



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA

POSIBLE

Plan de Desarrollo Turístico
Municipio de Barrancabermeja 2019-2029



EQUIPO DE TRABAJO

2



Índice

- 1 Introducción..... 4
- 2 Conclusiones claves del diagnóstico 6
- 3 Visión, objetivos y metas..... 10
- 4 Desarrollo del Plan Estratégico turístico de Barrancabermeja 20
 - 4.1 Estrategia de posicionamiento turístico de Barrancabermeja 22
 - 4.2 Estrategia de productos turísticos 28
 - 4.3 Estrategia de mercado, comunicación y promoción..... 42
 - 4.4 Estrategia de sostenibilidad..... 57
 - 4.5 Estrategia de calidad y fortalecimiento empresarial 62
 - 4.6 Estratetegia de gobernanza y gestión..... 64
- 5 Programas y proyectos..... 68
 - 5.1 Programa de productos y destinos..... 69
 - 5.2 Programa de mercado, comunicación y promoción..... 91
 - 5.3 Programa de sostenibilidad..... 104
 - 5.4 Programa de calidad y fortalecimiento empresarial 114
 - 5.5 Programa de gobernanza y gestión 123
- 6 Presupuesto del PDT 131
- 7 Bibliografía 134

3



El progreso es de todos

Mincomercio



BARRANCABERMEJA POSIBLE

AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

1 Introducción

4

El objetivo de este documento es presentar las estrategias y los programas de acción que permitan avanzar en el desarrollo turístico del Municipio de Barrancabermeja en un horizonte de 10 años (2019 - 2029), con el fin de aprovechar de manera sostenible los recursos, preparar el territorio para el disfrute turístico, mejorar la experiencia en el destino, trabajar en la competitividad y en el posicionamiento del municipio con el fin de incrementar la llegada y el gasto de los turistas.

El Plan se ha realizado teniendo en cuenta los resultados del diagnóstico en el que, a través de fuentes secundarias y con base en el trabajo de campo y la interacción constante con los actores del sector, se identificó el estado en el que se encuentra la oferta turística del municipio, la competitividad de la cadena de valor y el comportamiento de la demanda, a la vez que se establecieron las debilidades y fortalezas. De esa primera fase se destaca el desarrollo de la infraestructura de soporte con que cuenta el municipio y el potencial de sus recursos naturales para ser integrados a la oferta del destino. Se reconoce la necesidad de trabajar en el posicionamiento turístico de la ciudad, así como en el aprovechamiento de los elementos identitarios con los que hoy se relaciona a Barrancabermeja.

El Plan de Desarrollo Turístico del Barrancabermeja ha sido enmarcado dentro de los lineamientos que plantea el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 y el Plan sectorial de turismo de ese mismo período, es por esto que, además de contribuir al cumplimiento de los objetivos del municipio, lo hará a los objetivos sectoriales nacionales.

Este documento se presenta en cinco grandes componentes:

- Resultados del diagnóstico desde donde se desprenden las estrategias que regirán el plan.
- Definición de la visión, los objetivos y las metas que se proponen para Barrancabermeja.
- Concepto de posicionamiento sobre el que trabajará el municipio y cómo quiere ser percibido hasta el 2029
- Estrategias para conseguirlo: De producto, mercados, comunicación y promoción, calidad y fortalecimiento empresarial, sostenibilidad y gobernanza.
- Acciones propuestas para la implementación de las estrategias
- Estimación de presupuestos

Para la elaboración del Plan de Desarrollo del Municipio de Barrancabermeja la consultoría trabajó con base en los siguientes criterios:

- Planificación turística orientada por el mercado
- Participación y consenso
- Construir sobre lo construido
- Sostenibilidad scocio-cultural, ambiental y económica.
- Visión integral a través de la cadena de valor del turismo
- Enfoque en productos reales y potenciales viables de implementación en el horizonte de corto, mediano y largo plazo previsto para el plan, pensados en experiencias únicas.





El progreso es de todos

Mincomercio



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

Proceso metodológico

El plan se elaboró de acuerdo al siguiente proceso:

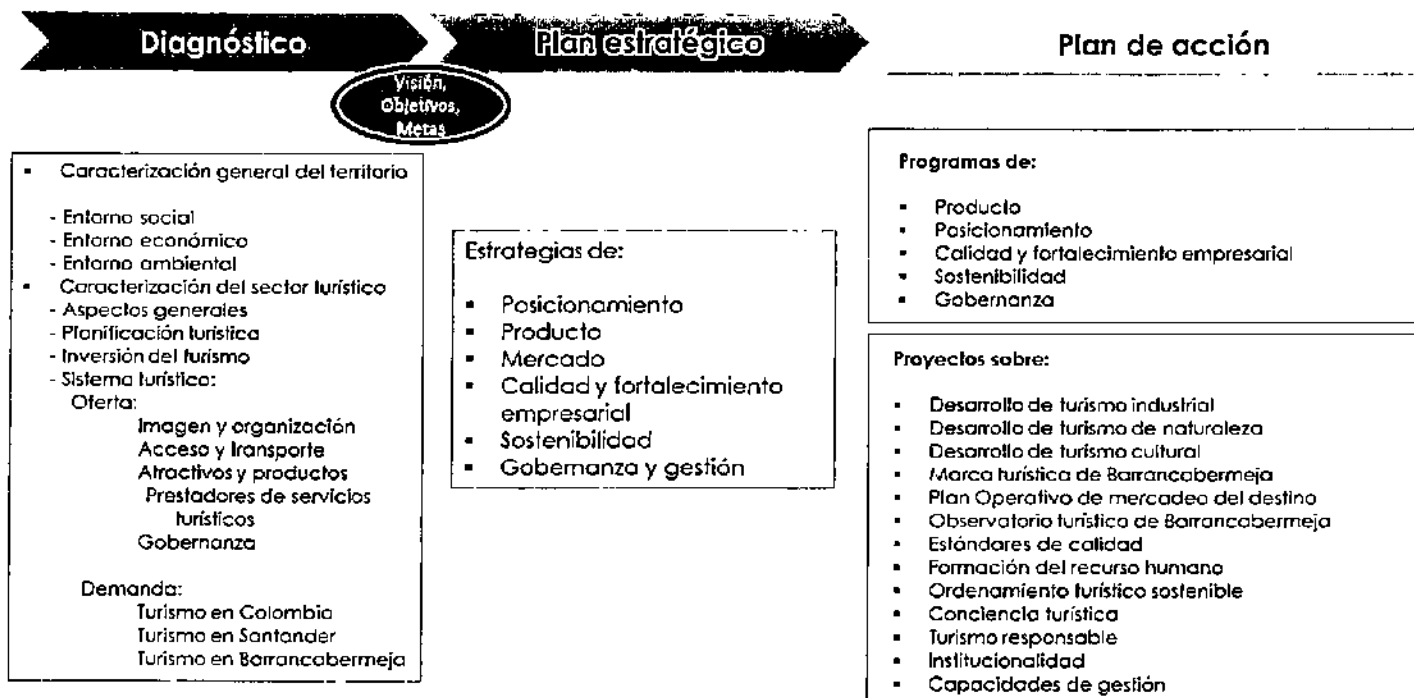


Gráfico 1: proceso metodológico PDT (Elaboración propia)



2 Conclusiones claves del diagnóstico

Para facilitar el entendimiento de las condiciones actuales del destino, este capítulo muestra las conclusiones del análisis de debilidades y fortalezas del sector turístico en el municipio de Barrancabermeja desagregado en 6 temáticas, en las que el equipo consultor consideró podrían agruparse los aspectos más relevantes identificados, como base para la definición de estrategias que permitan alcanzar los objetivos propuestos en el Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja 2019 - 2029:

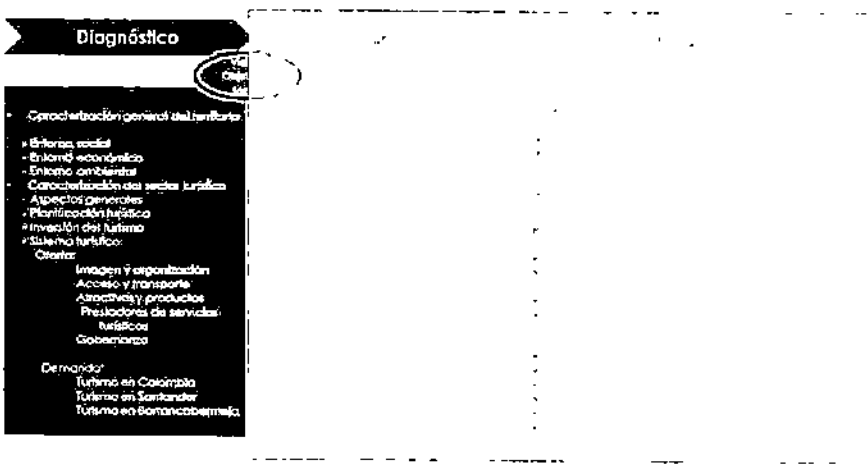


Imagen 1: fase de diagnóstico (Elaboración propia)

Factores claves

Posicionamiento	Factores de oportunidad
	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento del municipio especialmente por la industria del petróleo. - Esfuerzo de las entidades regionales por incluirlo en estrategias nacionales de turismo como la Ruta del Río Magdalena (Magdalena Travesía Mágica). - Identidad cultural ribereña.
	Factores de mejora
	<ul style="list-style-type: none"> - El Municipio de Barrancabermeja no se reconoce como destino turístico. - El Imaginario está centrado en un sector industrial que se percibe lejano a la actividad turística. - No hay una marca que aporte al imaginario turístico del destino.

