turístico.
PROPOSITOS	Apoyar funciones de operación y ejecución de actividades técnicas y administrativas de la Oficina de Turismo, apoyando al Especialista en turismo
FUNCIONES	b. Recopilar y analizar información sobre el estado de los atractivos de uso turístico, el patrimonio insertado en la oferta comercial turística, los establecimientos turísticos, etc. según plan de acción.

FUNCIONES	<p>c. Confeccionar cuadros, resúmenes, fichas, entre otras herramientas que le ayuden a recaudar la información suficiente para conocer el nivel de satisfacción de los turistas actuales</p> <p>d. Participar en actividades de promoción turística en aspectos relacionados con el folclore, las artesanías, las ferias y eventos, etc.</p> <p>e. Representar al municipio de Aguazul en las ferias comerciales–profesionales de turismo que se realicen en la región, a nivel departamental y/o nacional</p> <p>f. Participar en las actividades del Festival Folclórico y Reinado Nacional del Arroz entre otras que sean priorizadas</p> <p>g. Participar como miembro técnico de coordinación con la Cámara de Comercio, entre otras organizaciones a nivel local</p> <p>h. Apoyar al especialista en turismo en la actualización y mantenimiento de redes sociales y website</p> <p>i. Apoyar en la elaboración de boletines, revistas, periódicos y otros materiales de divulgación, comunicación e información empresarial turística</p> <p>j. Apoyar al especialista en turismo en lo que sea necesario, según necesidades no puntuadas pero importantes para el desarrollo turístico del municipio.</p>
REQUISITOS	<p>(Académicos) Técnico o tecnólogo en turismo o afines.</p> <p>(Experiencia) dos años desempeñándose en el sector público o sector privado turístico en cargos operativos. Es imprescindible tener conocimiento básico en las variables de la oferta turística, paquetes office, correo electrónico y redes sociales. Muy buen nivel del servicio al cliente, relaciones públicas, etc.</p>

Tabla Oficina de Turismo de Aguazul: descripción y especificación Cargo 2

Fuente: Siete Turismo Estratégico con información extraída de estructuras similares en Perú, Chile y España, 2015

CARGO	ESPECIALISTAS EN TURISMO I
CÓDIGO DEL CARGO	
REPORTA A	Especialista en turismo I
SUPERVISA A	No cuenta con personal a cargo
COORDINA	(Internamente) con funcionarios de otras áreas municipales. (Externamente) con agentes estratégicos públicos y privados del nivel departamental y municipal, en el ámbito turístico.
PROPOSITOS	Desempeñar funciones de asistencia y administrativas en la Oficina de Turismo, ejecutando diferentes acciones las cuales permitan un manejo fluido y ordenado del registro documental de la misma.
FUNCIONES	<p>a. Percepcionar, clasificar, registrar, distribuir y archivar la documentación clasificada de la oficina</p> <p>b. Coordinar y preparar la documentación clasificada a su cargo, para la firma respectiva</p> <p>c. Coordinar reuniones de trabajo y su logística</p> <p>d. Preparar la agenda respectiva del Especialista en Turismo I</p> <p>e. Redactar documentos de acuerdo a instrucciones específicas</p> <p>f. Velar por la seguridad y conservación de los documentos clasificados</p> <p>g. Mantener la existencia de materiales y útiles de oficina y su distribución</p>



FUNCIONES	h. Responder al teléfono de acuerdo con las indicaciones institucionales i. Otras funciones que le sean asignadas.
REQUISITOS	(Académicos) Técnico o tecnólogo en gestión administrativa del SENA. Estudiante de Administración de Empresas (5to semestre en adelante) o estudiante en etapa productiva del SENA. (Experiencia) dos años en el sector público y/o privado con manejo secretarial ejecutivo. Muy buen nivel de servicio al cliente, taquigrafía, redacción, uso de correo electrónico, etc. No egresado: Un año en sector privado como asistente de oficina, recursos humanos y similares. Orientación al cliente clara y expediente académico por encima de 4 puntos.

Tabla Oficina de Turismo de Aguazul: descripción y especificación Cargo 3

Fuente: Siete Turismo Estratégico, con información extraída de estructuras similares en Perú, Chile y España, 2015

Duración

El proyecto tiene una duración de diez (10) anualidades que corresponden con el horizonte dispuesto en el Plan de desarrollo turístico del municipio. No tiene una duración determinada porque se parte de la premisa que las operaciones de la Oficina de Turismo son de carácter permanente; al menos mientras el Gobierno municipal tenga interés en seguir desarrollando una oferta turística competitiva y sostenible para los mercados emisores interesados y/ o el municipio sea considerado atractivo por los visitantes de la región, del país y del mundo.

Costos estimados

Tal y como se especifica en el plan de inversiones y en las aclaraciones al presupuesto, se estima que gran parte de las actividades planteadas para el presente proyecto tengan un costo \$0, todo ello porque el impacto de las mismas es netamente administrativo y de gestión. No obstante y por razones obvias, existe un costo relacionado con la operación y/ o el funcionamiento directo de la Oficina, así:

- Costos relacionados con la primera adquisición de materiales, insumos, equipos, etcétera: \$50 millones.
- Costos relacionados con la nómina del personal (3 funcionarios previstos): \$8 millones mensuales que corresponden a \$96 millones por cada año de operación de la Oficina de turismo.

Costo total: \$1.010 millones para el horizonte del presente plan.

No se tienen en cuenta los costos concernientes a la adquisición del local o dependencia destinada para la Oficina de turismo, ni tampoco los costos relacionados con insumos, materiales y mantenimiento que se puedan desglosar de la operación anual.

Actores de Interés

Los actores, organizaciones y entidades que podrían vincularse o apoyar el proyecto pueden ser las siguientes:

- Corcultura Aguazul y su homóloga departamental: FEDETURISMO.
- Cámara de Comercio de Aguazul.
- IDRA
- Clubes deportivos
- Subasta
- Comité de Arroceros de Aguazul
- Comité de Ganaderos de Aguazul
- Empresarios turísticos y de sectores directamente relacionados (comercio, artesanos, etc.).
- Juntas de Acción Comunal cuyas comunidades formen parte de la cadena de valor del turismo.
- Entidades de formación con injerencia en Aguazul.

Posibles Fuentes de Financiación

La Alcaldía de Aguazul debe subsidiar por completo el proyecto, dado que el objetivo del mismo es fortalecer la institucionalidad de la entidad, su coordinación y gestión con los demás actores de la cadena y liderar el sector turístico del municipio. Se desprende de lo anterior que los costos de inicio y operación de la Oficina deben salir del presupuesto municipal.

Factores de riesgo

- Dificultades en la consecución de recursos económicos
- Desinterés del Concejo Municipal para la autorización de los recursos en el incremento del presupuesto de funcionamiento.
- No priorización pro parte de la Alcaldía Municipal
- Apatía por parte de las otras Secretarías de la Administración Municipal en el apoyo y coordinación de acciones y actividades.

Indicadores de seguimiento y/o cumplimiento

Se sugiere que los indicadores de seguimiento sean dos (2):

- Número de oficinas de turismo creadas. Este indicador está basado en la unidad y será monitoreado mensualmente durante el primer año.
- Posteriormente, en los nueve años restantes para la ejecución completa del plan de desarrollo turístico municipal, el monitoreo se realizará trimestralmente teniendo en cuenta que el indicador es el número de oficinas de turismo funcionando (activas).

2.4.2. Diseñar el producto de ecoturismo a partir de la gestión del turismo comunitario en San Miguel de Farallones

Objetivos

1. Diseñar un producto turístico piloto en Farallones de San Miguel, aprovechando el interés de las comunidades veredales de Aguazul por incorporarse en la prestación de servicios y actividades turísticas.
2. Poner en valor el patrimonio cultural y natural de la zona como factor significativo del producto

3. Diversificar la economía zonal dándole una alta participación a las comunidades locales, articulando sus actividades económicas a las propias del turismo.

Descripción del proyecto

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, formuló la Política “Lineamientos para el Turismo Comunitario”, con el propósito de brindar una herramienta útil a las regiones que optasen por esta línea; así mismo el Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, dentro de las estrategias de implementación del Pilar 1 Competitividad para el desarrollo turístico regional y territorial, plantea “Diseñar y poner en marcha un programa específico para turismo comunitario, que incluya instrumentos de apoyo a emprendimientos, desarrollo de competencias empresariales, asociatividad y cooperativismo y mecanismos para el cumplimiento de obligaciones de ley, superando las brechas que los separan del general de la oferta turística del país y generen valor agregado en estas comunidades y en sus territorios”.

Por supuesto la gestión del turismo comunitario se fundamenta en el desarrollo de un turismo responsable; en tal sentido es requisito fundamental realizar una caracterización biótica de los diversos ambientes naturales de las veredas descritas con sus respectivos atractivos: cuevas, cuerpos de agua, paisaje y zonas boscosas que ayude a describir, desde el punto de vista natural y ecológico, las relaciones bióticas y el equilibrio entre los ambientes allí presentes; es a partir de estos estudios que el diseño de productos turísticos toma sentido en cuanto será posible determinar las diferentes actividades que den valor a los recursos y atractivos naturales. El turismo sostenible es una herramienta poderosa para la conservación y la gestión ambiental, ya que facilita el intercambio entre visitantes y lugareños en un marco de valoración y manejo responsable de los recursos naturales e incluso del patrimonio cultural. Anexo a esto y teniendo en cuenta el creciente interés de las comunidades, es necesario vincularlas de tal suerte que sean ellas las protagonistas en el cuidado de sus recursos naturales y en el rescate de sus valores culturales, bajo metodologías simples que exalten sus virtudes con el fin de mantener en el tiempo los emprendimientos que se generen.



