

DIAGNÓSTICO Y PLAN ESTRATÉGICO DEL FESTIVAL DEL RETORNO PARA  
LA DINAMIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN ACACÍAS META.

DIANA CAROLINA TORRES PULIDO

JENNIFER GARZÓN PULIDO

JESSICA CASTRO PEÑUELA

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

PROGRAMA DE TURISMO

BOGOTÁ

2014

DIAGNÓSTICO Y PLAN ESTRATÉGICO DEL FESTIVAL DEL RETORNO PARA  
LA DINAMIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN ACACÍAS META.

DIANA CAROLINA TORRES PULIDO

JENNIFER GARZÓN PULIDO

JESSICA CASTRO PEÑUELA

TRABAJO DE GRADO

JEFFER DARÍO BUITRAGO BETANCOURT

DOCENTE

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

PROGRAMA DE TURISMO

BOGOTÁ

2014

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Bogotá, Mayo de 2014

## DEDICATORIA

*“Hay que volar a cada instante como  
las águilas, las moscas y los días,  
hay que vencer los ojos de Saturno  
y establecer allí nuevas campanas”.* **Pablo Neruda.**

A todos nuestros familiares y amigos.

## AGRADECIMIENTOS

A todos los maestros, familiares, amigos, a la comunidad del municipio de Acacías, a los representantes de las entidades gubernamentales y demás personas que nos ayudaron en nuestra etapa investigativa, por su acogida y apoyo para la realización de esta investigación, muchas gracias por su apoyo incondicional, en especial a:

Yolanda González

Jeffer Darío Buitrago Betancourt

Asesores de Trabajo de grado.

Sin ustedes no hubiese sido posible la realización de esta investigación.

## CONTENIDO

	pág.
GLOSARIO.....	17
RESUMEN .....	18
ABSTRAC .....	19
INTRODUCCIÓN .....	20
1. FORMULACIÓN .....	21
1.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	22
1.3 OBJETIVOS.....	23
1.3.1 Objetivo general.....	23
1.3.2 Objetivos específicos.....	23
2 MARCO CONTEXTUAL .....	24
2.1 GEOGRAFÍA Y UBICACIÓN.....	24
2.2 DIVISIÓN POLÍTICA DE ACACÍAS META.....	25
2.3 ANTECEDENTES HISTÓRICO-CULTURALES .....	25
2.4 ANTECEDENTES DEL FESTIVAL .....	26
3 MARCO REFERENCIAL .....	28
3.1 MARCO CONCEPTUAL .....	28
3.2 MARCO TEÓRICO.....	32
3.3 MARCO LEGAL .....	35
3.3.1 Acuerdo 199 (mayo 30 de 2012) Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas la “Decisión Correcta 2012 – 2015” .....	35

3.3.2	Ley 300 de 1996 .....	36
3.3.3	Acuerdo no. 166 (junio 29 de 2011) Plan Municipal de Desarrollo Turístico de Acacías – Meta .....	36
3.3.4	Ley de la cultura, 397 de 1997 Título II.....	37
3.3.5	Normas Técnicas Sectoriales .....	37
3.3.6	Cartilla de Certificación de Calidad para el transporte de turismo .....	38
4	DISEÑO METODOLÓGICO .....	39
4.1	ESQUEMA METODOLÓGICO.....	39
4.2	METODOLOGÍA .....	40
4.3	ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
4.4	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	41
4.5	MUESTREO.....	42
4.5.1	Población.....	42
4.5.2	Tamaño de la muestra.....	42
5.	RESULTADOS DE LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN .....	44
5.1	ANÁLISIS DE ENTREVISTAS REALIZADAS EN ENTES GUBERNAMENTALES .....	44
5.1.1	Cámara de comercio .....	44
5.1.2	Alcaldía Municipal de Acacías Meta. ....	44
5.1.3	Instituto de Cultura y Turismo de Acacías Meta .....	45
5.2	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS APLICADAS EN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO .....	46
5.3	RESULTADOS DE ENTREVISTAS APLICADAS EN ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS Y BARES .....	66

5.4	RESULTADO ENTREVISTA APLICADA EN EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO.....	75
5.5	RESULTADO ENTREVISTA APLICADA EN AGENCIA DE VIAJES.....	76
5.6	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS EN EL FESTIVAL DEL RETORNO. ....	78
6.	ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	108
6.1	ACTORES QUE PARTICIPAN DIRECTA E INDIRECTAMENTE EN EL FESTIVAL DEL RETORNO .....	108
6.1.1	Establecimientos de alojamiento y hospedaje. ....	108
6.1.2	Establecimientos gastronómicos, bares y similares.....	109
6.1.3	Transporte terrestre .....	109
6.2	PERFIL DEL VISITANTE .....	110
6.3	DOFA DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS FACTORES TANTO INTERNOS COMO EXTERNOS DEL FESTIVAL DEL RETORNO. ....	112
6.4	ESTRATEGIAS Y ACCIONES CON EN BASE EN LA MATRIZ DOFA. ....	113
6.5	PLAN ESTRATÉGICO .....	115
7.	CONCLUSIONES .....	126
8.	RECOMENDACIONES.....	128
	BIBLIOGRAFIA .....	130
	ANEXOS .....	134



## LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Hoteles que cuentan con el Registro Nacional de Turismo .....	46
Tabla 2. Hoteles que conocen las NTS de alojamiento y hospedaje.....	47
Tabla 3. Establecimientos hoteleros que conocen la ley 300 .....	48
Tabla 4. Hoteles que cuentan con certificación en Calidad Turística .....	49
Tabla 5. Hoteles que tienen manual de procedimientos.....	49
Tabla 6. Hoteles que cuentan con un formato de quejas y reclamos .....	50
Tabla 7. Hoteles que cuentan con software operativo.....	51
Tabla 8. Hoteles que cuentan con un registro de huéspedes. ....	52
Tabla 9. Aumento de ocupación en hoteles durante el Festival del Retorno.....	53
Tabla 10. Hoteles que aumentan sus tarifas durante el Festival del Retorno. ....	53
Tabla 11. Hoteles que prestan servicio de botones.....	54
Tabla 12. Hoteles que tienen convenios con agencias de viajes .....	55
Tabla 13. Hoteles que cuentan con normas de seguridad. ....	56
Tabla 14. Hoteles con rutas de evacuación. ....	57
Tabla 15. Hoteles que han realizado simulacros de evacuación.....	58
Tabla 16. Hoteles que cuentan con extintores. ....	59
Tabla 17. Hoteles que cuentan con detectores de humo. ....	60
Tabla 18. Hoteles que manejan una segunda lengua. ....	61
Tabla 19. Hoteles que cuentan con infraestructura para discapacitados. ....	62

Tabla 20. Hoteles que ofrecen información turística. ....	63
Tabla 21. Hoteles que ofrecen información cultural y comercial del municipio. ....	63
Tabla 22. Hoteles que ofrecen vigilancia privada. ....	64
Tabla 23. Hoteles que capacitan al personal para servicio al cliente. ....	64
Tabla 24. Iniciativas del ICTA frente al servicio de alojamiento.....	66
Tabla 25. Establecimientos que poseen el Registro Nacional de Turismo .....	67
Tabla 26. Establecimientos que conocen la NTS 004 .....	69
Tabla 27. Establecimientos que cumplen con la NTS 004 .....	70
Tabla 28. Manejo de residuos en establecimientos.....	70
Tabla 29. Conocimientos del Manual de Buenas Prácticas de Manufactura.....	72
Tabla 30. Establecimientos que cumplen con el MBPM.....	73
Tabla 31. Conocimiento de la temperatura de alimentos congelados .....	73
Tabla 32. Establecimientos que realizan capacitación a su personal.....	74
Tabla 33. Establecimientos que cuentan con algún registro de clientes .....	75
Tabla 34. Género .....	78
Tabla 35. Edad.....	79
Tabla 36. Estrato socioeconómico .....	80
Tabla 37. Procedencia del turista .....	80
Tabla 38. Relación del Festival del Retorno con el turismo en Acacías .....	81
Tabla 39. Festival del Retorno como promotor turístico .....	82
Tabla 40. Veces que ha asistido al Festival del Retorno .....	83
Tabla 41. Motivación para asistir al Festival del Retorno .....	84
Tabla 42. Otra motivación .....	85

Tabla 43. Evento que más llama la atención.....	86
Tabla 44. Otro evento.....	87
Tabla 45. Modalidad de alojamiento.....	89
Tabla 46. Otra modalidad de alojamiento.....	90
Tabla 47. Duración de la visita .....	91
Tabla 48. Opinión sobre la organización del Festival del Retorno.....	92
Tabla 49. Calificación de prestadores de servicios turísticos .....	93
Tabla 50. Calificación de calidad en prestadores de servicios turísticos .....	95
Tabla 51. Calificación de seguridad en prestadores de servicios turísticos .....	98
Tabla 52. Calificación de servicio en prestadores de servicios turísticos .....	100
Tabla 53. Calificación de aspectos.....	103
Tabla 54. Gasto económico durante el Festival del Retorno .....	105
Tabla 55. Sugerencias .....	106
Tabla 60. Perfil del Visitante.....	110
Tabla 56. Combinación matriz DOFA.....	113

## LISTA DE GRÁFICAS

	pág.
Gráfica 1. Género.....	78
Gráfica 2. Edad .....	79
Gráfica 3. Estrato socioeconómico.....	80
Gráfica 4. Procedencia del turista .....	81
Gráfica 5. Relación del Festival del Retorno con el turismo en Acacías .....	82
Gráfica 6. Importancia del Festival del Retorno en la promoción del turismo.....	83
Gráfica 7. Veces que ha asistido al Festival del Retorno .....	84
Gráfica 8. Motivación para asistir al Festival del Retorno.....	85
Gráfica 9. Otra motivación.....	86
Gráfica 10. Evento que más llama la atención .....	87
Gráfica 11. Otro evento .....	88
Gráfica 12. Modalidad de alojamiento .....	89
Gráfica 13. Otra modalidad de alojamiento .....	90
Gráfica 14. Duración de la visita.....	91
Gráfica 15. Opinión sobre la organización del Festival del Retorno .....	92
Gráfica 16. Calificación de higiene en alojamiento.....	93
Gráfica 17. Calificación de higiene en restaurantes .....	94
Gráfica 18. Calificación de higiene en bares/discotecas .....	94
Gráfica 19. Calificación de higiene en transporte.....	95

Gráfica 20. Calificación de calidad en alojamiento .....	96
Gráfica 21. Calificación de calidad en restaurantes .....	96
Gráfica 22. Calificación de calidad en bares/discotecas .....	97
Gráfica 23. Calificación de calidad en transporte .....	97
Gráfica 24. Calificación de seguridad en alojamiento.....	98
Gráfica 25. Calificación de seguridad en restaurantes .....	99
Gráfica 26. Calificación de seguridad en bares/discotecas .....	99
Gráfica 27. Calificación de seguridad en transporte.....	100
Gráfica 28. Calificación de servicio en alojamiento .....	101
Gráfica 29. Calificación de servicio en restaurantes.....	101
Gráfica 30. Calificación de servicio en bares/discotecas.....	102
Gráfica 31. Calificación de servicio en transporte .....	102
Gráfica 32. Calificación de planificación .....	103
Gráfica 33. Calificación de infraestructura.....	104
Gráfica 34. Calificación de problemáticas ambientales/sociales .....	104
Gráfica 35. Calificación de seguridad.....	105
Gráfica 36. Gasto económico durante el Festival del Retorno .....	106
Gráfica 37. Sugerencias .....	107
Gráfica 38. Hoteles que cuentan con el Registro Nacional de Turismo. ....	47
Gráfica 39. Hoteles que conocen las NTS de alojamiento y hospedaje. ....	48
Gráfica 40. Establecimientos hoteleros que conocen la Ley 300. ....	48
Gráfica 41. Hoteles que cuentan con certificación en Calidad Turística.....	49
Gráfica 42. Hoteles que tienen manual de procedimientos .....	50

Gráfica 43. Hoteles que cuentan con un formato de quejas y reclamos .....	50
Gráfica 44. Hoteles que cuentan con software operativo. ....	51
Gráfica 45. Hoteles que cuentan con un registro de huéspedes. ....	52
Gráfica 46. Aumento de ocupación en hoteles durante el Festival del Retorno. ...	53
Gráfica 47. Hoteles que aumentan sus tarifas durante el Festival del Retorno. ....	54
Gráfica 48. Hoteles que prestan servicio de botones. ....	55
Gráfica 49. Hoteles que tienen convenios con agencias de viajes. ....	56
Gráfica 50. Hoteles que cuentan con normas de seguridad. ....	57
Gráfica 51. Hoteles que cuentan con rutas de evacuación .....	58
Gráfica 52. Hoteles que han realizado simulacros de evacuación. ....	59
Gráfica 53. Hoteles que cuentan con extintores. ....	60
Gráfica 54. Hoteles que cuentan con detectores de humo. ....	60
Gráfica 55. Hoteles que manejan una segunda lengua. ....	61
Gráfica 56. Hoteles que cuentan con infraestructura para discapacitados. ....	62
Gráfica 57. Hoteles que ofrecen información turística. ....	63
Gráfica 58. Hoteles que ofrecen información cultural/comercial del municipio. ....	64
Gráfica 59. Hoteles que ofrecen vigilancia privada. ....	64
Gráfica 60. Hoteles que capacitan al personal para servicio al cliente. ....	65
Gráfica 61. Iniciativas del ICTA frente al servicio de alojamiento .....	66
Gráfica 62. Establecimientos gastronómicos, bares/discotecas entrevistados .....	67
Gráfica 63. Establecimientos que poseen el Registro Nacional de Turismo .....	68
Gráfica 64. Establecimientos que conocen la NTS 004 .....	69
Gráfica 65. Establecimientos que cumplen con la NTS 004. ....	70

Gráfica 66. Manejo de residuos en establecimientos .....	71
Gráfica 67. Conocimientos del Manual de Buenas Prácticas de Manufactura .....	71
Gráfica 68. Establecimientos que cumplen con el MBPM .....	72
Gráfica 69. Conocimiento de la temperatura de alimentos congelados .....	73
Gráfica 70. Establecimientos que realizan capacitación a su personal .....	74
Gráfica 71. Establecimientos que cuentan con algún registro de clientes.....	74

## ANEXOS

	pág.
Anexo A. Joropera Colper .....	134
Anexo B. Coleo en el Festival del Retorno, Acacías – Meta. ....	135
Anexo C. Escenarios del Festival del Retorno. ....	135
Anexo D. Entrevista con el Alcalde municipal de Acacias, Meta .....	137
Anexo E. Entrevista con el director del Instituto de Cultura y Turismo .....	140
Anexo F. Encuesta perfil del visitante Festival del Retorno Acacías Meta .....	142
Anexo G. Formato para entrevista semiestructurada en establecimientos de alojamiento y hospedaje.....	144
Anexo H. Formato para entrevista semiestructurada en establecimientos gastronómicos y bares. ....	146
Anexo I. Formato de entrevista semiestructurada en empresas transporte terrestre turístico.....	147
Anexo J. Formato de entrevista semiestructurada en agencias de viaje.....	148
Anexo K. Formato para entrevista semiestructurada en entidades gubernamentales.....	149



## GLOSARIO

**COLEO:** Deporte que consiste en derribar al toro por la cola, desde el lomo de un caballo a alta velocidad.

**COLPER:** Colegio Pablo Emilio Riveros, organizador oficial de la Joropera.

**ICTA:** Instituto de Cultura y Turismo de Acacías

**JOROPERA:** Evento masivo que reúne a más de 15 mil parejas de diferentes edades y regiones del país, bailando joropo.

**JOROPO:** música tradicional de la región de los llanos orientales.

**MBPM:** Manual de Buenas prácticas de manufactura

**NTS:** Norma Técnica Sectorial

**RNT:** Registro Nacional de Turismo

## RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo la realización de un diagnóstico junto con la formulación de un plan estratégico del Festival del Retorno orientados a contribuir a la dinamización del sector turístico del municipio de Acacías (Meta).

Se utilizó una metodología descriptiva, puesto que se analizó, detalló y documentó, la realidad de un fenómeno como lo es el Festival del Retorno, desde una perspectiva objetiva, con el uso de técnicas de investigación que facilitaron la construcción del plan estratégico. En cuanto a instrumentos de recolección de información se emplearon básicamente dos tipos: encuestas estructuradas y entrevistas semiestructuradas.

Dichas encuestas y entrevistas fueron aplicadas tanto a asistentes al Festival del Retorno del año 2013, como a dueños y/o empleados de establecimientos prestadores de servicios turísticos y a representantes o directores de entidades gubernamentales, obteniendo como resultado, la base para el análisis de la situación actual del sector turístico y paralelamente el perfil del visitante, ambos aspectos de vital importancia para la construcción del plan estratégico, que contribuirá a la adecuada planificación y desarrollo del festival logrando a su vez la dinamización del sector turístico en el municipio.

Finalmente, el plan estratégico propuesto en el presente trabajo busca contribuir al desarrollo del programa: “Conocimiento, valoración y recuperación del patrimonio histórico y cultural”, que hace parte del Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas, el cual a su vez, orienta y guía la administración pública del municipio de Acacías.

Palabra claves: Festival del Retorno, Diagnóstico, Plan Estratégico, Sector Turístico.

## ABSTRAC

This study aimed to the realization of a diagnosis together with the formulation of a strategic plan of Festival del Retorno aimed to contribute to the revitalization of the tourism sector in the municipality of Acacias (Meta).

A descriptive methodology was used, as analyzed, explained and documented, the reality of a phenomenon such as the Festival of Return, from an objective perspective, using research techniques that resulted in the construction of the strategic plan.

Two techniques of research, surveys and semi- structured interviews applied were mainly used. The diagnosis was made based on surveys and interviews with both attending the Festival of Return of 2013, as owners and/or employees of local tourism service providers and representatives or directors of government agencies, resulting in the basis for the analysis of the current situation of tourism and visitor profile parallel, both aspects vital to the building of strategic plan, which will contribute to the proper planning and development of the festival at the same time achieving the revitalization of tourism in the municipality.

Finally, the approach proposed in this paper strategic plan seeks to contribute to the development of the program: "Knowledge, assessment and recovery of historical and cultural heritage", which is part of the Economic Development Plan, Social and Public Works, which in turn, directs and guides the public administration of the municipality of Acacias.

Keywords: Festival del Retorno, Diagnosis, Estrategic Plan, Tourism Sector.

## INTRODUCCIÓN

Un festival es un acontecimiento artístico o folclórico que rescata y difunde expresiones culturales y tradiciones populares, generalmente celebrado por una comunidad, que además es símbolo de patrimonio inmaterial. Colombia, país alegre por naturaleza, ha procurado siempre mantener vivas sus tradiciones a través de este tipo de eventos. Uno de los tantos festivales celebrados en nuestro país es el Festival del Retorno, celebrado en Acacías, Meta. Dicho festival rescata y difunde la cultura llanera con numerosas actividades artísticas y folclóricas como son el concurso de música llanera y la Joropera Colper<sup>1</sup>, respectivamente logrando que las personas oriundas del municipio pero que ya no habitan en él, retornen allí para revivir, celebrar y compartir su cultura.

El festival ha sido celebrado durante 40 años. Cada año se opta por actividades, grupos y escenarios diferentes como muestra de la gran diversidad de la cultura llanera. No hay duda que gracias a este festival, el turismo ha aumentado de manera significativa en el municipio y que algunas de las mejoras en infraestructura vial, salud o educación han sido gracias a este, con el cual los acacireños se sienten identificados y orgullosos. Aunque el festival aporta ciertas mejoras para el municipio existen varias falencias, como la mala organización de las actividades, mal manejo de basuras, la desarticulación de los prestadores de servicios turísticos, contaminación visual, auditiva y ambiental, aspectos muy importantes que impiden el buen desarrollo y ejecución del festival.

La idea central del desarrollo de esta investigación es llevar a cabo el diagnóstico junto con el plan estratégico de este festival para la dinamización del sector turístico del municipio, logrando que Acacías llegue primero a ser reconocido como municipio turístico y segundo lograr que el Festival del Retorno alcance un alto grado de posicionamiento.

---

<sup>1</sup> Evento que reúne a más de 200 parejas bailando Joropo, por las principales calles del municipio de Acacías.

## **1. FORMULACIÓN**

### **1.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

En los últimos tiempos el turismo ha logrado alcanzar una posición muy importante en la economía de muchos municipios de Colombia; incluso ha llegado a ser la base económica de algunos de ellos y en la gran mayoría funciona como complemento. Es el caso de Acacías (Meta), municipio que se ubica a 28 kilómetros al sur de Villavicencio y a 126 kilómetros de distancia de Bogotá. Su economía principalmente se basa en el sector agrícola con cultivos de palma de cera, arroz, soya, y el sector pecuario con la ganadería bovina y la avicultura; sin embargo el turismo ha venido tomando fuerza en este municipio gracias a sus festividades, por lo que se reconoce y es muy famoso. Dentro de estas festividades encontramos el Festival del Retorno, que se lleva a cabo en el mes de octubre y es uno de los más importantes del departamento.

El Festival del Retorno marca el punto en el que, quienes han dejado la población vuelven a ella. Es un certamen que muestra al máximo el esplendor del folclor llanero dentro del cual se realizan actividades como el Torneo Nacional de Música Llanera que consiste en resaltar los valores artísticos de la región llanera y los grandes valores que se destacan en la misma.

Acacías se destaca porque presenta todos los años la Joropera, con más de mil parejas bailando Joropo por las principales calles de la ciudad para la admiración de todos los asistentes al festival. Además, merece destacarse el gran espectáculo del Coleo y el Reinado Internacional del Retorno en el cual cada una de las participantes obligatoriamente debe interpretar mínimo 3 instrumentos llaneros, además de bailar y cantar música regional.

Gracias a este festival, el turismo en Acacías se ha venido desarrollando lentamente. Sin embargo, se siguen presentando muchos aspectos por mejorar, por ejemplo, la mala organización de las actividades, la falta de control de vendedores ambulantes en los espacios donde se llevan a cabo las principales presentaciones artísticas, el manejo de basuras, la falta de control de tráfico automotor en las calles aledañas a los principales escenarios, la contaminación visual, auditiva y ambiental, la pérdida de la apropiación de la comunidad frente a la tradición y el folclor llanero; y finalmente, la falta de articulación de los prestadores de servicios turísticos y de los entes gubernamentales para la adecuada planificación del Festival del Retorno.

Es precisamente en este punto donde este trabajo de grado presenta su mayor aporte, buscando la articulación y dinamización del sector turístico, por medio del diagnóstico y del plan estratégico que a manera de sugerencia contendrá todas las actividades a desarrollar, por parte de la comunidad, de los prestadores de servicios turísticos y de los entes gubernamentales involucrados en la realización del festival, garantizando de esta manera la articulación que a consideración de las investigadoras en este trabajo de grado es la principal problemática que tiene el municipio frente al sector turístico. Por esta razón esta investigación intentaremos resolver la siguiente pregunta ¿Cómo constituir al Festival del Retorno de Acacías (Meta) en un atractivo que dinamice el sector turístico?

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

En primer lugar es necesario realizar un diagnóstico turístico del municipio que incluya tanto el Festival del Retorno para la identificación del perfil y percepción del visitante, como los prestadores de servicios, puesto que son ellos los que participan directamente del Festival, se realizará a partir de encuestas y entrevistas, las que permitirán, primero, conocer las motivaciones del por qué el visitante asiste al festival y qué percepción tienen acerca de este; y segundo, conocer las actividades que realizan los prestadores de servicios en torno al festival y como se están organizando para tan gran evento.

Este trabajo de investigación busca también el reconocimiento y apropiación del Festival del Retorno por parte de los habitantes del municipio de Acacías, Meta y de sus turistas, como medio para lograr la potencialización del sector turístico en el municipio.

A partir de los resultados obtenidos se realizará un plan estratégico ligado al Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas, específicamente en el programa “Conocimiento, valoración y recuperación del patrimonio histórico y cultural”, que se constituye en la bitácora administrativa del municipio de Acacías, con el fin de que esta investigación llegue a convertirse en una fuente de consulta para futuros proyectos turísticos, aportando de esta manera a la apropiación y sentido de pertenencia de los habitantes y turistas por el festival, una mejor organización de él, el fortalecimiento de la oferta turística y el crecimiento de la demanda turística tanto en la semana del festival como en el resto del año.

La dinamización del sector de turismo conlleva al mejoramiento de la oferta hotelera, de la gastronómica, de los atractivos turísticos, jalona la demanda, genera empleo, contribuye al progreso de la calidad de vida de los habitantes locales y aportará a que el municipio empiece a ser reconocido turísticamente además de rescatar y perpetuar el folclor llanero como patrimonio cultural inmaterial.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Realizar un diagnóstico para la formulación de un plan estratégico del Festival del Retorno en Acacías (Meta) dada su relevancia para el sector turístico del municipio.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Identificar a los actores que participan directa e indirectamente en el Festival del Retorno.
- Determinar el perfil y la percepción del visitante o turista que llegue al municipio de Acacías durante el Festival del Retorno.
- Elaborar un análisis DOFA evaluando la situación actual de los factores tanto internos como externos del Festival del Retorno.
- Diseñar el plan estratégico que le permita al municipio hacer eficiente y competitivo este atractivo turístico.

## 2 MARCO CONTEXTUAL

### 2.1 GEOGRAFÍA Y UBICACIÓN

Acacías es un municipio colombiano, situado en el departamento del Meta, en las estribaciones de la Cordillera Oriental a 28 kilómetros al sur de Villavicencio y a 126 kilómetros de distancia de Bogotá.<sup>2</sup>

Acacías tiene una excelente hidrografía, esta bañada por 5 ríos: Acacías, Acacíñas, Guayuriba, Sardinata y Orotoy.

#### Imagen 1. Mapa localizador del municipio de Acacías



Fuente: Alcaldía Municipal de Acacías (2013), modificado.

<sup>2</sup> ALCALDIA MUNICIPAL DE ACACÍAS. Municipio de Acacías, Tierra por Dios Bendecida. [online] 27 de agosto del 2013. Acacías (Meta). [citado el 26-04-2014].



## **2.2 DIVISIÓN POLÍTICA DE ACACÍAS META**

Acacías en su zona urbana está compuesta por 97 barrios y urbanizaciones, así mismo la zona rural se compone de cuarenta y ocho (48) veredas en las que se incluye Chichimene, Dinamarca y Manzanares, antiguas inspecciones de policía.

Los límites del municipio son:

- Norte: Departamento de Cundinamarca.
- Sur: Municipios de Castilla la Nueva y Guamal
- Oriente: Municipio. San Carlos de Guaroa
- Occidente: Municipio de Guamal

La población proyectada para el 2012 según El Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE es de 64,287 habitantes, de los cuales el 49,5% son mujeres (31,853) y el 50,5% hombres (32,434). El mayor porcentaje de población se ubica en el rango de edad de 15 a 44 años con un 47,3% (30,430) de la población que al sumarle la población menor a 14 años suma el 75,2% de la población. Es decir, la mayoría de la población Acacireña es relativamente joven.<sup>3</sup>

## **2.3 ANTECEDENTES HISTÓRICO-CULTURALES**

La historia del municipio de Acacías (Meta), comienza finalizando la Guerra de los Mil Días a comienzos del año 1902 cuando una gran cantidad de personas empezaron a emigrar hacia el departamento del Meta con la intención de habitarlo, entre estos estaban cundinamarqueses como Pablo Emilio Riveros médico de profesión en conjunto con el señor Juan de Dios Rozo Moreno agricultor oriundo de Gutiérrez, que años después llegarían a destacarse como impulsores de la región del Meta.

El municipio cambió su nombre de Corregimiento de Boyacá, a Acacías, consecuencia de la gran abundancia de Acacias Playeras que se encontraban en el territorio en donde se erigió el mismo.

---

<sup>3</sup> DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE ESTADÍSTICA. Población Proyectada. [online] 2012. [citado el 26-04-2014].

Se acordó bautizar al territorio con el nombre de Corregimiento de Boyacá en el año 1920 en recuerdo de la efemérides que en ese día se celebraba, también se le definió la demarcación bajo la cual después sería diseñado el caserío.

Tiempo después en reunión familiar del doctor Riveros se propuso cambiarle de nombre al pueblo por el de Acacias, palabra derivada de la especie vegetal abundante en la región.

Definitivamente quedo el más poético de todos, “Las Acacias”, debido a la gran cantidad de acacias playeras que circundan las riveras de los ríos entre los cuales se levanta la población. Don Oliverio Torres Carrillo explicó que finalmente terminaron cambiándole el acento a la palabra, y quedó “Acacías”, porque para pronunciarla hay que sonreír, y para las gentes era más sonora y agradable al oído.

Bajo el mando y orientación de Pablo Emilio Riveros y el corregidor, se hicieron los trazados de las calles, dejando éstas de 90 metros de longitud por 15 de ancho, lo suficientemente anchas y rectas como bases de una población moderna.<sup>4</sup>

Acacías es considerado el segundo municipio más importante del departamento del Meta, ha tenido un gran crecimiento demográfico y económico en los últimos años, puesto que se ha convertido en un municipio petrolero, esta inmersión en la industria petrolera ha volcado a muchos de los habitantes locales a dedicarse de lleno a esta actividad, perdiendo la visión del cuidado de los recursos naturales y de los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio los cuales pueden ser en un futuro una gran fuente de ingresos o de desarrollo del mismo.

## **2.4 ANTECEDENTES DEL FESTIVAL**

El Festival del Retorno fue creado por el señor Alejandro Granados Moreno en el año 1970 con motivo del cincuentenario de la fundación del municipio de Acacías.

---

<sup>4</sup> Historia de Acacías, Corregimiento de Boyacá, Pueblo de Acacías, Ciudad del Retorno. [anónimo] [s.l.], [s.n.], 2011

En el año de 1970, un grupo de personalidades del Municipio de Acacías, se reunieron con el fin de realizar una festividad de alto nombre nacional y que identificara a los acacireños. En la discusión el Señor Alejandro Granados (fundador del festival), propuso que se realizara un festival con el fin de atraer a los acacireños que habían viajado a otras ciudades e invitarlos de nuevo a su tierra natal, que retornaran a Acacías, así nació el Festival del Retorno.

Con los años, esta festividad se posesionó entre los eventos de mayor relevancia en los llanos orientales, y poco a poco, los habitantes del interior del país fueron escogiendo como destino, el municipio cultural y turístico de “Acacías”, para deleitarse de las muestras del Torneo Nacional de Música Llanera.

Indudablemente, el Festival del Retorno es la festividad más importante para los acacireños, ya que motiva no solo la cultura y el turismo, sino que, reactiva gran parte de la economía de la región, municipio privilegiado por su geografía y grandes ríos que bañan sus cordilleras y amplias llanuras en el pie de monte llanero, a lo que se suma su cercanía con la capital de la República, lo que lo ubica como uno de los destinos turísticos más concurridos en el mes de Octubre con una excelente carretera a 45 minutos de Villavicencio, hacia el sur del Departamento del Meta.

El Festival del Retorno siempre se ha caracterizado por la amplia participación de delegaciones venezolanas como los Estados de Portuguesa, Guarico y Barinas, y claro está las delegaciones Colombianas de Casanare, Arauca, Guaviare, Meta, vichada, Guainía, Bogotá y la delegación Anfitriona de Acacías.<sup>5</sup>

Hoy en día el Festival del Retorno se ha constituido como uno de los eventos más importantes del año en el municipio, dentro del marco de este festival se realiza el Reinado Internacional del Retorno y Torneo Internacional de Música Llanera.

En la actualidad el festival no solo cuenta con la presentación de exponentes del folclor llanero, sino que debido a la multiculturalidad de los asistentes al festival, se han involucrado artistas contemporáneos de diversos ritmos musicales como vallenato, reggaetón, rock, pop, entre otros. Los diferentes escenarios hacen posible que el asistente al festival pueda disfrutar de variedad de espacios y pueda quedarse en el lugar donde se sienta más a gusto.

---

<sup>5</sup> MARTIN, Miguel Ángel. Del folclor llanero. Villavicencio: editorial Lit. Juan XXIII, 1979. 97 p.

### 3 MARCO REFERENCIAL

#### 3.1 MARCO CONCEPTUAL

Todo desplazamiento turístico tiene una implicación cultural, el hecho de viajar a un entorno que no es el cotidiano implica la inserción en una cultura diferente, sin la cultura no se explica el turismo, no existe un viaje que sea totalmente ajeno a las tradiciones de una comunidad, es así que para empezar a hablar de cultura hay que tener claro el concepto de turismo.

Tomando como referencia que, “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”<sup>6</sup> cabría mencionar que, la implicación de un desplazamiento a un entorno diferente al cotidiano no conlleva únicamente la satisfacción de conocer un lugar nuevo, sino que intrínsecamente existe un proceso de exploración de una cultura ajena, junto con sus tradiciones y costumbres que hacen que el turista tenga una relación directa o indirecta con la comunidad local y con los procesos propios correspondientes al lugar al que se viaja.

Indudablemente la interacción con una cultura ajena a la propia es un medio de conocimiento de la diversidad y multiculturalidad no solo del país sino del mundo entero, entendiendo que “la cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias”<sup>7</sup> se puede analizar que la relación cercana entre el turismo y la cultura propia de las comunidades locales a las que se visita, puede generar grandes experiencias de vida para el turista.

Concretamente en esta investigación se pretende incluir en la construcción del documento y de cierta manera rescatar, el patrimonio cultural inmaterial definido según la convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial como:

---

<sup>6</sup> ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Entender el Turismo: Glosario Básico. [online]. 2007. Madrid (España). [Citado el 26-04-2014].

<sup>7</sup> COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Ley 397 (7 de agosto de 1997). Por la cual se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 1997. No. 43.102. p 1-66.

Las formas diversas y complejas de manifestaciones vivas en constante evolución, expresadas generalmente a través de tradiciones orales, del patrimonio inmaterial hacen parte las artes del espectáculo, la música, los actos festivos, ritos, prácticas sociales, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza. El patrimonio inmaterial se transmite de generación en generación y es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo de esta manera a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.<sup>8</sup>

El patrimonio cultural inmaterial del municipio de Acacías juega un papel fundamental en el desarrollo de esta investigación, puesto que al referirse a un festival que lleva más de 40 años realizándose es inevitable mencionar que en cada celebración se expresa en todo su esplendor la tradición y el folclor llanero.

Gracias al desarrollo turístico que ha venido en aumento en los últimos años, ha crecido la preocupación por los recursos naturales y por la recuperación del patrimonio material e inmaterial considerados “recursos no renovables” por su gran riqueza historia.