Tabla 1: factores de oportunidad y mejora en posicionamiento (Elaboración propia)



7

Destinos y productos turísticos	Factores de oportunidad
	<ul style="list-style-type: none"> - Riqueza natural del municipio alrededor del sistema de humedales del Magdalena Medio, cuyo principal afluente es el Río Magdalena. - Diversidad de flora y fauna. - Esfuerzos de entidades como el Centro de Estudios Regionales y la Cámara de Comercio por aportar en el diseño de productos turísticos. - El Municipio ha sido incluido en el proceso de diseño de producto turístico: Magdalena Travesía Mágica. - Barrancabermeja es el municipio que inspiró y vio nacer un símbolo de la cultura colombiana: La letra y música de la Pollera Colorá. - Diversidad de eventos culturales y deportivos en el municipio. - Infraestructura que da cuenta de la historia de la exploración y explotación petrolera, susceptibles de aprovechamiento turístico. - Experiencia en la prestación de servicios turísticos alrededor del turismo industrial - petrolero - Adecuada infraestructura de la oferta hotelera y gastronómica del municipio. - Reconocimiento de la gastronomía del municipio - Medios de transporte para el acceso al municipio adecuados (terrestre, aéreo y fluvial). - Reconocimiento por parte de las autoridades y los actores relevantes del sector de la importancia de contar con productos turísticos
	Factores de mejora
	<ul style="list-style-type: none"> - No se identifican productos turísticos operativos - No se cuenta con guiones para los recorridos turísticos del municipio. - La señalización de los atractivos turísticos del municipio es casi nula - No se identifica un inventario de la fauna y flora del municipio, relevante por la importancia que quiere dársele al potencial de turismo de naturaleza. - Muchos de los eventos realizados en el municipio son de corta duración y periodicidad limitada, lo que limita el gasto. - Falta de estandarización de precios en los servicios de transporte. - El municipio no cuenta con una terminal de transporte terrestre. - Limitado número de empresas operadoras de turismo que trabajen con turismo de receptivo. Es casi imperceptible la oferta local.

Tabla 2: factores de oportunidad y mejora de destino y productos turísticos (Elaboración propia)

 Mercados, marketing y promoción	Factores de oportunidad
	<ul style="list-style-type: none"> - Llegada de visitantes nacionales y extranjeros por turismo de negocios, principalmente relacionados a la industria petrolera. - Esfuerzos por aprovechar espacios de promoción en eventos nacionales, principalmente ferias como ANATO. - Se identifican iniciativas de los operadores turísticos del municipio (por ejemplo, las agencias agremiadas Asoaviba) por poner a disposición oferta que permita disfrutar el destino. - Se percibe el compromiso de entidades como la Cámara de Comercio de Barrancabermeja y gremios como Cotelco por liderar esfuerzos que contribuyan al posicionamiento de Barrancabermeja.
	Factores de mejora
	<ul style="list-style-type: none"> - Los esfuerzos y recursos dispuestos para la promoción turística del municipio se perciben como limitados.



El progreso es de todos Mincomercio



AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



<p>Factores de oportunidad y mejora en mercados, marketing y promoción</p>	<ul style="list-style-type: none"> -No se identifican una estrategia de segmentación de mercados para ofrecer el destino - Escasa información turística del municipio. No se cuenta con un sitio web, no hay punto de información turística, no se identifica material representativo. - Canales de comercialización no definidos. Los agencias de viaje mayoristas no incluyen el destino en su portafolio. Solo lo operan por solicitud específica de la demanda.
---	--

Tabla 3: factores de oportunidad y mejora en mercados, marketing y promoción (Elaboración propia)

8

<p>Calidad y fortalecimiento empresarial</p>	<p>Factores de oportunidad</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Reconocimiento de la importancia de apostarle al turismo en la ciudad como alternativa de desarrollo económico. - Comunidades, especialmente en el área rural del municipio comprometidas con el desarrollo turístico - Instituciones educativas comprometidas con la mejora de la competitividad del sector, especialmente el SENA y la Institución San Marco.
	<p>Factores de mejora</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Bajo grado de apropiación del turismo como sector económico en las comunidades. - Limitada articulación del recurso humano al sector empresarial turístico - Bajos niveles de formalización en el sector - Actores tan importantes para el sector como los guías de turismo no cuenta con RNT - Desconocimiento y bajo aprovechamiento de las oportunidades del sector turístico en otros eslabones distintos a la alimentación y alojamiento. - Oferta de alojamiento dirigida al turista de corporativo que no tienen en cuenta al segmento cuya motivación es el disfrute del turístico.

Tabla 4: factores de oportunidad y mejora en calidad y fortalecimiento empresarial (Elaboración propia)

<p>Sostenibilidad</p>	<p>Factores de oportunidad</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Oportunidad del sector turístico como actividad de diversificación de la economía, para generar desarrollo y contribuir al bienestar de los habitantes. - Reconocimiento por parte de los actores del sector de la necesidad de garantizar la sostenibilidad de la práctica turística en el municipio.



9

	<ul style="list-style-type: none"> - Importancia que dan las comunidades al turismo para la conservación y el realce de la identidad cultural especialmente en los corregimientos de Barrancabermeja
	<p align="center">Factores de mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> - El Municipio no cuenta con planes de manejo para el ecosistema de ciénagas que se quiere promover en el municipio. - Falta de conservación y apropiación de los atractivos culturales y naturales. - Bajo grado de apropiación del turismo como sector económico en las comunidades. - No se reconoce el potencial del turismo para la conservación del patrimonio cultural del municipio. - No se identifican ejercicios de concertación para la definición de códigos de turismo responsable
	<p align="center">Factores de oportunidad y mejora en sostenibilidad (Elaboración propia)</p>
Gobernanza y gestión	<p align="center">Factores de oportunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se reconoce la importancia de diversificar la economía de la ciudad y el impacto positivo que podría tener el turismo. - Ejercicios de planificación para proyectar a Barrancabermeja como destino turístico. - Existencia y operatividad del Consejo Municipal de Turismo, que facilita la articulación entre el sector público y privado. - Disposición y compromiso de entidades como la Cámara de Comercio y el SENA con el desarrollo turístico del municipio. - Se identifican esfuerzos asociativos entre los prestadores de servicios turísticos propios de la región (AVIVA, ARUBA). - Participación de prestadores de servicios turísticos en agremiaciones de carácter nacional (Cotelco, ANATO, ACODRES). - Líderes y comunidad de los corregimientos de Barrancabermeja comprometidos con la iniciativa de fortalecer el desarrollo a través del turismo. - Presencia de empresas del sector petrolero con disposición a apoyar iniciativas que aporten a la diversificación de la economía.
	<p align="center">Factores de mejora</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - No se considera el desarrollo turístico como prioritario para el municipio. - Los actores del sector no han percibido lineamientos claros para el desarrollo del sector a lo largo del tiempo. - El sector turismo tiene una débil estructura organizacional en la administración municipal. - Limitados recursos destinados al fortalecimiento del sector turístico. - Debilidades en los procesos de articulación entre el sector público, privado y la comunidad. - El liderazgo comunitario y administrativo no cuenta con conocimiento técnico requerido para afrontar los retos que tiene el sector turístico.

Tabla 6: factores de oportunidad y mejora en gobernanza y gestión (Elaboración propia)





Sobre esta base de Diagnóstico, se ha trabajado en la realización del Plan de Desarrollo Turístico. Al respecto, se definieron unas estrategias y proyectos preliminares que fueron validados con los actores locales del Municipio de Barrancabermeja en talleres participativos. Sobre los comentarios, ajustes y debates planteados en esas oportunidades, se definió la estructura y contenidos finales del Plan de Desarrollo Turístico que se presenta a continuación.

3 Visión, objetivos y metas

10

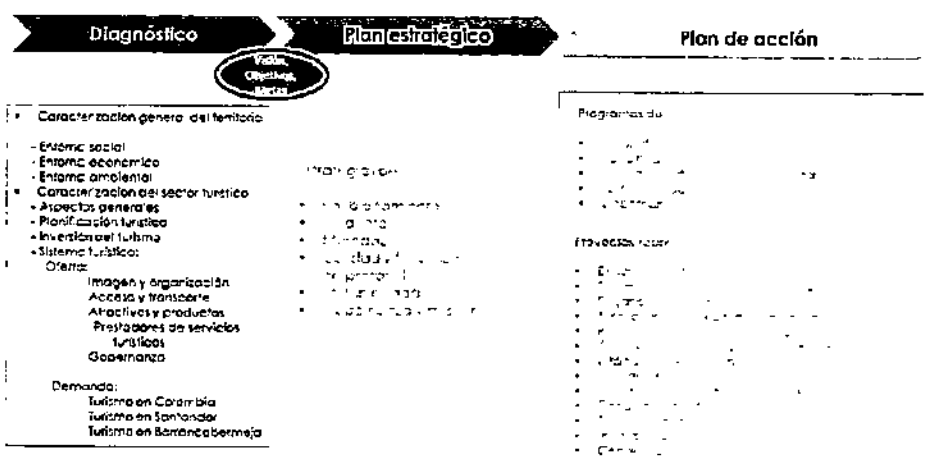


Imagen 2: fase de construcción de visión, objetivos y metas (Elaboración propia)

El presente capítulo aborda el resultado de la construcción participativa de visión que deberá orientar el desarrollo del turismo en Barrancabermeja hasta el 2029, la definición de objetivos y el establecimiento de metas del Plan de Desarrollo Turístico.

Construcción participativa de visión

La visión general del Plan de Desarrollo Turístico (PDT) de Barrancabermeja plantea la situación del sector turístico en el municipio una vez implementado el PDT. Es decir, en el 2029, ante la pregunta **¿qué es, qué tiene y qué se puede experimentar en Barrancabermeja?**, cualquier visitante, autoridad, prestador de servicios turísticos o miembro de la comunidad deberá estar en condiciones de dar una respuesta ajustada a la visión establecida.

La visión turística orienta el camino a seguir y el estado a alcanzar por parte del sector turístico del municipio en el futuro.

Después de los trabajos preliminares en talleres participativos y la validación de varias alternativas de visión con los actores locales, la visión turística de Barrancabermeja se definió así:



VISIÓN 2029

El desarrollo turístico de Barrancabermeja debe ser sostenible, es decir, debe ser capaz de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes y futuras sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. El desarrollo turístico debe ser sostenible cuando se logra el equilibrio entre el desarrollo económico, la sostenibilidad medioambiental y la sostenibilidad socio-cultural. No se concibe el desarrollo turístico para Barrancabermeja sin la interacción entre estas tres componentes, puesto que los beneficios derivados del desarrollo turístico serían limitados.