Si bien el turismo comunitario no fue contemplado en el Documento Ruta Competitiva del Turismo de Naturaleza para el Casanare (Cámara de Comercio 2015), este proyecto identifica que dentro de un Plan de Acción y Gobernanza municipal, la organización comunitaria es un factor determinante para activar los destinos y/o producto de naturaleza.

La formulación del Plan de Desarrollo Turístico de Aguazul 2015 –2025, dejó en claro el interés de los representantes de las comunidades de las veredas San Miguel de Farallones, Altolindo, Cerro de la Cruz o Cuartounete, San José de Bubuy, Valle Verde, Iguanema, Palo Solo, Guadalito, Bella Vista, Llano Lindo y la Graciela, en conservar sus recursos naturales y la conservación de sus territorios a partir de la prestación de servicios y actividades turísticas, cimentado en el desarrollo de un turismo sostenible, lo que suma valor para competir con un ecoturismo diferenciado.

Una característica específica del turismo comunitario es que su propuesta de valor se fundamenta en la vivencia de experiencias interculturales entre viajeros y miembros de las comunidades anfitrionas (I encuentro de turismo comunitario en Chile, 2012). Coherente con ello, en el mundo de los viajes, cobra cada vez más importancia el movimiento de turismo “responsable” caracterizado por el anhelo de los viajeros de contribuir a un desarrollo local sostenible, desde la perspectiva económica, social y medioambiental. Los turistas están dispuestos a pagar más y a llegar más lejos en busca de experiencias de este tipo.

Por lo anterior y aclarando que no hay un modelo de turismo comunitario que pueda extrapolarse de región a región, se propone desarrollar un proyecto piloto en San Miguel de Farallones, enmarcado en el producto de ecoturismo y bajo el esquema de Gestión del Turismo Comunitario, que sea replicable en las otras veredas, pero que en todo caso, su diferenciación e innovación dependerá de sus fortalezas y recursos tanto naturales como culturales.

Duración

El proyecto partirá de la caracterización biótica de San Miguel de Farallones y contempla varias etapas:

Etapa 1:

- Identificar los grupos familiares interesados en el desarrollo del turismo comunitario que habitan la Vereda de Farallones de San Miguel.
- Identificar los posibles servicios que podrían ofrecerse en la zona: posadas turísticas, alojamientos rurales, gastronomía típica local, guianza e interpretación, transporte, entre otros.
- Identificar las posibles actividades con potencialidad para desarrollarse en la zona, enmarcadas en el ecoturismo y la recreación pasiva.

Duración: 6 meses

Etapa 2:

- Realización de talleres para el trabajo cooperado y resolución de conflictos.
- Definición de roles.
- Definición, diseño y dotación de las infraestructuras necesarias para la prestación de servicios, de acuerdo con la identificación de los mismos en la Etapa 1.
- Definición de equipos y material necesario para el desarrollo de las actividades definidas en la Etapa 1.
- Definición de presupuesto y consecución de recursos para infraestructura, dotación y equipos.
- Construcción de infraestructura y adquisición de dotaciones y equipos necesarios.

Duración: 12 meses

Etapa 3

- Definición y ejecución de un plan de capacitación y asistencia técnica en temas relacionados con la prestación de servicios de excelencia, derechos y deberes como nuevos prestadores de servicios turísticos, normatividad turística, atención y servicio al cliente, planeación estratégica, operación y administración de emprendimientos, entre otros aspectos.
- Definición de mercados interesados en el turismo comunitario
- Gestión comercial para incorporar la oferta del turismo comunitario en los mercados turísticos regionales.

Duración: 12 meses

Etapa 4

- Acompañamiento y tutoría en cuanto a la prestación de servicios de excelencia, al desarrollo seguro y responsable de actividades, a los procesos de comercialización y promoción.

Duración: 36 meses

Las etapas 1 y 2 pueden desarrollarse simultáneamente; la etapa 3 sería posterior y la 4 puede darse desde el inicio, a partir de la definición de un plan de acción y de mejora continua y su consecuente seguimiento.

Costos estimados

Se calculan los honorarios de los profesionales expertos en la materia y el acompañamiento por los 3 primeros años del proyecto, a razón de \$10 millones mensuales; incluye traslados aéreos y gastos de manutención. Se estima que el profesional esté en la zona al menos 10 días consecutivos al mes y adelante gestiones para la comercialización tanto en Yopal como en Sogamoso y Bogotá por ser las principales ciudades emisoras de turismo hacia Aguazul.

Costo total honorarios: \$384 millones

La estimación de las infraestructuras, dotación y equipos no es posible determinarla, teniendo en cuenta que no se conocen las dimensiones de áreas ni los resultados de la Etapa 1.

Actores de interés

- Juntas de acción comunal de las veredas de interés turístico
- Alcaldía Municipal de Aguazul
- Gobernación de Casanare
- Empresas de Hidrocarburos
- Agencias de viajes operadoras de Yopal, Sogamoso y Bogotá
- Clubes deportivos locales y regionales
- Corcultura

Posibles fuentes de financiación

- Fondo Nacional de Turismo
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Corporinoquía
- Ministerio de Cultura
- Alcaldía de Aguazul
- Gobernación de Casanare

- Fondo de Fomento Agropecuario y Microempresarial de Aguazul - FFAMA
- Empresas de hidrocarburos que hacen presencia en la zona objeto de estudio; al respecto la empresa Equión mostró interés de apoyar el desarrollo de este proyecto. La consultoría tuvo la oportunidad de reunirse con dos profesionales del área de proyectos para explicar el alcance del mismo.
- Junta de Acción Comunal de la Vereda Farallones de San Miguel; aportes en especie: mano de obra para las infraestructuras que se determinen, compra de equipos e insumos necesarios para la operación de los servicios y de las actividades.

Factores de riesgo

- Dificultades para consecución de recursos
- Falta de credibilidad por parte de las autoridades municipales y regionales para gestionar el proyecto
- No cumplimiento a los compromisos adquiridos por parte de las comunidades de San Miguel de Farallones.
- Baja aceptación por parte de las agencias de viajes regionales para incorporar el producto y la gestión comunitaria en sus ofertas comerciales.

Indicadores de seguimiento y/o cumplimiento

- Número de emprendimientos creados y puestos en marcha.
- Cantidad de recursos técnicos y financieros gestionados.
- Número de infraestructuras construidas, ampliadas o remodeladas.
- Número de actividades identificadas y gestionadas.
- Número de familias vinculadas.
- Número de talleres dictados e impactos generados.
- Número de acuerdos comerciales gestionados.

2.4.3. Generación de emprendimientos para la operación turística local

Objetivo

Crear emprendimientos para la operación turística local, con el fin de comercializar el destino a



partir del diseño de paquetes turísticos innovadores y altamente diferenciados, dirigidos a mercados específicos.

Descripción del proyecto

Según Philip Kotler, economista y especialista en marketing turístico, “los turistas del extranjero suelen ser mucho más propensos a realizar gastos amplios con tal de mantener una experiencia de viaje satisfactoria; así mismo, suelen adquirir mayores suvenires y servicios complementarios del destino”.

Los esfuerzos hechos por el Gobierno Nacional en materia de competitividad turística ha permitido que el sector registre crecimientos de relevante importancia; no obstante la caída en los precios del petróleo afectó considerablemente el desplazamiento de profesionales, técnicos y proveedores hacia destinos que, como Aguazul basaron su oferta hotelera en este nicho de mercado y, en consecuencia, hoy se presentan porcentajes de ocupación por debajo de los usuales que solían ser del 80%, permanente durante todo el año.

De otra parte, por presentar un mercado cautivo y constante, es sector turístico no se desarrolló de manera apropiada; evidencia de ello es la falta de agencias de viajes operadoras, consideradas principales estructuradores de la oferta de un destino y por tanto para el caso de Aguazul, constituyen uno de los principales eslabones de la cadena productiva del turismo a fortalecer; ello conlleva no solo al conocimiento propio sobre atractivos y actividades sino a la articulación de la cadena de valor interna con sus proveedores naturales (establecimientos de alojamiento, de gastronomía, guías turísticos, transportadores, entre otros) que evitará esfuerzos aislados y poco estratégicos por lograr reconocimiento y posicionamiento en los mercados.

Por todo lo anterior, una estrategia cimentada en la generación de confianza para el empaquetamiento del destino, supone la creación de agentes de viajes operadores que garanticen el diseño de paquetes innovadores, diferenciados y basados en los productos definidos en el Plan turístico de Aguazul 2015 - 2025. Para que ello sea una pronta realidad, es urgente incentivar a la población

local a partir de talleres informativos, liderados por los miembros del Sistema de Gestión Turística propuesto en el mencionado plan, para luego identificar a aquellos con interés en la creación de agencias operadoras.