Según Nicholas Stanley Price “Uno de los principales retos que se enfrentan hoy en el campo de la conservación del patrimonio es precisamente la valoración del patrimonio cultural inmaterial y existe un interés cada vez mayor por identificarlo y protegerlo”<sup>9</sup>, en muchas regiones del país el patrimonio inmaterial ha perdido su importancia, la inclusión de nuevas tendencias musicales y artísticas momentáneas han creado una falsa ilusión de cultura, dejando en el olvido aquellas que han construido la sociedad actual.

Ahora bien, entrando aún más en el tema de patrimonio cultural inmaterial y los términos que competen a la presente investigación; los festivales pueden ser una gran oportunidad para recuperar expresiones que hacen parte de las tradiciones de una región y no solo eso, sino que además pueden dar a conocer, aprovechándolas para ofrecer un valor agregado al municipio, ciudad o región en el ámbito turístico.

---

<sup>8</sup> UNESCO. Convención para salvaguardia del patrimonio. Paris, 2003.

<sup>9</sup> STANLEY PRICE, Nicholas. Bogotá, Colombia, 2004. [en entrevista realizada por Olga Pizano para la revista Apuntes de la Pontificia Universidad Javeriana.]

El Festival del Retorno precisamente funciona como promotor de las tradiciones culturales de toda la región llanera, ofreciendo la oportunidad no solo de conocer las tradiciones sino de hacer partícipes a los niños, adolescentes, adultos y turistas que cada año asisten al festival.

Los festivales según su carácter, pueden ser en primer lugar festivales artísticos, cuyo propósito es difundir las expresiones culturales y el motivo es la música, la danza, el teatro o el cine, entre otros, que se expresa a través de presentaciones, exhibiciones y concursos. Se evoca el talento y la creatividad especialmente en la composición, la interpretación, la composición, la dirección y la actuación.

En segundo lugar, festivales folclóricos a través de los cuales se pretende recuperar y conservar las tradiciones populares. Se inspiran en mitos y leyendas, se expresan a través de celebraciones y actos conmemorativos, y en ellos se evocan las creencias.<sup>10</sup>

Es importante diferenciar el término de festival de otros términos como fiesta y feria, con el fin de delimitar cuales son los alcances de un festival y cuál es la principal característica para entender de manera correcta los procesos que conlleva la realización de un festival, de la envergadura del Festival del Retorno.

En primer lugar fiesta se define como las “construcciones míticas simbólicas en las que se manifiestan las creencias, mitos, concepciones de la vida y del mundo, y los imaginarios colectivos y están asociadas a algunas etapas del ciclo vital, de la economía, de las creencias religiosas, de la política y de otras motivaciones humanas. Se transmiten por tradición y son originales y propias de una sociedad, en un espacio y un tiempo”.<sup>11</sup>

A diferencia de los festivales, las fiesta son representaciones de solo algunas características de la tradición oral, propias de un espacio determinado y que por lo general son importantes más por el aporte económico que le deja al municipio, ciudad o región, que por la importancia de recuperar la tradición oral de una sociedad.

---

<sup>10</sup> PIZARRO MALLARINO, Olga. Et al. La Fiesta, La Otra Cara Del Patrimonio: Valoración De Su Impacto Económico, Cultural Y Social. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2004. 138 p. ISBN: 958-698-Å

<sup>11</sup> Ibid., p. 138

Las ferias a diferencia de los festivales tiene un carácter más comercial, aunque cabe resaltar que en las ferias no solo se muestra la cultura de una sola sociedad sino de varias, los alimentos, los artículos típicos y los productos propios de una región, reunidos en un mismo sitio con el fin de reunir a las personas en un lugar multicultural.

Tienen un carácter promocional y su propósito es fomentar la integración de los habitantes de la región, resaltar los valores y facilitar el intercambio cultural. Se inspiran en primer lugar en los pueblos, ciudades y regiones en donde se crean alianzas entre las gentes y se difunden valores culturales y productos regionales; en segundo lugar en la flora y la fauna para exhibir los productos y evocar la biodiversidad y la producción de la región, y en tercer lugar, en las industrias culturales para la exhibición y comercialización de los productos y servicios culturales, entre otros, cuyo objeto es presentar el estado del arte, la evolución, la innovación y la tecnología. El Estado y la comunidad celebran las ferias y el motivo se expresa a través de actos conmemorativos, exposiciones y concursos.<sup>12</sup>

La presente investigación tiene muy en claro la apropiación del Festival del Retorno por parte de la comunidad y aunque no es el objetivo principal, se pretende que la tradición cultural perdure en el tiempo por medio de la realización planificada del festival.

El diagnóstico pretende el análisis del sector turístico, del festival y de los actores que intervienen directa e indirectamente en el desarrollo del mismo.

El diagnóstico es una radiografía (estructura) de la realidad sobre la cual se pretende actuar. Mediante él se busca hacer un análisis crítico, estructural e histórico de la realidad social, ver cómo es y por qué es así, revela los problemas y necesidades existentes, sus causas y permitirá jerarquizarlos. Es decir identificar cuáles son los principales y cuáles son los secundarios, cuáles son generadores y cuáles son consecuencias. De estas necesidades prioritarias surgen las alternativas de solución y los futuros planes y proyectos.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Ibid., p. 139

<sup>13</sup> PERESSON, MARIO. 1996. 88 p. En: BASURTO, Arteaga y GONZALEZ, Monserrat. Diagnóstico. En Desarrollo Comunitario. 2001. México. 82 – 106 p.

El diagnóstico sirve como insumo para la realización del plan estratégico, entendido como “el conjunto de acciones programadas para conseguir un objetivo”<sup>14</sup> que pretende en primer lugar, lograr la eficiente planificación del Festival del Retorno y paralelamente por medio del mismo lograr la articulación de prestadores de servicios turísticos, entes gubernamentales y comunidad local.

En este trabajo de grado, el plan estratégico condensa objetivos específicos que permiten el adecuado desarrollo del Festival del Retorno y el eficiente progreso del sector turístico en el municipio. Las estrategias creadas para el logro de los objetivos contienen las acciones, el tiempo y los responsables necesarios en pro del mejoramiento de la organización del festival y del sector turístico en Acacías.

### **3.2 MARCO TEÓRICO**

Los conceptos más importantes trabajados dentro del proceso de investigación son, en primer lugar el diagnóstico por medio del cual se lograron identificar varios aspectos del Festival del Retorno como, las deficiencias y problemáticas que imposibilitan la adecuada ejecución del mismo, así como los principales elementos de análisis del contexto en el que desarrolla el festival y el movimiento social, económico y cultural, que genera el mismo para la comunidad local del municipio de Acacías.

En la teoría relacionada con el diagnóstico se encontraron diferentes autores que aportaron de manera significativa al presente trabajo. Para Scarón de Quintero<sup>15</sup> el diagnóstico es un análisis arrojado de enfrentar dos situaciones, una de ellas la real y la otra la ideal, lo que indica una comparación que dará como resultado cuales son los aspectos a mejorar para conseguir que la situación ideal se convierta en una realidad en un lapso de tiempo determinado.

Para Espinoza<sup>16</sup> señala que el diagnóstico es el punto de partida para formular un proyecto, por lo cual es necesario reconocer el terreno donde se pretende realizar una acción, los signos reales y concretos de una situación problemática. Lo que

---

<sup>14</sup> ROMERO FERNÁNDEZ, ANDRES. Adaptado de DRUCKER, PETER. Dirección Dinámica de las Empresas. P 16.

<sup>15</sup> DE QUINTERO, SCARON. El Diagnóstico Social. Ed Humanitas. Argentina. 1985. 26 p.

<sup>16</sup> ESPINOZA VERGARA, MARIO. Programación Manual para Trabajadores Sociales. Ed Humanitas. Argentina 1987. 55 p.



supone que el diagnóstico en realidad hace parte de un proceso planificador que tiene como resultado una serie de posibles acciones basadas en necesidades detectadas y recursos disponibles.

Finalmente, el autor por el cual se inclinan en mayor medida las autoras de este trabajo, que resume lo que se quiso lograr con la realización del diagnóstico y quien se mencionó anteriormente en el marco conceptual, es Mario Peresson<sup>17</sup> quien argumenta que el diagnóstico es una radiografía sobre la cual se pretende tomar cierta posición y actuar en la medida que se conoce la realidad de un territorio o de un fenómeno; mediante el cual se busca hacer un análisis crítico y concreto que permita identificar problemas, consecuencias y soluciones para futuros planes y proyectos.

El siguiente concepto es, la organización de eventos según Martha Navia y Nelson Clavijo<sup>18</sup> contiene cuatro etapas que garantizan el adecuado desarrollo de un determinado evento.

La primera etapa consiste en la gestión, entendido como el proceso de diseño de programas, canalizando los diferentes recursos (talento humano, financiero, técnicos, etc.) para la adecuada planificación de un evento. Dentro del desarrollo de esta etapa existen unos pasos que permiten la eficiente gestión, por ejemplo, la identificación de necesidades de las personas a quienes va dirigido el evento, el planteamiento de objetivos, el diseño de actividades y la asignación de funciones para los organizadores del evento.

La segunda radica en la verificación, la cual analiza la conexión entre las actividades, las tareas designadas y el cumplimiento de las mismas. Así mismo mantiene un control sobre el evento y los objetivos del mismo, garantizando una respuesta a cualquier eventualidad.

La tercera etapa se fundamenta en la ejecución, visto como el resultado del trabajo de los organizadores. Durante esta etapa se realiza una verificación constante de cada tarea designada y actividad por realizar, evitando que se presenten problemas de última hora.

---

<sup>17</sup> PERESSON, MARIO. 1996. Op. Cit.

<sup>18</sup> NAVIA LÓPEZ, MARTHA ISABEL Y CLAVIJO GUTIERREZ, NELSON ORLANDO. Guía Metodológica para la Gestión y Organización de Eventos Recreativos para Líderes de Comunidades menos Favorecidas. Revista Digital N° 138. Buenos Aires. Noviembre de 2009.

La última etapa es la evaluación, entendida como forma de retroalimentación puesto que valora el resultado del evento. Esta etapa es la que permite la mejora de las actividades futuras, ofreciendo lineamientos para la toma de decisiones frente a la organización de un evento determinado.

Ahora bien, entrando en el tema de plan estratégico el cual es el segundo concepto que se trabaja en esta investigación y presenta los lineamientos para el fortalecimiento del sector turístico y del Festival del Retorno.

El primer autor al que se hace referencia es Sainz de Vicuña<sup>19</sup>, quien menciona que un plan estratégico es un plan maestro en el cual se recogen las decisiones que se han tomado “hoy”, es decir en el momento, en referencia a lo que se hará durante los próximos años con el fin de mejorar un aspecto a nivel corporativo u organizacional.

Según Sainz, los planes contiene todas las acciones necesarias para lograr un determinado objetivo y sin importar si son planes estratégicos, de marketing, de negocios, etc. son un conjunto de estrategias encaminadas al fortalecimiento de una empresa u organización.

Para Ballesteros Díaz<sup>20</sup>, la planeación estratégica es un proceso de cambio dinámico de toma de decisiones o resolución de problemas, encaminado a lograr lo que se quiere. Según Díaz, por medio de los planes estratégicos se maximizan recursos y, se minimizan gastos y consecuencias no deseadas. Además de prever cuáles serán las oportunidades, debilidades, causas y consecuencias de las problemáticas que se identifican en la actualidad.

Drucker argumenta que, “la planeación estratégica sirve fundamentalmente para crear futuro”<sup>21</sup>, un futuro basado en el análisis crítico de la realidad y de las problemáticas que se identifiquen. La creación del plan estratégico para el Festival del Retorno y el sector turístico del municipio de Acacías, busca precisamente crear un futuro ideal de desarrollo que permita que el municipio progrese no solo turísticamente hablando sino en todos los aspectos, social, económico y cultural.

---

<sup>19</sup> SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, JOSÉ MARÍA. El Plan Estratégico en la Práctica. 3 ed. España: Esic, 2012. 388 p. ISBN 978-84-7356- 881-4.

<sup>20</sup> BALLESTEROS DIAZ, BERNARDO. Planeación Estratégica. Guía Práctica. Medellín-Colombia. Fundación Universitaria Luis Amigó. 170 p.

<sup>21</sup> DRUCKER, PETER. La Dirección Dinámica de Empresas. International Business Institute Inc. Instituto para la Formación y Desarrollo Humano. 1987. 28.29 p.

Para concluir, Fernández Romero<sup>22</sup>, mencionado anteriormente en esta investigación, propone que un plan estratégico es un conjunto de acciones diseñadas para conseguir un objetivo, dichas acciones son flexibles, es decir, si el entorno cambia las acciones también pueden ser cambiadas.

Después de la investigación de varias teorías acerca de la planeación y los planes estratégicos, se llegó a la determinación de referenciar a Fernández Romero, como el autor por el cual se sustenta la realización del plan estratégico. Las acciones propuestas en el plan se argumentan en las deficiencias encontradas a través de la realización del diagnóstico y persiguen unos objetivos concretos para cada aspecto identificado durante el festival.

### **3.3 MARCO LEGAL**

#### **3.3.1 Acuerdo 199 (mayo 30 de 2012) Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas la “Decisión Correcta 2012 – 2015”.**

Este plan es de suma importancia ya que con base en él, se realizará el plan estratégico para la adecuada planificación del Festival del Retorno, específicamente con el programa “Conocimiento, valoración y recuperación del patrimonio histórico y cultural”. Dicho plan estratégico puede llegar a constituirse en un valor agregado al programa, ya que dentro de él se nombran actividades importantes para la recuperación del patrimonio cultural como la promoción y divulgación del patrimonio cultural y el fortalecimiento de la Joropera (masificación del baile del Joropo), pero en ningún momento nombran el Festival del Retorno, Festival de gran importancia dentro del patrimonio histórico y cultural del municipio.

A lo largo del plan de desarrollo se encuentran también varias actividades que están directamente relacionadas con el plan estratégico como lo son la remodelación de los establecimientos de servicios turísticos, y la capacitación tanto a prestadores de servicios como a los acacireños en general.

---

<sup>22</sup> ROMERO FERNÁNDEZ, ANDRES. Op. Cit.

### **3.3.2 Ley 300 de 1996**

El artículo primero de la Ley, señala que el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social; se toma este concepto porque la investigación propone que a partir del festival del retorno se pueda dinamizar el sector turístico de Acacías, Meta, sabiendo que este puede ser un agente de desarrollo para el municipio, trayendo grandes beneficios tanto económicos como sociales, teniendo en cuenta que el turismo funciona como un agente social.

### **3.3.3 Acuerdo no. 166 (junio 29 de 2011) Plan Municipal de Desarrollo Turístico de Acacías – Meta**

Uno de los fines de este plan, es el fortalecimiento del sector turístico a través del desarrollo de la actividad denominada: Acacías debe convertirse en una Ciudad Turística.

El objetivo general del Plan de Desarrollo Turístico es posicionar a Acacías como un destino turístico de amplio reconocimiento nacional y proyección internacional utilizando de manera sostenible todos sus recursos naturales y culturales generando una fuente de empleo e ingresos para el municipio y sus habitantes. Se nombra una política de mejorar e implementar estrategias de comunicación y mercadeo que permitan dar a conocer el municipio y sus potencialidades turísticas y una de sus estrategias es impulsar estrategias valga la redundancia de especialización del turismo en temas culturales, artesanales, gastronómicos, ferias, fiestas, agroturismo, deporte y descanso. Aquí se busca fortalecer el mercadeo que se le da a este tipo de eventos como medio de reconocimiento para el municipio, nombra la palabra fiesta lo que da a entender que dentro de ellas se encuentra el festival del retorno.

El Plan de Desarrollo Turístico en general da la pauta para cualquier tipo de actividad turística que se quiera realizar en el municipio. Después de terminar por completo el diagnóstico se tomará en cuenta los programas planteados en el PDT, se mirará y se analizará cuál es el más conveniente para poder realizar el plan estratégico.

### **3.3.4 Ley de la cultura, 397 de 1997 Título II**

#### **Patrimonio cultural de la Nación**

El patrimonio cultural está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular.<sup>23</sup>

Esta ley es de suma importancia puesto que explica y da a conocer la definición exacta de patrimonio cultural, dentro de la cual encaja perfectamente el Festival del Retorno, porque es una expresión artístico musical que resalta las costumbres y tradiciones de un municipio de Colombia tan importante como lo es Acacías.

#### **3.3.5 Normas Técnicas Sectoriales**

Estas normas son las que establecen los requisitos y condiciones para los prestadores de servicio turístico. Para este proyecto se tomaron en cuenta las normas técnicas sectoriales de establecimientos gastronómicos y bares y la de alojamiento y hospedaje, como base para realizar unas encuestas que previamente se les hará a cada uno de los prestadores.

- NTS-TS 004. Establecimientos gastronómicos y bares requisitos de sostenibilidad.
- Manual buenas prácticas de manufacturas (BPM) en hoteles Bogotá Alcaldía Mayor de Bogotá y Cotelco 2008, 95 pág.

---

<sup>23</sup> COLOMBIA, MINISTERIO DE CULTURA. Ley 397. Op. Cit.

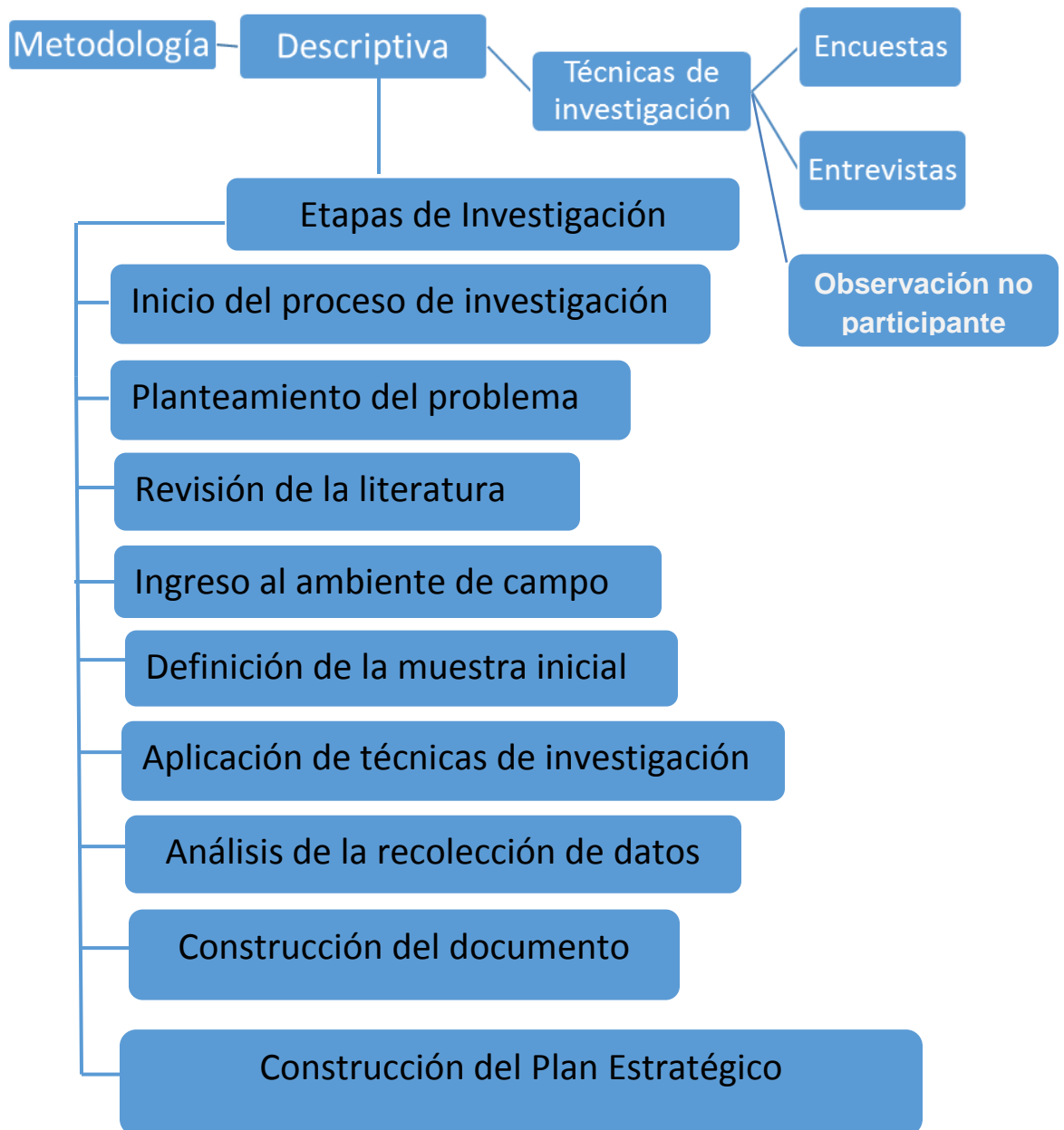
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 001. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Realización de actividades básicas para la prestación del servicio, 2003.
- Norma técnica Sectorial Colombiana NTSH 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Información a clientes, atención de sugerencias y reclamaciones de acuerdo a políticas de servicio, 2003.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 003. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Prestación de servicio de recepción y reservas conforme a manuales existentes, 2003.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 004. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Atención del área de conserjería de acuerdo al manual de procedimientos, 2003.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 005. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Manejo de valores e ingresos relacionados con la operación del establecimiento, 2003.

### **3.3.6 Cartilla de Certificación de Calidad para el transporte de turismo**

Esta cartilla da la pauta a las empresas de transporte de turismo en Colombia, de las buenas prácticas para el transporte terrestre automotor especializado que deben cumplir, para poder prestar un servicio de calidad. Se toma como base esta cartilla para la realización de la encuesta que se realizará para la el análisis de las empresas de transporte del municipio.

## 4 DISEÑO METODOLÓGICO

### 4.1 ESQUEMA METODOLÓGICO



Fuente Propia.

## 4.2 METODOLOGÍA

En esta investigación se utilizó una metodología con enfoque descriptivo, que según Cesar A. Bernal<sup>24</sup> consiste en reseñar rasgos, cualidades o atributos de una población o de un fenómeno objeto de estudio y así mismo este autor menciona tanto el método cuantitativo como el método cualitativo como los más aptos para una investigación con enfoque descriptivo. El enfoque descriptivo en esta investigación, se relaciona directamente con el Festival del Retorno, pues es, este el fenómeno que se va a estudiar, analizar y describir; el método es mixto ya que en lo que respecta al método cuantitativo se relaciona con la medición del perfil y la percepción del visitante y el método cualitativo se relaciona directamente con cualificar y describir la situación actual del Festival del Retorno y por último en cuanto a las técnicas el autor argumenta que la investigación descriptiva se soporta principalmente en encuestas, entrevistas y observación.

## 4.3 ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN

Las etapas de la investigación que se llevaron a cabo dentro de este trabajo de grado son las siguientes:

- a. Inicio del proceso de investigación cualitativa y cuantitativa: proceso inductivo e interpretativo del tema de investigación.
- b. Planteamiento del problema de investigación: se planteó el problema central de esta investigación, considerando diferentes aspectos sociales, económicos y medioambientales, junto con el planteamiento del problema, se plantearon los objetivos, justificación y pregunta de investigación a la cual se le dio respuesta durante el proceso investigativo.
- c. Revisión de la literatura: la revisión literaria del tema de estudio es útil para, la detección de conceptos claves, identificación de métodos de recolección de datos apropiados, conocer diferentes maneras de abordar el planteamiento del problema y mejorar el entendimiento de los datos que se recolectaran durante toda la investigación.

---

<sup>24</sup> BERNAL TORRES CESAR AUGUSTO. Metodología de la investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. México. 2006. Prentice Hall. Capítulos 6 y 7.



- d. Ingreso en el ambiente de campo: en el proceso investigativo, el ingreso al campo de trabajo (Acacías, Meta), sirvió para explorar el contexto que se seleccionó y considerar la conveniencia y accesibilidad con respecto a la manera de abordar nuestro tema de investigación.
- e. Definición de la muestra inicial: la definición de la muestra para la determinación del Perfil del Visitante se realizó para definir quiénes serían los participantes y proponer cuál sería el proceso que se utilizaría para la recolección de datos.
- f. Aplicación de una de las técnicas de investigación.
- g. Análisis de recolección de datos: Con el fin de determinar los conceptos potenciales a considerar, que brindarían el eje central del plan estratégico como resultado final del proyecto de grado.
- h. Construcción del documento de Trabajo de Grado.
- i. Construcción del Plan de estratégico: Teniendo en cuenta toda la información recolectada, se procederá a la creación de un plan estratégico, que contribuya a la planificación y al eficiente desarrollo del Festival del Retorno.

#### **4.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

En este proyecto de investigación se utilizaron las siguientes técnicas de investigación con la finalidad de obtener la mayor cantidad de datos que sirvieran como insumo para la creación de un plan estratégico que contribuya al fortalecimiento del sector turístico del municipio de Acacías (Meta):

- a. Entrevistas semiestructuradas: las entrevistas sirvieron para la recolección de información por medio de fuentes primarias, confiables y apropiadas en cuanto al contexto en la investigación.
- b. Encuestas: la aplicación de encuestas se realizó con el fin de determinar cuál es el Perfil del Visitante del Festival del Retorno en Acacías (Meta),

cuál es su principal motivación y cuáles son los principales aspectos que se deben mejorar del mismo.

- c. Observación no participante: Observación de la actuación de los prestadores de servicios turísticos durante el desarrollo del Festival del Retorno, sin intervención de ninguna de las investigadoras.

## 4.5 MUESTREO

Para la determinación de la muestra en la presente investigación se utilizó un muestreo no probabilístico, en donde se seleccionaron las personas a encuestar de manera intencional, por parte de las investigadoras.<sup>25</sup>

### 4.5.1 Población

Se utilizó población infinita puesto que no se conoce con exactitud el número de asistentes al Festival del Retorno.

### 4.5.2 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se tomó con una población con respecto a la proporción. La fórmula utilizada para determinar el número de encuestas a realizar es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q}{\epsilon^2}$$

n: tamaño de la muestra.

P: Proporción

Q: Complemento de P

---

<sup>25</sup> MARTINEZ BENCARDIO, CIRO. Estadística Básica Aplicada. Eco Ediciones, 2008. ISBN 9586484580, 9789586484589. 386 p.

Z<sup>2</sup>: Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 96% de confianza equivale a 2.05.

ε: Límite aceptable de error muestral que para la investigación se tomó un valor de 0,05.

$$Z = \frac{1}{2}$$

$$Z = \frac{0,96}{2}$$

$$Z = 0,48$$

Z= 2.05 (Por la Tabla de área bajo la curva normal)

$$n = \frac{(2.05)^2 \cdot (0,9) \cdot (0,1)}{(0,05)^2} = 155,9$$

$$\approx 156$$

Se determina finalmente que el total de encuestas a aplicar durante el Festival del Retorno, para determinar el perfil del visitante es de 156, muestra representativa para la recolección adecuada de datos que aporten a la investigación.

La aplicación de entrevistas semiestructuradas a dueños o empleados en establecimientos hoteleros, gastronómicos y de transporte, se determinó por conveniencia, todos los establecimientos se seleccionaron de acuerdo a la cercanía a atractivos turísticos y al centro de municipio, lo que facilita la identificación de los establecimientos que se interrelacionan directamente con la dinámica turística en los atractivos focales del municipio. En total se entrevistaron a 15 dueños o empleados de establecimientos hoteleros, 15 de establecimientos gastronómicos, 1 de empresa de transporte terrestre y como entidades gubernamentales, los representantes de la Cámara de Comercio del municipio, de la Alcaldía Local y del Instituto de Cultura y Turismo.

## **5. RESULTADOS DE LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

### **5.1 ANÁLISIS DE ENTREVISTAS REALIZADAS EN ENTES GUBERNAMENTALES**

#### **5.1.1 Cámara de comercio**

La Cámara de Comercio es una entidad facilitadora para todas aquellas personas que desean crear su propia empresa y paralelamente es la principal entidad en otorgar los documentos para que se haga de una manera adecuada y dentro de la legalidad.

Se decidió tomar la Cámara de Comercio de Acacías como parte del sector turístico, porque es la entidad que además de otorgar todos los documentos necesarios para la puesta en marcha de una empresa, ofrece la asesoría por medio de documentos sencillos para la obtención del Registro Nacional de Turismo.

La normatividad turística es uno de los ejes mencionados en esta investigación y no es posible desligar a las entidades que ofrecen la asesoría de manera sencilla, eficiente y actualizada, del sector turístico del municipio.

La Cámara de Comercio, tiene dentro de sus planes a futuro, ofrecer capacitaciones no solo a los prestadores de servicios turísticos, sino a todos los pequeños y medianos empresarios para que tengan la mayor información sobre la normatividad vigente que rige la consolidación de las empresas en formación.

#### **5.1.2 Alcaldía Municipal de Acacías Meta.**

Se realizó una entrevista al Alcalde municipal de Acacías el señor Arcenio Vargas Álvarez, el día 27 de febrero (ver anexo D), con el fin de analizar cuál es el papel que juega al Alcaldía frente al desarrollo turístico del municipio, cuales son los proyectos a futuro para el municipio en el ámbito del turismo y principalmente cual la organización del Festival del Retorno, como es el proceso de planificación del mismo y cuáles son los planes a corto y largo plazo para el mismo.

Se pudo determinar que la Alcaldía está tratando de fortalecer unos senderos ecoturísticos en la parte alta de Acacías, para llevar la gente para que interactúen

con la naturaleza y también colocar en la entrada del municipio en una parte que se llama el Punto Turístico un monumento en honor al baile del Joropo, acompañado de la marca Acacias.

En cuanto a la organización del Festival del Retorno existe una junta directiva cuyo presidente es el Alcalde pero básicamente el festival se organiza entre el Instituto de Cultura y Turismo, entre una fundación particular (CORSOCULDEORINOQUIA) y la alcaldía del municipio, es un convenio tripartita, se unen recursos de esos 3, se hace una bolsa y esa es la base de arranque de la organización de la festividad. Aunque también se reciben donaciones y patrocinios principalmente de Ecopetrol.

Se destinan aproximadamente de 1.000 millones a 1.300<sup>26</sup> millones de pesos, distribuidos en publicidad, infraestructura, orquestas, entre otros. Algunos patrocinios no se hacen en dinero explícitamente, sino a través de donaciones de tarimas y publicidad.

### **5.1.3 Instituto de Cultura y Turismo de Acacias Meta**

Otro de los entes gubernamentales identificados en Acacias y que tienen relación directa con el turismo es el Instituto de Cultura y Turismo, encargado de todos los proyectos que se llevan a cabo en el municipio en el ámbito turístico, entidad descentralizada y a cargo del Director Freire Ariel Morales Rey entrevistado en el mes de Enero del año 2014 (ver anexo E), con el fin de obtener información sobre el turismo y la planificación, ejecución y preparación frente al desarrollo del Festival del Retorno.

Los principales objetivos que tienen el Instituto de Cultura y Turismo de Acacias son, promover e incentivar la cultura y el turismo por medio de proyectos para el desarrollo del municipio de Acacias Meta. Para llegar a estos objetivos están implementado la creación de espacios para el desarrollo del turismo en el municipio, en los colegios están implementando programas donde se promueve la cultura y el turismo, la adecuación del malecón turístico y finalmente la implementación de rutas y atractivos turísticos.

---

<sup>26</sup> Cifra obtenida de la entrevista con el Alcalde Municipal, el señor Arcenio Vargas Álvarez.

Frente a la organización del Festival del Retorno, las actividades de planificación inician alrededor de un mes después de la terminación del festival inmediatamente anterior y en cuanto a los proyectos y planes que tiene el ICTA para el festival en un futuro, se contempla, mayor promoción a nivel nacional e internacional, mayor participación de la comunidad y la mejora en la infraestructura de los escenarios del mismo.

En cuanto a los prestadores de servicios se pudo determinar que tienen poco compromiso con la parte oficial en cuanto aceptar las capacitaciones y normas por parte del instituto, pero a pesar de esto la oferta turística ha tenido un crecimiento notable, aunque cabe resaltar que se debe mejorar muchísimo.

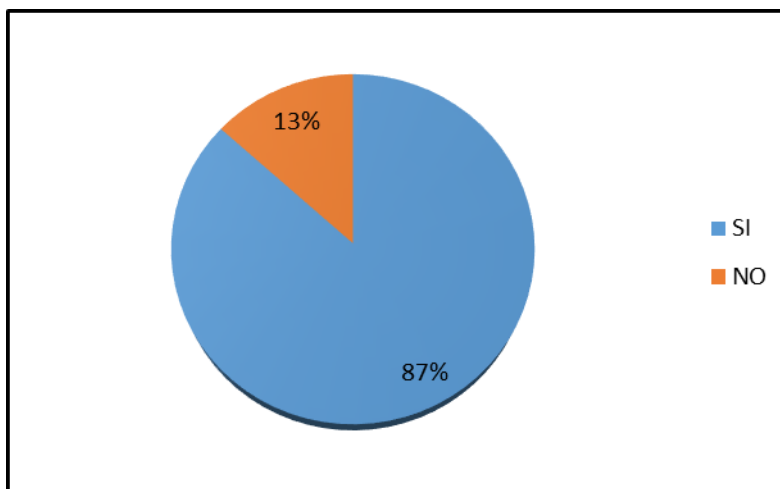
## **5.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS APLICADAS EN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO**

Los siguientes datos son resultado de 15 encuestas aplicadas a dueños o empleados de establecimientos de alojamiento, ubicados en el casco urbano solo en la parte central del municipio, escogidos por la cercanía al parque central de Acacias, con el fin de identificar la situación actual de la oferta de alojamiento.

**Tabla 1. Hoteles que cuentan con el Registro Nacional de Turismo**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	13	87%
No	2	13%
Total	15	100%

**Gráfica 1. Hoteles que cuentan con el Registro Nacional de Turismo**



Fuente propia

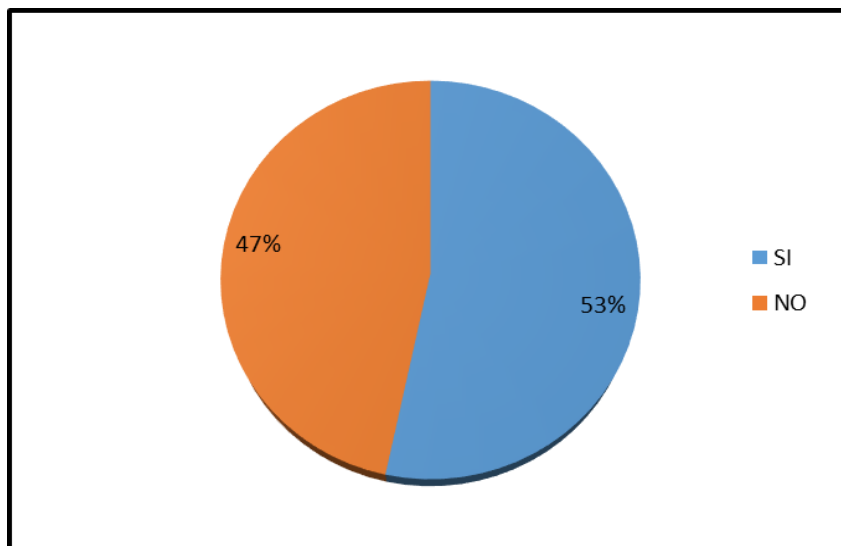
Observando la gráfica 38 el 87% de los Hoteles encuestados cuentan con el Registro Nacional de Turismo. Debido a que el ICTA ha realizado capacitaciones y ha convertido este documento obligatorio para todos los establecimientos hoteleros. Esto es un paso importante para la formalización de los hoteles y demás modalidades de alojamiento, puesto que se garantiza el servicio en pro de la ley.