11

Tabla 7: Visión 2029

Es importante mencionar que esta visión turística se enmarca dentro del equilibrio que debe existir entre la sostenibilidad económica, la sostenibilidad medioambiental y la sostenibilidad socio-cultural. No se concibe el desarrollo turístico para Barrancabermeja sin la interacción entre estas tres componentes, puesto que los beneficios derivados del desarrollo turístico serían limitados.

En este enfoque, se tiene en cuenta los elementos clave que plantea el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización Mundial del Turismo con el fin de:

"Minimizar los efectos negativos del turismo en la sociedad y el entorno y; maximizar las contribución positiva y creativa del turismo a las economías locales, la conservación del patrimonio natural y cultural y la calidad de vida de anfitriones y visitantes"

Lo anterior para garantizar la continuidad del turismo como actividad en condiciones adecuadas, mientras se asegura la capacidad de la comunidad para aprovechar las oportunidades que genera el turismo de una forma sostenible.

Se consideran entonces los doce objetivos del Programa que se relacionan con los pilares de la sostenibilidad y se resumen en la siguiente ilustración²:

¹ PNUMA/OMT. "Por un Turismo más sostenible". 2006
² Idem





12

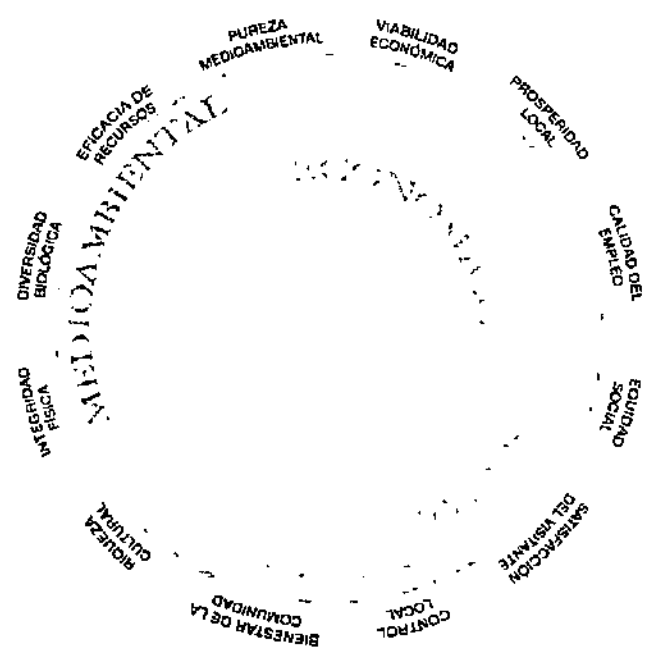


Imagen 3: Pilares de sostenibilidad "Por un Turismo más sostenible" (Tomada de CMI)

De igual manera, la visión del Plan de Desarrollo Turístico de Barrancabermeja debe suponer:

- El aumento de la actividad turística en el municipio
- Las líneas para convertir a Barrancabermeja en un destino de turismo sostenible con una oferta característica y diferenciada.
- Contribuir a la visión de turística del Departamento de Santander y del país
- Contribuir al desarrollo general del municipio
- Dinamizar el desarrollo de zonas rurales
- Ser una alternativa de generación de empleo
- Promover la equidad de género y propiciar escenarios de participación integral
- Recuperar y resaltar las culturas tradicionales
- Contribuir al manejo sostenible de los recursos, la administración y gestión de recursos naturales, manejo de ecosistemas y la conservación de la biodiversidad
- Mejora de la calidad de vida de las poblaciones
- Permitir el desarrolla nuevo mercados
- Fomentar la relación entre las empresas del sector turístico y el desarrollo comunitario

Objetivos

Para alcanzar la visión establecida para el PDT- Barrancabermeja 2019, se trabajó con los actores sociales en la definición de los objetivos que debe tener el Plan y que servirán de guía para el planteamiento de de las estrategias y las acciones para lograr el desarrollo turístico del territorio.

El resultado fue:



Objetivo General:

Convertir al turismo en una alternativa que complemente e impulse el desarrollo económico y mejore la calidad de vida de los habitantes del municipio de Barrancabermeja.

13

1. Desarrollar y consolidar una oferta turística sostenible

2. Aumentar los ingresos y la llegada de turistas.

3. Fortalecer los esquemas de gobernanza del sector

Gráfico 2: objetivo general y claves (Elaboración propia)

A partir de los objetivos centrales, se detallan los objetivos específicos para el desarrollo turístico del Municipio de Barrancabermeja:



El progreso es de todos

Mincomercio



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIAZUR



Objetivos clave	Objetivos específicos
-----------------	-----------------------

14

Desarrollar y consolidar una oferta turística sostenible

- Estructurar productos turísticos que potencialicen los elementos únicos del municipio
- Consolidar productos clave, fortalecer productos complementarios y desarrollar productos de nicho.
- Fortalecer el desarrollo de experiencias que permitan disfrutar de la convivencia que existe en el municipio entre la industria y la naturaleza
- Promover la formalidad empresarial
- Mejorar los estándares de calidad turística
- Fortalecer programas de formación para la competitividad turística
- Aportar en la preservación de los recursos naturales y la identidad cultural de las comunidades del municipio
- Promover esquemas de ordenamiento para el uso responsable de los recursos naturales
- Promover el turismo responsable
- Promover el desarrollo turístico de base comunitaria
- Posicionar a Barrancabermeja como destino turístico
- Priorizar mercados que encuentren en Barrancabermeja una opción para el disfrute turístico, atendiendo sus intereses y preferencias y desarrollando la oferta turística que mejor convine la riqueza del municipio con la demanda.
- Promover el aumento de llegada de turistas nacionales con motivación recreacional – ocio
- Promover el gasto del turista de negocio que actualmente llega al municipio a través de una mayor oferta de actividades que le permitan explorar y disfrutar Barrancabermeja
- Fortalecer las acciones de información y promoción del destino
- Definir canales comerciales de acuerdo a los segmentos priorizados

Aumentar los ingresos y la llegada de turistas

Fortalecer los esquemas de gobernanza del sector

- Contar con las herramientas y mecanismos que involucren actores comprometidos del sector público, privado y la comunidad y permitan la gestión eficiente del turismo en el municipio.
- Contribuir en la priorización del turismo en el municipio
- Aportar en la mejora de la capacidad institucional y de diálogo permanente por el desarrollo del turismo en Barrancabermeja

Tabla 8: objetivos claves y específicos (Elaboración propia)

El Plan de Desarrollo Turístico debe contribuir a reforzar la acción de otras estrategias nacionales, departamentales, municipales y sectoriales. Bajo estas líneas se presenta el gráfico de cuáles son estos niveles en los que se espera que el Plan pueda tener efecto.



15



Gráfico 3: pirámide de planificación (Elaboración propia)

Metas

Para el Plan de Desarrollo Turístico de Barrancabermeja, con base en los objetivos y el potencial identificado en la fase de diagnóstico, se fijan las metas a alcanzar en el 2029³. Estas se comparan con lo que sería el crecimiento orgánico⁴ del turismo en el municipio, con el fin de contar con una herramienta que permita visualizar la dimensión del beneficio e impacto de la implementación del Plan.

A continuación se detallan:

Variable	2018	Meta 2029
Total de visitantes anuales	9007	150.891
Total de visitantes nacionales anuales	8991	147.250
Total de visitantes internacionales anuales	16	3.641
Total de ingresos por gasto directo del visitante	9.188.165017* (Negocios con PDT)	4.140.185.321
Total acumulado de ingresos por gasto directo del visitante	**1.230.845.650	24.010.735.850
Empleos	N/A	147.504.220.948***
		2940

Imagen 4: metas PDT al 2029 (Elaboración propia)

* Estimados según entrevistas a prestadores de servicios turísticos, gastos propios en campo, y datos cruzados de fuentes varios en el municipio.
 ** Excluye el gasto de los turistas de negocios.
 *** Las metas son conservadoras, no tienen en cuenta la inflación en el tiempo ni una proyección de incremento del gasto diario de un visitante promedio que se pudiera ocasionar por un aumento de la oferta generada con el PDT.

En el siguiente gráfico se presentan las metas diferenciales entre el crecimiento orgánico y el del Plan, tanto para el caso de los visitantes nacionales como

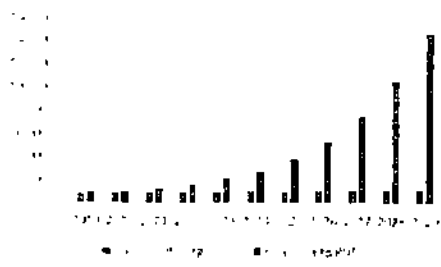
³ Se adapta metodología trabajada por Tourism and Leisure, en consultorías de elaboración de Planes de Desarrollo Turístico para Colombia con AviaExport – Organización Aviatur.
⁴ Se considera crecimiento orgánico la evolución de los indicadores básicos del turismo con que se cuenta en el supuesto de no existir un PDT para el desarrollo del municipio.



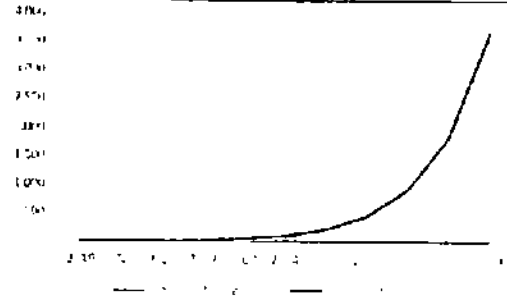
internacionales que llegan por motivación recreacional, dado que es el segmento sobre el cual se proyecta el aumento de llegadas por la implementación del PDT.