Será menester de un especialista en el tema los conduzca en el aprendizaje de los aspectos relacionados con la operación turística: planeación estratégica, capacidad operativa y administrativa, costeo de paquetes, tributación que les es aplicable, implicaciones de los contratos de cooperación, uso de tecnologías apropiadas, capacidades de negociación con mayoristas, mejores prácticas para el control de estándares de sus proveedores naturales y diseño de material promocional.

Se estima la creación de al menos dos (2) agencias de viajes operadoras en tanto el destino y sus productos se van desarrollando y consolidando. Mejor concentrar los esfuerzos en pocos y lograr resultados exitosos.

De otra parte la recuperación de la confianza de los turistas nacionales para viajar a lo largo y ancho del país permitió reactivar y dinamizar la demanda turística y el efecto multiplicador en las regiones. La reactivación del turismo doméstico durante puentes festivos y temporadas vacacionales, así como la creciente dinámica en los viajeros que buscan lugares responsables y sostenibles para la práctica de sus deportes o para la participación en competencias, sustenta el hecho de que viabilizar la puesta en el mercado de una oferta eslabonada de atractivos, facilidades y servicios turísticos es determinante para el fortalecimiento comercial del destino.

Duración

El proyecto tendrá una duración de doce (12) meses, de los cuales los primeros seis (6) estarán dedicados a la identificación de los interesados y a la capacitación de los mismos en los diferentes aspectos requeridos y el último semestre se realizará seguimiento a los compromisos adquiridos, al plan de acción establecido, a los procesos operativos y administrativos y se acompañará en la gestión comercial y en el avance de acuerdos comerciales y alianzas estratégicas.

Costos estimados

Se plantea una consultoría especializada en diseño de productos y de paquetes turísticos a razón de \$10 millones el mes; incluye traslados y gastos de manutención.

Actores de interés

- Asociación Nacional de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO.
- Agencias de viajes mayoristas y de viajes y turismo de Bogotá, Sogamoso y Yopal.
- Tour operadores internacionales con ofertas vinculadas al turismo deportivo y al ecoturismo.
- Federaciones deportivas y asociaciones de turismo sostenible.
- Establecimientos de alojamiento y de gastronomía locales.
- Comercio local.
- Corcultura

Posibles fuentes de financiación

- Fondo Nacional de Turismo
- Gobernación de Casanare
- Cámara de Comercio de Casanare
- Alcaldía Municipal de Aguazul
- Fondo de Fomento Agropecuario y Microempresarial de Aguazul - FFAMA
- Empresas de hidrocarburos que hacen presencia en la zona

Factores de riesgo

- Dificultad en la consecución de recursos

- Problemas de coordinación y gestión conjunta entre sectores público y privado.
- Falta de apoyo por parte de las entidades vinculadas.
- Falta de interés por parte de los agentes mayoristas y de viajes y turismo para la creación de acuerdos comerciales.
- Falta de voluntad por parte de proveedores de servicios y actividades turísticas para la conformación de alianzas y la mejora de la calidad.

Indicadores de seguimiento y/o cumplimiento

- Número de emprendimientos para la operación local creados y en marcha.

2.5. PLAN DE INVERSIONES

Los cuadros siguientes muestran las estrategias planteadas por ejes estratégicos, las acciones y actividades a desarrollar para cada una de ellas, el plazo de ejecución propuesto (corto, mediano y largo), una breve descripción del cálculo del presupuesto y las posibles fuentes de financiación.

Para una mejor comprensión y por el tamaño de los cuadros, la siguiente tabla muestra las convenciones relacionadas con las posibles fuentes de financiación del Plan de desarrollo turístico de Aguazul 2015 – 2025, a las cuales se les asignó un número de identificación.

POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN	
1. Fondo Nacional de Turismo- FONTUR	9. CORCULTURA
2. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, programa INNPULSA Colombia	10. FEDEGAN/Comité local
3. Gobernación de Casanare	11. FEDEARROZ/Comité local
4. Alcaldía municipal de Aguazul	12. COLDEPORTES
5. Cámara de Comercio de Casanare	13. IDRA
6. Empresarios turísticos de Aguazul y los articulados a la cadena	14. UNITRÓPICO
7. Empresas de hidrocarburos	15. Alcaldía de Maní
8. CORPORINOQUÍA	16. Ministerio de Cultura

2.5.1. Plan de inversiones – Eje estratégico Infraestructura

Objetivo: Desarrollar e implementar una infraestructura funcional acorde con las necesidades del producto turístico Deportivo, que garantice las condiciones adecuadas para la competitividad del destino.

PLAZO Y PRESUPUESTO APROXIMADO (en millones de pesos) POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS	1	3	4	6	8	12	15	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años									
Implementar la señalización vial, peatonal y de interpretación turística tanto para el acceso al municipio como a sus principales atractivos	a. Identificación de los requerimientos de señales viales, peatonales e interpretativas. b. Diseño y formulación del proyecto de señalización teniendo en cuenta la metodología e indicaciones de los ministerios de Transporte y de Comercio, Industria y Turismo. c. Apertura y cierre del proceso de contratación.				La identificación de requerimientos será realizada por la Alcaldía de Aguazul. Consultoría especializada para adelantar estudios técnicos de la señalización turística vial, peatonal e interpretativa. Tiempo estimado 4 meses.								
Mantener las iniciativas locales de seguridad y reforzarlas	a. Creación temporal de un Comité de seguridad en el municipio, conformado por la Secretaría de Gobierno- Despacho del Alcalde y la Policía de Aguazul; incluyendo a la Policía de Turismo Municipal. b. Identificación de las iniciativas más eficaces en términos de seguridad en el municipio y mejorarlas. c. Elaboración y ejecución de un plan de acción.				Estas actividades tienen un costo \$0 porque se relacionan con la gestión, articulación y coordinación por parte de la Alcaldía de Aguazul con la Policía.	0							



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	3	4	6	8	12	15	TOTAL
Revisar el programa de residuos sólidos existente en la actualidad	<p>a. Creación de las mesas de trabajo para revisar el actual sistema de basuras; horarios, recolección y disposición final.</p> <p>Revisar el programa de residuos sólidos existente en la actualidad</p> <p>b. Elaboración del plan de acción y batería de indicadores para seguimiento y control.</p> <p>c. Ejecución del plan de acción.</p>				<p>Estas actividades tienen costo \$0 porque se relacionan con la gestión, articulación y coordinación por parte de la Alcaldía de Aguazul, la Empresa de Servicios Públicos de Aguazul: ESPA S.A. E.S.P. Y los jefes de acción comunal de las áreas implicadas</p>								
Mejorar la cobertura de servicios básicos en las veredas de interés turístico (Cuarto Unete, Altolindo, San José de Bubuy, Valle Verde, Palo Solo, Iguamena y San Miguel de Farallones).					<p>No es posible definir en esta etapa del plan el costo debido a que se requiere la estructuración previa del proyecto, el cual estaría a cargo de la Oficina de Planeación municipal y/o Secretaría de Obras.</p> <p>Se incluye porque fue un hallazgo de la investigación, siendo priorizado en el taller realizado. Es un aspecto fundamental para el aumento de la calidad de vida de esas poblaciones y para la competitividad del turismo.</p>								



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS					TOTAL	
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años	1	3	4	6	8	12	
Dotar al municipio de un Punto de Información Turística perteneciente a la Red Nacional de PIT's	a. Gestión ante el Viceministerio de Turismo para la dotación del PIT				La Alcaldía cuenta con un espacio libre ubicado en la terminal de buses de Aguazul. Su costo es preliminarmente \$0, debido a que es un tema de gestión frente al Viceministerio.					0	
Revitalización del proyecto PTAR Unete	a. Gestión ante el área de Obras Públicas de la Alcaldía de Aguazul.				Las actividades planteadas son netamente de gestión por lo que el costo de las mismas se estima en \$0					0	
Fortalecer el sistema de salud existente, a partir de la creación de un centro de medicina en deporte para la atención de los deportistas	a. Verificar si el municipio ostenta algún edificio que se pueda convertir en clínica. b. Estructuración del proyecto para la creación del centro de medicina especializada a partir de un acuerdo público-privado o de generar incentivos para la inversión privada. c. Consecución de los recursos.				No es posible definir en esta etapa del plan el costo debido a que se requiere la estructuración previa del proyecto, el cual estaría a cargo de la Oficina de Planeación Municipal. Es un aspecto fundamental como soporte al producto turístico deportivo. El proyecto debe incluir en su presupuesto los aspectos de infraestructura dependiendo si hay que levantar el edificio o si se cuenta con uno para remodelar; equipos de gimnasio, laboratorios, equipos médicos, personal y su capacitación, aires acondicionados, entre otros.					0	

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS	1	3	4	6	8	12	15	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años									
a. Mejoramiento de las especificaciones técnicas exigidas para el desarrollo del deporte en los equipamientos existentes en la Villa Olímpica		1.200			Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.	720		480					1.200
b. Mejoramiento de las especificaciones técnicas exigidas para el desarrollo del deporte en los equipamientos existentes en el Parque del Arroz.		1.200			Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.	720		480					1.200
c. Mejoramiento de las especificaciones técnicas exigidas para el desarrollo del deporte y la recreación en el equipamiento existente en la Manga de Coleo.		800			Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.	480		320					800
d. Mejoramiento de las especificaciones técnicas exigidas para el equipamiento existente en la Plaza de Toros.		500			Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.	300		200					500
e. Mejoramiento de las especificaciones técnicas en el equipamiento existente en la Concha Acústica		500			Consultoría especializada que determine los diseños y obras a ejecutar.	500							500
f. Mejoramiento de las especificaciones técnicas en el equipamiento existentes en el Coliseo de Ferias		500			Consultoría especializada que determine los diseños y obras a ejecutar.	500							500





ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS					1	3	4	6	8	12	15	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años													
a. Adecuación de los entornos y mejoramiento de los servicios complementarios en los edificios de la Villa Olímpica.					Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.												
b. Adecuación de los entornos y mejoramiento de los servicios complementarios en los equipamientos del Parque del Arroz.		400															400
c. Adecuación de los entornos y mejoramiento de los servicios complementarios en el equipamiento de la Manga de Coleo.			1.500		Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.											1.500	
d. Adecuación de los entornos y mejoramiento de los servicios complementarios en el edificio de la Plaza de Toros		800			Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.											800	
e. Adecuación de los entornos y mejoramiento de los servicios complementarios en el edificio de la Concha Acústica.		500			Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.											500	
f. Adecuación de los entornos y mejoramiento de los servicios complementarios en el equipamiento del Coliseo de Ferias.		300			Consultoría especializada que determine los diseños y obras a ejecutar.											300	
					Consultoría especializada que determine los diseños y obras a ejecutar.											300	
																	800

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS	1	3	4	6	8	12	15	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años									
a. Adecuación y mejoramiento de los equipamientos deportivos de la Villa Olímpica.		1.500			Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.								1.500
b. Adecuación y mejoramiento de los equipamientos deportivos del Parque del Arroz.			6.000		Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.								6.000
c. Adecuación y mejoramiento del equipamiento de la Manga de Coleo.				800	Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.								800
d. Adecuación y mejoramiento del edificio de la Plaza de Toros.					Consultoría especializada en infraestructura deportiva que determine los diseños y obras a ejecutar.								2.000
e. Adecuación y mejoramiento del edificio de la Concha Acústica.					Consultoría especializada que determine los diseños y obras a ejecutar.								800
f. Adecuación y mejoramiento del equipamiento del Coliseo de Ferias.					Consultoría especializada que determine los diseños y obras a ejecutar.								1.500



195



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS	1	3	4	6	8	12	15	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años									
Diseñar e implementar una propuesta de mejoramiento del espacio urbano en el municipio de Aguazul para recrear un microclima-hábitat amable para la práctica de los diferentes deportes	a. Desarrollo de estudios de arborización y sombras, con el fin de disminuir 6° la temperatura del espacio público.				Contempla los estudios, no la implementación que sería a largo plazo. \$200'								
	b. Embellecimiento de fachadas y ajardinamiento en los espacios públicos.	800			Se contempla inicialmente sobre las rutas que comunican los equipamientos y espacios públicos. Se debe contratar una consultoría que gestione el proyecto y calcule las obras con la participación de la ciudadanía, el valor aproximado con materiales es de \$800 millones	400	320	80					
	c. Adecuación y mejoramiento de los andenes y ciclorutas con materiales adecuados y reductores de calor.	5.000	4.000	2.000	Se contempla la recuperación de los andenes y ciclorutas existentes. Se debe contratar la consultoría y obras por valor de \$ 471.000 millones con la coordinación de infraestructura del municipio.				400	320	80	800	
	d. Conexión de los espacios públicos de la ciudad y las infraestructuras deportivas a través de andenes y ciclorutas.	5.000	2.000	2.000	Se propone crear un circuito completo entre los equipamientos deportivos y parques del municipio. Se deberán hacer nuevos estudios y obras para la construcción. El valor aproximado es de \$9.000 millones	11.000	11.000						



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS	1	3	4	6	8	12	15	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años									
a. Diseño para la accesibilidad de personas con discapacidad física a los espacios públicos y desarrollo de circuitos.	Acondicionar el espacio urbano de Aguazul para personas con discapacidad física para captación de las competencias que pueda realizar este colectivo	700	500		Se refiere a los estudios para la adecuación de la infraestructura de los espacios públicos a las necesidades de las personas en condiciones de discapacidad física, para lo que se deberá realizar una consultoría y contratar las obras por valor de \$1.200 millones								1.200
b. Diseño para la accesibilidad de personas con discapacidad física a las infraestructuras deportivas.		800	600		Se refiere a los estudios para la adecuación interior de los equipamientos deportivos a las necesidades de las personas en condiciones de discapacidad física, para lo que se deberá realizar una consultoría y contratar las obras por valor de \$1.400 millones								1.400





ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS	1	3	4	6	8	12	15	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años									
Fortalecer la conectividad entre Maní y Aguazul para afianzar la relación deportiva que existe en ambos municipios	a. Gestión, articulación y coordinación de las autoridades relacionadas con la movilidad y la infraestructura vial en los citados municipios.				Costo equivalente a la construcción de un anillo vial. Se calculan \$8.000 millones con base a un estudio divulgado en la página de noticias de Vicepresidencia de la República donde se presenta un presupuesto de \$1,2 billones para la construcción de un anillo vial de 76 kms. Se estima entonces que en el caso del anillo vial Aguazul- Maní sea con base a 50 kms	3.200	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	8.000
	b. Priorización y definición de los proyectos necesarios para la mejora de la conexión entre los municipios.	8.000											
	c. Adjudicación y realización de las obras a realizar.				d. Seguimiento y control de ejecución de las obras								
SUBTOTAL		34.220	15.100	4.000		472	3.248	45.440	80	200	1.480	2.400	53.320
TOTAL RECURSOS PÚBLICOS		\$53.240											
TOTAL RECURSOS PRIVADOS		\$80											

**RESUMEN POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN
EJE ESTRATÉGICO INFRAESTRUCTURA**

Fuente de Financiación	Valor. (en millones de pesos)
1. Fondo Nacional de Turismo- FONTUR	472
3. Gobernación de Casanare	3.248
4. Alcaldía municipal de Aguazul	45.440
6. Empresarios turísticos de Aguazul y los articulados a la cadena	80
8. CORPORINOQUÍA	200
12. COLDEPORTES	1.480
15. Alcaldía de Maní	2.400
Total Infraestructura	\$53.320

**2.5.2. Plan de inversiones – Eje estratégico
Superestructura**

Objetivo: Desarrollar la gestión turística del municipio de Aguazul con base en un Sistema de Gestión Turística que fortalezca el desempeño de sus actores estratégicos.

PLAZO Y PRESUPUESTO APROXIMADO (en millones de pesos)

POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS					TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años	1	4	5	6	7	
a. Identificación de las barreras que impiden la generación de confianza entre los diferentes actores del sector turístico, tanto públicos como privados.					Se estima la contratación de un facilitador experto en trabajo en equipo y resolución de conflictos, a razón de \$200 mil hora, para adelantar talleres mensuales de 8 horas, durante 1 año, Valor del salón \$500 mil, valor refrigerio: \$5.000 por persona. Se estima la asistencia de 40 personas en cada taller. Transporte del consultor: 600 mil por cada desplazamiento al municipio (Incluye gastos de desplazamiento internos y externos).					
b. Estructuración de un programa que permita eliminar las barreras y generar confianza y trabajo conjunto entre los diferentes actores público- privados del sector turístico.					7	7	7	7	35	
c. Implementar la señalización vial, peatonal y de interpretación turística tanto para el acceso al municipio como a sus principales atractivos	35				La manutención del consultor se cifra en \$100 mil por desplazamiento al municipio. En total debe ir 12 veces al municipio.					



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS				1	4	5	6	7	9	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años											
Creación y adopción del Sistema de Gestión Turística de Aguazul para garantizar la competitividad del sector y sus integrantes a partir del Plan de Desarrollo Turístico de Aguazul.	<p>a. Identificación de los actores, entidades, normas, estructura, flujos de comunicación y funcionamiento del Sistema de Gestión Turística.</p> <p>b. Propuesta de creación del Sistema a partir de la suscripción de un acuerdo municipal.</p> <p>c. Creación e inicio de operaciones del sistema de gestión turística.</p>				<p>Se estima la contratación de dos consultores senior durante un mes; el salario mensual por un horario de 8 horas es de \$5 millones por consultor. Los talleres y demás gastos en los que incurra el equipo consultor, estarán a cargo de la Alcaldía, no corriendo por cuenta del equipo consultor. Esta actividad la adelantaría la instancia encargada en la Alcaldía de Aguazul, ideal la Oficina Municipal de Turismo, por lo que el costo es \$0</p>				10	10	10	10	10	10	10
Fortalecer a CORCULTURA	<p>a. Revisión de las funciones que cumple la Corporación en materia de turismo.</p> <p>b. Ajuste de las funciones de acuerdo con el análisis efectuado.</p> <p>c. Revisión del presupuesto de la Corporación para ajustarlo a las nuevas funciones.</p> <p>d. Plan de acción para la consecución de los recursos necesarios para fortalecer la entidad y su liderazgo-proyección en el sector.</p>				<p>Esta actividad la adelantarían directamente los miembros de la Corporación, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Casanare, seccional Aguazul, por lo que el costo es \$0</p>										