**Tabla 2. Hoteles que conocen las NTS de alojamiento y hospedaje**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	8	53%
No	7	47%
Total	15	100%

Analizando la tabla 24 se encontró que el 53% de los administradores hoteleros sí conocen o han escuchado sobre las NTS. Pero no las aplican, se observó que existe una falta de compromiso y de interés por los prestadores de servicios turísticos frente al tema de normatividad turística.

**Gráfica 2. Hoteles que conocen las NTS de alojamiento y hospedaje**

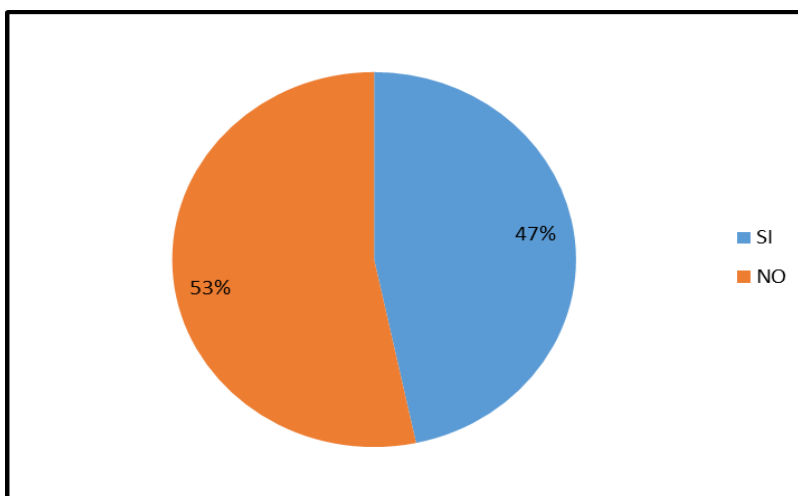


Fuente propia

**Tabla 3. Establecimientos hoteleros que conocen la ley 300**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	7	47%
No	8	53%
Total	15	100%

**Gráfica 3. Establecimientos hoteleros que conocen la Ley 300**



Fuente propia.

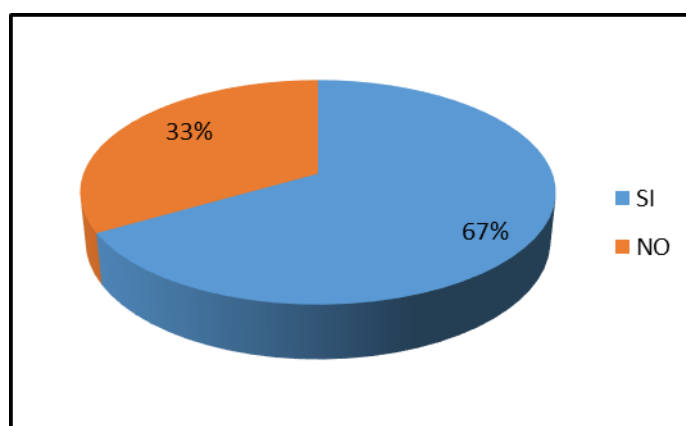


En la gráfica 40 se encontró que el 47% de los administradores de los hoteles encuestados conocen la Ley 300 de 1996, pero no la aplican. Mientras que el 53% no la conocen y tampoco sabe que existe. La ley 300 es la que rige el turismo en Colombia y es imprescindible que los dueños y empleados la conozcan. Durante las entrevistas se identificó falta de conocimiento y desinterés.

**Tabla 4. Hoteles que cuentan con certificación en Calidad Turística**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	10	67%
No	5	33%
Total	15	100%

**Gráfica 4. Hoteles que cuentan con certificación en Calidad Turística.**



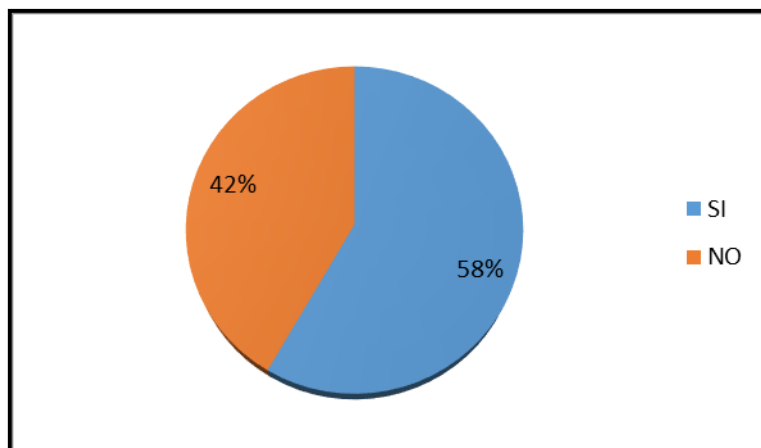
Fuente propia.

En la gráfica 40 se observa que el 67% de establecimientos hoteleros encuestados cuenta con certificación en calidad turística, este es un buen avance para el sector del turismo en el municipio.

**Tabla 5. Hoteles que tienen manual de procedimientos.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	7	58%
No	5	42%
Total	15	100%

**Gráfica 5. Hoteles que tienen manual de procedimientos**



Fuente propia

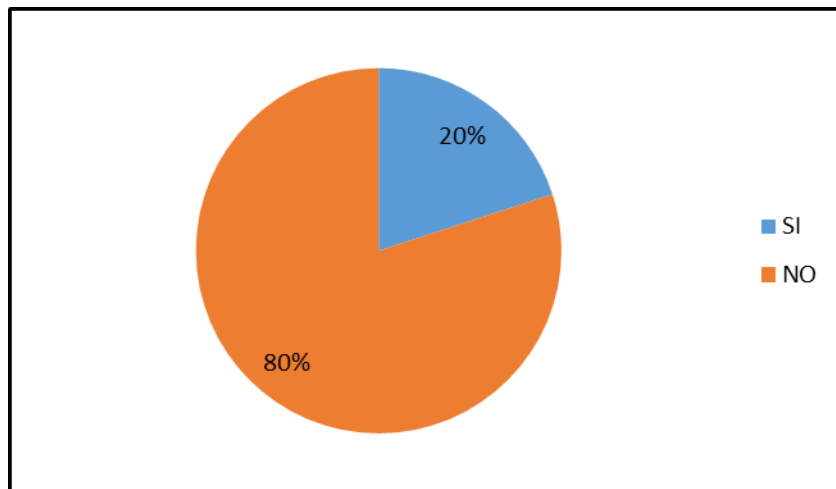
En la gráfica 42 se puede observar que el 58% de los establecimientos hoteleros respondieron que sí cuentan con un manual de procedimientos, en cuanto que el 42% respondió que no cuenta con uno; aunque algunos de estos hoteles que respondieron que sí, no tienen claro este tema. Este aspecto puede generar que los procesos que se llevan a cabo dentro de un establecimiento económico se vean interrumpidos o alterados por el desconocimiento de, lo que se debe hacer y lo que no.

**Tabla 6. Hoteles que cuentan con un formato de quejas y reclamos**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	12	80%
No	3	20%
Total	15	100%

En la tabla 28 del 100% de los establecimientos hoteleros, el 80% cuenta con un formato de quejas y reclamos sin embargo no en todos se encuentra bien planteado o no se desarrolla adecuadamente, mostrando el desinterés por el uso de métodos que permitan una retroalimentación y un mejoramiento continuo.

**Gráfica 6. Hoteles que cuentan con un formato de quejas y reclamos**

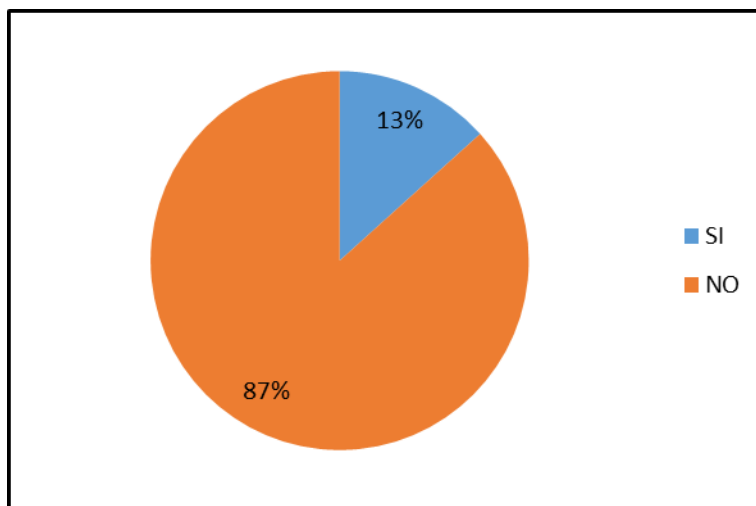


Fuente propia.

**Tabla 7. Hoteles que cuentan con software operativo.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	2	13%
No	13	87%
Total	15	100%

**Gráfica 7. Hoteles que cuentan con software operativo.**



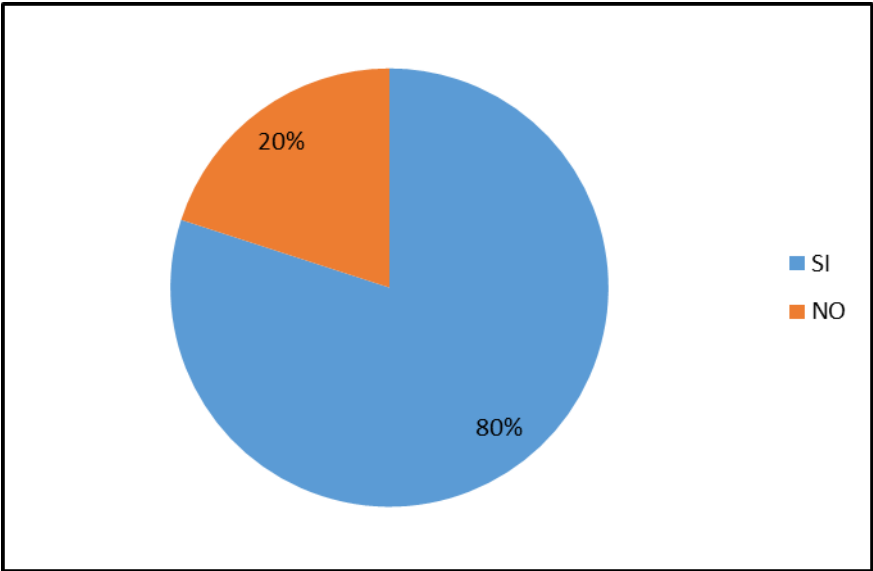
Fuente propia.

En la gráfica 44, se puede observar que el 87% de los establecimientos hoteleros encuestados no manejan ningún software operativo para el Check In, Check out y manejo de reservas pues en la mayoría de estos lo realizan de forma manual en un libro sin ningún tipo de control. Mientras el 13% si manejan un software operativo que es el programa Global Hotel.

**Tabla 8. Hoteles que cuentan con un registro de huéspedes.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	12	80%
No	3	20%
Total	15	100%

**Gráfica 8. Hoteles que cuentan con un registro de huéspedes.**

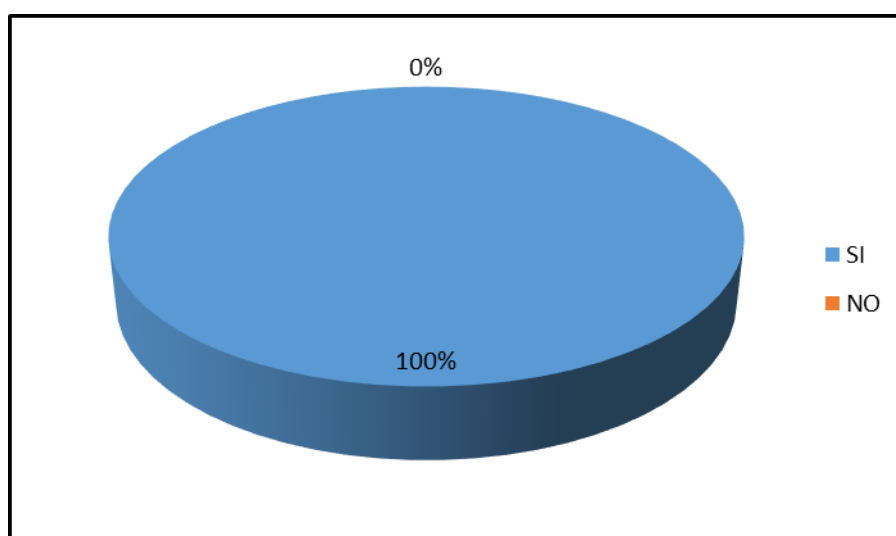


En la gráfica 45 el 80% de los establecimientos hoteleros cuenta con un registro de huéspedes y lo realizan manual; algunos lo realizan con el software Global Hotel, analizando esta situación se puede observar la importancia de tener un software para que estos hoteles lleven un registro de huéspedes y a su vez realicen el Check in y Check out de una manera más ordenada y fácil.

**Tabla 9. Aumento de ocupación en hoteles durante el Festival del Retorno.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

**Gráfica 9. Aumento de ocupación en hoteles durante el Festival del Retorno.**



Fuente propia

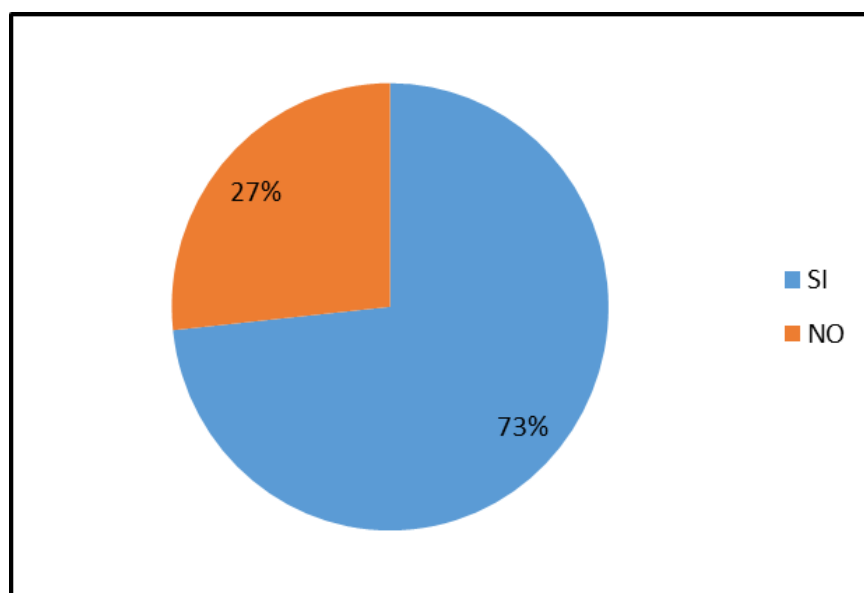
En la gráfica 46 se observa que el 100% de las personas encuestadas en los establecimientos opinaron que durante el Festival del Retorno sí se genera más ocupación, y comentaron durante la realización de encuestas que es mucho mejor esta temporada del festival porque se genera más empleo, más ingresos económicos y a comparación del mes de diciembre es mejor temporada la semana en que se lleva a cabo el festival.

**Tabla 10. Hoteles que aumentan sus tarifas durante el Festival del Retorno.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	11	73%
No	4	27%
Total	15	100%

Se puede observar que en la tabla 32 el 73% de los establecimientos hoteleros sí aumentan sus tarifas durante el Festival del Retorno, suelen aumentar entre \$10,000 a \$20,000 en algunos varia, si es por noche o por personas, algunas personas comentaron que aumentaban la tarifa porque la oferta hotelera no es suficiente en el municipio y debido a esto los visitantes no les importa pagar un poco más con el fin de encontrar hospedaje.

**Gráfica 10. Hoteles que aumentan sus tarifas durante el Festival del Retorno.**

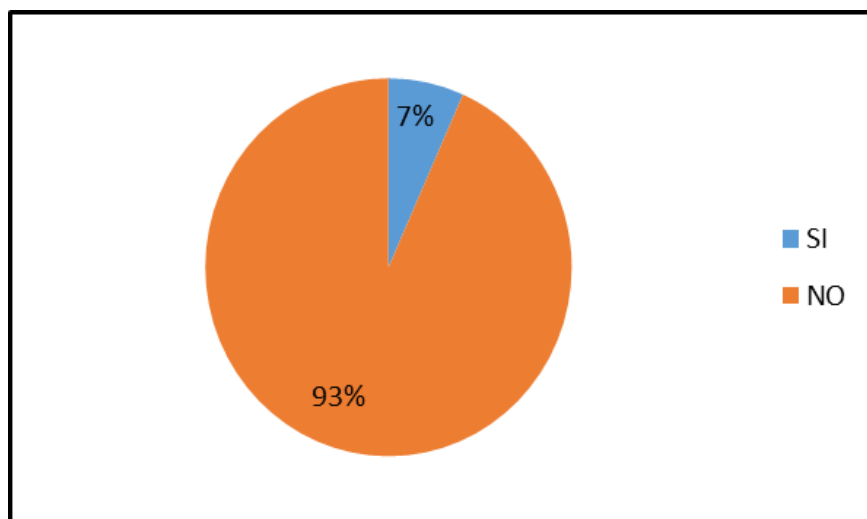


Fuente propia

**Tabla 11. Hoteles que prestan servicio de botones.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	1	7%
No	14	93%
Total	15	100%

**Gráfica 11. Hoteles que prestan servicio de botones.**



Fuente propia.

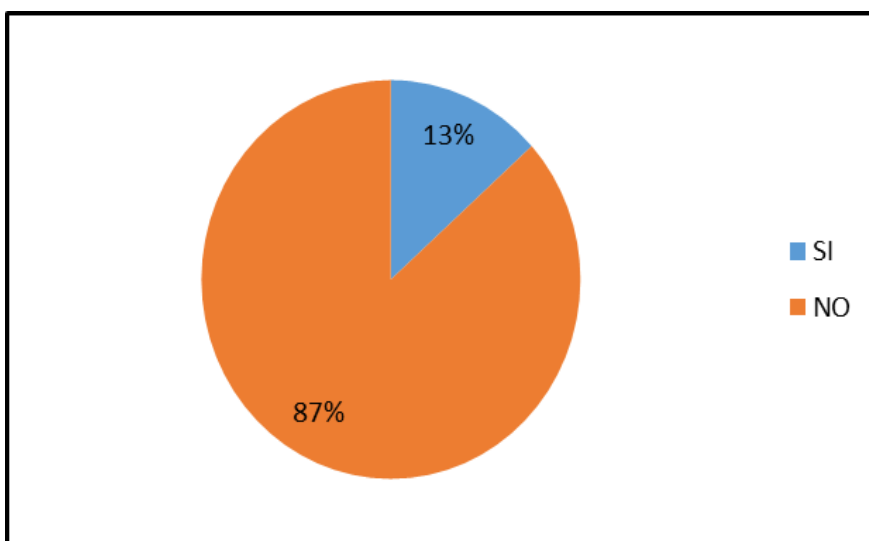
En la gráfica 48 se observa que el 93% no cuenta con servicio de Botones, se puede observar que una sola persona es la que se encarga de todas las funciones administrativas, recepcionista, botones etc.

A pesar de que no es uno de los empleos más importantes para el funcionamiento de un establecimiento hotelero se logró analizar a través de esta pregunta que no existen los suficientes empleados para lograr prestar un servicio de calidad en una temporada alta como lo es durante la época del Festival del Retorno.

**Tabla 12. Hoteles que tienen convenios con agencias de viajes**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	2	13%
No	13	87%
Total	15	100%

**Gráfica 12. Hoteles que tienen convenios con agencias de viajes.**



**Fuente propia.**

En la gráfica 49 el 87% de los establecimientos hoteleros encuestados no han realizado ningún convenio con agencias viajes y solo 2 hoteles de los 15 encuestados han realizado algún convenio con alguna agencia de viajes.

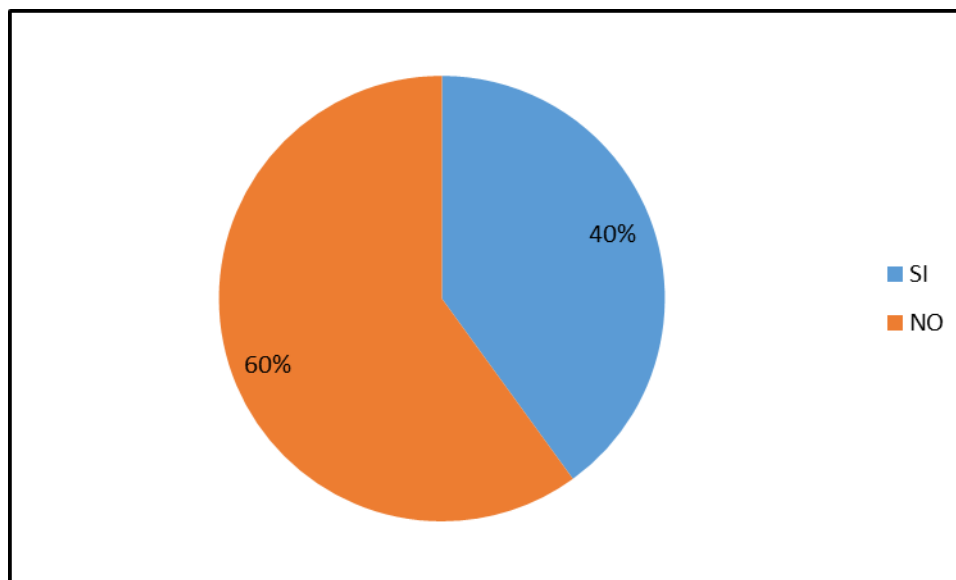
Se evidencia en mayor medida los convenios con empresas petroleras aledañas al municipio, por lo general, se manejan por medio de contratos de determinada cantidad de personas y los hoteles ofrecen solamente los servicios básicos para la estadía de los trabajadores.

**Tabla 13. Hoteles que cuentan con normas de seguridad.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	6	40%
No	9	60%
Total	15	100%



**Gráfica 13. Hoteles que cuentan con normas de seguridad.**



**Fuente propia.**

En la gráfica 50 se muestra que el 60% de los establecimientos encuestados no cuentan con normas de seguridad y manipulación de equipaje, el 40 % opinó que sí, aunque la mayoría no las aplican adecuadamente. Al momento de preguntar se encontraban confundidos sobre el tema.

El principal problema de la falta de implementación de normas de seguridad en establecimiento de hospedaje, es el riesgo no solo de los turistas hospedados sino de los empleados, por esta razón es necesario la creación de normas de seguridad de obligatorio cumplimiento con el fin de mejorar la calidad en la prestación de los servicios.

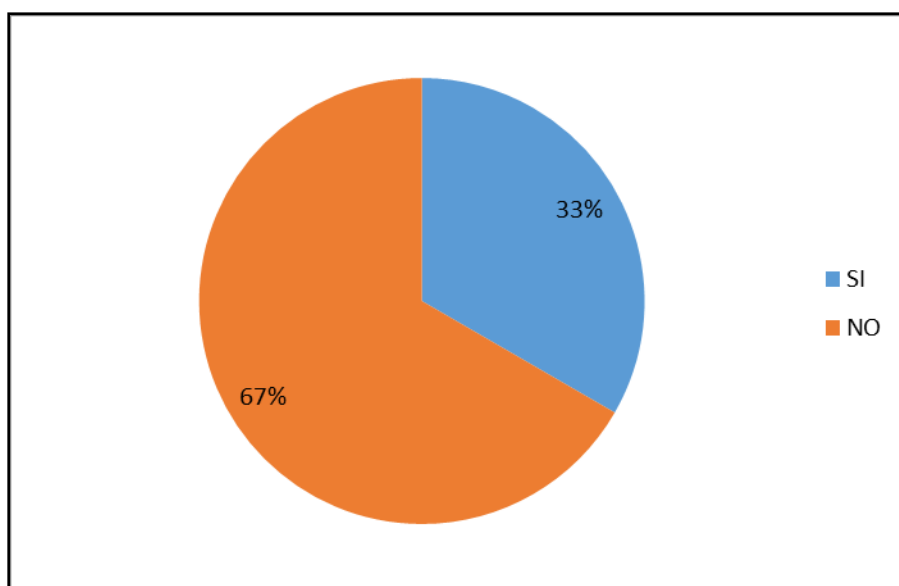
**Tabla 14. Hoteles con rutas de evacuación.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	5	33%
No	10	67%
Total	15	100%

**Tabla 15. Hoteles que han realizado simulacros de evacuación.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	5	33%
No	10	67%
Total	15	100%

**Gráfica 14. Hoteles que cuentan con rutas de evacuación**

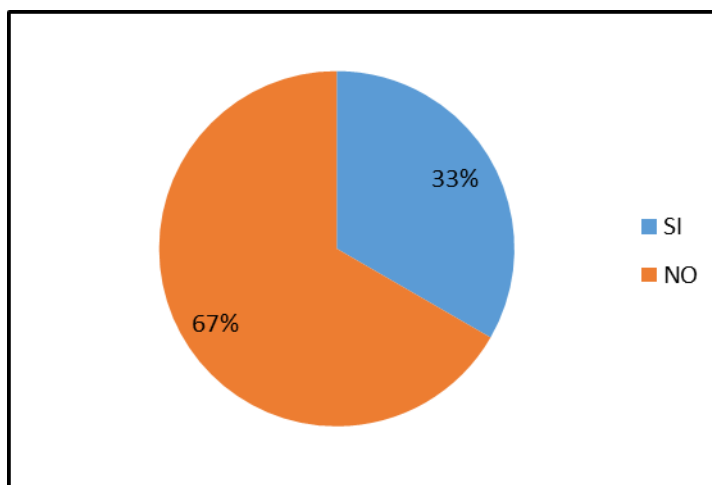


**Fuente propia.**

En la gráfica 51 se observa que el 67% de los establecimientos encuestados no cuentan con rutas de evacuación y esto representa un riesgo para los huéspedes, el 33% sí cuentan con rutas de evacuación pero las señales con las que cuentan se encuentran en mal estado o deterioradas.

Las rutas de evacuación son uno de los pasos más importantes para garantizar la seguridad los huéspedes y empleados, la falta de un mapa de evacuación con sus señales respectivas imposibilita la capacidad de reacción en una emergencia.

**Gráfica 15. Hoteles que han realizado simulacros de evacuación.**



**Fuente propia.**

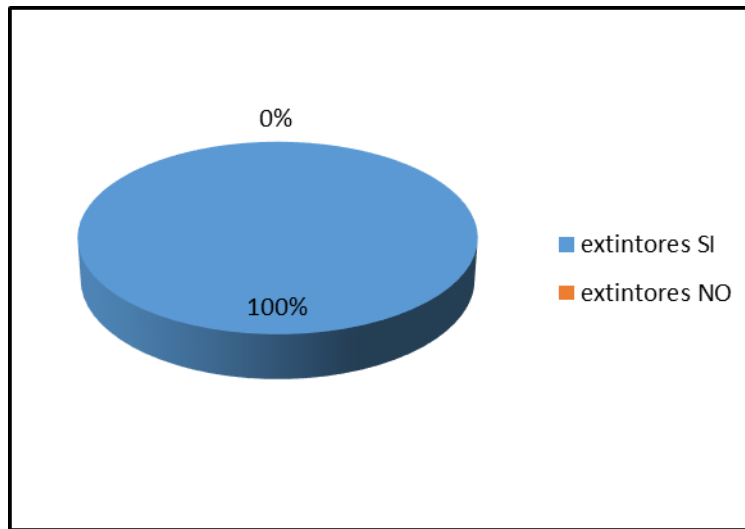
Observando la gráfica 52 el 67% de hoteles encuestados no han realizado nunca simulacros de evacuación para los empleados y la razón principal es que no se ve la necesidad de realizarlos, esto genera un peligro al momento de que ocurra un evento inesperado.

La realización de simulacros de evacuación, capacita a los empleados en, el reconocimiento de un punto de encuentro y en la eficiencia de su repuesta ante una emergencia.

**Tabla 16. Hoteles que cuentan con extintores.**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

**Gráfica 16. Hoteles que cuentan con extintores.**

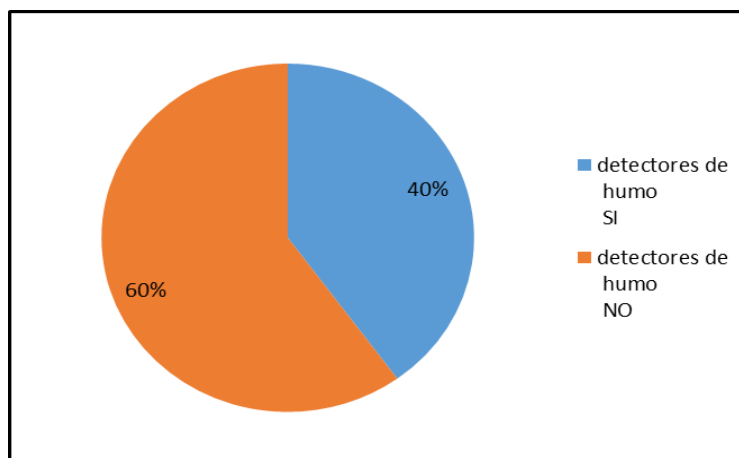


Fuente propia

**Tabla 17. Hoteles que cuentan con detectores de humo.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	6	40%
No	9	60%
Total	15	100%

**Gráfica 17. Hoteles que cuentan con detectores de humo.**

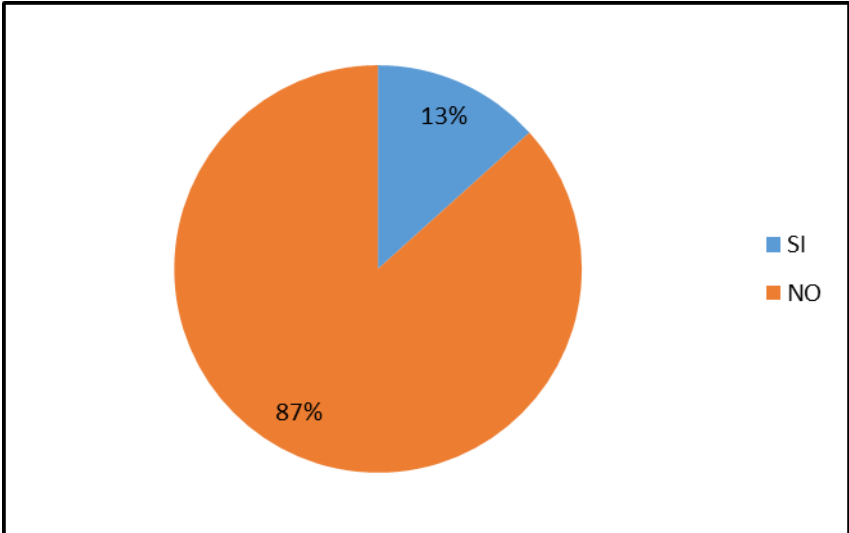


Fuente propia

En la gráfica 53 se observa que el 100% de los establecimientos hoteleros encuestados cuenta con extintores de humo para el caso de una emergencia, y en la gráfica 54 el 60% cuenta con detectores de humo.

La falta de detectores de humo se da por el desconocimiento de la importancia de tenerlos y revisar su funcionamiento regularmente. De esta manera se garantiza la seguridad de los clientes y se previenen daños que pueden costar mucho dinero para los dueños de los establecimientos.

**Gráfica 18. Hoteles que manejan una segunda lengua.**



Fuente propia

**Tabla 18. Hoteles que manejan una segunda lengua.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	2	13%
No	13	87%
Total	15	100%

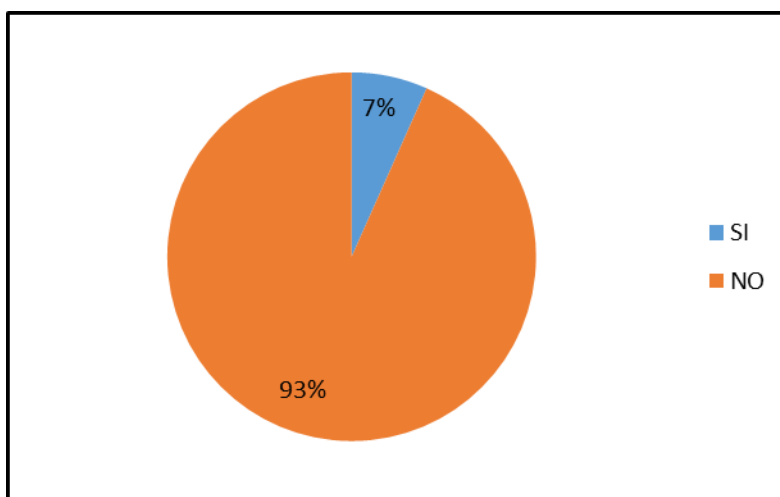
En la gráfica 55 se muestra que el 87% de los establecimientos encuestados no cuentan con personal que hable segunda lengua, en la tabla 17 se observa que solo 2 de 15 hoteles encuestados, el Hotel Don Lucho cuenta con dos empleados que hablan segunda lengua uno habla alemán y el otro inglés, y el otro es Hotel Acapulco.

Como bien se sabe en un hotel es necesario que tenga empleados que hablen una segunda lengua para recibir turistas de otros países.