16

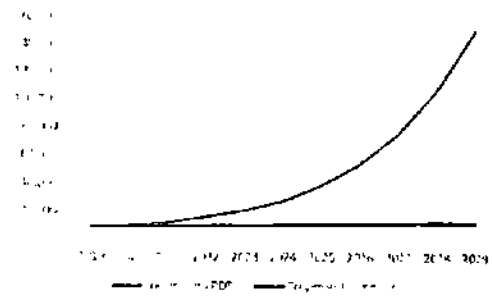
Evolución de turistas nacionales con crecimientos orgánico vs PDT



Evolución de turistas internacionales con crecimientos orgánico vs PDT



Evolución de turistas totales con crecimientos orgánico vs PDT



Gráficos 4, 5 y 6: crecimientos orgánicos y del PDT (Elaboración propia)

Llegada de turistas acumulada entre 2019 – 2029 con crecimiento orgánico vs PDT

	T. Nacionales	T. Internacionales	Total
Crecimiento orgánico	118.613	212	118.825
Crecimiento PDT	516.478	7.316	523.801

Imagen 5: crecimiento orgánico vs PDT de llegada acumulada turistas 2019 – 2029 (Elaboración propia)

La información de base se obtuvo de las cifras reportadas por Migración Colombia y la Aeronáutica civil en las que se detallaban las llegadas de visitantes nacionales e internacionales al municipio de Barrancabermeja; ésta fue complementada con distintas fuentes de estudios, entrevistas realizadas a los prestadores de servicios turísticos en campo y sondeo sobre visitas reportadas.



El progreso es de todos

Mi Comercio

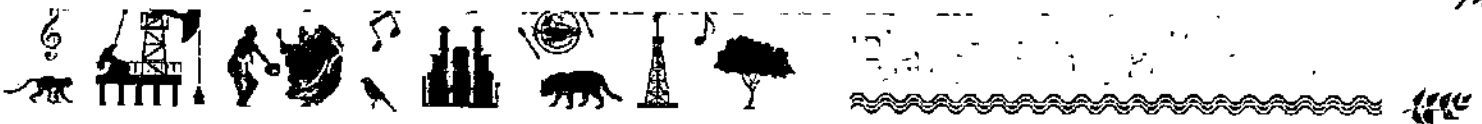
FONTUR COLOMBIA



BARRANCABERMEJA POSIBLE

AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



Para las proyecciones, se generaron hipótesis sobre las bases que sirvieron para hacer los cálculos⁵. Para plantearlo, se tuvo en cuenta el porcentaje que representa el turismo por motivos de ocio o recreacionales en Barrancabermeja y la tasa de crecimiento posible y factible para turistas nacionales e internacionales al destino. Los principales supuestos fueron:

- o Hipótesis de llegadas de turistas nacionales por motivos recreacionales: 15% de los viajeros nacionales no residentes en Barrancabermeja y 2% de los extranjeros visitan el destino por motivos recreacionales.
- o El crecimiento orgánico por turismo de ocio se calcula con base en una hipótesis del 3%, considerando que el destino no es reconocido como turístico. No se hace con la Tasa de Crecimiento Anual Compuesta por el impacto que tiene en las estadísticas la disminución de llegadas de turistas al municipio por el comportamiento de la actividad económica industrial de Barrancabermeja que supera el -11% en viajeros nacionales en los últimos 3 años.
- o Las metas de llegadas de turistas nacionales: crecimiento promedio anual (TACC) es de 27%, por encima de las llegadas actuales. Teniendo en cuenta el reducido número inicial
- o Proyecciones de llegadas de turistas internacionales: crecimiento promedio anual (TACC) de un 65%, lo que implica un importante crecimiento del turismo internacional, aunque hay que tener en cuenta que el número de llegadas es muy bajo.
- o Por otra parte, también se fija un ritmo de crecimiento de la demanda nacional e internacional de manera diferenciada, en función de: (a) la inversión que se realice en la implementación del Plan, (b) el efecto que puede generar y (c) el momento en que se realiza el impacto en la demanda. En este sentido, y según los tiempos de reacción de los mercados frente a novedades en el destino, el crecimiento se mantiene estable los primeros tres años y luego presenta un incremento considerable a partir del 4º año, principalmente por el tiempo que lleva la tarea de posicionar el destino, a partir del 6to año se espera que los esfuerzos por tener una oferta única y de calidad marquen una diferencia importante en el resultado.

El beneficio adicional que se estima puede aportar la implementación e inversión en el Plan de Desarrollo Turístico de Barrancabermeja, representa 404.076 visitantes más en el total de llegadas entre el 2019 y el 2029.

Ahora bien, con base en las estimaciones de gasto directo por la estadía de un turista nacional y otro internacional, se ha fijado una meta de generación de ingresos directos de 147.504 millones de pesos colombianos acumulados en los 10 años. La diferencia entre implementar o no el Plan, dejando que el destino continúe su evolución orgánica, se traduce en ingresos de 76.455 millones de pesos acumulados en el período 2019 - 2029.

⁵ Como resultado de la integración de la información obtenida en entrevistas a empresarios turísticos y hoteles en campo, a visitantes en Barrancabermeja, así como el análisis del marco general del mercado Colombiano a partir de los informes oficiales considerados en la etapa de diagnóstico

17





Ingresos acumulados entre 2019 – 2029 con crecimiento orgánico vs PDT

18

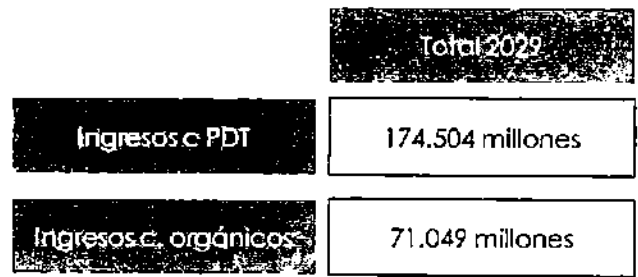
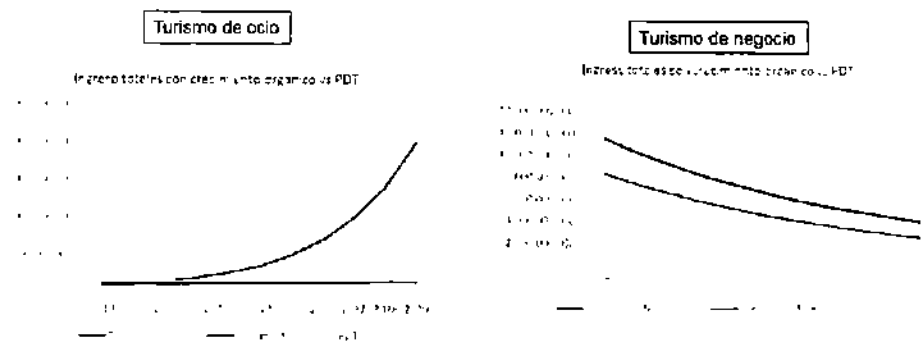


Imagen 6: crecimiento orgánico vs PDT de ingresos acumulados 2019 – 2029 (Elaboración propia)



Gráficos 7 y 8: crecimiento orgánico vs PDT de ingresos acumulados 2019 – 2029 por turismo de ocio y turismo de negocio (Elaboración propia)

El ingreso, se calculó teniendo en cuenta los diferenciales entre el turismo de ocio y el de negocio, considerando que, aunque no se prevé el crecimiento en llegadas de este último, se contempla que el PDT, al ofrecer actividades adicionales a los visitantes, podría aportar en la mitigación de la caída.

El análisis del turismo de negocio parte de TACC negativa del 11,1% de los últimos 3 años en llegada de viajeros nacionales. En el caso de los viajeros internacionales, no tiene en cuenta la TACC positiva de 6,4% de los últimos 3, porque esta cifra incluye los venezolanos que entran por frontera. Si se excluyen la TACC queda -1,1%, que es la que se usó

Las hipótesis de gastos directo base por estadía de visitante se hizo considerando la cifra actual de 130.000 pesos para nacionales y 200.000 para extranjeros. Esta definición se hace con base en entrevistas a operadores locales y visitantes del destino, precios de hoteles, tours y gastronomía, además de la experiencia propia del equipo consultor en campo.

Con el PDT y considerando que se incrementaría el gasto, se ha estimado en 210.000 pesos para el turista nacional y en 260.000 para el internacional.

El cálculo de empleos que puede generar el Plan, se hace con base en las estimaciones de la World Travel and Tourism Council, que calcula que en





Latinoamérica por cada millón de dólares que se genera en turismo, se crean 60 empleos⁶.

Los objetivos y metas para el turismo en Barrancaberme se pretenden lograr a través de las siguientes estrategias y proyectos de acción.

⁶ WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL. "Benchmark reports - country reports". Disponible en: <http://www.wtfc.org/research/economic-research/benchmark-reports/country-results/>





4 Desarrollo del Plan Estratégico turístico de Barrancabermeja

Introducción al desarrollo de estrategias

Las estrategias a seguir para el desarrollo turístico de Barrancabermeja se presentan en:

20

- Estrategia de posicionamiento turístico
- Estrategia de productos y destinos turísticos
- Estrategia de mercados, marketing y promoción turística
- Estrategia de calidad y sostenibilidad turística
- Estrategia de gobernanza y soporte

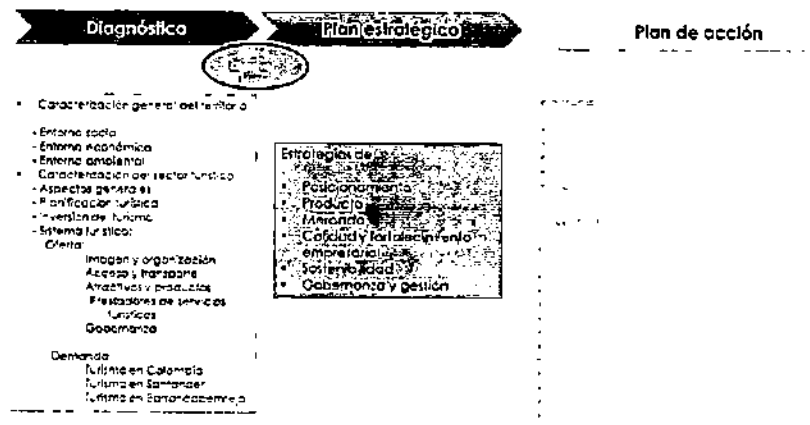


Imagen 7: fase del plan estratégico (Elaboración propia)

Desarrollo de estrategias

Este aparte responde al ¿Cómo? lograr la visión, los objetivos y las metas planteadas para el PDT-Barrancabermeja 2029, a través de la definición de estrategias.