201



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS						
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años	1	4	5	6	7	9	
Fortalecer la institucionalidad municipal a partir de la creación de la Oficina de Turismo de Aguazul.	c. Creación de la Oficina Municipal de Turismo de Aguazul.	74	32	24	Todas las actividades que se contienen en esta acción, tienen un costo de \$0 dado que su impacto es administrativo y de gestión; sin embargo, se estima que el primer año la oficina incurra en unos costos de \$50 millones por todos los insumos, materiales, equipos, etc. que se deben adquirir. Adicionalmente un monto de \$8 millones mensuales para operar su personal y necesidades. Del segundo año en adelante, el costo se proyecta en \$8 millones mensuales					130	130
	d. Fortalecer la oficina a partir de sus recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.				b. Propuesta de creación de la oficina a partir de la suscripción de un acuerdo municipal.					a. Elaboración de un estudio que determine la viabilidad de la creación de la Oficina Municipal de Turismo, que dependa directamente del Despacho del Alcalde.	
Crear el Consejo Departamental de Seguridad Turística	a. Gestión ante el Viceministerio de Turismo para la creación del consejo en coordinación con la Dirección Técnica de Cultura y Turismo de la Gobernación.	Estas actividades tienen costo \$0 porque están relacionadas con la gestión, articulación y coordinación por parte de la Gobernación de Casanare y del municipio con el Viceministerio de Turismo.					O				



E estas actividades tienen costo \$0 porque están relacionadas con la gestión, articulación y coordinación por parte de la Gobernación de Casanare y del municipio con el Viceministerio de Turismo.

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	4	5	6	7	9	TOTAL
a. Estructuración del programa y sus contenidos, que incluya legislación turística, rol de actores, conocimiento del destino Aguazul: tanto atractivos como servicios. Importante maximizar el uso de la emisora para establecer, en horas concretas, programas para hablar sobre la importancia del turismo para el desarrollo económico y social municipal					Un tallerista especializado una vez al año, realizando los recorridos, a razón de \$200 mil la hora. Se estima un taller de 4 horas en el municipio para definir los atractivos relevantes a partir de la investigación realizada en el marco del PDT de Aguazul. Transporte del consultor en avión y viáticos a razón de \$600 mil por desplazamiento al municipio. Alquiler de salón a \$250 mil pesos por las 4 horas que dure cada taller. Refrigerios a razón de \$5 mil por persona. Total 30 empresarios turísticos.	5	7	5	14	3	1	18
Desarrollar un programa de sensibilización turística para la cadena productiva de Aguazul.	b. Consecución de recursos para el programa.				Se estima un recorrido al año, en buses con capacidad para 30 personas, a razón de \$600 mil pesos el alquiler de bus; almuerzo a razón de \$8 mil y 2 refrigerios a razón de \$5 mil por persona. 1 guía a razón de \$100 mil pesos por recorrido (4 horas).	3	4	3	9	2	1	11
c. Puesta en marcha del programa.												





ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS	1	4	5	6	7	9	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años								
Diseñar un programa de sensibilización turística para la comunidad con el fin de generar sentido de pertenencia.					a. Estructuración del programa y sus contenidos.							
c. Ejecución del programa que incluya visita a los atractivos más relevantes de Aguazul y de los municipios cercanos.	23	30	23	75	b. Vinculación del comercio, vendedores ambulantes, amas de casa y jóvenes (estudiantes 10° y 11°).							



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS				1	4	5	6	7	9	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años											
a. Diseño de una feria financiera anual para empresarios del sector turístico, donde las entidades financieras informen a los empresarios las posibilidades crediticias existentes.															
b. Actividades pertinentes para la celebración de la feria.															
<i>Acerca las entidades financieras al sector empresarial turístico de Aguazul.</i>															
c. Acompañamiento a los empresarios interesados en adquirir créditos en la estructuración de proyectos y planes de negocios, según requerimientos de las entidades crediticias.		3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	10	
d. Seguimiento a las iniciativas presentadas por los empresarios y reporte de dineros colocados para el sector.															



205



TOTAL	162	89	67	116	163	11	9	10	9	\$318
TOTAL RECURSOS PÚBLICOS										
TOTAL RECURSOS PRIVADOS										

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS					1 4 5 6 7 9 TOTAL	
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años	1	4	5	6	7	9	
Aumento de la presencia de la Policía de Turismo en los puntos neurálgicos del municipio.	<p>a. Identificación de los atractivos que requieran refuerzo de seguridad.</p> <p>b. Gestión ante el Comandante de Servicios especiales de la Policía y el Viceministerio de Turismo para aumentar los policías de turismo en los atractivos identificados.</p>										
Mejorar la calidad en el servicio de la policía de turismo.	<p>a. Mejoramiento de la dotación existente, incluyendo brazalete y bicicleta.</p> <p>b. Capacitación de la policía de turismo en atractivos, legislación y normativa turística vigente.</p>				<p>Se realizará un taller liderado por un facilitador, a razón de 8 horas y \$200 mil por hora. El taller será de un día. Se debe disponer de salón a \$500 mil pesos. Como de momento la persona encargada es una, se aprovecha convocar a 20 actores a quienes se les dicte la capacitación. Se debe tener en cuenta el desplazamiento y manutención del consultor, doble refrigerio (mañana y tarde).</p>	17	9	1	1	29	



**RESUMEN POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN
EJE ESTRATÉGICO SUPERESTRUCTURA**

Fuente de Financiación	Valor. (en millones de pesos)
1. Fondo Nacional de Turismo- FONTUR	116,1
4. Alcaldía municipal de Aguazul	163,0
5. Cámara de Comercio de Casanare	11,4
6. Empresarios turísticos de Aguazul y los articulados a la cadena	9,0
7. Empresas de hidrocarburos	9,9
9. CORCULTURA	9,0
Superestructura	\$318



2.5.3. Plan de inversiones – Eje estratégico Formación y Capacitación

Objetivo: Fomentar la formación y capacitación en turismo en el municipio de Aguazul

ACCIÓN	ACTIVIDAD	PLAZO Y PRESUPUESTO APROXIMADO (en millones de pesos)			POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN							
		CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS							
					1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
Realizar una campaña de promoción del programa “Colegios amigos del turismo” en el municipio de Aguazul	a. Identificación de las escuelas y colegios con interés en el programa.											
	b. Determinación del costo de adecuar los PEI's al enfoque del programa nacional Colegios Amigos del Turismo (CAT).											
	c. Gestión ante el Mincit - Viceministerio de Turismo para poner en contacto a las Instituciones de Educación.	60	60	60	Consultoría especializada.\$20 millones por cada colegio interesado en el municipio de Aguazul (un colegio en el programa al año)	126	18	18	18			180
	d. Gestión de los recursos para lograr los ajustes de los PEI's de los colegios y escuelas interesados en vincularse al proyecto.											
Desarrollar un programa de capacitación en limpieza y mantenimiento de piscinas	a. Estructuración del programa y sus contenidos.											
	b. Vinculación de los empresarios interesados en adelantar el programa.				Gestión ante el SENA							
	c. Ejecución del programa.											



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS	1	2	3	4	5	6	7	14	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años										
Estructurar un programa de bilingüismo (idioma inglés), dirigido a empresarios del sector (Incluidos conductores de taxis), con énfasis en gramática básica y vocabulario técnico	<p>a. Diagnóstico de la situación actual en términos de conocimientos de inglés del personal vinculado a los servicios turísticos.</p> <p>b. Estructuración del programa por niveles, de acuerdo con las necesidades del personal.</p> <p>c. Impartición del programa.</p>		54	72	54		126	27	27					180
Formular un plan de capacitación a la medida de los prestadores de servicios turísticos, en alianza con las entidades educativas que ofrecen programas en turismo.	<p>a. Suscripción de convenios de cooperación con entidades educativas que ofrecen programas en turismo.</p> <p>b. Identificación de las necesidades de capacitación por tipo de prestador.</p> <p>c. Estructuración de programas por tipo de prestador</p> <p>e. Puesta en marcha de los programas de capacitación.</p>		7	7	7		8	6	6					209



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS							1	2	3	4	5	6	7	14	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años																
Cualificar el recurso humano al servicio de la industria turística aguazuleña.	a. Identificación de las necesidades de formación de los trabajadores vinculados al turismo.																			
	b. Revisión de las normas de competencia laboral, con el fin de verificar su correspondencia con las necesidades identificadas por los empresarios turísticos.																			
	c. Gestión ante el SENA para la certificación del personal																			
	d. Selección de empresas dispuestas a certificar personal en competencias laborales.	28	31	28																
	e. Formulación de un proyecto para asistir a las empresas seleccionadas, de acuerdo con metodología exigida por SENA.																			
	f. Certificación de personal.																			
	SUBTOTAL	149	170	149																
	TOTAL																			
TOTAL RECURSOS PÚBLICOS					\$306															
TOTAL RECURSOS PRIVADOS					\$161															



210

**RESUMEN POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN
EJE ESTRATÉGICO FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN**

Fuente de Financiación	Valor. (en millones de pesos)
1. Fondo Nacional de Turismo- FONTUR	126
2. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, programa INNPULSA Colombia	18
3. Gobernación de Casanare	18
4. Alcaldía municipal de Aguazul	144
5. Cámara de Comercio de Casanare	61
6. Empresarios turísticos de Aguazul y los articulados a la cadena	50
7. Empresas de hidrocarburos	43
14. UNITRÓPICO	6
Total Formación y capacitación	\$467

2.5.4. Plan de inversiones – Eje estratégico Uso de tecnologías

Objetivo: Preparar al municipio de Aguazul y al departamento de Casanare en el uso de las tecnologías de la comunicación y la información, así como en los sistemas de generación de conocimiento aplicados al turismo.