**Tabla 19. Hoteles que cuentan con infraestructura para discapacitados.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	1	100%
No	14	0%
Total	15	100%

**Gráfica 19. Hoteles que cuentan con infraestructura para discapacitados.**



Fuente propia

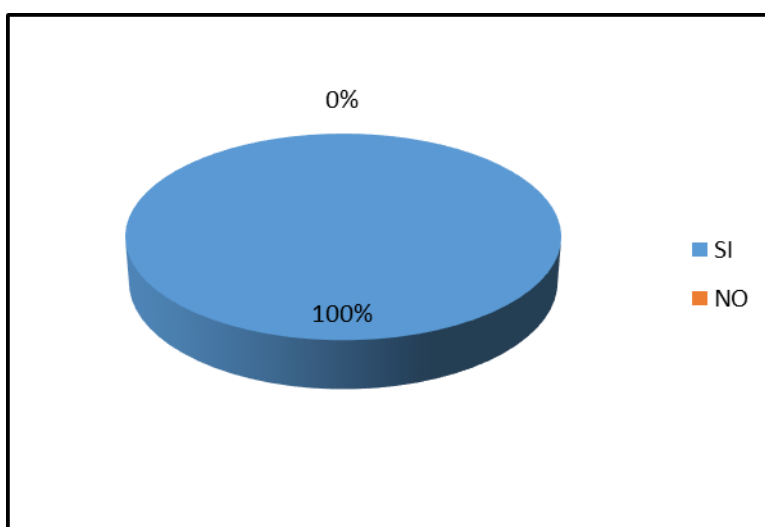
En la gráfica 56 se muestra que el 93% de hoteles encuestados no cuentan con instalaciones adecuadas para personas discapacitadas, observando la tabla 56 se observa que de los 15 hoteles encuestados solo 1 cuenta con las instalaciones adecuadas.

Demostando así una gran falta en infraestructura turística, puesto que hay que generar inclusión a personas en situación de discapacidad en el ámbito turístico para que el municipio se dinamice en todos los aspectos.

**Tabla 20. Hoteles que ofrecen información turística.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

**Gráfica 20. Hoteles que ofrecen información turística.**

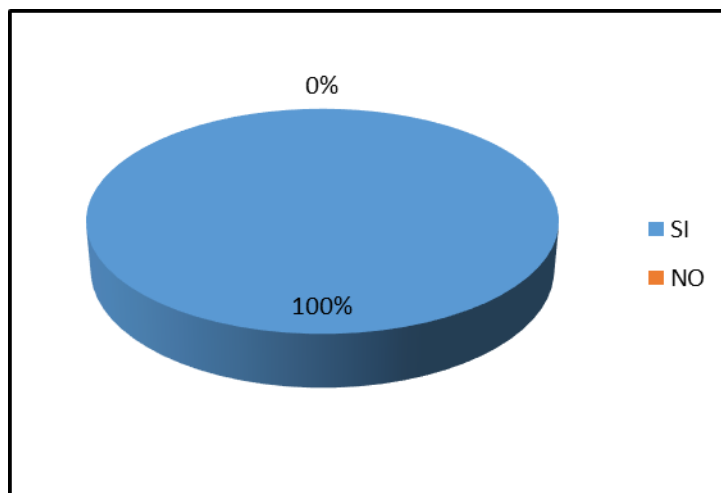


En la gráfica 57 se muestra que el 100% de los hoteles ofrecen información turística del municipio para los turistas, aunque sí hace falta información impresa como folletos, mapas, entre otros y en varios idiomas.

**Tabla 21. Hoteles que ofrecen información cultural y comercial del municipio.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

**Gráfica 21. Hoteles que ofrecen información cultural/comercial del municipio.**



**Fuente propia**

En la gráfica 58 el 100% de los hoteles encuestados ofrecen información cultural y comercial del municipio pero hacen falta guías que les ofrezcan este servicio y documentos como mapas entre otros.

**Tabla 22. Hoteles que ofrecen vigilancia privada.**

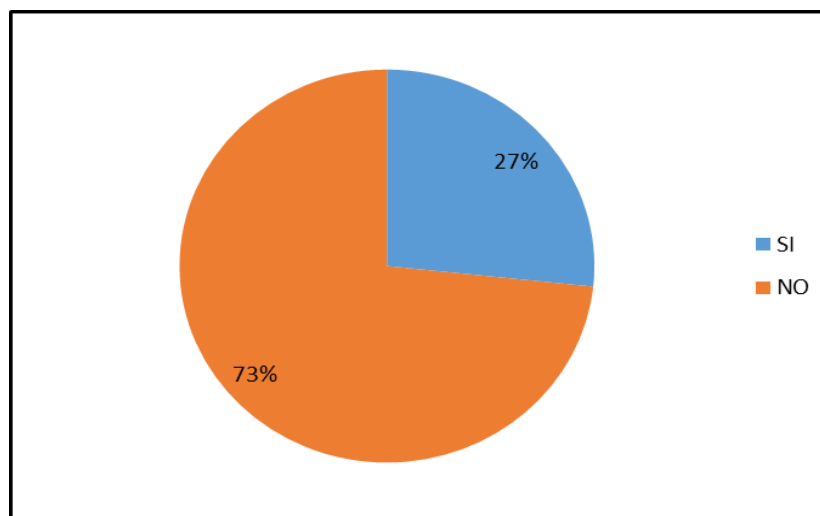
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	4	27%
No	11	73%
Total	15	100%

**Tabla 23. Hoteles que capacitan al personal para servicio al cliente.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	9	100%
No	6	0%
Total	15	100%



**Gráfica 22. Hoteles que ofrecen vigilancia privada.**

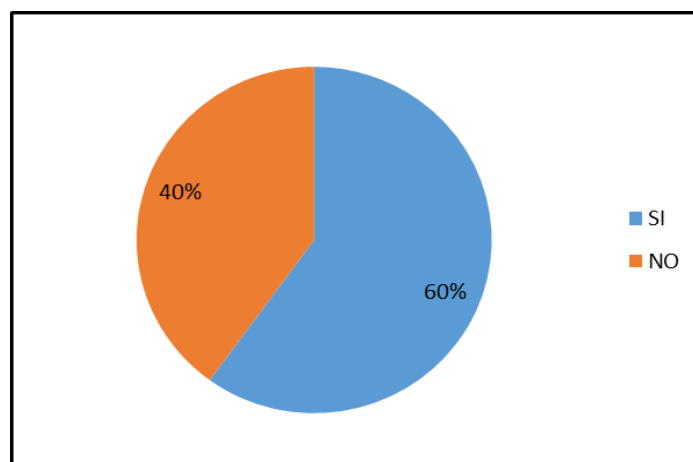


Fuente propia.

En la gráfica 59 se muestra que el 73% de los hoteles encuestados no cuentan con vigilancia privada las 24 horas, y en el 27% solo cuentan con servicio de cámaras las 24 horas.

En la gráfica 60 se observa el 60% de los dueños o empleados de establecimientos encuestados opinaron que sí han realizado capacitaciones para sus empleados ya sean por parte del ICTA o de otra entidad gubernamental o en otros casos se encontró que el mismo dueño del hotel les paga capacitaciones para que ofrezcan un mejor servicio.

**Gráfica 23. Hoteles que capacitan al personal para servicio al cliente.**

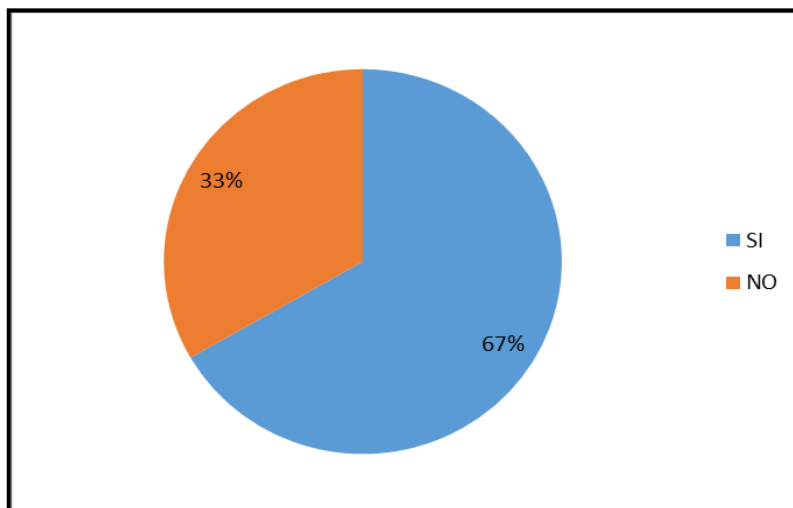


Fuente propia

**Tabla 24. Iniciativas del ICTA frente al servicio de alojamiento**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	10	67%
No	5	33%
Total	15	100%

**Gráfica 24. Iniciativas del ICTA frente al servicio de alojamiento**



**Fuente propia.**

En la grafica 61 se observa que el 67 % de los establecimientos encuestados coinciden en que sí les han realizado capacitaciones por parte del ICTA (Instituto de Cultura y Turismo de Acacias ) se realizan cada tres meses; pero falta interés por parte de los dueños o empleados de los establecimientos hoteleros para asistir a estas capacitaciones.

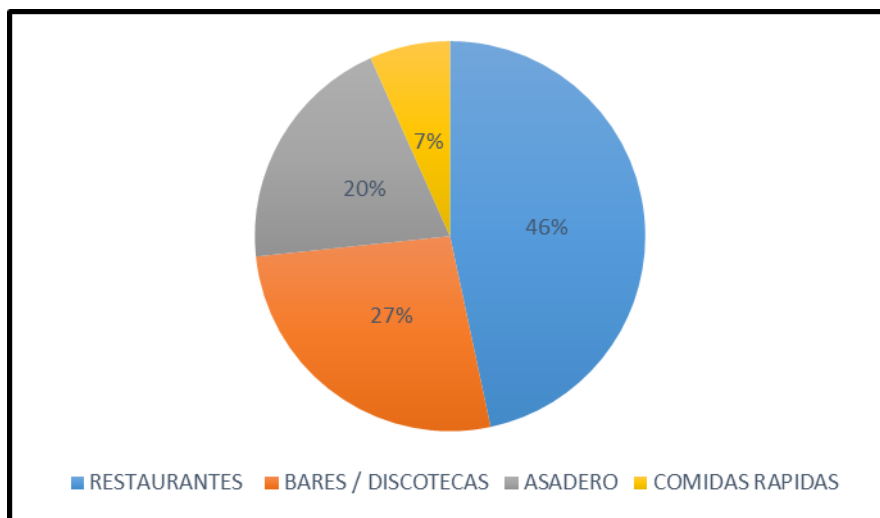
### **5.3 RESULTADOS DE ENTREVISTAS APLICADAS EN ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS Y BARES**

Las entrevistas semiestructuras fueron aplicadas algunas a los dueños y otras a los empleados autorizados para dar esta información, en 15 establecimientos entre restaurantes, bares y discotecas teniendo en cuenta que la cantidad de establecimientos a los que se les aplico la entrevista fue seleccionada por conveniencia, basada en la ubicación (cercanía al Parque Central) e importancia

(los más mencionados en el municipio), con el fin de identificar, principalmente si tienen conocimiento de la normativa turística que les compete.

Se entrevistaron en total 11 personas en establecimientos gastronómicos, equivalentes a un 73% (7 restaurantes, 3 asaderos, 1 de comidas rápidas) y 4 Bares/Discotecas, correspondientes a un 27% (ver Gráfica 62)

**Gráfica 25. Establecimientos gastronómicos, bares/discotecas entrevistados**



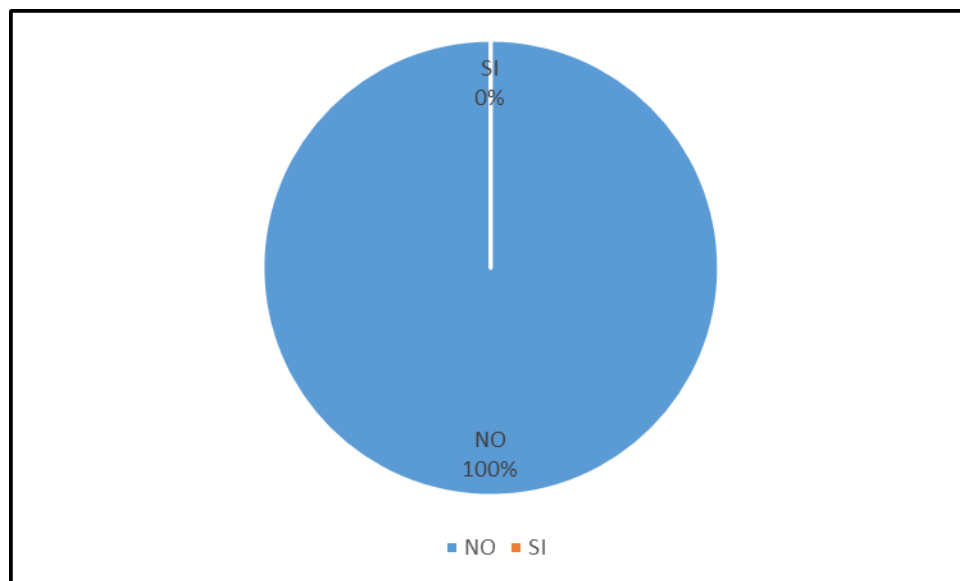
Fuente Propia

Se realizaron en total 9 preguntas, tomando como referencia la información contenida en Ministerio de Comercio Industria y turismo, con respecto al Registro Nacional de Turismo, la Norma Técnica Sectorial 004 y el Manual de Buenas Prácticas de Manufactura.

**Tabla 25. Establecimientos que poseen el Registro Nacional de Turismo**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
Total	15	100%

**Gráfica 26. Establecimientos que poseen el Registro Nacional de Turismo**



**Fuente: Propia**

Del 100% de establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares (ver grafica 63), el 0% cuenta con el Registro Nacional de Turismo, muchos de ellos por desconocimiento, puesto que siendo establecimientos gastronómicos, bares y similares, pueden y deben adquirir el Registro Nacional de Turismo, siempre y cuando cumplan con los siguientes requisitos:

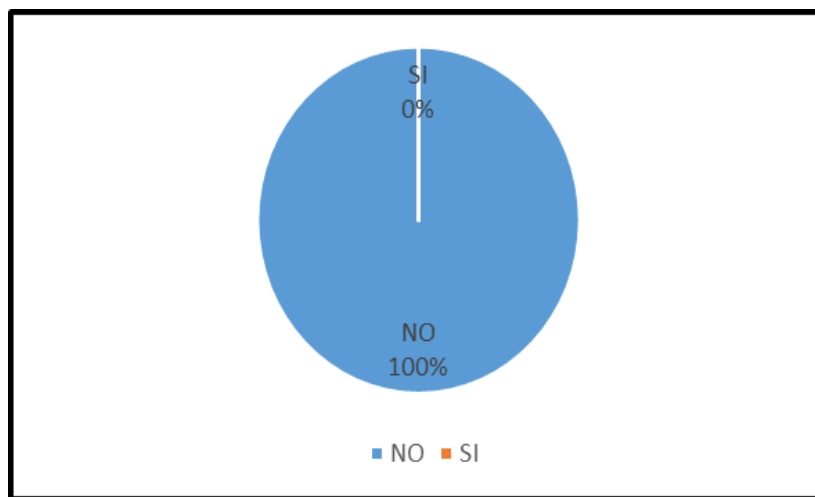
- a. Ventas anuales superiores a 500 SMLMV.
- b. Se encuentren localizados dentro del área de influencia directa (tres cuadras a la redonda) de aquellos lugares de reconocido atractivo turístico, cultural o histórico o de importante visita turística, determinados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Esta pregunta se realizó con el fin de determinar cuál es el nivel de información turística en los establecimientos gastronómicos, bares y similares, y de la misma manera determinar cuál es el nivel de los establecimientos frente al desarrollo turístico.

**Tabla 26. Establecimientos que conocen la NTS 004**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
Total	15	100%

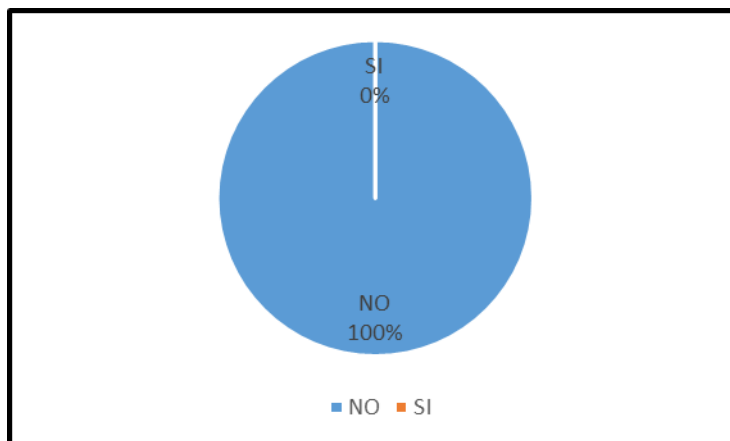
**Gráfica 27. Establecimientos que conocen la NTS 004**



**Fuente Propia**

Como resultado de esta pregunta, expresado en la gráfica 64, se obtuvo que el 0% del total de los establecimientos en donde se realizó la encuesta, conoce la NTC 004 que especifica los requisitos de sostenibilidad para establecimientos gastronómicos y bares, demostrando que hay desconocimiento en normatividad y falta de capacitación por parte de los entes gubernamentales para el fortalecimiento de la oferta turística.

**Gráfica 28. Establecimientos que cumplen con la NTS 004**



Fuente: Propia

**Tabla 27. Establecimientos que cumplen con la NTS 004**

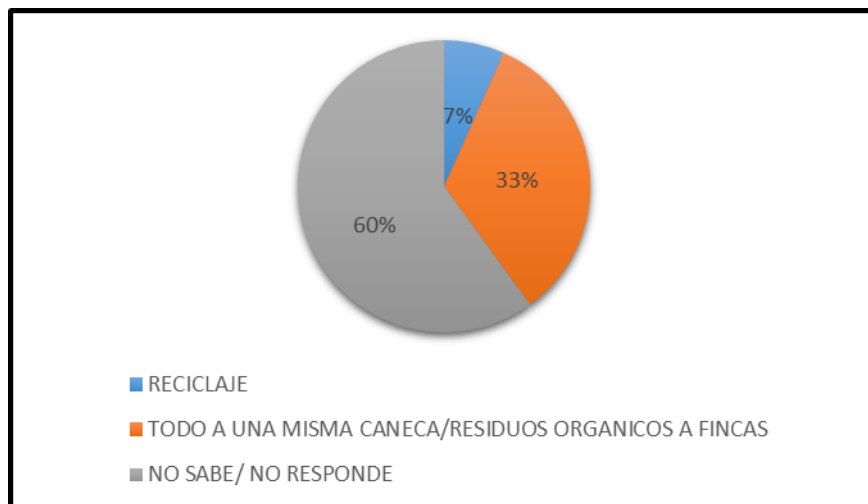
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
Total	15	100%

Evidentemente en el gráfico 65, el 0% de los establecimientos cumple con la norma, pues como se mostró en el gráfico 64, ninguno de ellos la conoce.

**Tabla 28. Manejo de residuos en establecimientos**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Reciclaje	1	7%
Misma Caneca	5	33%
No sabe/No Res	9	60%
Total	15	100%

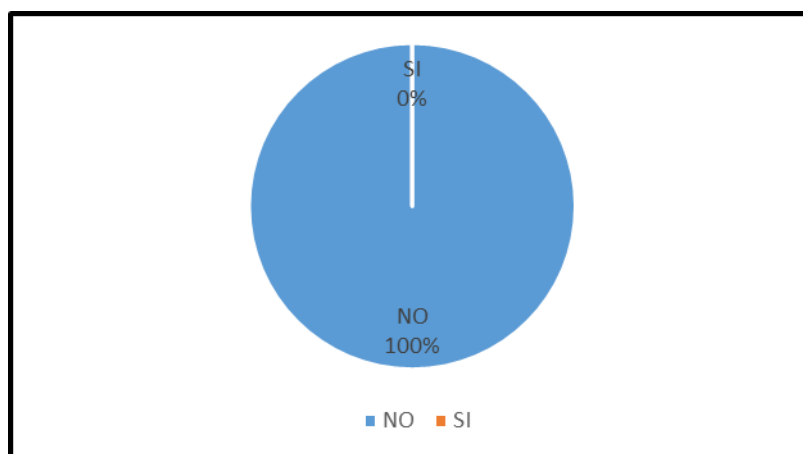
**Gráfica 29. Manejo de residuos en establecimientos**



**Fuente Propia**

Teniendo en cuenta la información representada en la gráfica 66, el manejo de residuos del 33% de los establecimientos es en una sola caneca, residuos sólidos, líquidos, orgánicos e inorgánicos van a un mismo sitio sin ninguna precaución; solo el 7% (equivalente a un establecimiento), maneja reciclaje. El 60% de las personas entrevistadas no sabe o no responde cómo es el manejo de residuos en el lugar en donde trabaja. Es muy importante que también se tenga en cuenta el manejo de residuos y el cuidado del medio ambiente, un sistema turístico de calidad debe ser eficiente y respetuoso frente al medio ambiente.

**Gráfica 30. Conocimientos del Manual de Buenas Prácticas de Manufactura**



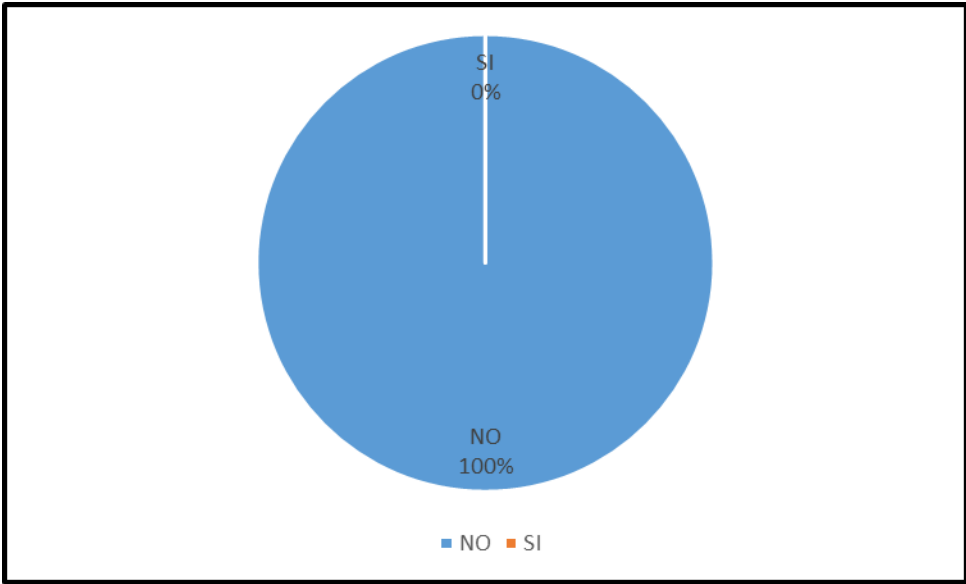
**Fuente Propia**

**Tabla 29. Conocimientos del Manual de Buenas Prácticas de Manufactura**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
Total	15	100%

Se evidencia en la gráfica 6 que, el 100% de los empleados o dueños de establecimientos desconoce el Manual de Buenas Prácticas de Manufactura, donde se especifican cuáles son los procesos adecuados en el manejo de alimentos, los tipos de contaminación alimentaria y las enfermedades transmitidas por alimentos que no son tratados de una manera eficiente. El resultado del desconocimiento del manual de BPM es preocupante; la calidad de los establecimientos gastronómicos, junto con la de los demás prestadores de servicios turísticos, determina de cierta manera el reconocimiento del municipio como destino turístico de calidad.

**Gráfica 31. Establecimientos que cumplen con el MBPM**



Fuente Propia



**Tabla 30. Establecimientos que cumplen con el MBPM**

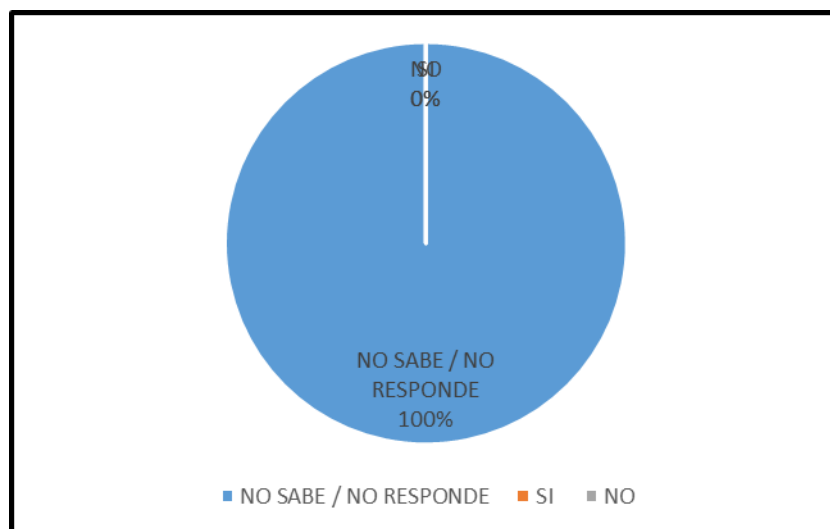
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
Total	15	100%

De acuerdo con los resultados en el gráfico 68, es evidente que en 100% de los establecimientos no se cumple con el manual de BPM y como resultado no se conoce o no se responde a que temperatura deben estar exactamente los alimentos congelados, como se puede observar en la gráfica 69.

**Tabla 31. Conocimiento de la temperatura de alimentos congelados**

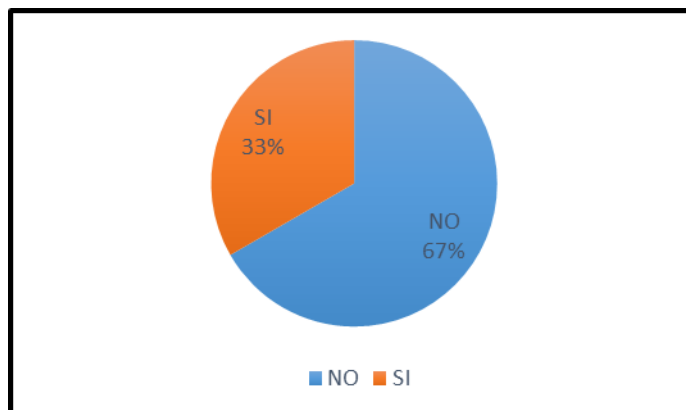
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No sabe	15	100%
Total	15	100%

**Gráfica 32. Conocimiento de la temperatura de alimentos congelados**



Fuente Propia

**Gráfica 33. Establecimientos que realizan capacitación a su personal**



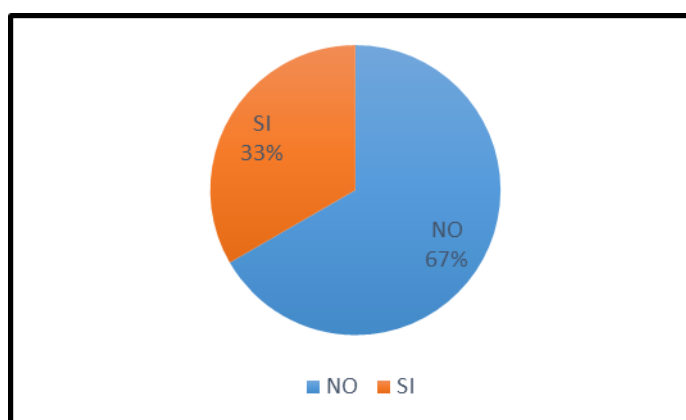
Fuente Propia

**Tabla 32. Establecimientos que realizan capacitación a su personal**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	5	33%
No	10	67%
Total	15	100%

En los resultados expresados en la gráfica 70, el 33% de los dueños o empleados de establecimientos contestaron que sí ofrecen capacitación a su personal, por lo general solo cuando empiezan a trabajar y las capacitaciones son en atención al cliente, mientras que el 67% no realiza ningún tipo de capacitación a su personal.

**Gráfica 34. Establecimientos que cuentan con algún registro de clientes**



Fuente Propia

**Tabla 33. Establecimientos que cuentan con algún registro de clientes**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	5	33%
No	10	67%
Total	15	100%

Como se puede observar en la gráfica 71, en el 37% de los establecimientos no se maneja un registro de clientes y en los que sí se maneja un registro (33%) lo hacen por medio de las facturas, ninguno de los establecimientos maneja un sistema computarizado de servicio para la atención al cliente.

#### **5.4 RESULTADO ENTREVISTA APLICADA EN EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO**

Se realizó una entrevista semiestructurada a un asesor comercial de la principal empresa de transporte terrestre que llega al municipio, Flota la Macarena S.A, reconocida departamentalmente por ser una de las empresas con más calidad en la prestación del servicio de transporte de pasajeros.

La entrevista fue realizada al Joven Nilson Díaz, asesor comercial de Flota la Macarena S.A en el municipio de Acacías y se obtuvieron los siguientes resultados:

- a. El precio del pasaje por persona es el de \$26.000 desde Bogotá hasta Acacías, en ocasiones en un servicio directo, pero generalmente entra a la ciudad de Villavicencio. El recorrido por lo regular dura 4 horas aproximadamente.
- b. Los principales destinos a donde llega Flota la Macarena S.A desde Bogotá son, Villavicencio, Acacías, Granada y San José del Guaviare. Transportan pasajeros principalmente en el departamento del Meta.
- c. La empresa cuenta con una política de calidad vigente.
- d. La empresa cuenta con un Manual de Procedimientos.

- e. La empresa cuenta con un formato de quejas y reclamos, que funciona de acuerdo a lo establecido, los problemas que se identifican a partir de los formatos son solucionados con rapidez y eficientemente.
- f. Cuentan con una línea de atención al cliente y una página web, en donde se promociona el turismo por todos los municipios del departamento del Meta.
- g. Los conductores reciben capacitación al ingresar a la empresa en primeros auxilios y se les realiza todos los días antes de iniciar el turno laboral una prueba de alcoholemia, con el fin de garantizar la mayor seguridad a los usuarios que utilizan Flota la Macarena.
- h. Esta empresa de transporte terrestre moviliza alrededor de 300 pasajeros diarios.
- i. Durante el Festival del Retorno la empresa moviliza cerca de 2.000 personas por día.

El transporte terrestre en el departamento del Meta en general es bueno, y es muy favorable que el municipio de Acacías cuente con transporte suficiente para la demanda de turistas durante el Festival del Retorno.

## **5.5 RESULTADO ENTREVISTA APLICADA EN AGENCIA DE VIAJES**

Se realizó una entrevista a Claudia Viviana Aguilera persona encargada de la única agencia de viajes identificada en el municipio de Acacías, Visual Tours.

La ubicación de la agencia de viajes es estratégica puesto que queda a dos cuadras aproximadamente del parque central del municipio. A través de la entrevista se adquirieron los siguientes resultados:

- a. Es una agencia de viajes de turismo emisivo a destinos como la Costa, la Guajira, Eje Cafetero y Panamá, no ofrece ningún tipo de paquete de turismo receptivo que potencialice el municipio de Acacías como destino turístico.

- b.** Las tarifas de los paquetes que ofrece la agencia de viajes Visual Tours oscilan entre los \$900.000 y \$1'250.000.
- c.** Cuenta con el Registro Nacional de Turismo actualizado.
- d.** La persona a la cual se le realizó la entrevista no conocía las Normas Técnicas Sectoriales para agencias de viajes, por lo tanto no se cumplen ni se aplican dentro de la misma.
- e.** Dentro de la agencia de viaje se menciona que sí se conoce cómo es el procedimiento para la realización de un paquete turístico, pero al momento de pedir que se describa el procedimiento la persona que se entrevistó no supo contestar correctamente.
- f.** En muy pocas ocasiones se han hecho capacitaciones al personal para que se mejore la atención al cliente y la planificación junto con el desarrollo de los planes turísticos.
- g.** Finalmente se determinó que la agencia de viaje Visual Tours no aportó de ninguna manera durante del desarrollo del Festival del Retorno.

Las agencias de viajes son uno de los pilares básicos de la cadena de valor en el ámbito turístico, son estas las que en cierta medida promocionan y hacen de un lugar un destino turístico merecedor de estar en un paquete turístico.

El hecho de que en Acacías solo exista una agencia de viajes es muestra de que el sector turístico se ha venido desarrollando de manera muy dispareja en el municipio, el aumento de hoteles y establecimientos gastronómicos, frente al aumento en agencias de viajes demuestra una vez más que no existe relación entre los prestadores de servicios turísticos.

Los hoteles y demás prestadores pueden fortalecerse en la medida en que generen convenios con agencias de viajes para que los recomienden en algunos de sus paquetes turísticos.

Ahora bien, hablando específicamente de la atención al cliente en Visual Tours, se llegó a la conclusión de que es pésima, la persona encargada el día que realizamos la entrevista, se mostró poco interesada y ofreció el servicio de una manera inadecuada. La atención al cliente puede marcar la diferencia entre la compra o el rechazo por parte del cliente frente a la adquisición de algún paquete turístico.

Finalmente se recomienda que la agencia de viajes construya y promocióne paquetes de turismo receptivo, que se brinde información sobre el municipio y se ofrezca una variedad de actividades turísticas antes, durante y después del Festival del Retorno.

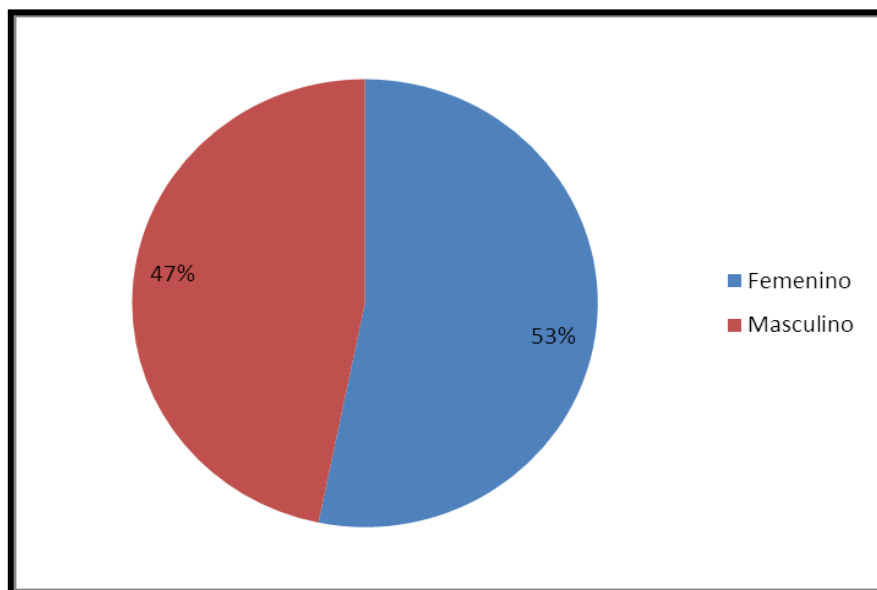
## 5.6 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS EN EL FESTIVAL DEL RETORNO.