Para su desarrollo, se siguió el proceso metodológico de planificación que, a partir de los resultados del diagnóstico y la selección de los factores críticos, identifica posibles soluciones y propone lineamientos para lograrlo. Los talleres con los actores sociales y la experiencia del equipo consultor, fue clave para el cumplimiento de este propósito.

El proceso se llevó a cabo con matrices simples de trabajo, donde se realizó un filtrado de opciones, considerando:

Para las estrategias de Producto:

Tipo de producto turístico y especificaciones para el destino

Estado del arte de los componentes de la cadena de valor (operadores turísticos, alojamiento, actividades, gastronomía, transportes,



El progreso es de todos Mincomercio



AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



equipamientos e instalaciones, infraestructura, capacidad de recursos humanos), en cuanto a su nivel de alistamiento y potencialidad

Para las estrategias de mercados, marketing y promoción

- Componentes de posicionamiento del destino
- Origen geográfico nacional e internacional
- Motivación del viajero
- Necesidades comerciales

21

Para la estrategia calidad y fortalecimiento empresarial:

- Marco normativo
- Requerimientos para la competitividad del destino

Para la estrategia de sostenibilidad

- Ambiental, sociocultural, económica

Para la estrategia de gobernanza

- Marco de gestión: planificación y soporte institucional

El resultado general del proceso lógico de diagnóstico a estrategias, se resume de a siguiente manera:

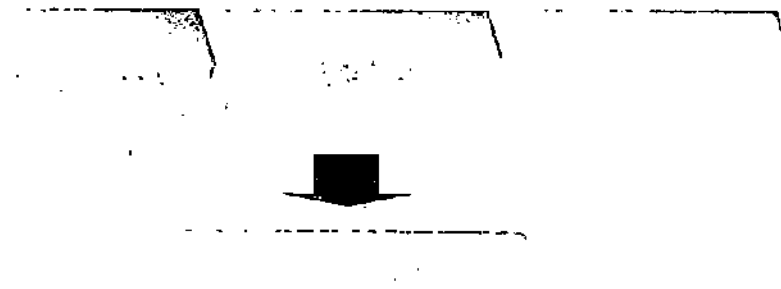


Gráfico 9: proceso lógico de diagnóstico a estrategias (Elaboración propia)

Política general de desarrollo del PDT Barrancabermeja 2029

En consideración del horizonte temporal de largo plazo (diez años) para la implementación del PDT Barrancabermeja, junto con las condiciones de limitación de recursos materiales y humanos para el desarrollo del destino, todas las estrategias buscan la optimización de los esfuerzos. Es decir, se busca la priorización de opciones que presenten mayor factibilidad en su realización y mayores beneficios a corto plazo estimados como resultado.



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATAR



Este criterio de trabajo se convierte en la política de optimización de esfuerzos para el desarrollo turístico del Municipio de Barrancabermeja.

Bajo este marco, todas las acciones u opciones que no cumplan con una situación que favorezca la optimización, serán consideradas y mantenidas para un desarrollo posterior. Es decir, se primará aquellas estrategias y proyectos que combinen viabilidad de implementación e importancia para el desarrollo turístico del destino, versus sólo aquellas que presenten éste último factor.

A continuación se presenta con mayor precisión las estrategias para el desarrollo turístico del Municipio de Barrancabermeja.

4.1 Estrategia de posicionamiento turístico de Barrancabermeja

En el diagnóstico del sector turístico de Barrancabermeja se identificaron las fortalezas y oportunidades sobre las cuales potenciar el posicionamiento del destino, sobresale entre estos elementos, el patrimonio industrial con que cuenta la ciudad por el desarrollo del sector petrolero en la zona, la riqueza hídrica y la diversidad de flora y fauna característica del Río Magdalena y sus ciénagas; así como las expresiones culturales que se han tejido por años alrededor del río y que hoy se manifiestan en la gastronomía, el arte y las letras.

Por otra parte, si bien una de sus riquezas es la cultura e infraestructura que el sector petrolero ha dejado en el municipio, este también se ha convertido en el principal imaginario de Barrancabermeja sin ninguna asociación al turismo. El municipio es percibido hoy de manera indiferente por los colombianos como destino de ocio.

Aunque se han dado esfuerzos en el territorio por poner en valor los atractivos de naturaleza con que cuenta el territorio, estos aún no hacen parte de itinerarios turísticos ni se han convertido en fuente de inspiración para atraer turistas al municipio.

4.1.1 Elementos para el posicionamiento

En esta línea, la estrategia de posicionamiento turístico del municipio de Barrancabermeja, se establece la manera en que el mercado debería identificar el destino.

Para definirlo, el trabajo se hizo de la siguiente forma:

- Un ejercicio colectivo de trabajo con las comunidades y actores sociales en talleres,

Este se llevó a cabo a través del taller de "design thinking", al que se hace referencia en la página 109 y 110 del diagnóstico y que permitió, a través de ilustraciones, conocer la percepción de los participantes y la forma en que quisieran dar a conocer su territorio.



23



Imagen 8: resultado del ejercicio de design thinking (Elaboración propia)

Desde el primer momento, los tres grandes elementos que se constituyeron en una constante a lo largo del ejercicio, salieron a relucir: 1) La historia y la influencia del sector petrolero en la zona, 2) la naturaleza que viene dada principalmente por la riqueza hídrica y 3) las expresiones culturales, especialmente las relacionadas con la gastronomía, sobre la que se identifica un orgullo especial.

- Las exposiciones de cerca de 80 participantes que hicieron en el marco del taller presentando su visión sobre el territorio y lo que consideran relevante compartir de su territorio.
- La contribución de la comunidad en las visitas de campo, como resultado de las entrevistas y conversaciones sostenidas con los consultores.
- Lo compartido por las fuerzas vivas del municipio en las entrevistas semiestructurada.
- Las respuestas de los turistas y los prestadores de servicios turísticos en las encuestas.
- El trabajo de campo de los consultores nacionales e internacionales.
- La consulta a fuentes secundarias, especialmente a trabajos de investigación realizados por importantes actores del municipio.

Como resultado, se identificaron los siguientes elementos de base que marcan los derroteros para establecer una estrategia de posicionamiento:

- Elementos físicos naturales:
 - o Recursos hídricos, destacando al Río Magdalena y sus ciénagas
 - o Diversidad de flora y fauna
- Elementos físicos culturales:
 - o Cultura ribereña
 - o Gastronomía
 - o La Pollerá Colorá, expresión Barranqueña convertida en ícono nacional
 - o Festividades locales
- Elementos físicos industriales que impactan el patrimonio y se convierten en símbolos del territorio
 - o Refinería



El progreso es de todos Mincomercio



AVIA EXPORT ORGANIZACIÓN AVIATUR



24

- o Cristo petrolero
- o Museo del petróleo
- o Machín
- Elementos intangibles/espirituales:
 - o Historias y costumbres dadas por la industrialización de la ciudad y la importancia del Río Magdalena
 - o Convivencia entre industria y naturaleza en un destino
 - o Diversidad cultural, dada por los constantes flujos migratorios que generó el sector petrolero

Es importante resaltar que el trabajo permitió identificar una combinación de circunstancias que favorecen el posicionamiento competitivo de Barrancabermeja:

- o La posición geográfica y las facilidades para el acceso al municipio por ser punto de conexión entre el centro y el norte del país.
- o La riqueza hídrica y la diversidad de flora y fauna que se desprende de ella.
- o Barrancabermeja como territorio inspirador al ser el escenario en el que se crea la Pollera Colorá, símbolo musical de Colombia.
- o El posicionamiento del municipio como centro de la industria petrolera.

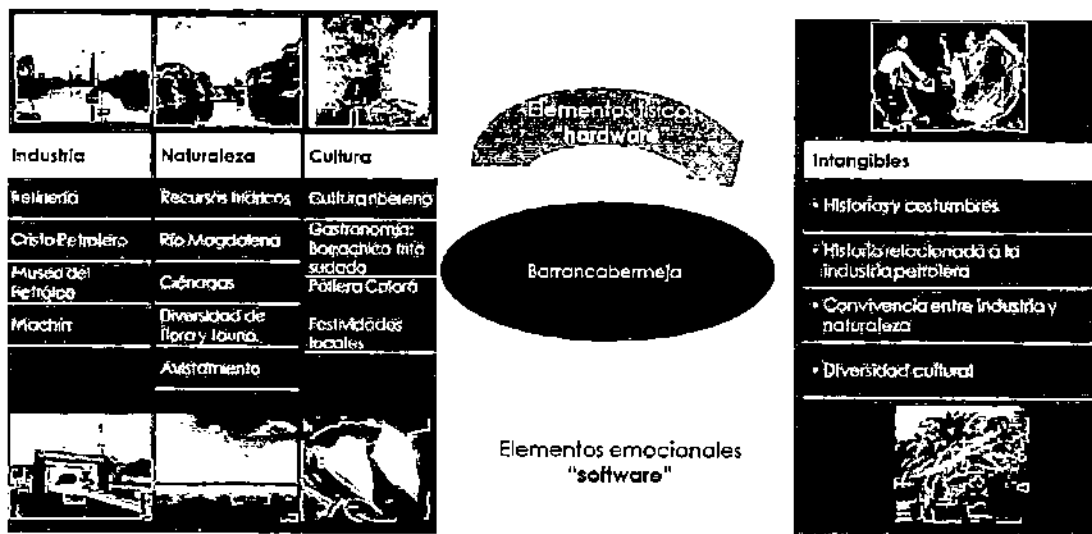


Imagen 9: factores tangibles e intangibles de posicionamiento (Elaboración propia)

Con esos elementos y sabiendo que un componente importante para diferenciar un destino es encontrar lo que se conoce como "Propuesta Única de Venta", concepto que ha evolucionado a "Propuesta Única Emocional"⁷, considerando la importancia que tienen para los turistas las emociones que pueden generar los destinos y que impacatarán directamente en sus experiencias.