PLAZO Y PRESUPUESTO APROXIMADO (en millones de pesos)

POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS						
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años	1	2	3	5	6	7	TOTAL
a. Definición de los alcances de la información que monitoreará el observatorio.											

a. Definición de los alcances de la información que monitoreará el observatorio.

b. Elaboración del proyecto técnico en el que se basará el observatorio.

Crear el observatorio de información turística de Casanare

60

c. Aprobación del observatorio en la asamblea departamental.

36 12 12

60

d. Inicio de las operaciones del observatorio.



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	2	3	5	6	7	TOTAL
a. Identificación de las necesidades tecnológicas de los empresarios turísticos					Consultoría especializada a razón de \$5 millones mes por 3 meses al año. Gastos de desplazamiento \$600 mil tiquetes aéreos por desplazamiento; alojamiento \$70 mil y alimentación por \$100 mil. Se espera atender 10 empresas al año	36	12	12				
b. Estructuración de un programa de asistencia técnica para el mejor aprovechamiento de las tecnologías en la gestión empresarial turística.		21	22	21					19	6	38	63
c. Puesta en marcha del programa de asistencia técnica.												
Incorporar el uso de tecnologías en la gestión empresarial												
SUBTOTAL		81	22	21					36	12	12	196
TOTAL					\$123							
TOTAL RECURSOS PÚBLICOS					\$60							
TOTAL RECURSOS PRIVADOS					\$63							



213



RESUMEN POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN EJE ESTRATÉGICO USO DE TECNOLOGÍAS

Fuente de Financiación	Valor. (en millones de pesos)
1. Fondo Nacional de Turismo- FONTUR	36
2. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, programa INNPULSA Colombia	12
3. Gobernación de Casanare	12
5. Cámara de Comercio de Casanare	19
6. Empresarios turísticos de Aguazul y los articulados a la cadena	6
7. Empresas de hidrocarburos	38
Total Uso de tecnologías	\$123

2.5.5. Plan de inversiones – Eje estratégico Desarrollo empresarial

Objetivo: Consolidar la gestión administrativa y operativa de los prestadores de servicios turísticos de Aguazul.

PLAZO Y PRESUPUESTO APROXIMADO (en millones de pesos)

POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	2	3	4	5	6	7	8	TOTAL
Fortalecer la gestión administrativa y operativa de las empresas turísticas	a. Identificación de empresarios dispuestos a mejorar su gestión administrativa y operativa				Se estima una consultoría especializada a razón de \$5 millones mensuales por 6 meses, dos consultores. Tiquetes aéreos \$600 mil. Alojamiento \$70 mil por 5 noches y alimentación \$100 mil por 6 días. Se espera atender a 10 empresarios al año									
	b. Estructuración de un proyecto de capacitación y de asistencia técnica que dé respuesta a las debilidades identificadas.	236	314	236										
	c. Puesta en marcha del proyecto de capacitación y asistencia técnica.													
Incorporar estándares de calidad y de sostenibilidad turística en las empresas prestadoras de servicios turísticos	a. Identificación de brechas de calidad, tomando como base los estándares definidos para establecimientos de alojamiento y gastronómicos.				Honorarios de 2 consultores \$7 millones mes x 12 meses. Transporte aéreo \$600 mil. Alojamiento \$70 mil x 5 noches. Alimentación \$100 diarios x 6 días en cada viaje. La asistencia técnica por empresa será de 8 horas día. Se espera atender 10 empresarios turísticos por año.									
	b. Elaboración de un plan de mejoramiento de calidad para cada uno de los empresarios turísticos, de acuerdo con los estándares definidos.													
	c. Asesoramiento técnico para la incorporación de estándares de calidad encaminados al cumplimiento de los estándares definidos.													





ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS							TOTAL	
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años	1	2	3	4	5	6	7	9	
Impulsar la creación de redes empresariales turísticas	a. Identificación de los aspectos en los que el empresariado turístico puede trabajar articuladamente.	Se estima una consultoría especializada que genere confianza en los empresarios, se conforme la red de compras y sigan ellos con su gestión.	25	7	4	35							
	b. Definición de un plan de trabajo empresarial conjunto con acompañamiento externo.	Tiempo estimado 6 meses. Honorarios consultora razón de \$5 millones el mes.	35										

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	TOTAL
c. Estructuración de una red de compras para generar descuentos por volumen					Transporte aéreo \$600 mil, alojamiento \$70 mil 10 noches al mes; alimentación \$100 mil 11 días al mes.										
d. Ejecución del plan.															
Generar emprendimientos para la operación turística local															
a. Identificación de las personas o asociaciones con interés en dedicarse a la operación turística local.					Se plantea una consultoría especializada en diseño de productos y de paquetes turísticos a razón de \$10 millones el mes; incluye traslados y gastos de manutención.										
b. Elaboración de un programa de asistencia técnica y capacitación en temas de empaquetamiento, alianzas comerciales y comercialización del destino.					120	60	24	24	12	12	120				
SUBTOTAL		1.032	1.210	951		950	1.293	265	24	317	102	227	16	\$3.194	
TOTAL															
TOTAL RECURSOS PÚBLICOS															\$2.532
TOTAL RECURSOS PRIVADOS															\$662





**RESUMEN POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN
EJE ESTRATÉGICO DESARROLLO EMPRESARIAL**

Fuente de Financiación	Valor. (en millones de pesos)
1. Fondo Nacional de Turismo- FONTUR	950
2. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, programa INNPULSA Colombia	1.293
3. Gobernación de Casanare	265
4. Alcaldía municipal de Aguazul	24
5. Cámara de Comercio de Casanare	317
6. Empresarios turísticos de Aguazul y los articulados a la cadena	102
7. Empresas de hidrocarburos	227
9. CORCULTURA	16
Total Desarrollo Empresarial	\$3.194

**2.5.6. Plan de inversiones – Eje estratégico
Producto turístico**

Objetivo: Desarrollar productos turísticos especializados y diferenciados que permitan posicionar a Aguazul como destino turístico

PLAZO Y PRESUPUESTO APROXIMADO (en millones de pesos)

POSSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO		MEDIANO		LARGO		COMENTARIOS		1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 TOTAL						
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años	8 a 10 años	30	40	30	30	Durante el Festival se hará una exposición de los mejores trabajos con entrega de premios a los ganadores y una donación a la escuela ganadora. Se estima que el premio puede ser de \$10 millones y la donación no es posible calcularla teniendo en cuenta que puede ser en materiales y dotación	50	50	100			
Fortalecer la gestión administrativa y operativa de las empresas turísticas	a. Creación de un concurso de trabajos escolares con base en el arroz	30	40	30	30											
	b. Fortalecimiento del concurso culinario del festival tornándolo una muestra gastronómica internacional con base en el arroz	60	80	60	60											200
	c. Incorporación de mayores actividades relacionadas con la cultura llanera															
prestadoras de servicios turísticos	a. Identificación de los equipamientos que ya han sido acondicionados y están listos para su utilización															
	b. Revisión de nuevas actividades y eventos a realizar en los equipamientos															
	c. Utilización de la Plaza de Toros para torneos de vóley playa y eventos culturales															
	d. Uso de la Manga de Coleo para actividades culturales y desfiles															
	e. Utilización de la Concha Acústica para premiaciones, inauguración y cierre de eventos															