Los siguientes datos son resultado de 156 encuestas realizadas en el Festival del Retorno con el fin de identificar el perfil del visitante.

**Tabla 34. Género**

Sexo	Personas	Porcentaje
Femenino	83	53%
Masculino	73	47%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 35. Género**



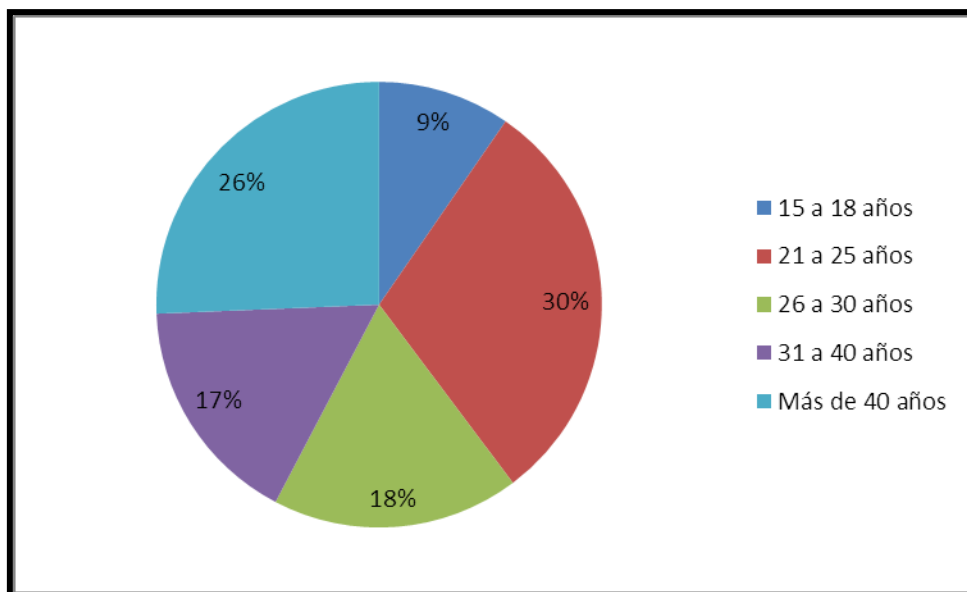
Fuente propia

Tal como se muestra en la tabla 1, el 53% de la población encuestada fueron mujeres y el 47% hombres.

**Tabla 35. Edad**

<b>Edad</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
15 a 18 años	15	9%
21 a 25 años	47	30%
26 a 30 años	28	18%
31 a 40 años	26	17%
Más de 40 años	40	26%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 36. Edad**



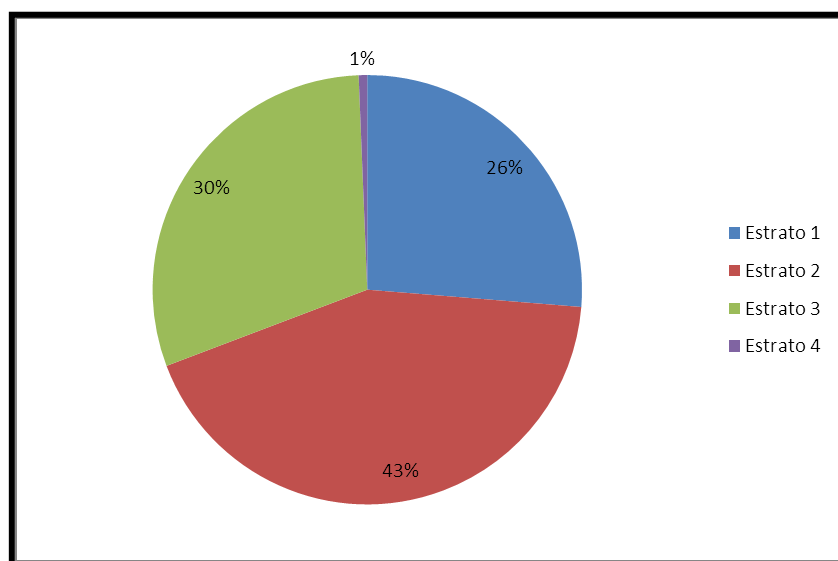
**Fuente propia**

Según la tabla 2, el 30% de la población encuestada tiene un rango de edad entre los 21 a 25 años, el 26% más de 40 años, el 18% un rango entre los 26 a 30 años, el 17% entre 31 a 40 años y un 9% un rango entre 15 y 18 años.

**Tabla 36. Estrato socioeconómico**

<b>Estrato</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
1	41	26%
2	67	43%
3	47	30%
4	1	1%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 37. Estrato socioeconómico**



Fuente propia

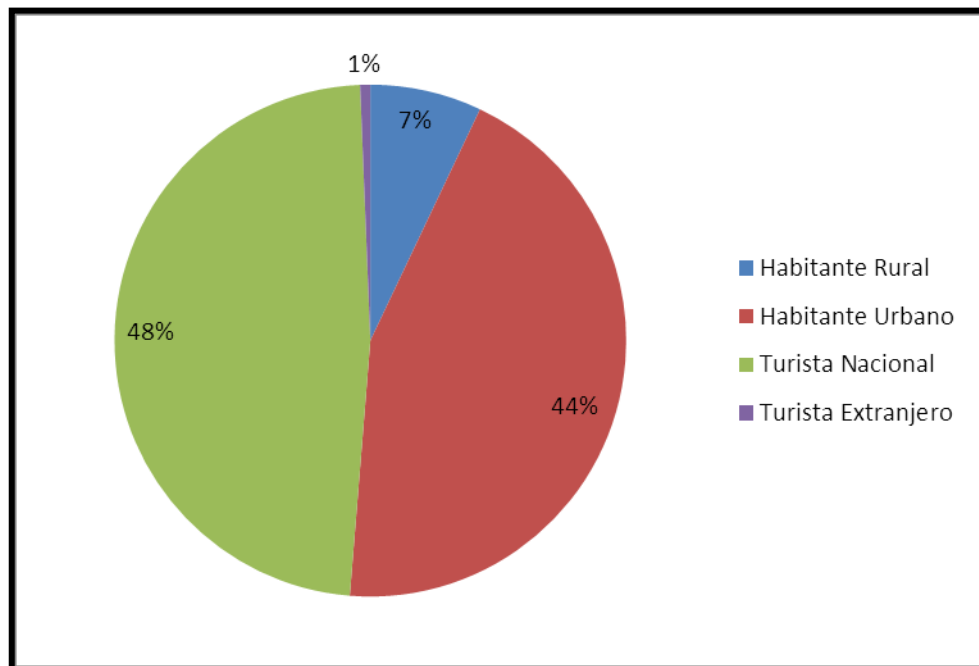
En la tabla 3, el 43% de la gente encuestada pertenece al estrato 2, seguido con el 30% por el estrato 3, el 26% al estrato 1 y el 1% al estrato 4.

**Tabla 37. Procedencia del turista**

<b>Procedencia</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Habitante rural	11	7%
Habitante urbano	69	44%
Turista nacional	75	48%
Turista extranjero	1	1%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>



**Gráfica 38. Procedencia del turista**



Fuente propia

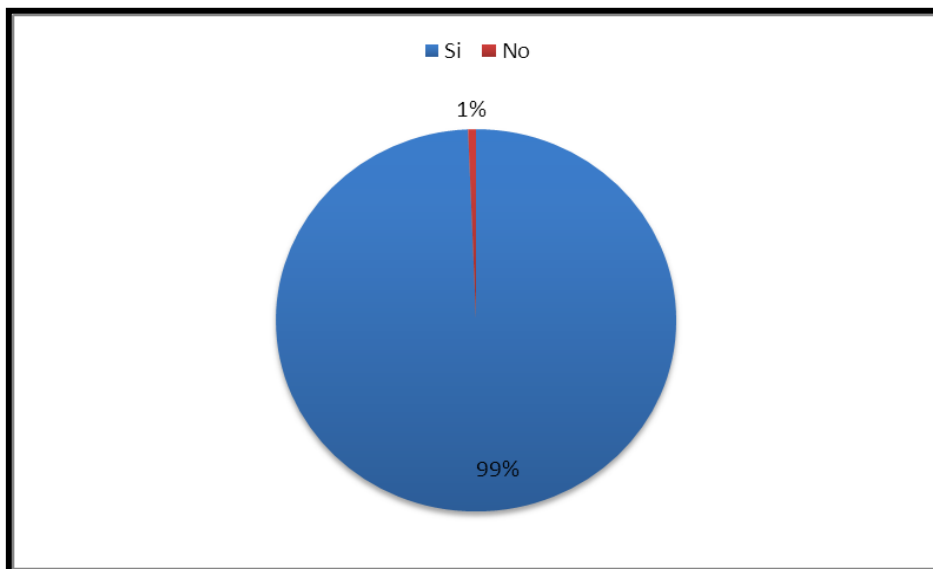
Tal como se muestra en la tabla 4, el 48% de la población encuestada son turistas nacionales, el 44% proceden del casco urbano, el 7% son habitantes rurales y el 1% procedía del extranjero.

Para el caso de los turistas nacionales se logró percibir que proceden en su mayoría de la ciudad de Bogotá, que por lo general se quedan en las casas de sus familiares y asisten regularmente a festival. En contraste con los asistentes procedentes del casco urbano asisten porque muchos de ellos tiene alguna actividad económica relacionada con el festival, ya sea venta de artesanías, comida, ropa, etc.

**Tabla 38. Relación del Festival del Retorno con el turismo en Acacías**

Respuesta	Personas	Porcentaje
Si	155	99%
No	1	1%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 39. Relación del Festival del Retorno con el turismo en Acacías**

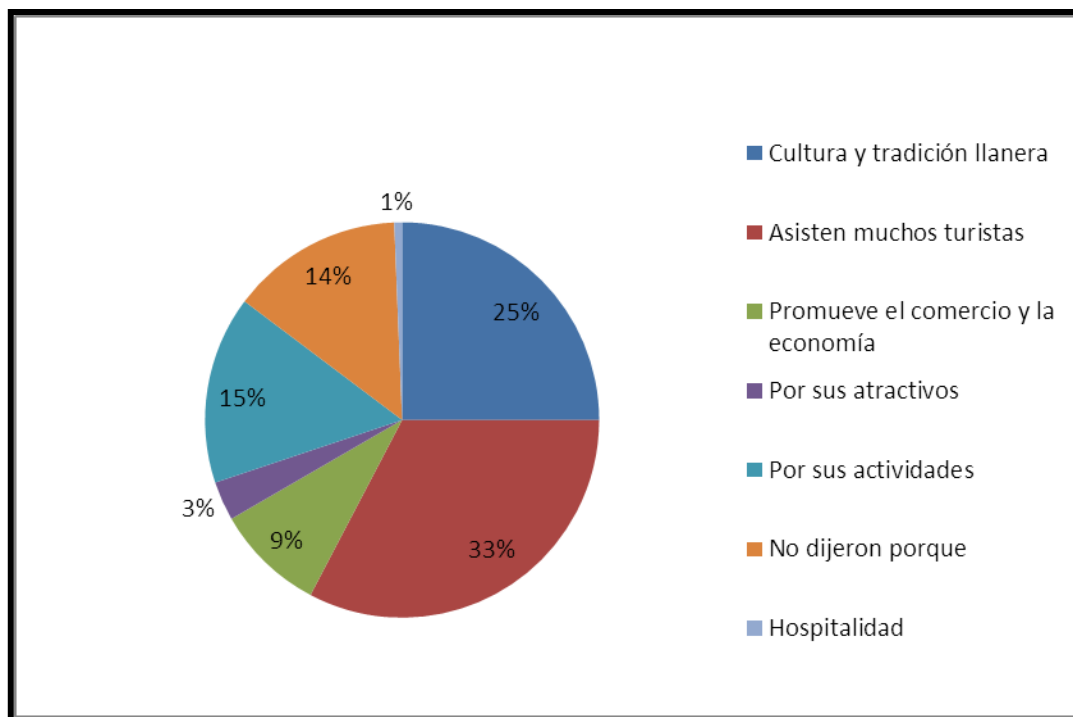


Fuente propia

**Tabla 39. Festival del Retorno como promotor turístico**

Razones	Personas
Cultura y tradición llanera	39
Asisten muchos turistas	51
Promueve el comercio y la economía	14
Por sus atractivos	5
Por sus actividades	24
No dijeron porque	22
Hospitalidad	1
<b>Total</b>	<b>156</b>

**Gráfica 40. Importancia del Festival del Retorno en la promoción del turismo**



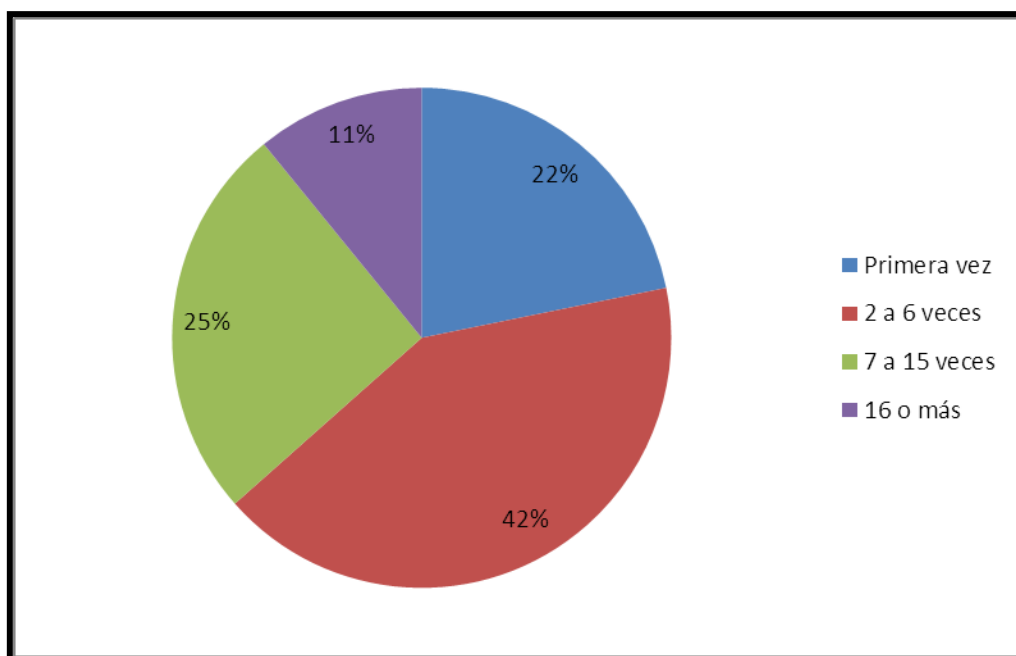
Fuente propia

Como se puede observar en las tablas 5 y 6, el 99% de las personas encuestadas consideran que el Festival del Retorno promueve el turismo, por diferentes razones de las cuales, la más significativa es porque atrae muchos turistas y así se da a conocer el municipio. Por el contrario el 1% dice que no promueve el turismo, pero no da razón de ello.

**Tabla 40. Veces que ha asistido al Festival del Retorno**

No. de veces	Personas	Porcentaje
Primera vez	34	22%
2 a 6 veces	65	42%
7 a 15 veces	40	25%
16 o más	17	11%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 41. Veces que ha asistido al Festival del Retorno**



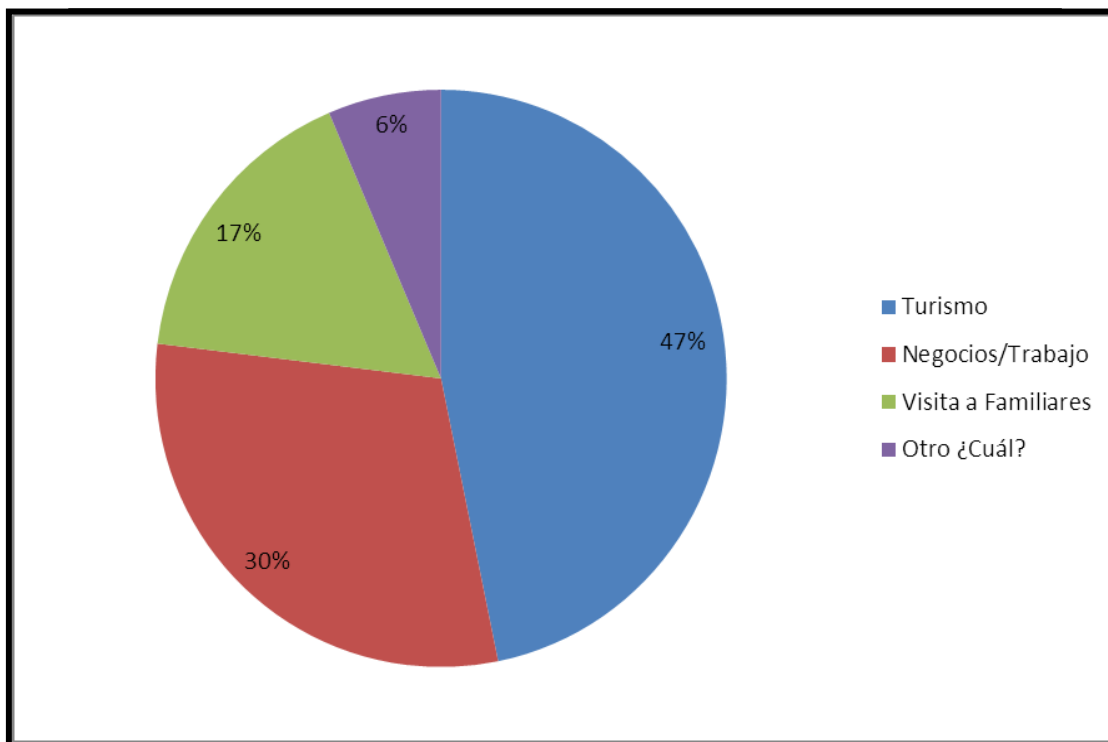
Fuente propia

En la tabla 7, el 42% de la población encuestada afirma haber asistido entre 2 a 6 veces, puesto seguido de un 25% que dice haber asistido entre 7 a 15 veces, un 22% asegura haber asistido por primera vez y un 11% que comenta haber asistido 16 veces o más al Festival del Retorno.

**Tabla 41. Motivación para asistir al Festival del Retorno**

Motivación	Personas	porcentaje
Turismo	73	47%
Negocios/trabajo	47	30%
Visita a familiares	26	17%
Otro ¿cuál?	10	6%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 42. Motivación para asistir al Festival del Retorno**

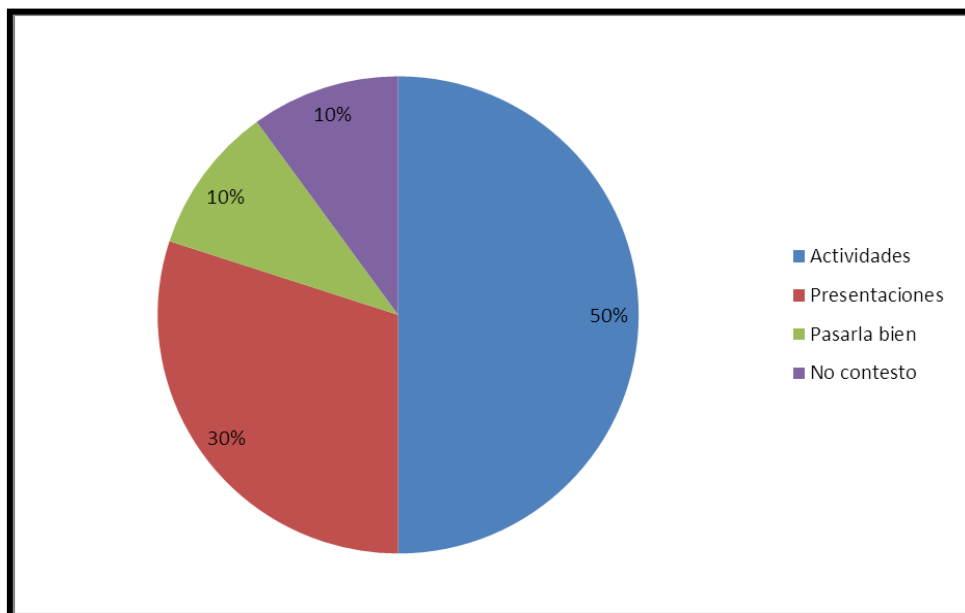


Fuente propia

**Tabla 42. Otra motivación**

Otra motivación	Personas	Porcentaje
Actividades	5	
Presentaciones	3	
Pasarla bien	1	
No contesto	1	
<b>Total</b>	<b>10</b>	

**Gráfica 43. Otra motivación**



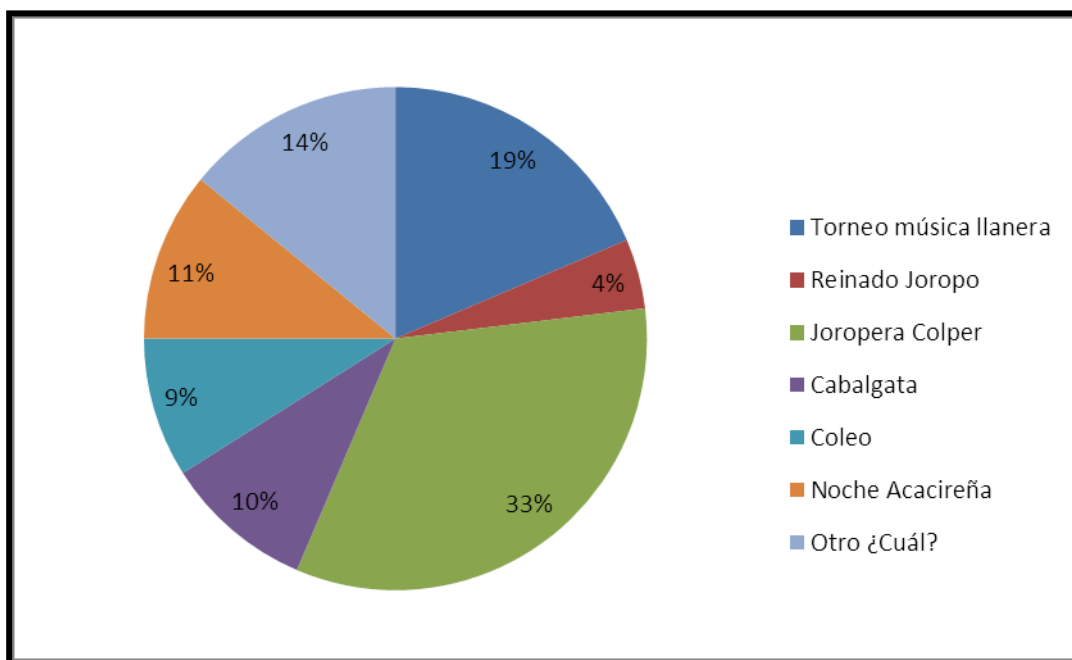
Fuente propia

En las tablas 8 y 9, el 47% de las personas encuestadas dicen que su motivación para asistir al Festival del Retorno es el turismo, seguido de un 30% que dicen que su motivación es negocios y trabajo, con un 17% dicen que asisten por visita a familiares y con un 6% asisten por otros motivos entre los cuales el más representativo es las actividades que se realizan durante el festival.

**Tabla 43. Evento que más llama la atención**

Evento	Personas	Porcentaje
Torneo música llanera	29	19%
Reinado joropo	7	4%
Joropera Colper	52	33%
Cabalgata	15	10%
Coleo	14	9%
Noche acacireña	17	11%
Otro ¿cuál?	22	14%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 44. Evento que más llama la atención**

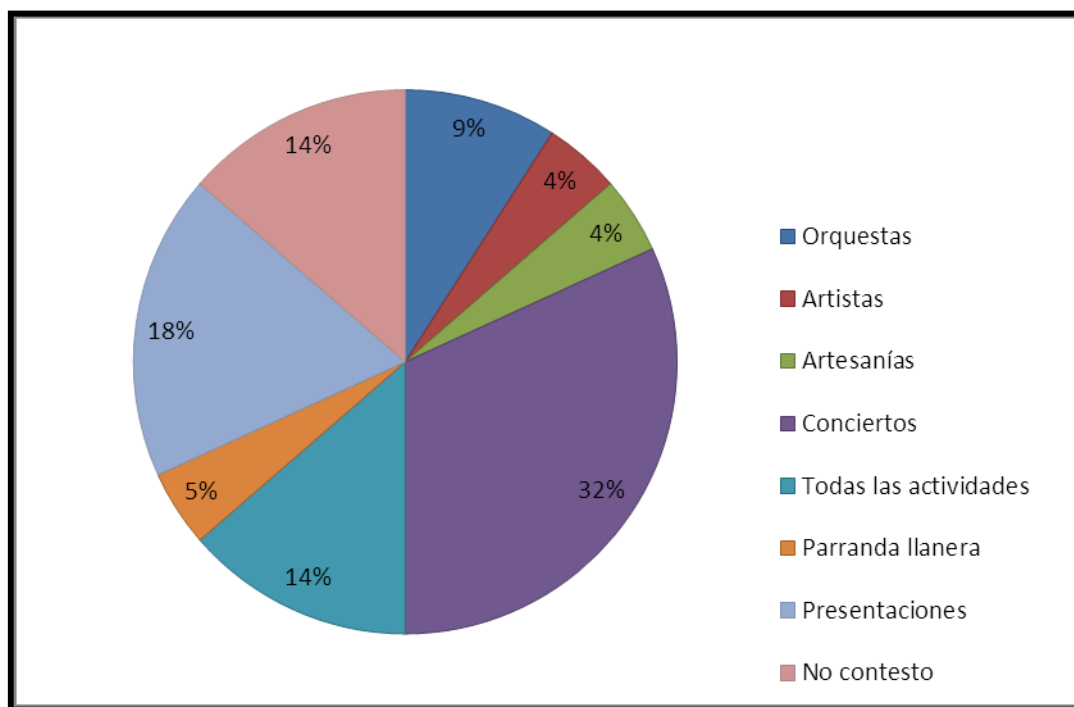


Fuente propia

**Tabla 44. Otro evento**

Evento	Personas	Porcentaje
Orquestas	2	9%
Artistas	1	4%
Artesanías	1	4%
Conciertos	7	32%
Todas las actividades	3	14%
Parranda llanera	1	5%
Presentaciones	4	18%
No contesto	3	14%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 45. Otro evento**



**Fuente propia**

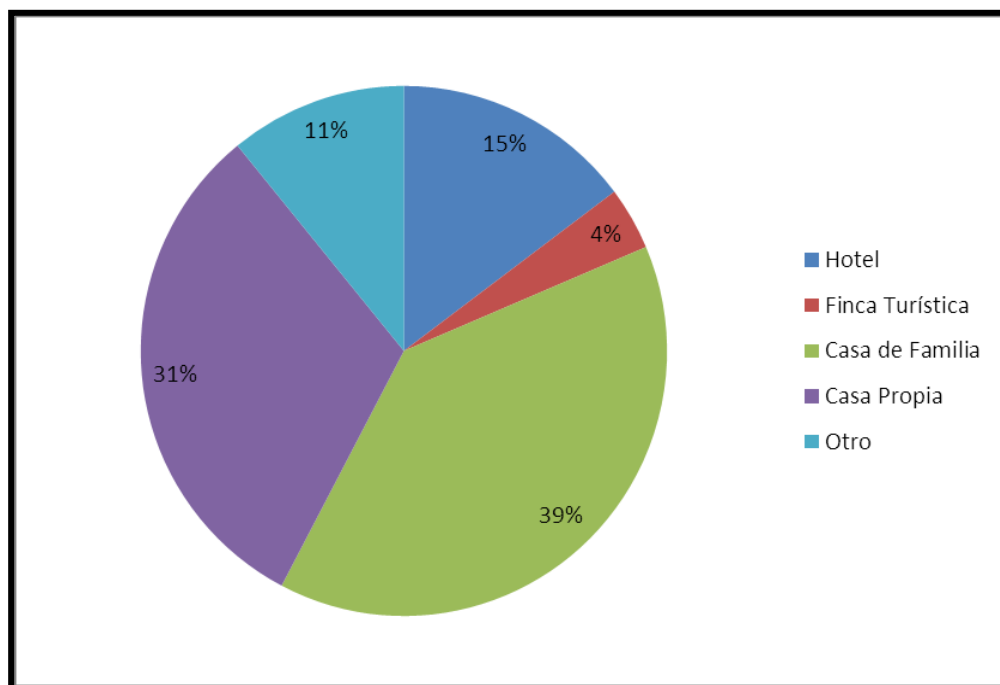
Como se puede observar en las tablas 10 y 11, el 33% de la población encuestada afirma que el evento que más le llama la atención es la Joropera Colper porque a través de sus participantes que son niños y jóvenes se puede ver y sentir que la cultura llanera aún no se ha perdido, el 19% contestó que el Torneo de Música Llanera, porque asisten artistas internacionales, el 14%, asegura que le gusta otro evento de los mencionados el cual son los conciertos, el 11% contestó la Noche Acacireña, porque la mayoría de artistas eran propios del municipio, el 10% contestó cabalgata porque era un actividad diferente, el 9% contestó coleo por ser una actividad tradicional de la cultura llanera y el 4% contestó el Reinado del Joropo por las actividades que realizan las candidatas para ganar el concurso.



**Tabla 45. Modalidad de alojamiento**

<b>Modalidad</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Hotel	23	15%
Finca Turística	6	4%
Casa de Familia	61	39%
Casa Propia	49	31%
Otro	17	11%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 46. Modalidad de alojamiento**

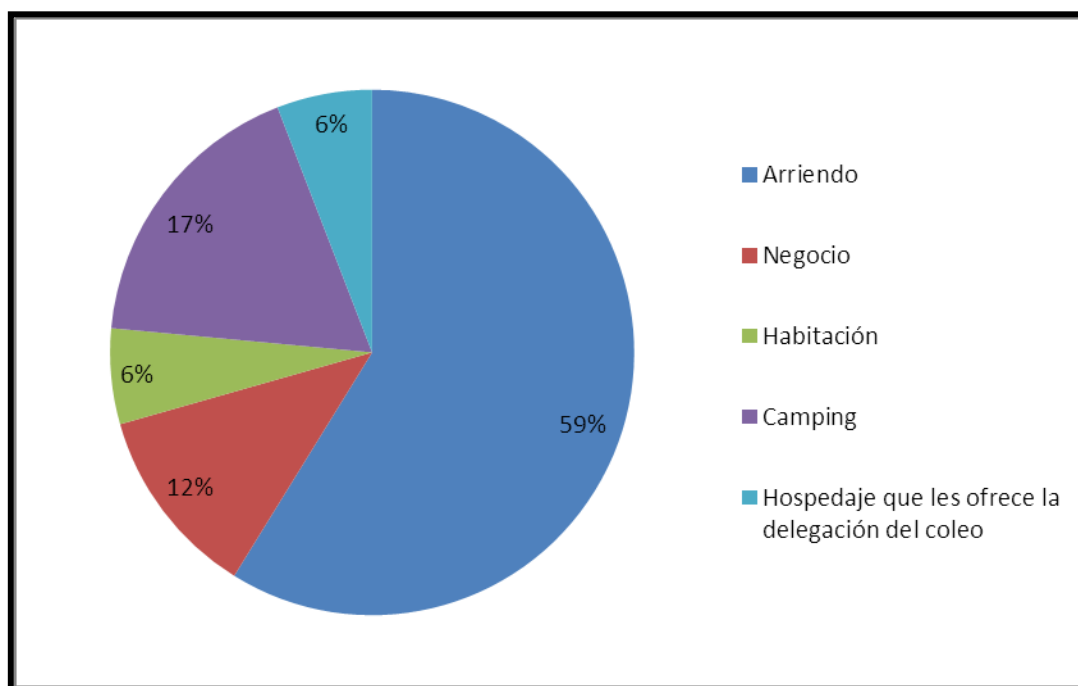


Fuente propia

**Tabla 46. Otra modalidad de alojamiento**

Otra modalidad	Personas	Porcentaje
Arriendo	10	59%
Negocio	2	12%
Habitación	1	6%
Camping	3	17%
Hospedaje que les ofrece la delegación del coleo	1	6%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 47. Otra modalidad de alojamiento**



Fuente propia

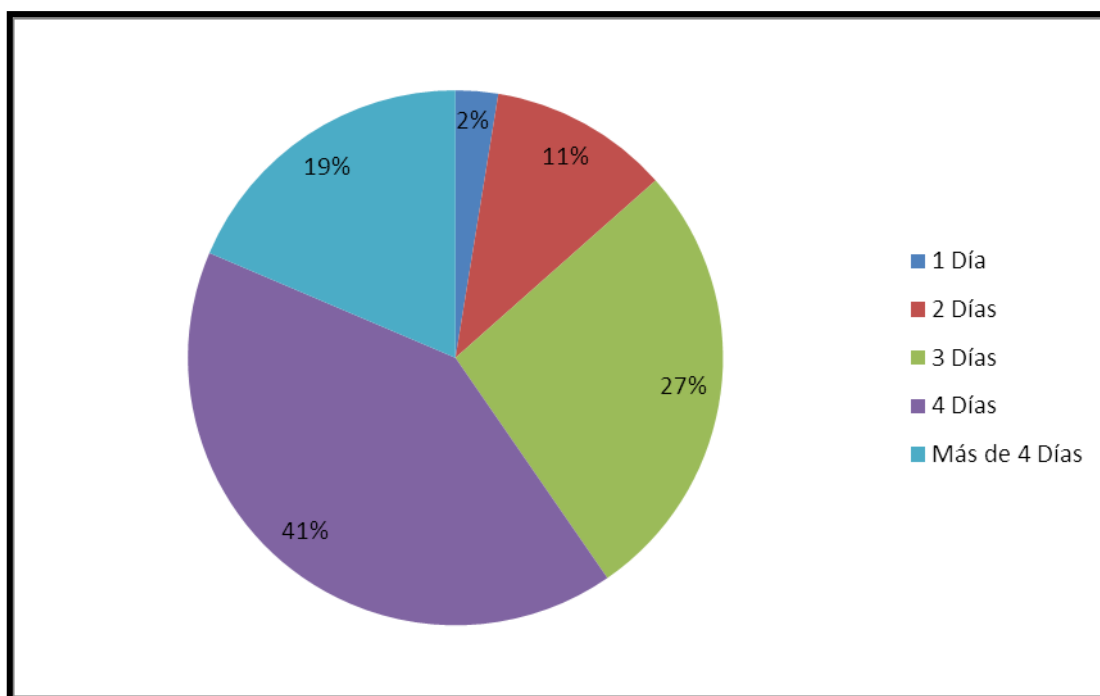
Según las tablas 12 y 13, el 39% de la población encuestada contestó que su modalidad de alojamiento es la de casa de familia, seguido de un 31% que dicen que su modalidad es la de casa propia, el 15% contestó que se alojaban en

hoteles, el 11% asegura que prefieren otra modalidad a las mencionadas de la cual la más significativa es la de arriendo y por último el 4% dice que su modalidad es la de finca turística.