⁷ Mi traducción de: "Unique Selling Proposition" y "Unique Emotional Proposition"



El progreso es de todos

Mincomericio

FONTUR COLOMBIA



BARRANCABERMEJA POSIBLE

AVIA EYPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



Así las cosas, de lo que se trata es de trabajar en:

- ✓ Una propuesta como desencadenante emocional.
- ✓ Que no se ofrezca, o sea imposible de ofrecer por la competencia.
- ✓ Algo que el destino tenga las credenciales para cumplir y superar las expectativas de los clientes.
- ✓ Suficientemente fuerte para convertir espectadores en compradores

25

En este sentido, el posicionamiento deberá representar el carácter de Barrancabermeja y sus elementos diferenciadores. Será "Un viaje al conocimiento de la industria petrolera en armonía con la actividad ecoturística y cultural del río Magdalena"

Este posicionamiento marca las líneas de desarrollo estratégico y promocional del municipio a la vez que las estrategias de gestión que se requieren operativizar para alcanzarlo.

4.1.2 Lineamientos para el decálogo de posicionamiento

Como resultado de las acciones anteriores, para definir el posicionamiento se tuvo en cuenta los siguientes componentes:

- o Componentes funcionales, emocionales y sociales del posible posicionamiento, a partir de sus elementos físicos y espirituales
- o Símbolos para reforzar ese posicionamiento

A continuación se presentan los elementos que deben considerarse en las acciones tendientes a posicionar el destino.

Decálogos de posicionamiento	
<p>Turismo industrial</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fuerza: Principal destino de turismo industrial - sector petróleo. ✓ Físicos: Infraestructura Centro, Paisaje Ciénaga Miramar. ✓ Emocionales: Aprendizaje, descubrimiento, asombro. ✓ Sociales: Ser un conocedor, explorador, interesado en la historia del país. ✓ Simbólicos: Machín, Cristo Petrolero, Refinería.

8 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO "A practical guide to tourism destination management". Madrid - España, 2007. Pág 43



El progreso es de todos

Míncomercio

FONTUR COLOMBIA



BARRANCABERMEJA POSIBLE

AVIAE/PORT

ORGANIZACIÓN AVIAETUR



denise

26

<p style="text-align: center;">Turismo de naturaleza</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fuerza: Río Magdalena y los ecosistemas de ciénaga. Seguir las huellas del Jaguar, avistamiento de Manatíes. ✓ Físicos: Ciénagas, entorno selvático, experiencia con comunidades. ✓ Emocionales: Sorpresa, reconexión con la naturaleza, descanso, aventura. ✓ Sociales: Aventurero, sensible con las comunidades, ser responsable con la conservación y la naturaleza ✓ Simbólicos: Sonido de los micos, manatíes, aves migratorias
<p style="text-align: center;">Turismo cultural</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fuerza: La tierra que inspiró una de las canciones más emblemáticas del país. Gastronomía ribereña, diversidad cultural – Relacionar la cultura con la música especialmente estaría en concordancia con la campaña de promoción nacional Colombia: Siente el Ritmo ✓ Físicos: Monumento a la Pollera Colorá, Muelle, Paseo de la cultura. ✓ Emocionales: Alegría, emoción, diversión, disfrute de sabores y saberes. ✓ Sociales: Alegre, culto, interesado en la historia, aventurero



El progreso es de todos

Mincomericio

FONTUR COLOMBIA



BARRANCABERMEJA POSIBLE

AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



	✓ Simbólicos: Letra y música la Pollera Colorá.
--	--

Tabla 9: decálogos de posicionamiento (Elaboración propia)

4.1.3 Identidad de la marca

27

Aunque la definición de la marca de un destino debe ser un ejercicio participativo que además, cuente con un equipo publicitario y creativo, este plan establece los elementos principales que servirán como base para futuras acciones.

Para esto, se ha utilizado una herramienta conocida como "pirámide de la marca", que permite mostrar los atributos tangibles y medibles de un destino susceptibles de generar beneficios racionales y emocionales para los visitantes

Para el municipio de Barrancabermeja la pirámide se vería así:

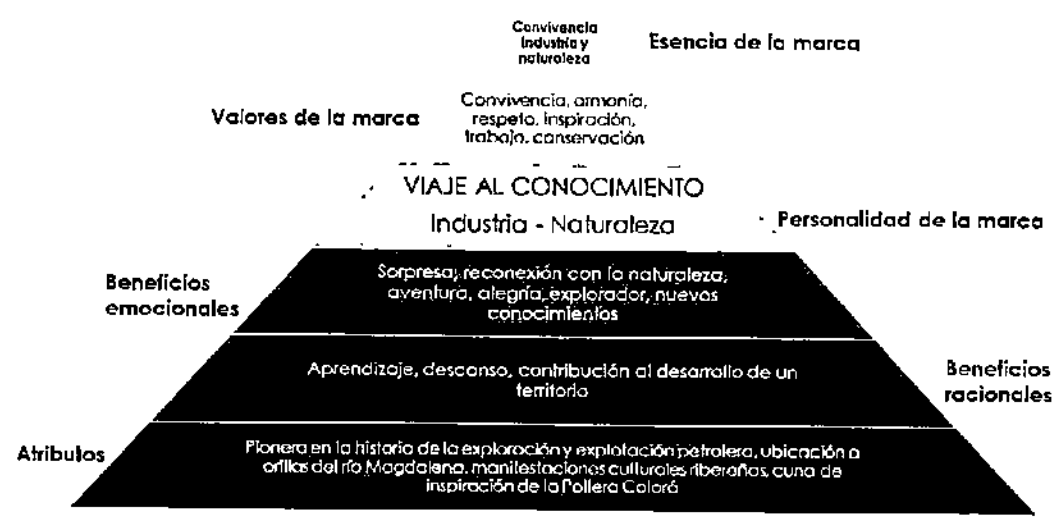


Gráfico 10: Pirámide de identidad de marca (Elaboración propia) (Información tomada de la guía de gestión de destinos de la OMT)

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO "A practical guide to tourism destination management". Madrid - España, 2007. Pág 43, pág 49



El progreso es de todos **Mincomer**

FONTUR COLOMBIA

BARRANCABERMEJA **POSIBLE**

AVIAEXPORT ORGANIZACIÓN AVIATUR



4.2 Estrategia de productos turísticos

Para la definición de la estrategia de producto, se considera la relación del portafolio actual y el potencial del territorio a partir de sus recursos, en correspondencia con las tendencias mundiales de viajes y el comportamiento del mercado. El equipo consultor desarrolla el análisis a través de un modelo de evaluación que consta de cinco fases.

La **primera fase**, que priorizó factores internos (debilidades y fortalezas), tuvo en cuenta los resultados del proceso de diagnóstico, en el que se identificaron los productos turísticos activos en el territorio (aquellos que tienen oferta en el mercado), con el fin de establecer qué tan consolidada estaba la oferta, cómo era su desempeño comercial y qué tan representativo era el producto para los actores locales (importancia).

Con base en la información recopilada y los ejercicios hechos durante la fase de diagnóstico en el Municipio de Barrancabermeja la consultoría evaluó, asignando puntajes, los productos turísticos del territorio teniendo en cuenta los siguientes criterios.

- Importancia que le otorgan los prestadores de servicios turísticos, los actores del sector y los visitantes al municipio
- El nivel de preparación de la oferta, según la observación de los consultores y el análisis de entrevistas y ejercicios realizados con los prestadores de servicios turísticos y actores del sector. Se tuvo en cuenta la opinión de los visitantes del municipio
- Desempeño comercial, considerando la oferta disponible y reconocida para el producto.
- Relación del producto con el reconocimiento que hay del destino, con base en entrevistas, encuestas y análisis de la percepción del destino

Los resultados se condensan en la siguiente tabla:

eje	Importancia	Preparación de la oferta	Desempeño comercial	Reconocimiento del destino	Promedio
Turismo industrial	4,5	3,5	2	5	3,75
Turismo gastronómico	4	3	3	4	3,50
Navegación en ciénagas y ríos	4	2	3	2	2,75
Turismo urbano	4	2	3,5	1	2,63
Avistamiento de fauna y flora	4,5	2	1,5	0	2,00
Avistamiento de aves	4,5	1	1,5	0	1,75
Deportes náuticos	4	1	0,5	1	1,63
Festividades y eventos	4	1,5	0	1,5	1,75
Pesca artesanal	3	1,5	0	0	1,13
Turismo MICE	2	1	0,5	1	1,13
Turismo musical	2	0,5	0	1,5	1,00
Turismo científico	1	2	1	0	1,00
Cruceros y navegación	1,5	1	0,5	0	0,75
Agriturismo	1,5	1	0,5	0	0,75
Turismo religioso	0	0	0	0	0,00
Turismo de compras	0	0	0	0	0,00
Turismo de bienestar	0	0	0	0	0,00
Etnoturismo	0	0	0	0	0,00

Tabla 10: Análisis productos turísticos 2018 (Elaboración propia)





Los mejores resultados lo consiguieron tres productos: Turismo industrial, principalmente por el reconocimiento que tiene el municipio gracias a la relación con el sector petrolero y al potencial que los prestadores de servicios turísticos manifiestan para el desarrollo de una oferta en el territorio. La comercialización tiene la calificación más baja porque, aunque hay experiencias en el pasado de esfuerzos en este sentido, actualmente no fueron identificados.

La gastronomía como producto turístico se reconoce por ser la manifestación del elemento diferenciador que da la cultura ribereña a la cocina de Barrancabermeja y es una de las actividades que más disfrutan los visitantes.

Finalmente se encuentra la navegación en ríos y ciénagas, así como el avistamiento de flora y fauna que se consideran importantes y varios son los esfuerzos para mejorar la oferta, pero aún necesitan un importante trabajo en comercialización.