219



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS																	
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	TOTAL	
a. Registro de las piezas arqueológicas	120				24	24															72	120
b. Estructuración del proyecto para la creación del museo.					Se estima la adecuación del sitio en \$100 millones. Contratación de un historiador por \$18 millones para investigación y desarrollo de guiones. Se estima una capacitación de 12 horas para los guías que realizarán los recorridos en el interior del museo, a razón de \$200 mil hora capacitador.																	
c. Acondicionamiento de salas en la Casa de la Cultura.					Se estima la contratación de un historiador por \$10 millones para la adecuación del sitio en \$100 millones. Contratación de un historiador por \$18 millones para investigación y desarrollo de guiones. Se estima una capacitación de 12 horas para los guías que realizarán los recorridos en el interior del museo, a razón de \$200 mil hora capacitador.																	
d. Desarrollo de guiones y visitas turísticas.					Se estima la contratación de un historiador por \$10 millones para la adecuación del sitio en \$100 millones. Contratación de un historiador por \$18 millones para investigación y desarrollo de guiones. Se estima una capacitación de 12 horas para los guías que realizarán los recorridos en el interior del museo, a razón de \$200 mil hora capacitador.																	
e. Desarrollo de actividades complementarias a la visita del museo.					Se estima la contratación de un historiador por \$10 millones para la adecuación del sitio en \$100 millones. Contratación de un historiador por \$18 millones para investigación y desarrollo de guiones. Se estima una capacitación de 12 horas para los guías que realizarán los recorridos en el interior del museo, a razón de \$200 mil hora capacitador.																	
f. Capacitación del personal del museo y de guías turísticos.					Se estima la contratación de un historiador por \$10 millones para la adecuación del sitio en \$100 millones. Contratación de un historiador por \$18 millones para investigación y desarrollo de guiones. Se estima una capacitación de 12 horas para los guías que realizarán los recorridos en el interior del museo, a razón de \$200 mil hora capacitador.																	
a. Diseño de un circuito en la Subasta que incluya un guión	10				Se estima la contratación de un historiador por \$10 millones para la adecuación del sitio en \$100 millones. Contratación de un historiador por \$18 millones para investigación y desarrollo de guiones. Se estima una capacitación de 12 horas para los guías que realizarán los recorridos en el interior del museo, a razón de \$200 mil hora capacitador.																	
b. Incorporación de los cantos de vaquería en la apertura de la Subasta	29	38	29		Se estima la contratación de un historiador por \$10 millones para la adecuación del sitio en \$100 millones. Contratación de un historiador por \$18 millones para investigación y desarrollo de guiones. Se estima una capacitación de 12 horas para los guías que realizarán los recorridos en el interior del museo, a razón de \$200 mil hora capacitador.																	
c. Visita a operadores turísticos de Yopal, Sogamoso y Bogotá con el fin de presentar el producto Turístico de Aguazul					Se estima la contratación de un historiador por \$10 millones para la adecuación del sitio en \$100 millones. Contratación de un historiador por \$18 millones para investigación y desarrollo de guiones. Se estima una capacitación de 12 horas para los guías que realizarán los recorridos en el interior del museo, a razón de \$200 mil hora capacitador.																	

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	TOTAL
						133	29															
a. Identificación del equipamiento disponible para este producto		190																				190
b. Identificación y análisis de los prestadores de servicios que podrían vincularse al producto con base en criterios de calidad y sostenibilidad.																						
c. Identificación y evaluación de los servicios complementarios y de los prestadores de los mismos.																						
Diseñar el Producto Turístico Deportivo para Aguazul																						
d. Estructuración de un plan de mejoramiento para los prestadores de servicios evaluados.																						
e. Identificación y valoración de atractivos y actividades que complementen el producto.																						
f. Formación de jueces y árbitros deportivos																						





ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	TOTAL
Impulsar la creación de un museo del arroz en el Parque del Arroz	a. Recuperación de información histórica acerca del cultivo del arroz y el uso de maquinarias a través del tiempo	47	16	38																		20
	b. Estructuración del proyecto para la creación del museo.																					40
	c. Acondicionamiento de zonas para el museo dentro del Parque																					40
	d. Desarrollo de guiones y visitas turísticas.																					101
	e. Desarrollo de actividades complementarias a la visita del museo.																					38
	f. Capacitación del personal del museo y de guías turísticos.																					20
	g. Vinculación del centro de investigaciones del Arroz La CoroCorá																					40



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	TOTAL
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
a. Identificación del equipamiento que esté preparado para atender este segmento de mercado																					
b. Identificación y análisis de los prestadores de servicios que podrían vincularse al producto con base en criterios de calidad y sostenibilidad.																					
c. Identificación y evaluación de los servicios complementarios y de los prestadores de los mismos.																					
d. Estructuración de un plan de mejoramiento para los prestadores de servicios evaluados.																					
e. Identificación y valoración de atractivos y actividades que complementen el producto.																					
Desarrollar un Producto Turístico Deportivo para personas con discapacidad																					

140

28

112

Se estima la contratación de una consultoría especializada una vez que se hayan realizado las adecuaciones necesarias. El valor incluye honorarios del equipo consultor y gastos de viaje



223





ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	TOTAL
	a. Caracterización de componentes bióticos y abióticos del área protegida Farallones de San Miguel																					
	b. Identificación de actividades para el ecoturismo, que no atenten contra el área protegida de Farallones de San Miguel																					
	c. Diseño de senderos y realización de estudios de capacidad de carga para los mismos y para cada actividad que se proponga.																					
	d. Evaluación de los servicios ecosistémicos que el área de Farallones de San Miguel ofrece para el municipio y la región.	1.620																				
	e. Identificación de los grupos y/o juntas de acción comunal con interés en desarrollar el turismo comunitario en las veredas mencionadas.																					
	f. Puesta en valor de los recursos naturales existentes en el entorno veredal, a partir de la identificación de actividades para el ecoturismo.																					
	g. Identificación de prácticas culturales y gastronómicas que complementen el ecoturismo y aporten diferenciación.																					

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	TOTAL
	h. Estructuración de un programa de acompañamiento y tutoría para la gestión del turismo comunitario, dirigido a las comunidades identificadas.																					
	i. Incorporación de las actividades y servicios gestionados por las comunidades a la campaña publicitaria y al plan de medios de Aguaazul para el producto deportivo y ecoturístico.																					

SUBTOTAL

2.111 182 303 488 0 405 287 81 182 243 324 10 256 190 0 19 0 0 112 \$2.597

TOTAL

\$2.597

TOTAL RECURSOS PÚBLICOS

\$1.635

TOTAL RECURSOS PRIVADOS

\$962



225





RESUMEN POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN EJE ESTRATÉGICO PRODUCTO TURÍSTICO

Fuente de Financiación	Valor. (en millones de pesos)
1. Fondo Nacional de Turismo	488
2. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, programa INNPULSA Colombia	0
3. Gobernación del Casanare	405
4. Alcaldía municipal de Aguazul	287
5. Cámara de Comercio de Casanare	81
6. Empresarios turísticos de Aguazul y los articulados a la cadena	182
7. Empresas de hidrocarburos	243
8. Corporinoquia	324
9. Corcultura	10
10. FEDEGAN/Comité local	256
11. FEDEARROZ/Comité local	190
13. IDRA	19
16. Ministerio de Cultura	112
Total Producto Turístico	\$2.597

2.5.7. Plan de inversiones – Eje estratégico Promoción y comercialización

Objetivo: Fortalecer la promoción y los canales de distribución del producto turístico de Aguazul

PLAZO Y PRESUPUESTO APROXIMADO (en millones de pesos) POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS	1	3	4	5	6	9	10	11	12	13	TOTAL				
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años																
Crear una imagen para el producto turístico de Aguazul	<ul style="list-style-type: none"> a. Realización de talleres con los actores del turismo para identificar sensaciones, sentimientos y expresiones de la comunidad local. b. Diseño de la imagen de Aguazul y diseño del manual de marca c. Talleres para la apropiación de la imagen por parte de los actores del turismo local 				Contratación de una firma especializada para el diseño de imagen; incluye 3 talleres de apropiación											80				
Organizar dos FAM TRIP anuales para mayoristas y operadores de Casanare especializados en turismo de naturaleza y ecoturismo.	<ul style="list-style-type: none"> a. Identificación de las mayoristas que venden productos de naturaleza. b. Elaboración de itinerario de viaje. c. Organización de reuniones entre los operadores receptivos de la región y las mayoristas. 				<p>Se estiman dos viajes anuales de 5 mayoristas especializados en turismo de naturaleza y ecoturismo cada uno, de 3 días y 2 noches; costo noche y alimentación por persona + un acompañante especializado \$250.000, gastos de transporte desde y hacia ciudad de origen promedio \$700 mil bus/día \$600 mil tres días en la zona. A partir del mediano plazo se invitarán 2 tour operadores internacionales</p>	69	106									190	24	12	12	238





ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	3	4	5	6	9	10	11	12	13	TOTAL
	d. Seguimiento posterior para evaluar el impacto de las visitas.															
	a. Identificación de organizaciones deportivas que buscan destinos para entrenamiento															
Organizar dos FAM TRIP anuales para organizaciones deportivas, responsables de clubes deportivos, universidades y colegios	b. Elaboración de itinerario de viaje.															
	c. Organización de reuniones entre los operadores receptivos de la región y las mayoristas.	63	106	69												
	d. Seguimiento posterior para evaluar el impacto de las visitas.															

ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO 1 a 3 años	MEDIANO 4 a 7 años	LARGO 8 a 10 años	COMENTARIOS	1	3	4	5	6	9	10	11	12	13	TOTAL
	a. Propuesta de alternativas y factibilidad de eventos deportivos con base en la infraestructura disponible.															
	b. Diseño del evento: nombre, temática, fecha, recursos, mercado objetivo, infraestructura necesaria.				Gestión a cargo del Sistema de Gestión Turística de Aguazul, en coordinación con el IDRA y los clubes deportivos existentes en el municipio.											
Organizar tres eventos deportivos anuales	c. Promoción del evento en los mercados objetivos				O											
	d. Implementación y seguimiento del programa															
	e. Diseño del calendario de eventos															
Desarrollar una campaña publicitaria que incluya plan de medios para el posicionamiento de Aguazul como un destino deportivo y ecoturístico	a. Definición de términos de referencia para la contratación de la campaña que incluya plan de medios.				Se estima la contratación de una agencia especializada											
	b. Contratación de una agencia especializada.				4.500											
	c. Ejecución de la campaña.															
	d. Medición del Impacto de la campaña															



229



ACCIÓN	ACTIVIDAD	CORTO	MEDIANO	LARGO	COMENTARIOS		1	3	4	5	6	9	10	11	12	13	TOTAL
		1 a 3 años	4 a 7 años	8 a 10 años	1	3											
Crear campaña de promoción en redes sociales (Twitter y Facebook) e internet (portales de viajes, blogs, etc.).					a. Definición de términos de referencia para la contratación de una empresa especializada en campañas de promoción en redes sociales e internet.												
					b. Contratación de una empresa especializada en campañas de promoción en redes sociales e internet.												
					c. Ejecución del proyecto												
					d. Evaluación de resultados y retroalimentación.												
Participar en dos ferias de turismo especializadas anuales					a. Identificación de las principales ferias y eventos para promover a Aguazul como destino deportivo y ecoturístico												
					b. Definición de una agenda de ferias												
					c. Invitación a los prestadores a participar y mostrar el producto de Aguazul	180	240	180	480	120	600						
					d. Capacitación a los empresarios antes de participar en la feria												
					e. Seguimiento posterior del impacto de la participación en las ferias.												