**Tabla 47. Duración de la visita**

Días	Personas	Porcentaje
1 día	4	2%
2 días	17	11%
3 días	42	27%
4 días	64	41%
Más de 4 días	29	19%
Total	156	100%

**Gráfica 48. Duración de la visita**



Fuente propia

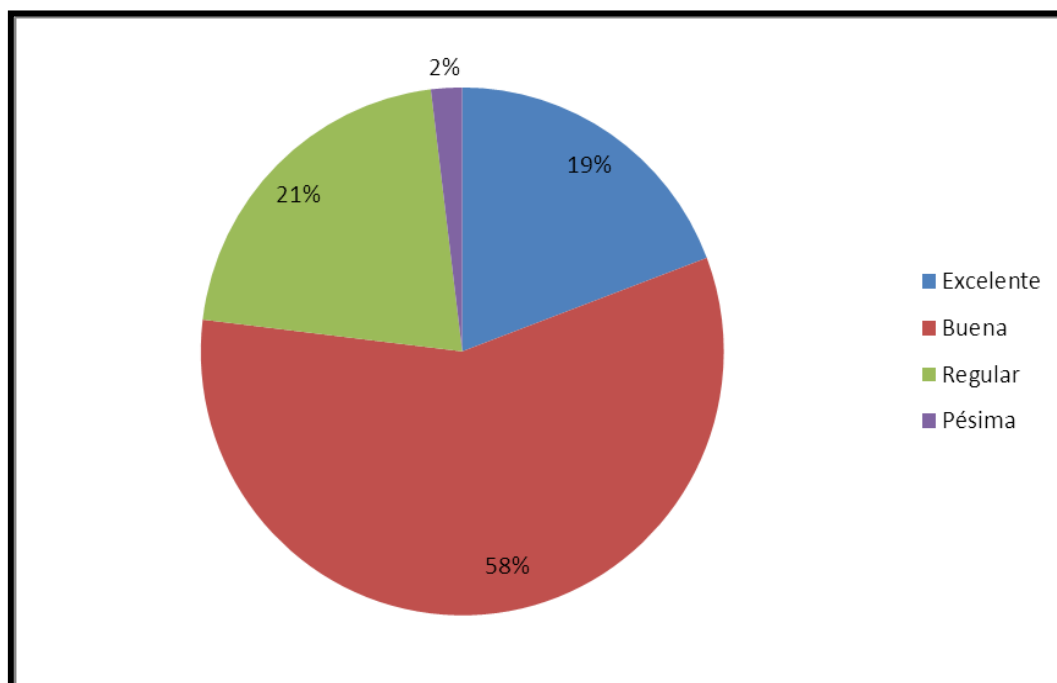
En la tabla 14, el 41% de las personas encuestadas asegura permanecer en el festival durante 4 días de viernes a lunes festivo pues consideran que estos días las actividades son más interesantes, el 27% dice que su duración es de 3 días, el fin de semana y lunes festivo, 19% contestaron más de 4 días la mayoría de estas

personas residentes, el 11% dijeron que solo se quedaban 2 días que eran sábado y domingo por tiempo y economía y por último el 2% aseguro solo quedarse un día, estas personas llegaban al municipio por error o solo estaban de paso.

**Tabla 48. Opinión sobre la organización del Festival del Retorno**

Calificación	Personas	Porcentaje
Excelente	30	19%
Buena	90	58%
Regular	33	21%
Pésima	3	2%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 49. Opinión sobre la organización del Festival del Retorno**



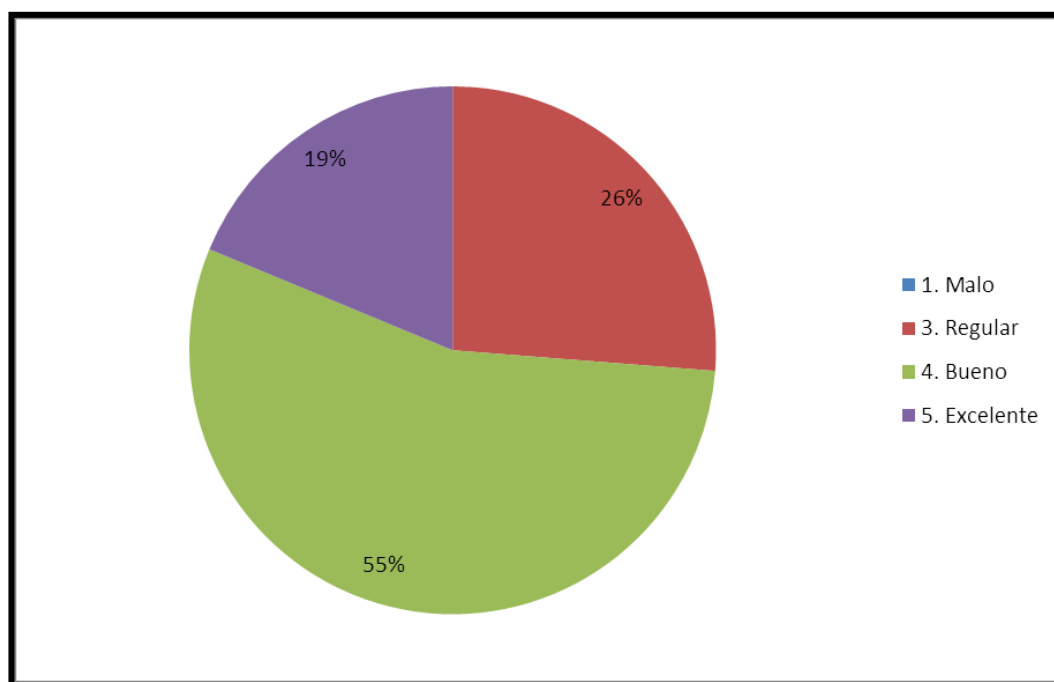
Fuente propia

Según los datos presentados en la tabla 15 el 58% de la población encuestada piensa que la organización del festival es buena, el 21% regular, el 19% excelente y el 2% pésima.

**Tabla 49. Calificación de prestadores de servicios turísticos**

Higiene	Alojamiento	Restaurantes	Bares/discotecas	Transporte
1. Malo	0 per. 0%	7 per. 5%	2 per. 1%	6 per. 6%
3. Regular	21 per. 26%	37 per. 26%	44 per. 35%	23 per. 22%
4. Bueno	44 per. 55%	82 per. 58%	61 per. 48%	54 per. 50%
5. Excelente	15 per. 19%	16 per. 11%	20 per. 16%	24 per. 22%
<b>Total</b>	80	142	127	107

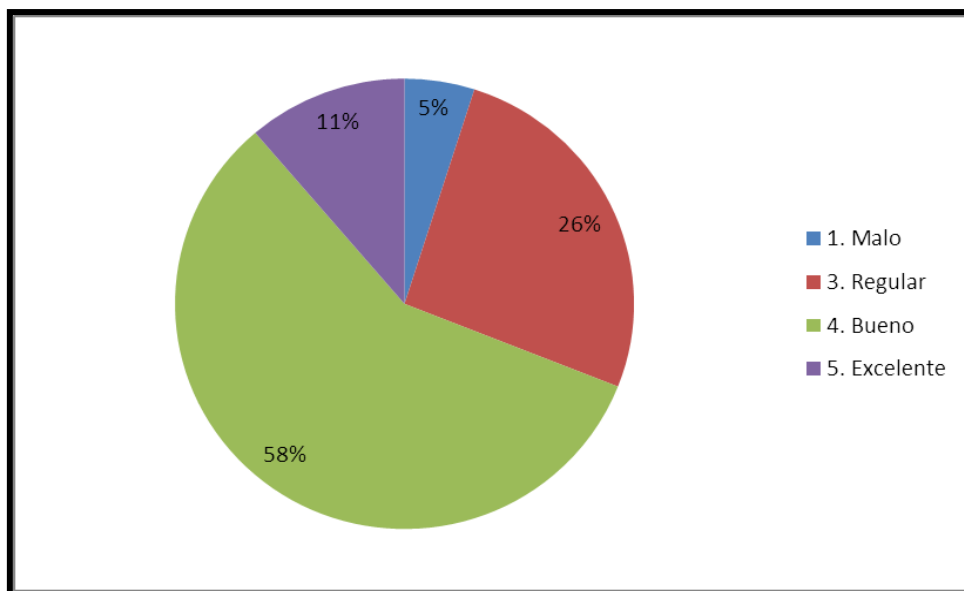
**Gráfica 50. Calificación de higiene en alojamiento**



Fuente propia

Tal como se muestra en la tabla 16, el 55% de la población encuestada califica como buena la higiene en el servicio de alojamiento, seguido de un 26% que opina que es regular y un 19% que asegura que es excelente.

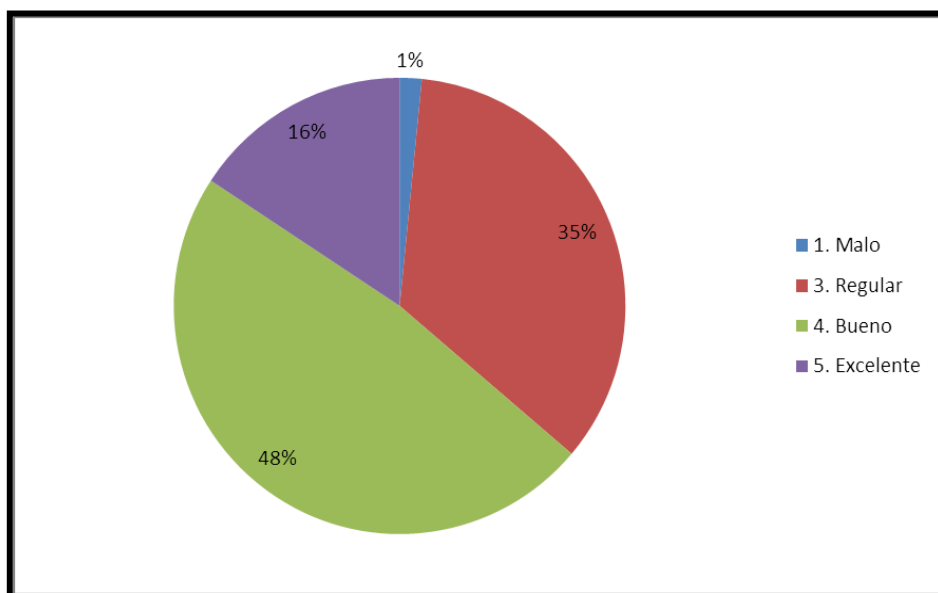
**Gráfica 51. Calificación de higiene en restaurantes**



Fuente propia

En la tabla 16, el 58% de la población encuestada asegura que la higiene en los restaurantes es buena, seguido por un 26% que opina que es regular, el 11% piensa que es excelente y un 5% opina que es malo.

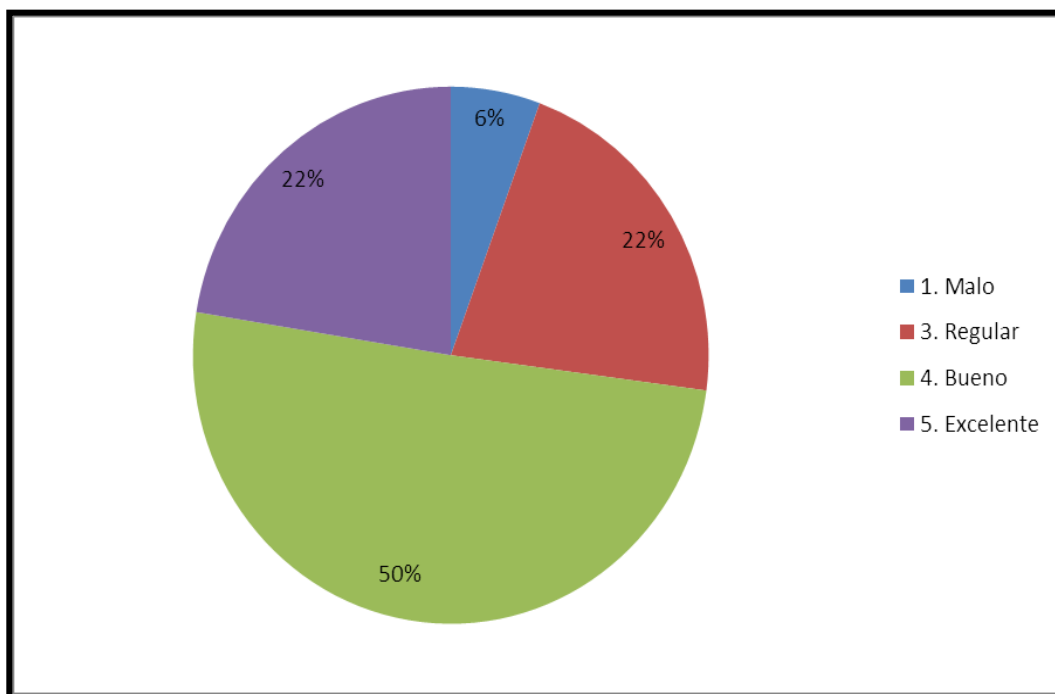
**Gráfica 52. Calificación de higiene en bares/discotecas**



Fuente propia

Como se puede observar en la tabla 16, el 48% de la población encuestada opina que la higiene en los bares/discotecas es buena, el 35% opina que es regular, el 16% excelente y el 1% que es mala.

**Gráfica 53. Calificación de higiene en transporte**



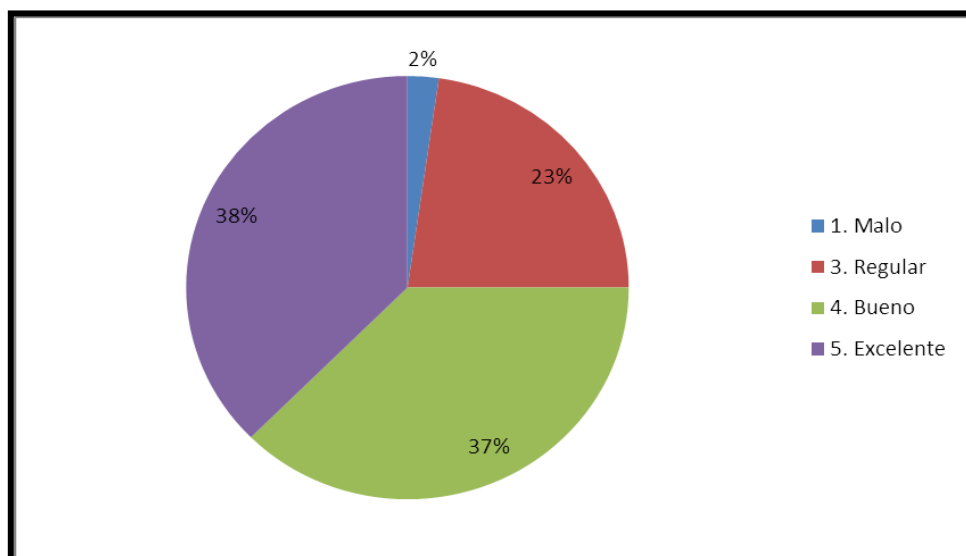
Fuente propia

Según la tabla 16, el 50% de la población encuestada opina que la higiene en el transporte es buena, 22% piensan que es regular y mala y el 6% opina que es mala.

**Tabla 50. Calificación de calidad en prestadores de servicios turísticos**

Calidad	Alojamiento	Restaurantes	Bares/discotecas	Transporte
1. Malo	2 per. 2%	5 per. 3%	1 per. 1%	3 per. 3%
3. Regular	20 per. 23%	32 per. 22%	15 per. 14%	22 per. 21%
4. Bueno	33 per. 37%	78 per. 55%	60 per. 57%	59 per. 55%
5. Excelente	33 per. 38%	28 per. 20%	29 per. 28%	22 per. 21%
<b>Total</b>	88 per.	143 per.	105	106

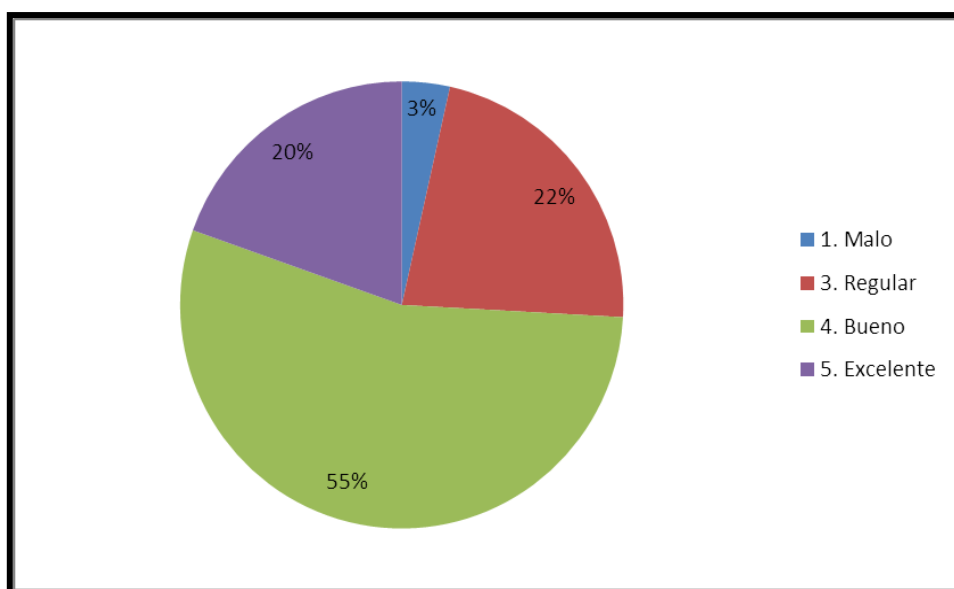
**Gráfica 54. Calificación de calidad en alojamiento**



Fuente propia

Tal como se muestra en la tabla 17, el 38% de la población encuestada asegura que la calidad en el servicio de alojamiento es excelente, el 37% opina que es buena, el 23% regular y 2% mala.

**Gráfica 55. Calificación de calidad en restaurantes**

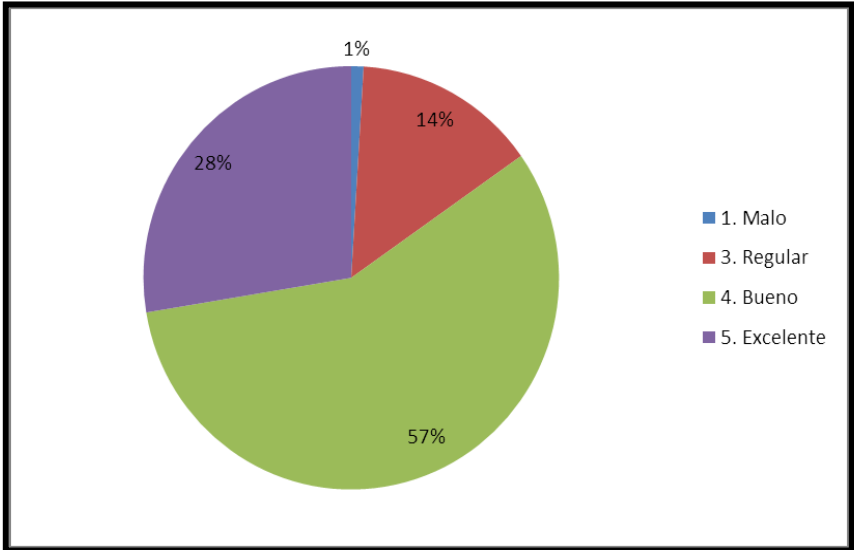


Fuente propia



Según la tabla 17, el 55% de la población encuestada opina que la calidad en los restaurantes es buena, el 22% opinan que es regular, el 20% piensan que es excelente y el 3% mala

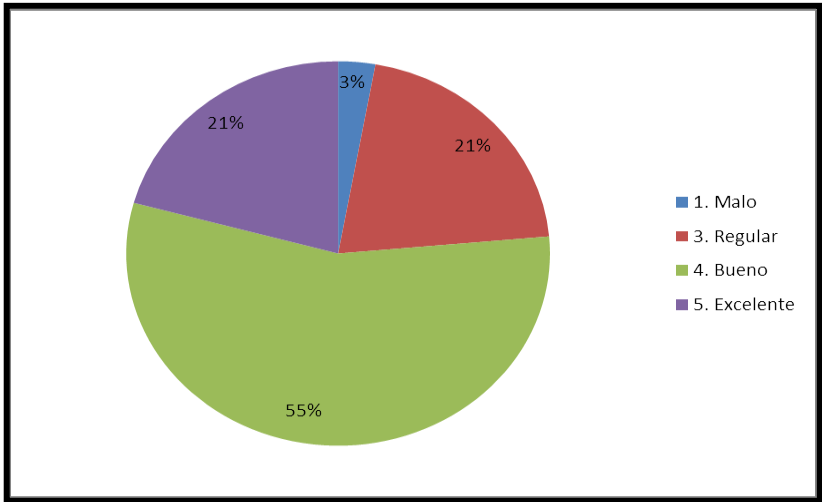
**Gráfica 56. Calificación de calidad en bares/discotecas**



**Fuente propia**

En la tabla 17, el 57% de la población encuestada opina que la calidad en bares/restaurantes es buena, el 28% opina que es excelente, el 14% regular y el 1% mala

**Gráfica 57. Calificación de calidad en transporte**



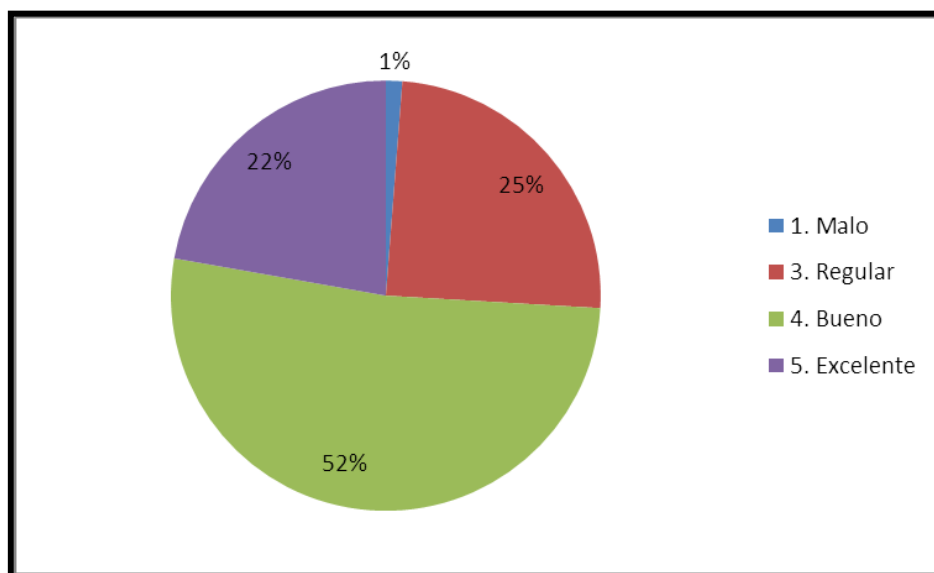
**Fuente propia**

Tal como se muestra en la tabla 17, el 55% de la población encuestada opina que la calidad del transporte es buena, el 21% opina que es excelente y regular y el 3% opina que es mala.

**Tabla 51. Calificación de seguridad en prestadores de servicios turísticos**

<b>Seguridad</b>	<b>Alojamiento</b>	<b>Restaurantes</b>	<b>Bares/discotecas</b>	<b>Transporte</b>
1. Malo	1 per. 1%	7 per. 5%	7 per. 7%	8 per. 7%
3. Regular	20 per. 25%	46 per. 34%	22 per. 21%	18 per. 17%
4. Bueno	42 per. 52%	61 per. 45%	55 per. 51%	60 per. 56%
5. Excelente	18 per. 22%	22 per. 16%	23 per. 21%	21 per. 20%
<b>Total</b>	81	136	107	107

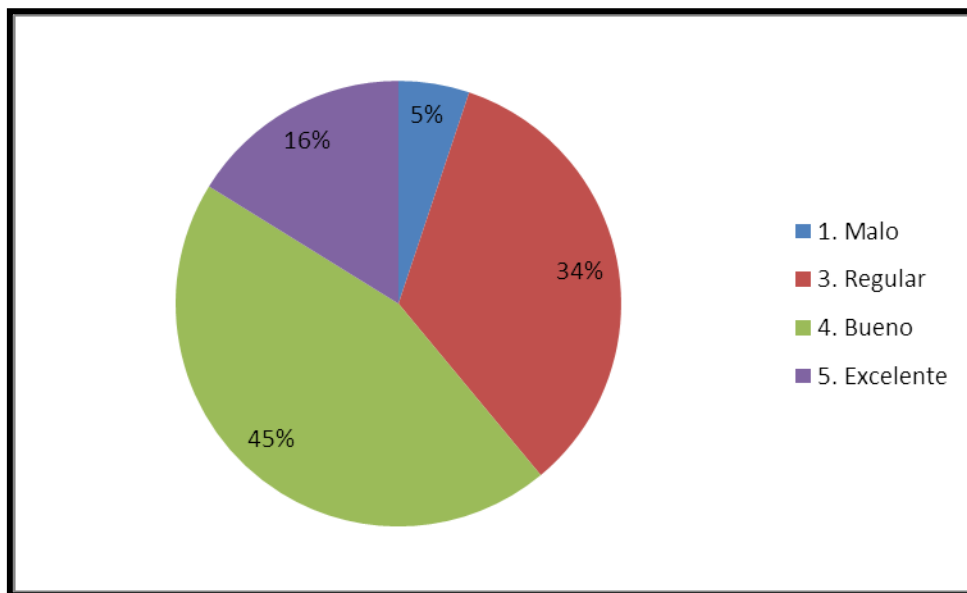
**Gráfica 58. Calificación de seguridad en alojamiento**



Fuente propia

En la tabla 18, el 52% de la población encuestada asegura que la seguridad en el servicio de alojamiento es buena, el 25% opina que es regular, el 22% piensa que es excelente y el 1% mala.

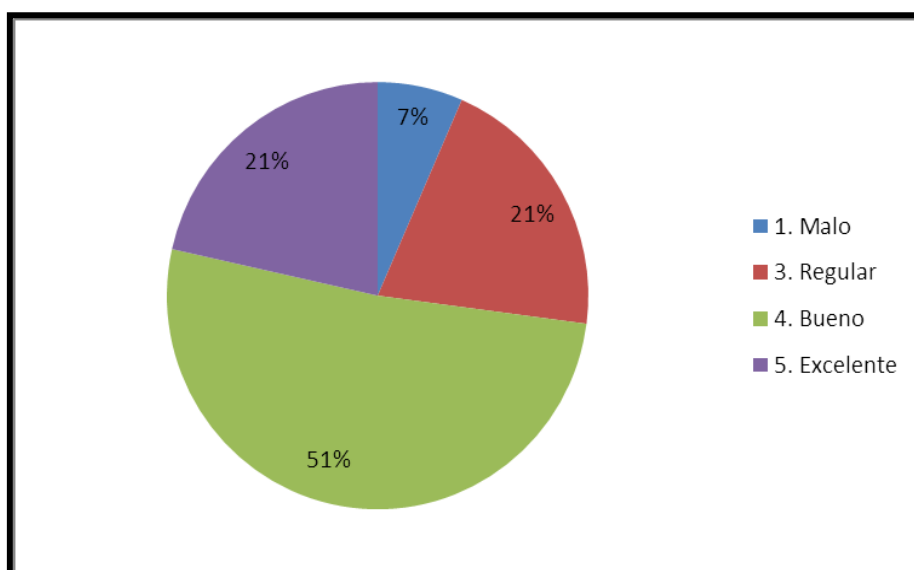
**Gráfica 59. Calificación de seguridad en restaurantes**



Fuente propia

Según la tabla 18, el 45% de la población encuestada opina que la seguridad en los restaurantes es buena, el 34% asegura que es regular, el 16% excelente y el 5% mala.

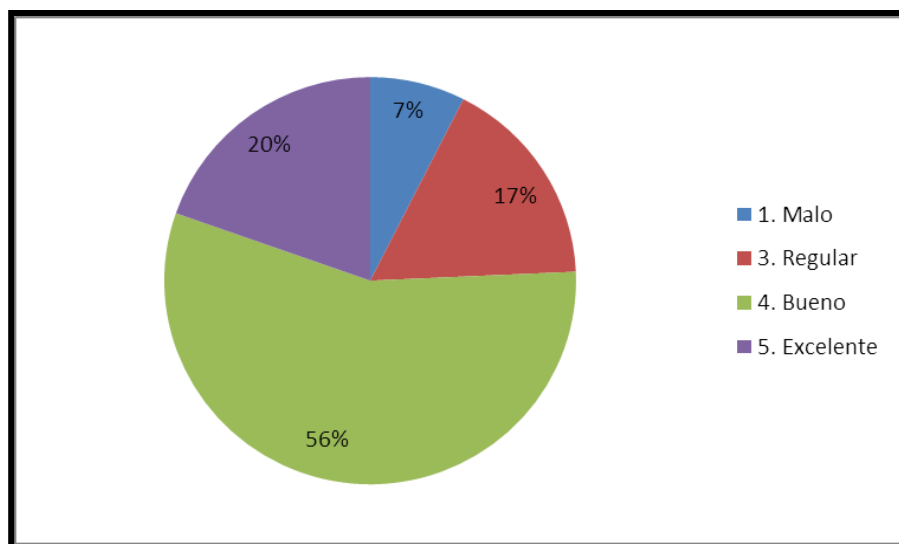
**Gráfica 60. Calificación de seguridad en bares/discotecas**



Fuente Propia

Como se ve en la tabla 18, el 51% de la población encuestada piensa que la seguridad en bares/discotecas es buena, el 21% opina que es excelente y regular y el 7% opina que es mala

**Gráfica 61. Calificación de seguridad en transporte**



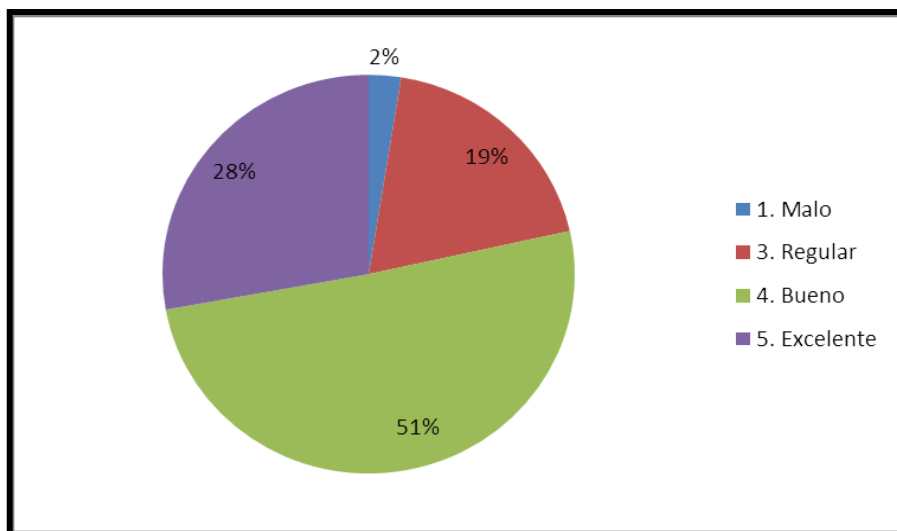
Fuente propia

En la tabla 18, el 56% de la población encuestada asegura que la seguridad en el transporte es buena, el 20% opina que es excelente, el 17% piensa que es regular y el 7% mala.

**Tabla 52. Calificación de servicio en prestadores de servicios turísticos**

Servicio	Alojamiento	Restaurantes	Bares/discotecas	Transporte
1. Malo	2 per. 2%	6 per. 4%	1 per. 1%	4 per. 4%
3. Regular	15 per.19%	39 per. 27%	20 per. 19%	20 per. 19%
4. Bueno	40 per.51%	76 per. 53%	63 per. 59 %	58 per. 55%
5. Excelente	22 per.28%	22 per. 16%	23 per. 21%	24 per. 22%
<b>Total</b>	79	143	107	106

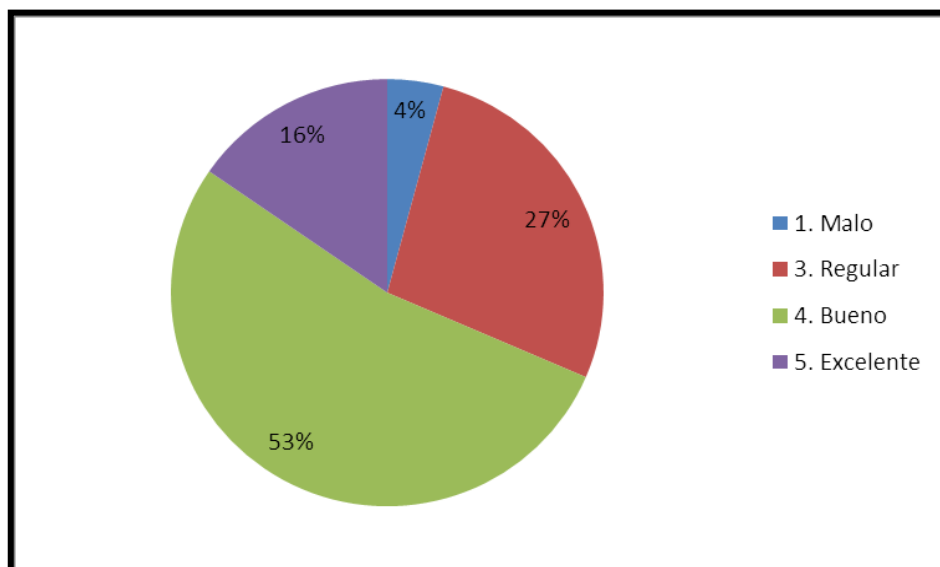
**Gráfica 62. Calificación de servicio en alojamiento**



Fuente propia

Tal como se muestra en la tabla 19, el 51% de la población encuestada opina que el servicio en alojamiento es bueno, el 28% excelente, el 19% opina que es regular y el 2% malo.