La segunda fase de evaluación, que priorizó factores externos (oportunidades y amenazas), se centró en los resultados obtenidos en el análisis de atractivo de destino, en donde:

Se revisaron las tendencias internacionales de turismo expuestas en los documentos de trabajo del plan de marketing turístico de Chile elaboradas por Deloitte, que se fundan en información de la Organización Mundial de Turismo, UNESCO, presentado en el aparte 2.3.2.1. Tendencias del mercado del diagnóstico en la página 192, así como múltiples fuentes relevantes para cada sub-producto, entre las que se encuentran publicaciones de la OMT, documentos oficiales del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia, el Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza elaborado por esta empresa consultora para el Programa de Transformación Productiva, el Plan de Negocios de Turismo Cultural de Colombia, informes de otras consultoras internacionales como Euromonitor. Se valoró el comportamiento: Número de viajeros del segmento, crecimiento y gasto, teniendo en cuenta las líneas de productos identificados para el municipio de Barrancabermeja.

Eje	Motivación de viaje
Turismo industrial	4,00
Turismo gastronómico	4,00
Navegación en ciénagas y ríos	4,00
Avistamiento de fauna y flora	4,00
Avistamiento de aves	4,00
Festividades y eventos	4,00
Turismo MICE	4,00
Turismo musical	4,00
Turismo religioso	4,00
Etnoturismo	4,00
Deportes náuticos	3,80
Turismo de bienestar	3,50
Cruceros y navegación	3,00
Turismo urbano	3,00
Turismo de compras	3,00
Turismo científico	3,00
Pesca artesanal	2,40
Agroturismo	2,40

Tabla 11: Análisis de motivación de viaje según tipologías de turismo (Elaboración propia)





A partir de este análisis de los factores internos y externos del destino, se hace el cruce para poder identificar la posición de cada uno, considerando en los factores externos el grado de oportunidad y en los internos su preparación para aprovecharlos. Es decir:

- Los productos a los que debe apostar el destino, pues tienen espacios de oportunidad en el mercado y su grado de preparación permite el aprovechamiento.
- Los productos que tienen oportunidad de mercado, pero que no tienen las condiciones internas.
- Los productos de interés en el destino pero que su oportunidad en el mercado es bajo.

30

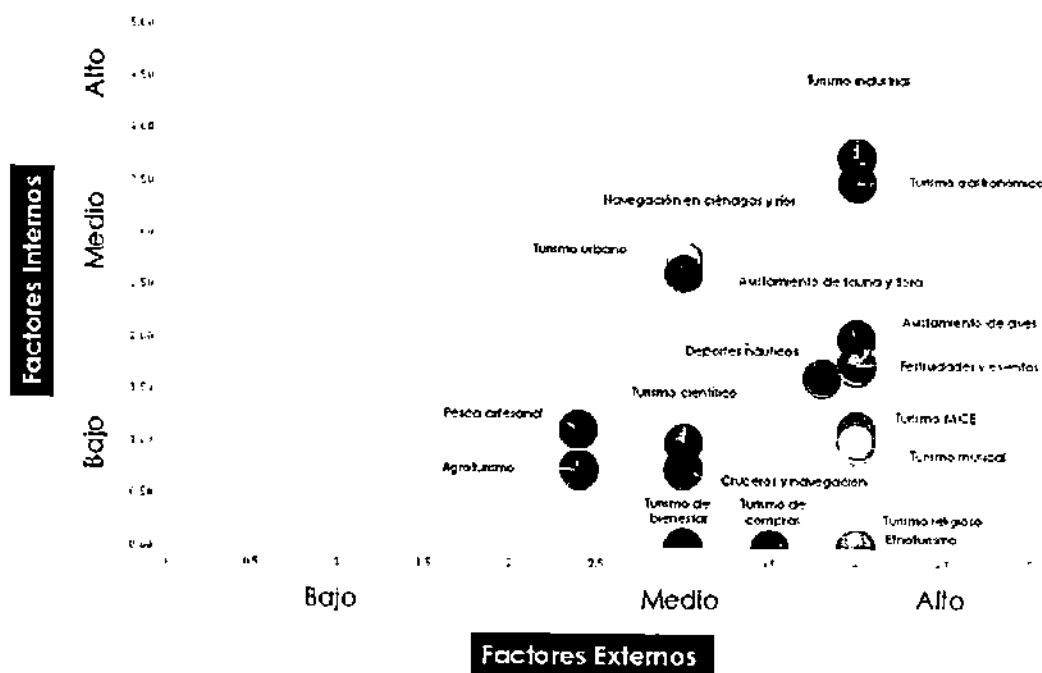


Gráfico 11: evaluación de tipologías de turismo (Elaboración propia)

Los resultados resaltan que el municipio tiene un portafolio de productos en su mayoría con oportunidades en el mercado, sin embargo su capacidad de aprovechamiento por el grado de preparación interno es bajo.

En este sentido, se plantea una estrategia de producto que permita focalizar los esfuerzos en aquellos que podrían generar las mayores motivaciones de viaje y que tengan mayor nivel de preparación, considerando también otros productos turísticos con potencial de crecimiento.

La tercera fase de evaluación: Es el resultado del análisis de los factores externos (de mercado) e internos (de preparación de oferta), más la evaluación del equipo consultor con base en su experiencia para clasificar los productos en: Clave, complementarios y de nicho, para el PDT- Barrancabermeja 2029.

Esto se traduce en:



El progreso es de todos

Mincomercio



BARRANCABERMEJA POSIBLE

AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



- **Productos turísticos clave:** se entiende por producto clave aquel que da respuesta en sí mismo a la motivación principal de un turista al elegir su experiencia de viaje al destino, y que tiene capacidad suficiente de generar llegadas en un volumen relevante.
- **Productos turísticos complementarios:** se entiende por producto complementario aquel que supone un atractivo accesorio y/o complemento del producto principal o clave, de modo que añade valor a la experiencia total del destino. Sin embargo, no se estima capaz de generar por sí mismo un volumen de visitas importante y de valor, en un plazo determinado.
- **Productos de nicho:** Se entienden como los productos que generan intereses particulares en públicos de mercado específicos.

La clasificación se hizo de la siguiente forma:

Turismo de naturaleza			
Línea	Producto	Rol del destino	
Ecoturismo	Avistamiento de aves	Nicho	
	Avistamiento de fauna y flora	Clave	
	Navegación en ciénagas y ríos	Clave	
Turismo de aventura	Deportes náuticos	Complementario	
Turismo rural	Pesca artesanal	Complementario	
Turismo cultural			
	Producto	Rol del destino	
Turismo patrimonial	Turismo industrial	1. Histórico 2. Industria viva	Clave
	Turismo gastronómico		Complementario
Turismo cultural	Turismo musical		Complementario
	Festividades y eventos		Complementario
	Turismo urbano (city tour)		Complementario

Tabla 12: evaluación de productos (Elaboración propia)

Es importante destacar que lo que se encontró como oferta en el destino es, sin duda, pertinente para el desarrollo turístico; no obstante, requiere de acciones concretas que le permita consolidarse y mejorar la participación del turismo en el desarrollo del municipio de Barrancabermeja

Para la cuarta fase de evaluación, se consideró la forma en que cada producto estará relacionado con el mercado, teniendo en cuenta el análisis hecho para esta consultoría en la etapa de diagnóstico, que sirvió de base para la construcción de la estrategia en este tema y que se presenta en el siguiente componente.

El equipo consultor clasificó los productos con base en la Matriz de Ansoff, referenciada en el manual de diseño de productos turísticos de la OMT, cuyo análisis permite establecer acciones dependiendo del objetivo: Es decir, si se necesita diversificar mercado, desarrollarlo, aprovecharlo para crear nuevos



producto, o si deben ajustar los productos que existen, desarrollar nuevos productos o ajustar el existente.

32

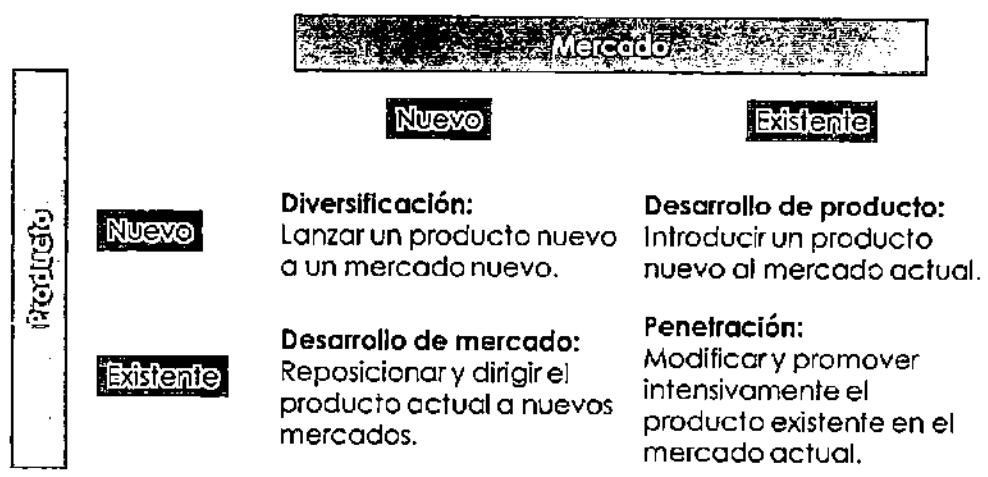


Imagen 10: Matriz de Ansoff (Elaboración propia) (Información tomada de Manual de diseño de producto - OMT)

Para cada uno de los productos identificados se señala, a continuación, el objetivo:

Temática	Producto	Rol	Estrategias de mercado			
			Producto nuevo		Producto existente	
			Diversificación	Desarrollo de producto	Desarrollo de mercado	Penetración
Turismo industrial	Ruta especializada	Clave				
	Conociendo la industria petrolera	Clave	■			
	Industria petrolera express	Clave	■			
Turismo de naturaleza	Magdalena travesía mágica	Clave			■	
	Ciénagas y ríos	Clave	■			
	Naturaleza pura	Nicho	■			
Turismo cultural	Alternativas complementarias	Complementario	■			
	Vive la cultura ribereña	Complementario		■		
	Degustando la cultura ribereña	Complementario			■	

Tabla 13: relación de productos y objetivos (Elaboración propia)

Finalmente, la quinta fase, se soporta en los planteamientos conceptuales definidos en el Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza del Programa de Transformación Productiva¹⁰ frente a cómo abordar el desarrollo de los productos turísticos en el territorio y su prioridad de actuación.