**RESUMEN POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN
EJE ESTRATÉGICO PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

Fuente de Financiación	Valor. (en millones de pesos)
1. Fondo Nacional de Turismo	4.524
3. Gobernación del Casanare	48
4. Alcaldía municipal de Aguazul	936
5. Cámara de Comercio de Casanare	24
6. Empresarios turísticos de Aguazul y los articulados a la cadena	194
9. Corcultura	12
10. FEDEGAN/Comité local	72
11. FEDEARROZ/Comité local	72
12. Coldeportes	12
13. IDRA	12
Total Promoción y comercialización	\$5.905

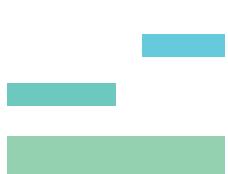
2.5.8. Resumen plan de inversiones por eje estratégico

RESUMEN DE INVERSIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE AGUAZUL

Eje estratégico	Valor total	Fuente de financiación	CIFRAS EN MILLONES DE PESOS																
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Infraestructura	53.320	53.240	80	472		3.248	45.440	0	80		200				1.480		2.400		
Superestructura	318	279	39	116				163	11	9	10	9							
Formación y capacitación	467	306	161	126	18	18	144	61	51	43					6				
Uso de tecnologías	123	60	63	36	12	12		19	6	38									
Desarrollo empresarial	3.194	2.532	662	950	1.293	265	24	317	102	227	16								
Producto Turístico	2.597	1.635	962	488		405	287	81	182	243	324	10	256	180	19	112			
Promoción y comercialización	5.905	5.531	374	4.524		48	936	24	194		12	72	72	12	12				
TOTAL PLAN	\$65.924	\$63.583	\$2.341	\$6.712	\$1.323	\$3.995	\$46.994	\$513	\$624	\$561	\$524	\$46	\$328	\$262	\$1.492	\$31	\$6	\$2.400	\$112

Siete Turismo Estratégico, 2015





REFERENCIAS BIBOGRÁFICAS

- Acuerdo N° 006. Alcaldía de Aguazul, marzo 1 de 2011
- Acuerdo N° 021. Alcaldía de Aguazul, julio 8 de 2014
- Ajustes al PBOT, Aguazul 2003
- Boletín de Competitividad de Casanare. Comisión Regional de Competitividad, 2014. Recuperado de http://www.cccasanare.co/Info/Nivel_2/2014-11-13_02-34-45-pmBoletin%20Competitividad%202014.pdf
- Boletín estadístico Casanare en Cifras 2011-2013. Gobernación de Casanare, 2014
- Certificado de existencia de entidades sin ánimo de lucro: CORCULTURA (Corporación de Cultura y Turismo de Aguazul). Cámara de Comercio de Casanare, 10 de agosto de 2005
- Cooperación entre los sectores público y privado, por una mayor competitividad del turismo. Consejo Empresarial Organización Mundial de Turismo, OMT, 2001
- Documento Conpes 3397 “Política Sectorial de Turismo. Consejo Nacional de Política Económica y Social. República de Colombia. Departamento Nacional de Planeación, 2005
- Documento Conpes 3802 “Importancia estratégica del proyecto “construcción de infraestructura aeroportuaria a nivel nacional”. Aeropuertos de las ciudades de Ibagué y Yopal. Consejo Nacional de Política Económica y Social. República de Colombia. Departamento Nacional de Planeación, 2014
- Especial Casanare. Revista Semana, noviembre de 2014
- Informe ejecutivo proyecto Gobernanza del Turismo, Organización Mundial del Turismo, 2010. Recuperado de <http://dtxtq4w6oxqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/gobejecutivo.pdf>
- Ley General de Turismo “Ley 300”, República de Colombia, 1996
- Ley 1101 de 2006, modificatoria de la Ley 300.
- Ley 1558 de 2012, modificatoria de la Ley 300
- Norma Técnica Sectorial de turismo sostenible 01- 1. Facultad de Empresas Turísticas y Hoteleras, Universidad Externado de Colombia, 2006
- Plan Básico de Ordenamiento Territorial de Aguazul. 2000
- Plan de Acción “Ruta Competitiva Turismo de Naturaleza Casanare”. Cámara de Comercio de Casanare & Cluster Development, 2014
- Plan de Desarrollo Departamental de Casanare 2013- 2015. Gobernación de Casanare, 2013



- Plan de Desarrollo Municipal “Hechos de Gobierno por Aguazul” 2012-2016. Alcaldía de Aguazul, 2012
- Plan de Desarrollo Turístico de Casanare, Gobernación de Casanare, 2008
- Plan Estratégico Municipal de Ciencia Tecnología e Innovación. Aguazul. Casanare 2015-2022
- Plan Indicativo de Formación en Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009
- Plan Regional de Competitividad de Casanare. “Casanare productivo”. Comisión Departamental de Competitividad, 2014
- Política Integral de Convivencia y Seguridad Ciudadana 2012- 2015 “Hechos por la Paz”. Alcaldía de Aguazul, 2012. Recuperado de <http://aguazul-casanare.gov.co/apc-aa-files/34336537383261356334303762656162/politica-integral-de-c-y-sc-aguazul-2012-2015.pdf>
- Política de Competitividad Turística. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009.
- Red Nacional de PIT's. Fondo Nacional de Turismo- FONTUR, 2012.
- Plan Nacional de Desarrollo, vigencia actual.
- Plan de Negocios para el Turismo de Naturaleza
- WISHENANT., S. (2002) Handbook of Ecological Restoration: Volume 1, Principles os Restoration... edited by Martin R. Perrow, Anthony J. Davy. UK. This digitally printed versión 2008.
- Resolución número 200.41.08-1143 del 8 de octubre de 2008 (RESOLUCIÓN 200.41.10.1398 DE 2010. Con el Acuerdo 010 de Marzo 8 de 1995.

CIBERGRAFÍA

- Alcaldía de Aguazul en <http://aguazul-casanare.gov.co/index.shtml>
- ANATO capítulo central en <http://anatocapitulocentral.net/>
- Cámara de Comercio de Casanare en <http://www.cccasanare.co/>
- Corporación Autónoma Regional de la Orinoquía- Corporinoquía en [ht-tp://l.corporinoquia.gov.co/](http://l.corporinoquia.gov.co/)
- Definición abc en <http://www.definicionabc.com/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas en <http://www.dane.gov.co>
- Diputación de Toledo en <http://www.diputoledo.es/>
- Empresa de Servicios Públicos de Aguazul- ESPA S.A. E.S.P. en <http://www.espa-aguazul.gov.co/>
- FONTUR en <http://www.fontur.com.co>
- FUTC- UniRemington en <http://www.uniremington.edu.co/>
- Gobernación de Casanare en <http://www.casanare.gov.co/>
- Matriz turística de Casanare en [http://www.mincit.gov.co/minturismo/pu- blicaciones.php?id=17614](http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=17614)
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en <http://www.mincit.gov.co/>
- Ministerio de Cultura en <http://www.mincultura.gov.co>
- Ministerio de Tecnología, Información y Comunicación en <http://www.mintic.gov.co/>
- Organización Internacional del Trabajo en <http://www.ilo.org/public/spanish/>
- PTAR de Colombia en <http://ptardecolombia.com>
- Policía de turismo de Colombia en http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Comandos_deptos_policia/comando_depto_meta/especialidades/Protecci%F3n%2oy%2oServicio%2oEspeciales:Turismo
- Programa Nacional de Colegios Amigos del Turismo en <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=16448>
- Prensa Libre Casanare en <http://prensalibrecasanare.com/>
- Revista digital llanera.com en <http://llanera.com/>
- SENA en <http://www.sena.edu.co/Paginas/portada.aspx>
- Unitrópico en <http://www.unitropico.edu.co/>
- <http://www.inecc.gob.mx/con-eco-ch/386-hc-restauracion>
- <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/1.subsistema%2obiofisico%20%28%2079%2opag%20-%20456%20kb%29.pdf>
- [http://www.ilustrados.com/tema/6404/Estudio-impacto-disposicion-re- siduos-solidos-litoral.html](http://www.ilustrados.com/tema/6404/Estudio-impacto-disposicion-residuos-solidos-litoral.html)



Gente Clima Tranquilidad

Comercio Eventos Arquitectura Parques Paisajes
Balnearios Río



Plan de Desarrollo Turístico de Aguazul
2015 - 2025