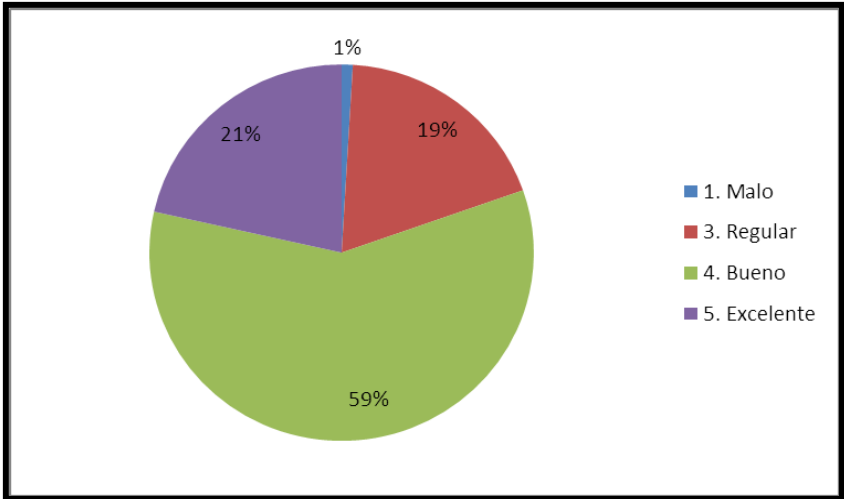
**Gráfica 63. Calificación de servicio en restaurantes**



Fuente propia

Según la tabla 19, el 53% de la población encuestada piensa que el servicio en restaurantes es bueno, el 27% regular, el 16% opina que es excelente y el 4% malo.

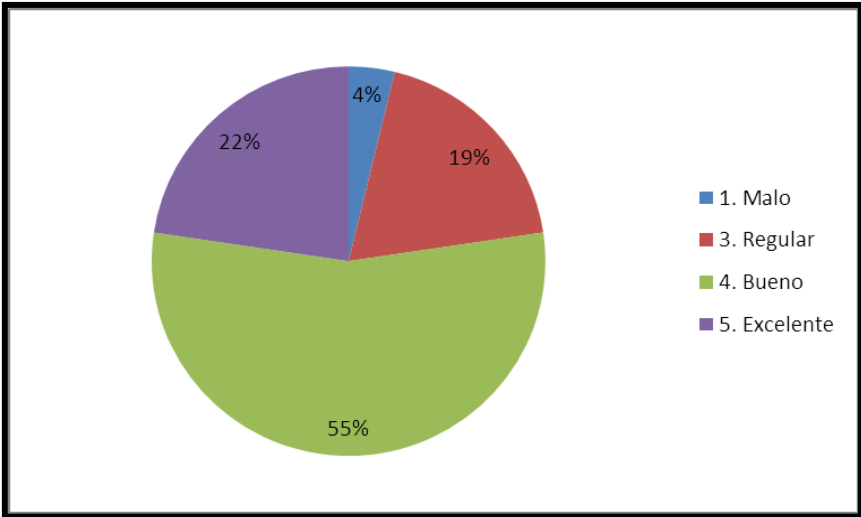
**Gráfica 64. Calificación de servicio en bares/discotecas**



Fuente propia

En la tabla 19, el 59% de la población encuestada opina que el servicio en bares/discotecas es bueno, el 21% excelente, el 19% opina que es regular y el 1% malo.

**Gráfica 65. Calificación de servicio en transporte**



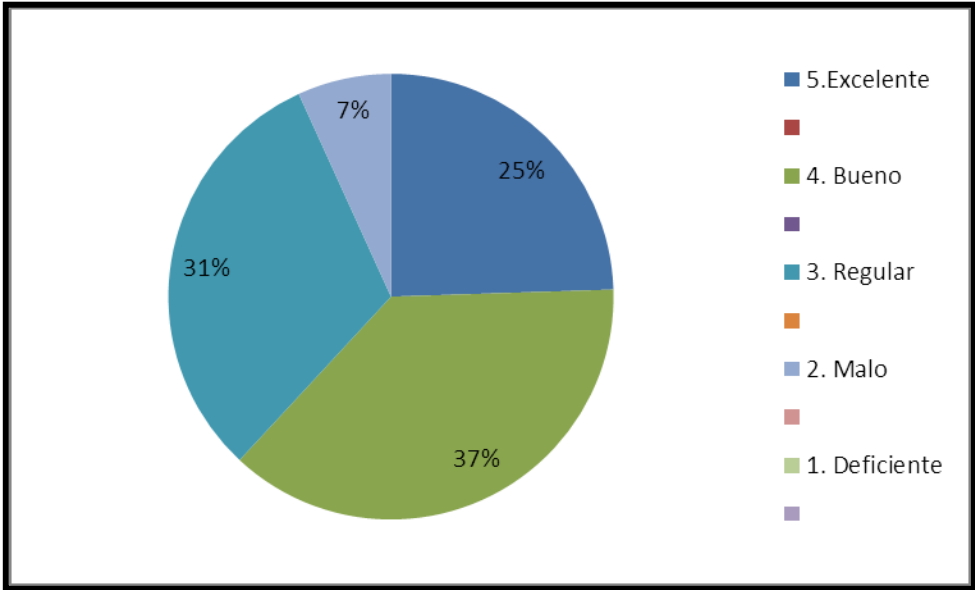
Fuente Propia

Como se muestra en la tabla 19, el 55% de la población encuestada asegura que el servicio en el transporte es bueno, el 21% piensa que es excelente, el 19% opina que es regular y el 4% malo.

**Tabla 53. Calificación de aspectos**

Aspectos	Calificación										Total
	5.	%	4.	%	3.	%	2.	%	1.	%	
Planificación	36	25%	55	27%	46	31%	10	7%			147
Infraestructura	34	25%	67	50%	19	14%	14	11%			134
Problemáticas	21	13%	53	35%	49	32%	20	13%	8	5%	151
Seguridad	42	27%	54	36%	36	24%	13	9%	6	4%	151

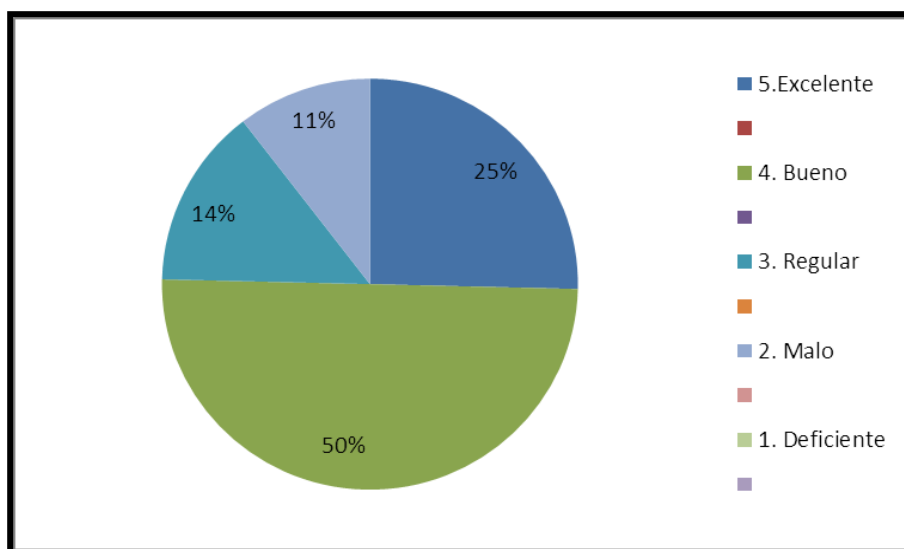
**Gráfica 66. Calificación de planificación**



Fuente propia

En la tabla 20, el 37% de la población encuestada piensa que la planificación del festival es buena, el 31% regular, el 25% excelente, y el 7% mala.

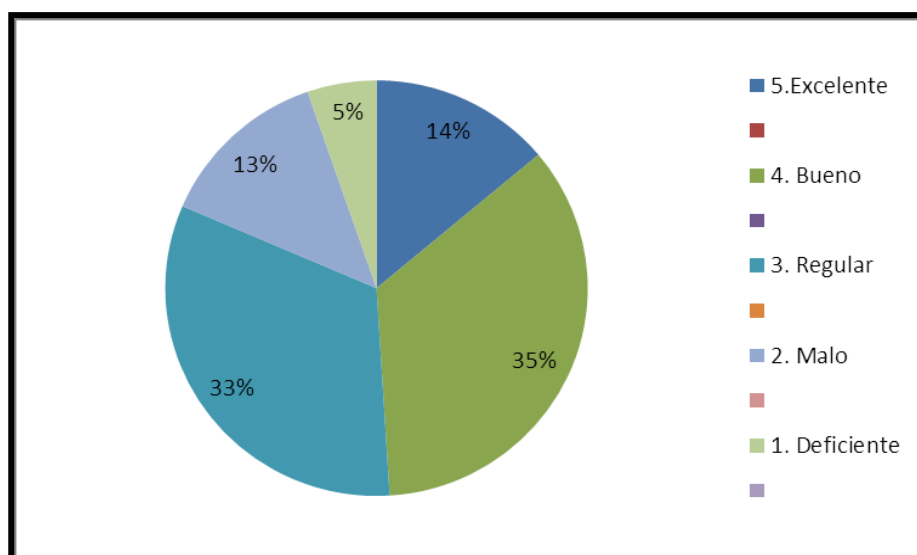
**Gráfica 67. Calificación de infraestructura**



**Fuente propia**

Según la tabla 20, el 50% de la población encuestada opina que la infraestructura utilizada en las actividades durante el festival es buena, el 25% opina que es excelente, el 14% piensa que es regular y el 11% mala.

**Gráfica 68. Calificación de problemáticas ambientales/sociales**

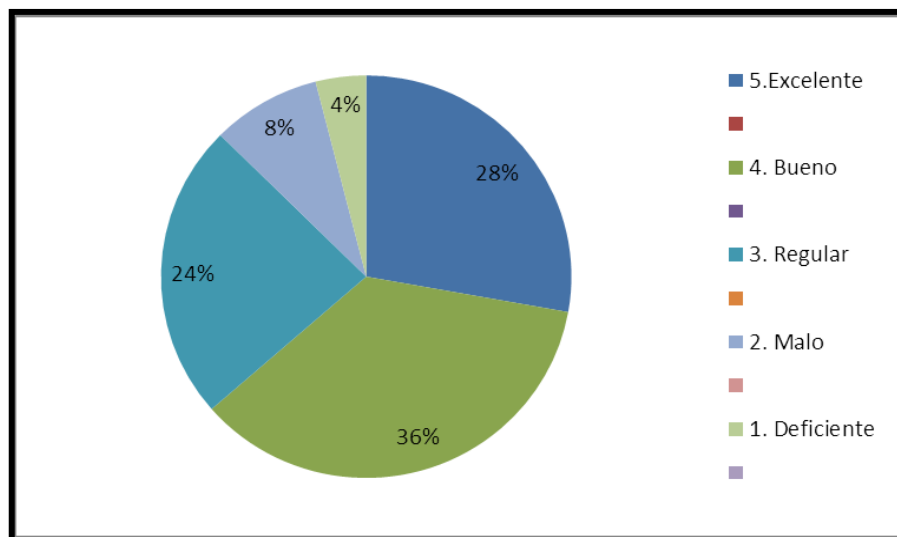


**Fuente propia**



Como se muestra en la tabla 20, el 35% de la población encuestada asegura que el control de las problemáticas ambientales/sociales durante el festival son buenas, el 33% regulares, el 14% excelente, el 13% malas y el 5% deficiente

**Gráfica 69. Calificación de seguridad**



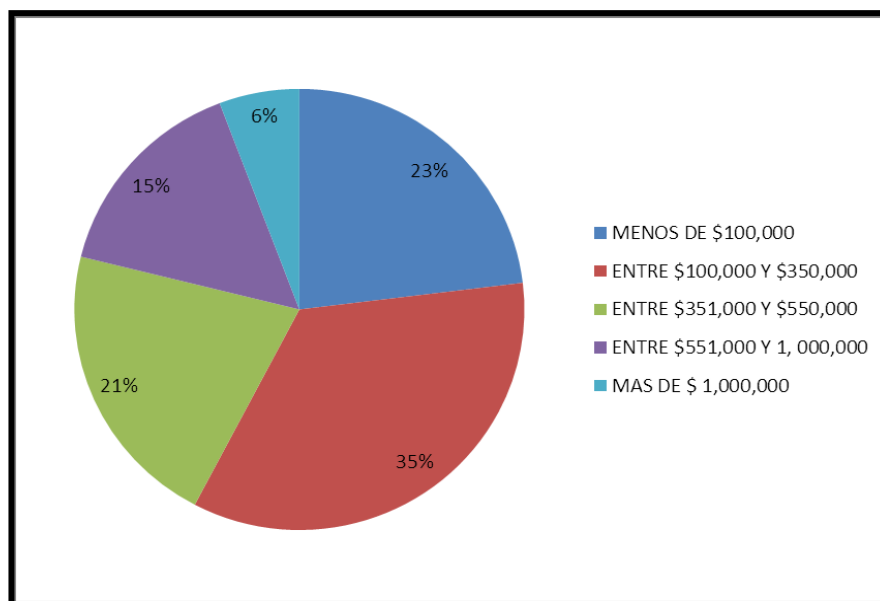
Fuente Propia

En la tabla 20, el 36% de la población encuestada opina que la seguridad en el festival es buena, el 28% excelente, el 24% opina que es regular, el 8% mala y el 4% deficiente.

**Tabla 54. Gasto económico durante el Festival del Retorno**

Dinero gastado	Personas	Porcentaje
Menos de \$100,000	36	23%
Entre \$100,000 y \$350,000	54	35%
Entre \$351,000 y \$550,000	33	21%
Entre \$551,000 y \$1,000,000	24	15%
Más de \$ 1,000,000	9	6%
Total	156	10%

**Gráfica 70. Gasto económico durante el Festival del Retorno**



Fuente propia

Según la tabla 21, el 35% de la población encuestada gasta entre \$100.000 y \$350.000, el 23% gasta menos de \$100.000, el 21% gasta entre \$351.000 y \$550.000, el 15% gasta entre \$551.000 y \$1.000.000 y el 6% gasta más de \$1.000.000

**Tabla 55. Sugerencias**

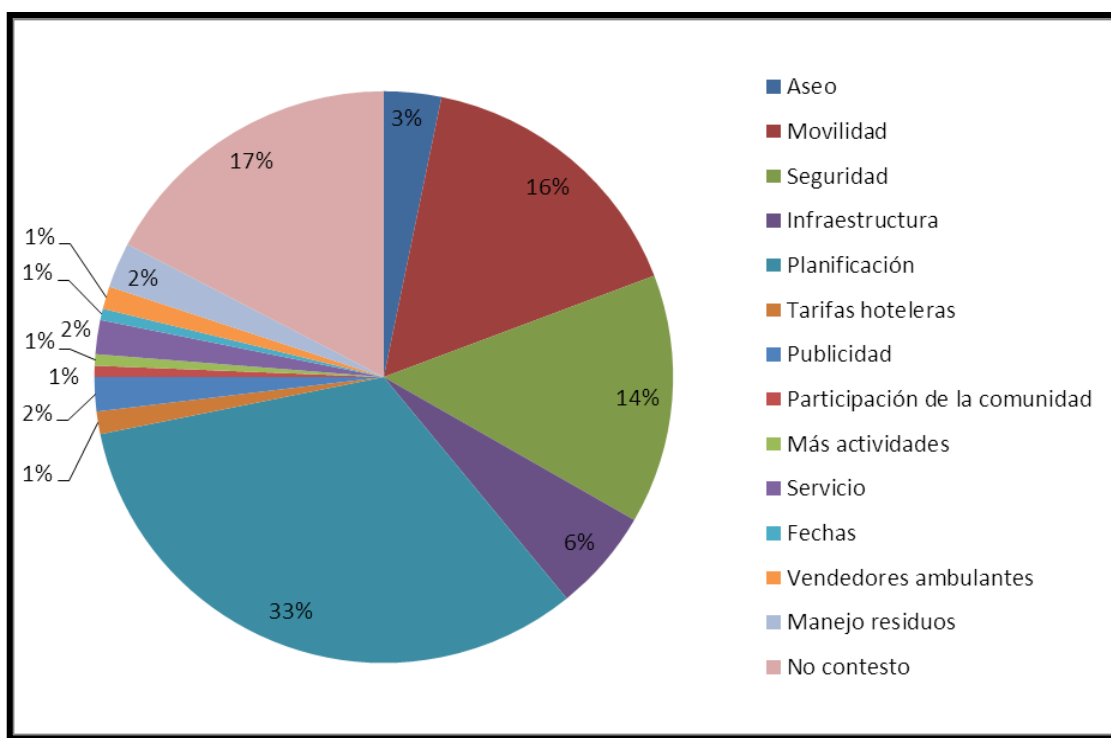
Sugerencias	Personas	Porcentaje
Aseo	5	3%
Movilidad	25	16%
Seguridad	22	14%
Infraestructura	9	6%
Planificación	51	33%
Tarifas hoteleras	2	1%
Publicidad	3	2%
Participación de la comunidad	1	1%
Más actividades	1	1%
Servicio	3	2%

Continúa en la siguiente página

Continuación Tabla 22

Fechas	1	1%
Vendedores ambulantes	2	1%
Manejo residuos	4	2%
No contesto	27	17%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 71. Sugerencias**



Fuente propia

En la tabla 22, el 33% de la población encuestada da por sugerencia mejorar la planificación del Festival del Retorno, el 17% no contesto, el 16% opino que se debería mejorar la movilidad, el 14% piensa que debe haber más seguridad, el 6% opina que se debe mejorar la infraestructura, el 3% la publicidad del festival, el 6% manejo de residuos, servicio, aseo con el 2% cada uno y el 5% piensa que se debe mejorar más actividades, tarifas hoteleras, vendedores ambulantes, participación de la comunidad y aseo cada uno con el 1%.

## **6. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **6.1 ACTORES QUE PARTICIPAN DIRECTA E INDIRECTAMENTE EN EL FESTIVAL DEL RETORNO**

#### **6.1.1 Establecimientos de alojamiento y hospedaje.**

Los establecimientos de alojamiento y hospedaje fueron objeto de un estudio profundo frente al cumplimiento de normatividad turística.

En primer lugar se identificó que un 87% tiene el Registro Nacional de Turismo, lo que indica que a pesar de que la gran mayoría posee el RNT, aún falta que se legalicen algunos establecimientos, puesto que, sin este documento no pueden ofrecer ningún tipo de servicio.

En segundo lugar es evidente que existe la necesidad de capacitación frente a Normas Técnicas Sectoriales de Alojamiento y Hospedaje, Calidad Turística y Ley 300, debido a que una parte de los establecimientos no las conoce.

Como tercera medida, los Manuales de Procedimientos, software de Check- in y Check- out, junto con los formatos de quejas y reclamos son medios para la mejora continua de la atención de los establecimientos y del reconocimiento por calidad frente a la demás oferta turística del municipio, es necesario que se busque la forma de incentivar que estos medios sean implementados en la mayoría de los establecimientos.

Es necesario mencionar también la importancia de la mejora en la infraestructura para personas en situación de discapacidad, debido a que, sí se busca la dinamización del sector turístico, es imprescindible la inclusión a todo tipo de turista o huésped.

Finalmente los modelos de prevención y atención a emergencia son de vital importancia para los establecimientos de alojamiento y hospedaje. Garantizar la calidad del servicio también involucra la seguridad de los huéspedes y visitantes, por este motivo los hoteles que se encuentran en el casco urbano deben promover la implementación de señalización de evacuación, detectores de humo, extintores y simulacros de evacuación con el personal.

### **6.1.2 Establecimientos gastronómicos, bares y similares**

Los establecimientos gastronómicos fueron entrevistados para determinar el grado de interrelación que tiene frente a los demás prestadores de servicios turísticos y el conocimiento de la normativa turística que les compete.

Ninguno de los establecimientos entrevistados conoce la normatividad turística, lo que indica, una gran brecha entre prestadores de servicios turísticos.

Al pensar en la diversificación de la oferta turística en el municipio es necesaria una fuerte inversión y motivación en cuanto al fortalecimiento de los establecimientos gastronómicos.

Una parte importante de la calidad del servicio a los turistas o visitantes es la alimentación, la diversidad de restaurantes y platos tanto nacionales como internacionales, ofrece al municipio la posibilidad de posicionarse turísticamente en el departamento del Meta.

Ahora bien, indudablemente hay que empezar por la capacitación tanto de propietarios como de personal de los establecimientos, la preparación de alimentos con calidad y el manejo adecuado de residuos son puntos primordiales a tratar.

### **6.1.3 Transporte terrestre**

En general el transporte terrestre que llega al municipio desde la ciudad de Bogotá o desde otras ciudades del departamento del Meta, es bueno, hay aproximadamente 3 empresas de transporte que están en la capacidad de transportar un gran número de visitantes en temporada alta.

Durante el Festival del Retorno, no aumentan las tarifas en el pasaje Bogotá-Acacias además el parque automotor que se utiliza es de gran calidad y de última tecnología, los buses cuentan con servicio de wi-fi y con tomacorrientes en cada asiento, la silletería es muy cómoda y la carretera está en óptimas condiciones.

## 6.2 PERFIL DEL VISITANTE

Según la información recolectada durante el Festival del Retorno del año 2013 se pudo determinar el siguiente perfil del visitante:

**Tabla 56. Perfil del Visitante**

<b>SEXO</b>	Tendencia mayormente de asistencia del sexo femenino.
<b>EDAD</b>	El rango de edad que se encuentra en mayor cantidad durante el festival es de 21 a 25 años
<b>ESTRATO SOCIOECONÓMICO</b>	El estrato socioeconómico del asistente al festival es 2.
<b>PROCEDENCIA</b>	Se identificó que la gran parte de asistentes al Festival del Retorno son de origen nacional, especialmente de la ciudad de Bogotá.
<b>ASISTENCIA</b>	El visitante, asiste de manera continua y lleva aproximadamente 6 años consecutivos disfrutando del festival.
<b>MOTIVACIÓN</b>	La principal motivación del asistente al Festival del Retorno es TURISMO, el festival es una “excusa” para conocer un destino turístico con un valor agregado cultural y artístico.
<b>EVENTO MÁS LLAMATIVO</b>	Sin lugar a dudas el evento de la Joropera es el que más llama la atención del asistente al festival, puesto que expresa el folclor llanero en todo su esplendor.

Continúa Tabla 60 siguiente página.

Continuación Tabla 60.

<p><b>MODALIDAD DE ALOJAMIENTO</b></p>	<p>A pesar de considerarse un evento de magnitud nacional con un gran atractivo turístico, el asistente al Festival del Retorno utiliza casas familiares o de amigos y muy poco utiliza la oferta hotelera del municipio.</p>
<p><b>DURACIÓN DE LA VISITA</b></p>	<p>En promedio la duración de la visita del asistente al festival es de 4 días.</p>
<p><b>OPINIÓN SOBRE ORGANIZACIÓN</b></p>	<p>El asistente al festival considera que la organización del mismo es buena, frente a los horarios de las presentaciones y variedad de espectáculos.</p>
<p><b>OPINIÓN SOBRE PRESTADORES EN GENERAL</b></p>	<p>El visitante considera que los prestadores de servicios turísticos son buenos, en cuanto a calidad, servicio, seguridad y atención al cliente.</p>
<p><b>OPINIÓN SOBRE PLANIFICACIÓN DEL FESTIVAL</b></p>	<p>La apreciación del visitante frente a la planificación del Festival del Retorno circula entre regular y buena, conceptos como malla vial, infraestructura turística y vendedores ambulantes son los que molestan al asistente al festival.</p>
<p><b>GASTO ECONÓMICO DURANTE EL FESTIVAL</b></p>	<p>El asistente al Festival del Retorno gasta entre \$100,000 y \$350,000 durante su visita.</p>
<p><b>SUGERENCIAS</b></p>	<p>La principal sugerencia que hace el visitante frente al Festival del Retorno es la planificación previa al mismo, malla vial, infraestructura turística y vendedores ambulantes son los que sugieren como más urgentes.</p>

Fuente propia

### 6.3 DOFA DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS FACTORES TANTO INTERNOS COMO EXTERNOS DEL FESTIVAL DEL RETORNO.

Ilustración 1. Matriz DOFA



Fuente Propia



## 6.4 ESTRATEGIAS Y ACCIONES CON EN BASE EN LA MATRIZ DOFA.

Tabla 57. Combinación matriz DOFA

<p style="text-align: center;"><b>Fortaleza – Oportunidades  (FO)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor reconocimiento del Festival del Retorno a través del crecimiento de nuevas tecnologías de comunicación.</li> <li>• La oportunidad de que la comunidad local vea en el ámbito turístico a partir de sus beneficios, una segunda base para su economía.</li> <li>• Mayor inclusión de la comunidad local en las actividades del festival, a través de la creación de espacios para su esparcimiento y para la expresión de su propia cultura.</li> <li>• A través del mejoramiento de la vía Bogotá – Acacías, el sector turístico del municipio se desarrolla cada vez más.</li> <li>• Gracias a la cercanía del municipio con la capital del departamento del Meta, se generan ciertas dinámicas que favorecen el turismo en Acacías.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Debilidades – Oportunidades  (DO)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con el uso de las nuevas tecnologías se puede mejorar la eficiencia en la organización de las actividades del Festival del Retorno.</li> <li>• La articulación entre prestadores de servicios turísticos, puede darse no solo dentro del municipio sino entre Villavicencio y Acacías, aprovechando su cercanía y la oferta hotelera que poseen los dos.</li> <li>• Como el turismo se considera la segunda base de la economía del municipio puede fortalecerse por medio de la capacitación a prestadores de servicios y de la mejora a la infraestructura turística.</li> <li>• El desarrollo de nuevos proyectos turísticos a través de Ecopetrol, servirían como medio para la mejora en el control y la supervisión financiera en el ámbito turístico.</li> <li>• La inclusión de la comunidad local en las actividades del Festival del Retorno, puede favorecer a la concientización frente a la contaminación visual, auditiva y ambiental.</li> </ul>

Tabla 56 continua en la siguiente página.

Continuación Tabla 56.

<p><b>Debilidades – Amenazas</b></p> <p><b>(DA)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al existir un eficiente control financiero, se reduce el mal manejo de presupuesto del festival.</li> <li>• La eficiente organización de las actividades del Festival del Retorno, impulsarían en el aumento de patrocinios y por ende del reconocimiento del festival.</li> <li>• El fortalecimiento del sector turístico evitaría que el municipio dependa totalmente del petróleo.</li> <li>• Al promover la participación de la comunidad local en las actividades del festival, se minimizará la pérdida de la identidad cultural.</li> <li>• La eficiente supervisión y control de la ejecución del festival evitará que intervengan intereses políticos a futuro.</li> </ul>
<p><b>Fortalezas – Amenazas</b></p> <p><b>(FA)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A través del festival se fortalece la cultura llanera evitando que se pierda la identidad cultural.</li> <li>• El conocimiento de los beneficios del turismo por parte de la comunidad, evitará la total dependencia del petróleo.</li> <li>• Fortalecer la relación entre Acacías y Villavicencio, permitiría que se apoyaran mutuamente en lugar de considerarse como competencia turística.</li> <li>• El reconocimiento del Festival del Retorno permitiría que se generen más patrocinios y que los vigentes perduren.</li> <li>• El desarrollo turístico creciente del municipio ayudará al reconocimiento del mismo y evitará que los turistas prefieran otros destinos en el departamento.</li> </ul>

Fuente propia

## **6.5 PLAN ESTRATÉGICO**

El plan estratégico del presente trabajo, ofrece la misión y la visión del Festival del Retorno, resultado del análisis de las estrategias propuestas para cada una de las deficiencias encontradas en el diagnóstico del Festival sin desligar el sector turístico.

### **MISION**

Brindar al turista y a los habitantes que retornan al municipio, espacios de reconocimiento de la cultura llanera por medio de representaciones folclóricas, con una excelente planificación en donde la comunidad sin exclusión alguna es participe de ello.

### **VISION**

Lograr que el Festival del Retorno se convierta en el principal atractivo turístico del municipio de Acacías y que llegue a posicionarse como uno de los más importantes y mejor organizados de los festivales a nivel nacional.

El proceso que se utiliza en este plan estratégico consiste en primer lugar, en la identificación de las deficiencias que se pudieron corroborar a lo largo del trabajo con su respectiva causa; seguido del planteamiento de un objetivo que permita solucionar la deficiencia y finalmente se proponen una estrategias como un medio para lograrlo, dentro de las cuales se incluyen los responsables y el tiempo para su realización y finalmente el resultado.

**DEFICIENCIA 1. Entidades que no se interesan en tener una retroalimentación de la opinión de los visitantes finalizado el Festival del Retorno.**



**CAUSA.** Los responsables de la organización del festival no aplican acciones y métodos que les permita tener una retroalimentación de la percepción de los visitantes para el continuo mejoramiento del mismo basados en los buenos resultados.



**OBJETIVO.** Conocer la percepción del visitante frente a las actividades del festival para un control y que a su vez permita a los organizadores del festival tener insumos para mejorar y hacer nuevas actividades.



**ESTRATEGIA.** Capturar la percepción de los visitantes al festival a través de encuestas de satisfacción, entrevistas y por medio de la creación de un blog.



**RESPONSABLES.** Instituto de Cultura y Turismo.



**TIEMPO.** Realizar encuestas y entrevistas durante los 5 días que dura el festival dando a conocer durante ellas el blog, para que la utilización del mismo sea continua.



**RESULTADO.** Aplicación de 156 encuestas y 50 entrevistas durante los 5 días que dura el festival y la construcción de una base con los datos obtenidos para ser tenidos en cuenta en el próximo festival, así como la creación del blog.

**DEFICINENCIA 2. Prestadores de servicios turísticos que no se interesan por su articulación imposibilitando el crecimiento del sector turístico del Municipio de Acacías.**



**CAUSA:** Prestadores de servicios turísticos que no muestran interés en crear métodos que propicien su articulación para el buen desarrollo del sector turístico del municipio.



**OBJETIVO:** Obtener la articulación de los prestadores de servicios turísticos para contribuir al adecuado desarrollo del sector turístico del municipio y a su vez lograr que el turismo se convierta en una alternativa económica.



**ESTRATEGIA:** Realizar mesas de trabajo que permitan que los prestadores conozcan el buen manejo del sistema turístico y se promueva el trabajo equipo.



**RESPONSABLES:** Instituto de Cultura y Turismo de Acacías, Cámara de Comercio y prestadores de servicios turísticos del municipio.



**TIEMPO:** Realizar una mesa de trabajo mensual por un periodo de un año con una duración de una hora.



**RESULTADO:** Articulación de los prestadores de servicios turísticos y el buen funcionamiento del sector turístico.

**DEFICIENCIA 3. Prestadores de Servicios turísticos que no cuentan con la suficiente capacitación para la prestación de un servicio de calidad.**



**CAUSA.** Prestadores de servicios que no asisten a las capacitación que brindan el ICTA y la Cámara de Comercio.



**OBJETIVO.** Lograr que los prestadores de servicios turísticos asistan a las capacitaciones brindadas y así conseguir que tengan la formación adecuada reflejando sus conocimientos al momento de la prestación del servicio.



**ESTRATEGIA.** Lograr que el ICTA formalice un convenio con el SENA para que sea la entidad encargada de las capacitaciones y paralelamente ofrezca un incentivo económico que sea de beneficio para los establecimientos, estimulando a los prestadores a asistir.



**RESPONSABLES.** Instituto de Cultura y Turismo de Acacías y prestadores de servicios turísticos.



**TIEMPO.** Realizar capacitaciones cada mes por un periodo de dos años.



**RESULTADO.** En primer lugar, la formalización del convenio entre el ICTA y el SENA y segundo al terminar los dos años, los prestadores de servicios turísticos estarán capacitados para ofrecer un servicio de calidad.

**DEFICIENCIA 4. El comité organizador del Festival del Retorno no incluye un representante de la comunidad local.**



**CAUSA.** El comité muestra desinterés y poca credibilidad hacia las personas de la comunidad local.



**OBJETIVO.** Conseguir la integración de un representante de la comunidad local al comité organizador del festival.



**ESTRATEGIA.** Realizar una convocatoria para las personas que estén interesadas en hacer parte del comité organizador del Festival con el fin de que pasen una propuesta o idea innovadora para realizar durante el desarrollo del festival, de tal forma que el ganador será el representante de la comunidad local en el comité.



**RESPONSABLES.** Instituto de Cultura y Turismo de Acacías, Alcaldía Municipal y la fundación Corsoculdeorinoquia.



**TIEMPO.** Realizar la convocatoria en 5 meses, distribuidos de la siguiente manera: 2 meses para la entrega de proyectos y 3 meses para la evaluación y selección de la mejor propuesta. La persona ganadora estará en el comité por 3 festivales consecutivos y luego se realizara nuevamente la convocatoria.



**RESULTADO.** Lograr que la comunidad local participe de la planeación del festival por medio de un representante en el comité organizador.

**DEFICIENCIA 5. Dentro del comité organizador del Festival del Retorno, no existe ninguna persona que sea experta en planificación y organización de eventos de gran magnitud.**



**CAUSA.** Desconocimiento de la necesidad de tener una persona experta en planificación y organización de eventos de gran magnitud basados en los buenos resultados de los festivales anteriores.



**OBJETIVO.** Incluir en el comité organizador del festival una persona experta en planificación y organización de eventos de gran magnitud que asegure una excelente la calidad del mismo.



**ESTRATEGIA.** Realizar una convocatoria a nivel nacional en universidades e instituciones que tengan un programa que se adecue a las condiciones necesarias para la organización del evento.



**RESPONSABLES.** Instituto de Cultura y Turismo de Acacias



**TIEMPO.** La duración de la convocatoria y la selección de la persona experta en planificación y organización de eventos de gran magnitud será de 3 meses.



**RESULTADO.** La integración de una persona experta en planificación y organización de eventos de gran magnitud al comité organizador del Festival del Retorno.



**DEFICIENCIA 6. Las entidades encargadas de la organización del Festival del Retorno manejan una inadecuada distribución de los recursos económicos destinados para la organización del Festival del Retorno.**



**CAUSA.** Inexistencia de un plan de manejo económico que regule los recursos financieros destinados para la organización del festival.



**OBJETIVO.** Realizar un plan de manejo económico que genere estrategias para la adecuada distribución de los recursos económicos destinados para la organización del festival.



**ESTRATEGIA.** Implementar espacios para que las entidades gubernamentales realicen el plan de manejo económico, con el fin de poder realizar una rendición de cuentas a la comunidad cada año al finalizar el festival.



**RESPONSABLES.** Instituto de Cultura y Turismo de Acacías y la Alcaldía municipal.



**TIEMPO.** En un año se tendrá establecido y ejecutado el plan de manejo económico y anualmente se realizara la rendición de cuentas.



**RESULTADO.** Creación del plan de manejo económico y la primera rendición de cuentas de los recursos destinados para el festival.

**DEFICIENCIA 7. Comunidad local que ha venido perdiendo el sentido de pertenencia y la apropiación hacia el Festival del Retorno.**



**CAUSA.** Comunidad local que ha perdido el interés en el rescate de las tradiciones autóctonas de la cultura llanera.



**OBJETIVO.** Promover la recuperación de las tradiciones autóctonas de la cultura llanera para que se cree de nuevo el sentido de pertenencia hacia el Festival del Retorno por medio de la realización de actividades culturales.



**ESTRATEGIA.** Llevar a cabo 3 actividades, 1 cada mes, antes de cada festival dentro de las cuales se realicen talleres y bailes representativos del folclor llanero.



**RESPONSABLES.** Instituto de Cultura Turismo de Acacías.



**TIEMPO.** Las actividades se realizarán 3 meses antes de cada festival.



**RESULTADO:** Apropiación por parte de la comunidad local frente a la cultura llanera y sentido de pertenencia hacia el festival.

**DEFICIENCIA 8. Actividades del Festival del Retorno que generan contaminación ambiental e ineficiencia por parte de las entidades en el cuidado del medio ambiente.**



**CAUSA.** Control ineficiente en el proceso de recolección de basuras y falta de conciencia ambiental por parte de la comunidad y entidades encargadas de la planeación del Festival del Retorno.



**OBJETIVO.** Conseguir que las entidades controlen de manera eficiente los procesos de recolección de residuos y promuevan la educación ambiental para que la comunidad regule efectivamente los desechos generados durante el desarrollo del festival.



**ESTRATEGIA.** Promover la educación ambiental desde las instituciones educativas, específicamente en la Normal Superior y el colegio COLPER, con el fin de que los estudiantes sean el medio para que la comunidad participe y contribuya al cuidado del medio ambiente.



**RESPONSABLES.** Instituto de Cultura Turismo de Acacías, Alcaldía Municipal.



**TIEMPO.** Realizar campañas de sensibilización ambiental continuamente antes, durante y después del festival, para que se cree una conciencia ambiental.



**RESULTADO.** Entidades que controlen adecuadamente los procesos de recolección de basuras y que a su vez promuevan la educación ambiental para ayudar a la disminución del impacto ambiental durante el desarrollo de las actividades del festival, haciendo del mismo un espacio mucho más agradable.

**DEFICIENCIA 9. Control ineficiente de la presencia de vendedores ambulantes en el escenario más importante del Festival del Retorno (Parque Principal).**



**CAUSA.** Control ineficiente por parte de las autoridades y espacios sin la suficiente capacidad que permitan a los vendedores ambulantes ofrecer sus productos, sin interferir con las actividades del Festival del Retorno.



**OBJETIVO.** Implementar un mayor control por parte de las autoridades y apropiar espacios para la adecuada distribución de todos los vendedores ambulantes.



**ESTRATEGIA.** Llevar un control por medio de planillas de inscripción, con las cuales se podrá conocer los vendedores que estarán presentes durante el festival, qué tipo de negocio tiene y de acuerdo a estas planillas se crearán unos mapas de distribución.



**RESPONSABLES.** Instituto de Cultura Turismo de Acacias y vendedores ambulantes.



**TIEMPO.** Las planillas se realizarán dos meses antes del festival, un mes para la inscripción y el otro mes para que el ICTA realice el mapa de distribución.



**RESULTADO.** La no aglomeración de los vendedores ambulantes en un solo espacio, permitiendo a los visitantes el disfrute de la variedad de productos que se ofrezcan.

**DEFICIENCIA 10. Infraestructura inadecuada para personas en situación de discapacidad (limitación física) que no les garantiza el disfrute de las actividades del Festival del Retorno.**



**CAUSA.** Alcaldía municipal que desconoce la importancia de la creación de infraestructura que promueva la inclusión de personas en situación de discapacidad en las actividades del festival.



**OBJETIVO.** Adecuar los espacios principales del desarrollo de las actividades del festival para garantizar el acceso a las personas en situación de discapacidad (limitación física)



**ESTRATEGIA.** Realizar reuniones entre la Alcaldía municipal y cinco representantes de la población con situación de discapacidad para identificar cuáles son las verdaderas necesidades y llegar a un acuerdo.



**RESPONSABLES.** Alcaldía municipal.



**TIEMPO.** La convocatoria para la realización de la reunión tendrá un tiempo aproximado de 2 meses, la reunión se realizara terminado los dos meses de convocatoria y el acuerdo al que se llegue se ejecutara con un plazo máximo de un año.

## 7. CONCLUSIONES

Se identificaron los siguientes actores de influencia directa en el Festival del Retorno:

En primera instancia dos entidades gubernamentales la Alcaldía municipal y el Instituto de Cultura y Turismo, las cuales son las encargadas de la planificación, logística y ejecución de las actividades que se llevan a cabo durante el festival, de la misma manera los prestadores de servicios turísticos intervienen directamente en él, se encontraron alrededor de 39 establecimientos de hospedaje en la zona urbana, cerca de 52 establecimientos entre bares y discotecas, aproximadamente 83 restaurantes, 7 empresas de transporte terrestre y 1 agencia de viajes, todos los anteriores ofrecen al turista variedad de servicios.

Ecopetrol se caracterizó como una de las empresas que aporta el mayor capital económico por medio de patrocinio y responsabilidad social.

En cuanto a los actores que intervienen de manera indirecta se identificó la población local, turistas, artesanos, vendedores ambulantes y demás entidades que participan durante la realización del festival.

En cuanto al Perfil del Visitante se logró identificar que las personas que asisten al mismo, son principalmente residentes y turistas de la ciudad de Bogotá, son de estrato socioeconómico 2 y la actividad que más les llama la atención es la Joropera, estos datos resultantes de la aplicación de 156 encuestas, indican que las actividades desarrolladas dentro del marco del festival son consecuentes con lo encontrado, es decir, todas las actividades son de ingreso libre, sin ningún costo lo que garantiza que no hay exclusión por posición social.

La actividad central y la que llama más la atención es la que representa toda la cultura y la tradición llanera, la Joropera, es la máxima expresión de folclor y reúne a personas de todas las edades y a delegaciones de varias partes del país.

En cuanto a la matriz DOFA, se establecieron estrategias que de ser implementadas probablemente aportarían al buen desarrollo del sector turístico en general, no solo al Festival del Retorno, Por otro lado, con base en la identificación de debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades fue posible determinar los aspectos centrales, en los cuales es preciso que los entes organizadores se enfoquen para que constantemente este festival tenga mejoras cualitativas en

cada versión y que de esta manera sea reconocido como uno de los más importantes del país, y sobretodo, que contribuya a la conservación y gestión del patrimonio cultural de la región de la Orinoquia

Finalmente, la creación de plan estratégico ofrece las estrategias de solución para las deficiencias encontradas durante el diagnóstico del Festival del Retorno, con las cuales se logró establecer la misión y la visión del festival. Fue diseñado para lograr la adecuada planificación del festival, generando acciones que permitan el cumplimiento de unos objetivos específicos en un determinado tiempo.

## 8. RECOMENDACIONES

En primer lugar se recomienda que este documento sea consultado por entes gubernamentales, prestadores de servicios turísticos y comunidad local, para la creación de proyectos o planes de inversión turística que generen beneficios para el municipio.

La falta de autoridades en los diferentes escenarios del festival implica que no se tenga un adecuado control de la seguridad y la comodidad de los asistentes por tanto se recomienda que se implemente durante el festival un control mucho más eficiente por parte de las mismas, además que se generen e implementen planes de acción para la buena distribución de los miembros de la policía en todos los escenarios que hacen parte de las actividades del Festival del Retorno.

Entre los diferentes prestadores de servicios turísticos de Acacías, empresas de alojamiento, transporte, restaurantes y bares y agencia de viaje existe una gran brecha, cada gremio funciona individualmente, generando un estancamiento del desarrollo turístico del municipio, que como bien se sabe, un destino turístico está conformado por una cadena productiva que se enriquece y fortalece en la medida que todos aporten al desarrollo planificado del turismo.

Se recomienda que la interrelación entre los prestadores de servicios turísticos sea el principal objetivo para la adecuada planificación del turismo en el municipio, la creación de guías turísticas entre los prestadores sería una buena opción para el conocimiento y la comunicación mutua en beneficio del turismo en Acacías.

En cuanto a los prestadores de alojamiento y hospedaje se recomienda fortalecer la innovación en infraestructura y tecnología y la implementación de un software de registro de huéspedes en bases de datos. Para el caso de los prestadores de servicios gastronómicos es necesario que pueda brindársele capacitación que promueva la aplicación de buenas prácticas, la atención al cliente y el manejo de residuos

La promoción del festival debe ser mucho más eficaz y eficiente, debe promover el cambio de connotación de festival comercial a festival cultural. La promoción no debe ser únicamente a cargo de las entidades gubernamentales, sino que se debe procurar que todos los prestadores de servicios turísticos creen páginas web, que



se den a conocer y que estén al tanto de lo que sucede con la industria turística en el país.

Es importante que se continúe investigando la dinámica de Acacías frente al crecimiento turístico nacional, frente a las tendencias turísticas y frente a la tecnología a implementar con respecto a la promoción del festival.

Finalmente, el plan estratégico fue propuesto en función del adecuado desarrollo del sector turístico del municipio y se recomienda que se analice y se adopte como base para la planeación futura del Festival del Retorno.

## BIBLIOGRAFIA

ALCALDIA MUNICIPAL DE ACACÍAS. Municipio de Acacías, Tierra por Dios Bendecida. [Online] 27 de agosto del 2013. Acacías (Meta). [Citado el 26-04-2014].

ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTONOMOTOR ESPECIAL. Cartilla de Certificación de Calidad para el transporte de turismo. Bogotá, D.C. 2008. 1-62 p.

ASOCIACIÓN HOTELERA DE COLOMBIA. Manual de buenas prácticas de manufactura en hoteles. BPM. Bogotá, D.C. 2008. 95 p.

BALLESTEROS DIAZ, BERNARDO. Planeación Estratégica. Guía Práctica. Medellín-Colombia. Fundación Universitaria Luis Amigó. 170 p.

BASURTO, Arteaga y GONZALEZ, Monserrat. Diagnostico. En: Desarrollo Comunitario. 2001. México. 63 p.

CABRERA PEÑA, Eder Francisco. QUINTERO ACOSTA, Diana Victoria. Carnaval De Barranquilla Como Escenario De Movilización Social, Reconocimiento, Igualdad E Imaginarios Sociales. Tesis. Barranquilla.: Universidad Del Norte. Atlántico, 2007. 173 pág.

CHAPARRO VALDERRAMA, Jairo. LEMA, Mauricio. Metodologías para la construcción comunitaria: la generación de proyectos. Tesis. México D.F: Universidad del Sur. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, 1996.

COLOMBIA. CONCEJO MUNICIPAL DE ACACÍAS-META. Acuerdo 166 (29 de junio de 2011). Por el cual se adopta Plan Municipal de Desarrollo Turístico de Acacías – Meta. Acacías. 2011. 7 p.

COLOMBIA. CONCEJO MUNICIPAL DE ACACÍAS-META. Acuerdo 199 (30 de mayo de 2012). Por el cual se adopta el plan de desarrollo económico, social y de obras públicas: “la decisión correcta”. Acacías. 2012. No 200.02. p 1-119.

COLOMBIA, MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Ley 300 (26 de julio de 1996). Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 1996. No 42845. p 21-23.

COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Ley 397 (7 de agosto de 1997). Por la cual se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 1997. No. 43.102. p 1-66.

DE QUINTERO, SCARON. El Diagnóstico Social. Ed Humanitas. Argentina. 1985. 26 p.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE ESTADISTICA. Población Proyectada. [Online] 2012. [Citado el 26-04-2014].

DRUCKER, PETER. La Dirección Dinámica de Empresas. International Business Institute Inc. Instituto para la Formación y Desarrollo Humano. 1987. 28.29 p.

ESPINOZA VERGARA, MARIO. Programación Manual para Trabajadores Sociales. Ed Humanitas. Argentina 1987. 55 p.

FUNDACIÓN ORGANIZACIÓN CARNAVAL NACIONAL DE CARNAVALES // Federación Colombiana de Carnavales, Festivales, Ferias Y Fiestas. 2013 Disponible en Internet.

Historia de Acacias, Corregimiento de Boyacá, Pueblo de Acacias, Ciudad del Retorno. [Anónimo] [s.l.], [s.n.], 2011

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Establecimientos gastronómicos y bares requisitos de sostenibilidad. NTS-TS 004. Bogotá, D.C. 2008. 1-14 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Realización de actividades básicas para la prestación del servicio. NTSH 001. Bogotá, D.C. 2003. 1-5 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Información a clientes, atención de sugerencias y reclamaciones de acuerdo a políticas de servicio. NTSH 002. Bogotá, D.C. 2003. 1-6 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Prestación de servicio de recepción y reservas conforme a manuales existentes. NTSH 003. Bogotá, D.C. 2003. 1-8 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Atención del área de conserjería conforme a manuales existentes. NTS- 004. Bogotá, D.C. 2003. 1-5 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Manejo de valores e ingresos relacionados con la operación del establecimiento. NTS- 005. Bogotá, D.C. 2003. 1-5 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. NTS- USNA 001. Bogotá, D.C. 2002. 1-5 p.

LEGUIZAMÓN, Manuel. MORENO, Edgar. TIBANIZCO, Nancy. Impacto turístico del Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá. En: Revista Pasos Online, 2013. Vol. 11. N° 1. Pág. 73-87.

MARTIN, Miguel Ángel. Del folclor llanero. Villavicencio: editorial Lit. Juan XXIII, 1979. 97 pág.

MARTINEZ BENCARDIO, CIRO. Estadística Básica Aplicada. Eco Ediciones, 2008. ISBN 9586484580, 9789586484589. 386 p.

NAVIA LÓPEZ, MARTHA ISABEL Y CLAVIJO GUTIERREZ, NELSON ORLANDO. Guía Metodológica para la Gestión y Organización de Eventos Recreativos para Líderes de Comunidades menos Favorecidas. Revista Digital N° 138. Buenos Aires. Noviembre de 2009

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Entender el Turismo: Glosario Básico. [Online]. 2007. Madrid (España). [Citado el 26-04-2014].

PERESSON, MARIO. 1996. 88 p. En: BASURTO, Arteaga y GONZALEZ, Monserrat. Diagnostico. En Desarrollo Comunitario. 2001. México. 82 – 106 p.

PIZARRO MALLARINO, Olga. Et al. La Fiesta, La Otra Cara Del Patrimonio: Valoración De Su Impacto Económico, Cultural Y Social. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2004. 138 pág. ISBN: 958-698-À

ROMERO FERNÁNDEZ, ANDRES. Adaptado de DRUCKER, PETER. Dirección Dinámica de las Empresas. P 16.

SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, JOSÉ MARÍA. El Plan Estratégico en la Práctica. 3 ed. España: Esic, 2012. 388 p. ISBN 978-84-7356- 881-4.

STANLEY PRICE, Nicholas. Bogotá, Colombia, 2004. [En: entrevista realizada por Olga Pizano para la revista Apuntes de la Pontificia Universidad Javeriana.]

UNESCO. Convención para salvaguardia del patrimonio. Paris, 2003.

## ANEXOS

### Anexo A. Joropera Colper



Fuente Propia



Joropera Colper, Consultado el 27 de marzo De:  
[https://www.facebook.com/RetornoAcacias/photos\\_stream](https://www.facebook.com/RetornoAcacias/photos_stream)

## **Anexo B. Coleo en el Festival del Retorno, Acacías – Meta.**



Coleo en el Festival de Retorno, consultado el 27 de marzo De:  
[https://www.facebook.com/RetornoAcacias/photos\\_stream](https://www.facebook.com/RetornoAcacias/photos_stream)

## **Anexo C. Escenarios del Festival del Retorno.**



**Fuente Propia**



Fuente Propia



Fuente Propia



## **Anexo D. Entrevista con el Alcalde municipal de Acacías, Meta**

- ¿Qué hace la Alcaldía respecto al turismo?

El fortalecimiento del turismo como línea base de desarrollo del municipio, en el sentido en que debe ser el turismo la economía puntual que marque la fortaleza del desarrollo de esta tierra, actuando como tal como una economía paralela a la del petróleo. Estamos convencidos que el turismo es la base porque tenemos afluentes hídricos de gran importancia a partir de los cuales se puede impactar sitios turísticos importantes tal como el Malecón, sitio en donde se congregan todas las personas. Estamos tratando de fortalecer unos senderos ecoturísticos en la parte alta de Acacías en donde podamos unir unos corredores turísticos para llevar la gente para que interactúen con la naturaleza y también vamos a colocar en la entrada del municipio en una parte que se llama el Punto Turístico, entre calles 18 y 19, en el primer semáforo de la entrada de Acacías, un monumento en honor al baile del Joropo, acompañado de la marca Acacías para hacer un honor al municipio como tal y empezar a posicionar la marca.

El año pasado en el Festival del Retorno hicimos el lanzamiento de la marca Acacías, la tarea que nos queda es fortalecerla para que por algún símbolo se nos reconozca como municipio.

- ¿Existe algún comité organizador del Festival, si existe cuánta gente lo conforma?

Existe una junta directiva cuyo presidente es el alcalde y donde varios secretarios de despacho, entre ellos el director del Instituto de Cultura y Turismo de Acacías, secretaria de fomento, secretaria financiera, el secretario de gobierno, algunos miembros del sector bancario, algún miembro del comercio y algunos representantes de la parte de teatro y obras y un representante estudiantil. A través de esta junta nosotros les damos un avance de cómo va la planeación y recibimos algunas sugerencias.

El festival básicamente se organiza entre el Instituto de Cultura y Turismo, entre una fundación particular y el municipio, es un convenio tripartita, el Instituto tiene recursos presupuestales que él aporta dineros, el municipio también aporta una parte y la fundación particular pone recursos, unimos esos 3 hacemos una bolsa y esa es la base de arranque de la organización de la festividad.

- ¿Se aceptan donaciones y patrocinios para el Festival del Retorno?

De donde más nos subsidiamos es de patrocinios de Ecopetrol siendo el mayor patrocinador del Festival de Retorno, han sido casi los patrocinadores oficiales del Festival, Águila, Aguardiente Llanero, Aguardiente Antioqueño, Claro y Llano gas.

- ¿Cuánto cuesta el festival del retorno?

Eso es relativo porque si hablamos de dinero como tal no tendría la cuantía porque hay mucha gente que no aporta dinero sino que ponen una orquesta o sonido, eso intangible, como hay empresas que ponen 100 millones de pesos, el sector bancario por ejemplo nos ayuda con publicidad, pero eso debe estar sobre el orden de los 1000 a 1300 millones de pesos

- ¿Desde cuánto tiempo de anticipación se organiza el festival? ¿Existe algún organigrama?

Se arranca empezando el año, digamos en Enero - Febrero se empiezan a organizar las festividades.

- ¿Existe alguna imagen o marca propia del Festival?

No, el festival para cada una de sus versiones saca un afiche que pueden hacer del momento de lo que esté en furor y de eso vaya acompañado el afiche del festival o algo autóctono del festival, una pareja de baile. El afiche de cada año queda a criterio de la imaginación, muchas veces se hace hasta un concurso. El tema emblemático del festival, casi q la palabra retorno es el emblema que quiere decir retornar a la tierra, el festival del retorno se empezó a hacer en honor a los acacireños que se van a otras partes del país o del mundo y para esa fecha regresan al municipio.

- ¿Existe algún registro de visitantes que llegan al municipio?

Para este entonces se hacen algunas muestra aleatorias de encuestas, con lo cual uno puede hacer algunos cálculos estadísticos que se aproximan a la realidad se habla que para el año 2012 tuvimos una afluencia más o menos de algunos 40.000 turistas y para el 2013 estuvimos sobre el orden de los 60.000

- ¿Algunas actividades del Festival del Retorno tienen costo?

La programación del festival es una programación pública u oficial, todo lo que tenga q ver con tarima de orquestas, de tarima de festival folclórico, de tarima de música llanera no tiene ningún costo. En todos los eventos en los que los recursos

sean del convenio Tripartita no tienen ningún costo. Es de los pocos festivales en esta región que no cobramos el ingreso a nada y que tiene prioridad para nosotros el público antes que la ubicación del alcalde o del gobernador que quede bien montada la gente.

- ¿Cómo se maneja la publicidad del Festival del Retorno?

Nosotros vamos y hacemos presentaciones previo al festival y como para el fortalecimiento del mismo, vamos y hacemos presentaciones en centros comerciales en Bogotá, en canales nacionales porque todos los municipios de Colombia tienen derecho a un tema que se llama el Código Cívico y por el Código Cívico a uno le deben dar unos segundos de televisión nacional, entonces uno va hace la vuelta le dan el Código Cívico y le permiten sacar un comercial chiquito de 30 segundos, eso no tiene ningún costo. También desplegamos publicidad en aeropuertos y se trata de llevar alguna muestra folclórica. A través de las redes sociales es que más desplegamos nosotras la publicidad de nuestro Festival e interactuamos con otros festivales del país hay veces que vamos y participamos en muestras folclóricas en Cartagena, Barranquilla, Cali y aprovechamos para promocionarlo.

- ¿Se maneja algún plan de emergencia para el Festival del retorno?

Claro, ninguna festividad en el municipio se puede hacer sin un plan de contingencia. El plan de contingencia lo elabora la defensa civil, los bomberos voluntarios y la cruz roja. Ellos hacen un diagnóstico del escenario y a partir de allí se conjugan todos los conglomerados de necesidades, en que sitios debe haber ambulancia, sugieren que capacidad de fuerza pública debe haber para cada escenario, se señala cada uno de los escenarios con ingresos, salidas de emergencia, zonas específicas de evacuación. Y a partir de este diagnóstico se empiezan a hacer reuniones con la fuerza pública para determinar cuánta Policía, Ejército, Sijin y DAS nos deben ayudar.

## **Anexo E. Entrevista con el director del Instituto de Cultura y Turismo**

- ¿Cuáles son los principales objetivos de la identidad?

Tenemos como objetivo promover e incentivar la cultura y el turismo por medio de proyectos para el desarrollo del municipio de Acacías Meta.

- ¿Frente al turismo en el municipio, que estrategias o proyectos maneja esta entidad?

Estamos implementado la creación de espacios para el desarrollo del turismo en el municipio, en los colegios estamos implementando programas donde se promueve la cultura y el turismo, la adecuación del malecón turístico promocionar más el Festival del Retorno y finalmente la implementación de rutas y atractivos turísticos.

- ¿Frente al Festival del Retorno, qué estrategias o proyectos se llevan a cabo por parte de esta entidad?

Tenemos a disposición del público durante el festival variedad de actividades, como una tarima exclusivamente para música llanera, otra para música colombiana y otra con orquestas de todo tipo de género musical, esto con el fin de que el turista se sienta a gusto y pueda disfrutar .

Se está adecuando la Villa Olímpica pero no para actividades culturales sino para actividades deportivas.

- ¿Qué opina sobre los diferentes prestadores de servicios turísticos en el municipio?

Sabemos que tienen poco compromiso con la parte oficial en cuanto aceptar las capacitaciones y normas por parte del instituto, esto genera que el sector sea débil, hay algunos que se encuentran bien organizados pero la mayoría le hace falta la conciencia e interés sobre la normatividad y la prestación del servicio que deben cumplir.

- ¿Qué medidas de control se aplican por parte de esta entidad para la apertura y prestación de servicios en hoteles, restaurantes, y bares?

En el año 2013 se realizaron auditorias por parte del ICTA, con la secretaria de gobierno y secretaria de salud visitamos los establecimientos verificando el

cumplimiento de la normatividad, y los que no estaban cumpliendo se realizaron capacitación en el mes de noviembre donde vino el ministro de turismo y se les entrego el Registro Nacional de Turismo, y se les hablo sobre los documentos que debían tener para la prestación del servicio.

- ¿Piensa usted que la oferta turística que ofrece el municipio durante el desarrollo del Festival del Retorno es suficiente y excelente?

La oferta turística ha tenido un crecimiento notable, y pienso que los servicios que estos prestan son muy buenos aunque cabe resaltar que se debe mejorar muchísimo.

- ¿Esta entidad ofrece alguna capacitación o cursos para los prestadores de servicios turísticos? en caso de que no ¿se ha contemplado en la idea de realizarlo?

Sí, se han realizado capacitaciones cada tres meses, los convocamos pero el desinterés es grande por parte de los prestadores de servicios turísticos, por decir algo de 80 hoteles del municipio solo van 6 personas y como estas capacitaciones no son obligatorias, las personas les da pereza no sacan el tiempo disponible.

## Anexo F. Encuesta perfil del visitante Festival del Retorno Acacías Meta

Estimado Visitante

Por favor diligencie esta encuesta marcando con una X, la respuesta que considere adecuada según su criterio o percepción.

**Nombre (opcional):** \_\_\_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_

**Género:**  F  M

**Estrato:** \_\_\_\_\_

**Procedencia:** Habitante Rural  Turista Nacional   
Habitante Urbano  Turista Extranjero

1. ¿Considera usted que el Festival Del Retorno promueve el turismo en Acacías?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_ ¿Por qué?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. ¿En cuántas ocasiones ha asistido al Festival Del Retorno en Acacías?

Número de veces \_\_\_\_\_

3. ¿Cuál es su motivación para asistir al Festival Del Retorno? (Marque solo una opción)

- |             |                          |                                |                          |
|-------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| a) Turismo  | <input type="checkbox"/> | b) Negocios/trabajo familiares | <input type="checkbox"/> |
| c) Visita a | <input type="checkbox"/> | ¿Cuál?                         | <input type="checkbox"/> |
| d) Otro     | <input type="checkbox"/> |                                |                          |

\_\_\_\_\_

4. ¿Qué evento le llama más la atención del Festival Del Retorno? (Marque solo una opción)

- |  |                    |                          |
|--|--------------------|--------------------------|
| a) Torneo internacional de música Llanera. | d) Cabalgata       | <input type="checkbox"/> |
| b) Reinado internacional del Joropo        | e) Coleo           | <input type="checkbox"/> |
| c) Joropera Colper                         | f) Noche Acacireña | <input type="checkbox"/> |
|  | g) Otro ¿Cuál?     | <input type="checkbox"/> |

\_\_\_\_\_

5. ¿Cuándo asiste al Festival del Retorno, que modalidad de alojamiento utiliza?

- a) Hotel
- b) Finca turística
- c) Casa de
- d) Casa propia
- e) Otra ¿Cuál?
- Familia/amigos
- 

6. ¿Cuál es la duración de su visita en el Festival del Retorno?

Número de días \_\_\_\_\_

7. ¿Cómo considera usted la organización del Festival Del Retorno?


a) Excelente

b) Buena

c) Regular

d) Pésima

8. Califique de 1 a 5 (1: malo, 3: regular, 4: bueno, 5: excelente), de acuerdo a su percepción en cuanto a calidad, en cada uno de los siguientes servicios.

	HIGIENE	SEGURIDAD	ATENCION Y SERVICIO	CALIDAD DE LA EXPERIENCIA
Alojamiento				
Restaurantes				
Bares / Discotecas				
Transporte				

9. Califique los siguientes aspectos del desarrollo del Festival del Retorno teniendo en cuenta que; 1: deficiente, 2: malo, 3: regular, 4: bueno, 5: excelente.

- a) Planificación
- b) Infraestructura
- Problemáticas ambientales / sociales

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

10. ¿Considera usted que el Festival del Retorno es un atractivo turístico?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_ ¿Por qué?

---



---

11. ¿Qué aspectos considera usted que se deben mejorar en el Festival del Retorno?

**Fuente Propia**

**Anexo G. Formato para entrevista semiestructurada en establecimientos de alojamiento y hospedaje.**

Nombre del entrevistado:	
Nombre del establecimiento:	
Ubicación del establecimiento:	
Tipo de establecimiento:	
Número de Habitaciones:	
Tarifas y medios de pago:	
Servicio de alimentación:	
¿Cuenta con el <b>Registro Nacional De Turismo?</b>	
¿Conoce las Normas Técnicas Sectoriales para establecimientos de alojamiento y hospedaje? (NTSH 001-006)	
¿Conoce la Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo?	
¿Tiene la certificación de Calidad Turística?	
¿Cuenta el establecimiento con un Manual de Procedimientos?	
¿Cuenta el establecimiento con un formato de quejas y reclamos? ¿De ser así, se aplica el correcto procedimiento para dar solución a quejas y reclamos?	
¿Cuenta el establecimiento con un Software operativo para el Check – in, Check – out y manejo de reservas?	
¿Cuenta el establecimiento con un registro de huéspedes por temporadas?	
¿Durante el Festival del Retorno aumenta la ocupación en el establecimiento?	
¿Aumentan las tarifas durante el Festival del Retorno? ¿Cuánto?	
¿Cuenta el establecimiento con servicio de Conserjería o Botones?	



¿Han manejado alguna vez convenios con Agencias de Viajes?	
¿Existen normas de seguridad y manipulación de equipaje dentro del establecimiento?	
¿Cuenta el establecimiento con rutas de evacuación?	
¿Han realizado simulacros de evacuación a los empleados del establecimiento?	
¿Cuenta el establecimiento con extintores y detectores de humo?	
¿Alguno de los empleados maneja una segunda lengua?	
¿Cuenta el establecimiento con habitaciones especiales para personas en situación de discapacidad?	
¿Ofrece el establecimiento información turística general y de la zona?	
¿Ofrece el establecimiento información cultural y comercial del municipio?	
¿Cuenta el establecimiento con vigilancia privada las 24 horas?	
¿Ha recibido el personal del establecimiento capacitación en servicio al cliente?	
¿Tiene conocimiento de alguna iniciativa del Instituto de Cultura Y turismo de Acacías o de la Alcaldía para la mejora del servicio de Alojamiento?	
Inconsistencias del establecimiento:	
Opinión personal por parte del prestador de servicio frente a los hoteles del municipio.	

Fuente propia

**Anexo H. Formato para entrevista semiestructurada en establecimientos gastronómicos y bares.**

Nombre del entrevistado:	
Nombre del establecimiento:	
Ubicación del establecimiento:	
Tipo de establecimiento:	
Tarifas y medios de pago:	
¿Cuenta con el <b>Registro Nacional De Turismo</b> ?	
¿Conoce la Norma Técnica Sectorial 004?	
¿Cumple con la norma técnica sectorial 004? ¿Si la cumple, como es el manejo de residuos en el establecimiento?	
¿Conoce el manual de buenas prácticas de manufactura?	
¿Cumple con el manual de buenas prácticas de manufactura? ¿Si la cumple a que temperatura deben estar los productos congelados?	
¿Realiza capacitación continua a su personal para la buena prestación del servicio?	
¿Cuenta con algún registro de clientes que ingresaron al establecimiento durante el Festival del Retorno?	
Inconsistencias del establecimiento:	
Opinión personal por parte del prestador de servicio frente a los hoteles del municipio.	

Fuente propia

**Anexo I. Formato de entrevista semiestructurada en empresas transporte terrestre turístico.**

Nombre del entrevistado:	
Nombre de la empresa:	
Ubicación:	
Tipo de empresa:	
Tarifas, temporada baja y temporada alta.	
Destinos:	
¿Cuenta la empresa con una política de calidad?	
¿Cuenta la empresa con un Manual de Procedimientos?	
¿Cuenta la empresa con un formato de quejas y reclamos? ¿De ser así, se aplica el correcto procedimiento para dar solución a quejas y reclamos?	
¿Tienen una línea de atención al cliente?	
¿A los conductores se les ofrece capacitación antes de ingresar a la empresa? ¿De ser así, reciben capacitación en primeros auxilios?	
¿Cuántos pasajeros movilizan aproximadamente durante un año a Acacias?	
¿Cuántos pasajeros llegan a Acacias durante el Festival del Retorno por medio de su empresa?	
Inconsistencias del establecimiento:	
Opinión personal por parte del entrevistado frente a las demás empresas de transporte del municipio.	
Observaciones por el profesional de turismo:	

**Fuente Propia**

## Anexo J. Formato de entrevista semiestructurada en agencias de viaje.

Nombre del entrevistado:	
Nombre del establecimiento:	
Ubicación:	
Tipo de establecimiento:	
Servicios ofertados:	
Tarifas	
¿Cuenta con el <b>Registro Nacional de Turismo</b> ?	
¿Conoce las Normas Técnicas Sectoriales para Agencias de Viajes?	
¿Cumple con las Normas Técnicas Sectoriales? ¿Tiene sala de espera y atención al cliente?	
¿Conoce cómo se debe diseñar un paquete turístico?	
Según la NTS 010 ¿Cuál es la edad permitida del cliente según la clasificación de los rápidos?	
¿Realiza capacitación continua a su personal para la buena prestación del servicio?	
¿Qué hizo la agencia de viajes como aporte al Festival del Retorno	
Inconsistencias del establecimiento:	
Opinión personal por parte del entrevistado frente a las demás empresas de transporte del municipio.	
Observaciones por el profesional de turismo:	

Fuente Propia

**Anexo K. Formato para entrevista semiestructurada en entidades gubernamentales.**

Nombre de la entidad.
Nombre del entrevistado.
Cargo que desempeña.
Principales objetivos de la entidad.
¿Frente al turismo en el municipio, que estrategias o proyectos maneja esta entidad?
¿Para el desarrollo del Festival de Retorno esta entidad genera algún aporte social, económico, ambiental?
¿Frente al Festival del Retorno, qué estrategias o proyectos se llevan a cabo por parte de esta entidad?
¿Tiene la entidad algún registro del número de turistas y visitantes que ingresan al municipio de Acacías durante el Festival del Retorno?
¿Qué opina sobre los diferentes prestadores de servicios turísticos en el municipio?
¿Qué medidas de control se aplican por parte de esta entidad para la apertura y prestación de servicios en hoteles, restaurantes, y bares?
¿Piensa usted que la oferta turística que ofrece el municipio durante el desarrollo del festival del Retorno es suficiente y excelente?
¿Esta entidad ofrece alguna capacitación o cursos para los prestadores de servicios turísticos? en caso de que no ¿se ha contemplado en la idea de realizarlo?
¿Qué inconsistencias piensa que tiene la entidad frente al turismo y al festival?
Aspectos a mejorar por parte de la entidad:
Opinión personal por parte de la entidad gubernamental frente al turismo y la prestación de servicios de bares y restaurantes en el municipio.
Observaciones por el profesional de turismo.

**Fuente Propia.**