¹⁰ PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA. "Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza", Colombia, 2013



33

La clasificación tiene tres grandes componentes:

- **Optimización agresiva:** Busca capitalizar los avances en el desarrollo turístico y propender por potenciar su presencia en el mercado. Las actuaciones en este escenario se exhortan sean desarrolladas en el corto plazo, entre los 0 y 24 meses del presente Plan. Son la prioridad de acción para subsanar las debilidades de la oferta.
- **Reposicionamiento:** Promover la mejora y consolidación de productos existentes en destinos que ya operan el producto, para profundizar su presencia en el mercado. Las actuaciones en este escenario, aportarán oportunidades de diversificación de la oferta en el territorio.
- **Innovación:** Promover y/o desarrollar ofertas diferenciadas que aporten competitividad al destino. Se recomienda esta labor tras la optimización de los productos, en pro de mejorar la condición competitiva y enriquecer la oferta.

En el marco de este Plan, se clasifica cada producto así:

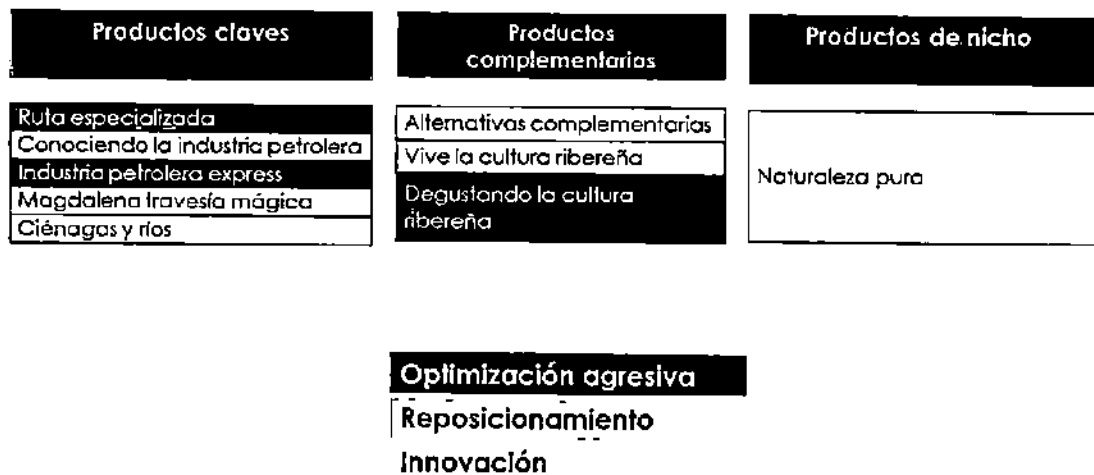


Gráfico 12: clasificación de productos (Elaboración propia)

4.2.1 Lineamientos para el portafolio de productos del Municipio

Reconociendo los productos desarrollados y por desarrollar que motivan la visita a Barrancabermeja, a continuación se describe brevemente las actividades principales del producto así como los segmentos de mercado a quienes va dirigido en el corto, mediano y largo plazo.

4.2.1.1 Productos clave

Productos Clave	Tipología
Ruta especializada	Turismo cultural – patrimonial – industrial
Conociendo la Industria petrolera	Turismo cultural – patrimonial – industrial



El progreso es de todos

Mincomercio



AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



Industria petrolera express	Turismo cultural – patrimonial - industrial
Magdalena Travesía Mágica: Yarigües Encanto Natural	Turismo de naturaleza – ecoturismo
Clénagas y ríos	Turismo de naturaleza – ecoturismo
Naturaleza pura	Turismo de naturaleza – ecoturismo

Tabla 14: relación de productos según las tipologías (Elaboración propia)

34

Turismo industrial										
Subproducto	Ruta especializada									
Descripción	<p>Un recorrido para adentrarse en la historia, el proceso de exploración y producción de la industria petrolera.</p> <p>Será la oportunidad para visitar los principales íconos del sector en Barrancabermeja e conocer de primera mano el proceso.</p> <p>Incluye actividad de esparcimiento en el Club Internacional o Mares</p>									
Estado del arte	<p>El producto comenzó a operar en el 2010, liderado por la comunidad del corregimiento El Centro con el apoyo de gestión social de Ecopetrol.</p> <p>Se debe priorizar la puesta a punto del producto en coordinación con las empresas petroleras y las acciones de mercadeo, en especial la articulación comercial para establecer canales de venta.</p>									
Duración sugerida	2 días – 1 noche									
Principales atractivos	<ul style="list-style-type: none"> - Museo del Petróleo - Talleres de Subsuelo - Talleres de Cañoneo - Sistemas de levantamiento - Equipos de perforación - Equipos workover - Área de manejo de residuos - Refinería (Panorámica) - Estación de filtrado - Club Internacional - Club Mares 									
Zona de disfrute	El Centro									
Factores claves de éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con los permisos de Ecopetrol y las empresas petroleras que se involucren en la implementación del producto turístico para acceder a sus instalaciones. - Garantizar las condiciones de seguridad industrial en el ejercicio de la actividad. - Mejora básica de los atractivos, señalización y mantenimiento - Definir una estrategia comercial centrada en la academia - Fortalecimiento empresarial para la operación del producto 									
Lineamiento de posicionamiento	Una experiencia de profundización de conocimiento del principal sector económico de país									
Segmento año de llegada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	Estudiantes (relacionados)									





35

	carreros especializado)									
Subproducto	Conociendo la industria petrolera									
Descripción	Recorrido para conocer los principales atractivos relacionados con la historia del petróleo tanto en el casco urbano como en el Corregimiento El Centro. Un viaje al pasado y presente de la industria petrolera en Colombia.									
Estado del arte	No existe el producto, los atractivos están en condiciones adecuados. Sería una adaptación a segmentos no especializados en media jornada del día.									
Duración sugerida	½ día									
Principales atractivos	<ul style="list-style-type: none"> - Cristo Petrolero - Museo Peatonal - Sede de la USO - Monumento al Machín - Museo del Petróleo - Monumento al Trabajador Petrolero y Machines - Pozo Infanta 1 y 2 - Casa Lomas - Teatro Unión 									
Zona de disfrute	El Centro y casco urbano									
Factores claves de éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinación y trabajo conjunto con Ecopetrol para el diseño y la implementación del producto. - Preparar a la comunidad para que sea participe de la oferta del producto, involucrarla en los diferentes momentos de la experiencia, incluyendo la gastronomía, artesanía y expresiones culturales en general. - Elaboración del guion ameno y atractivo de la historia y el presente de la industria petrolera, especialmente para el tipo de grupos definido en la estrategia de mercadeo. - Mejora básica de los atractivos, señalización y mantenimiento - Garantizar las condiciones de seguridad en el ejercicio de la actividad. - Mejora básica de los atractivos, señalización y mantenimiento - Fortalecimiento empresarial, se requiere guía con RNT y empresa operadora. 									
Lineamiento de posicionamiento	Un viaje al conocimiento de la industria petrolera									
Segmento año de llegada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	Familiar de trabajadores	Participantes en eventos deportivos y culturales		Familias nacionales						
Subproducto	Industria petrolera express									
Descripción	Recorrido express al Corregimiento el Centro donde se visita el Museo del Petróleo y se visita de manera panorámica lugares emblemáticos de este corregimiento. Visita al pozo Infanta 1									
Estado del arte	<p>No existe el producto, los atractivos están en condiciones adecuados.</p> <p>Sería una adaptación a segmentos no especializados en tiempo limitado</p> <p>Se deben priorizar las acciones de mercadeo</p>									





36

Duración sugerida	2 ½ horas									
Principales atractivos	- Museo del Petróleo - Máquinas - Pozo Infanta 1									
Zona de disfrute	El Centro									
Factores claves de éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptación del guion de la historia y presente de la industria petrolera en tiempo y variedad de segmentos. - Coordinación y trabajo conjunto con Ecopetrol para el diseño y la implementación del producto. - Preparar a la comunidad para que participe como parte de la oferta turística. - Garantizar las condiciones de seguridad en el ejercicio de la actividad. - Fortalecimiento empresarial, se requiere guía con RNT y empresa operadora. - Se puede prestar solo el servicio de guianza para las familias que van de paso y tienen su propio medio de transporte. - Enfocar esfuerzos en la implementación de un plan de comercialización, en alianza principalmente con los hoteles de la ciudad y con información en el aeropuerto. 									
Lineamiento de posicionamiento	"No te puedes ir de Barranca sin... la experiencia de conocer la historia y el presente funciona la industria petrolera".									
Segmento año de llegada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	Familias trabajadores Corporativos (no petrolero)	Participantes en eventos deportivos y culturales					Extranjeros			

Tabla 15: subproductos de turismo industrial (Elaboración propia)

Turismo de naturaleza	
Subproducto	Magdalena Travesía Mágica
Descripción	Recorrido Safari Chucurí para el avistamiento de flora y fauna, se disfruta de un almuerzo en cazuela, Excursión Patotal Salvaje en la Ciénaga de San Silvestre y El Llanito Este producto es complementado con dos días más en el municipio de San Vicente de Chucurí
Estado del arte	El producto contó con un proceso de diseño y está en su fase de paquetización Es liderado por la Cámara de Comercio de Barrancabermeja Se espera que comience operación en el inmediato futuro Se ha incluido en el portafolio de agencias de viaje de la región
Duración sugerida	2 días 1 noche
Principales atractivos	- Ciénaga de Chucurí - Ciénaga de San Silvestre - Ciénaga El Llanito
Zona de disfrute	San Rafael de Chucurí El Llanito
Factores claves de éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con contenidos profundos, de interés y gran atractivo, que sean accesibles y oportunos a todos los públicos. - Tener el inventario de flora y fauna - Garantizar la calidad en el equipamiento y el servicio - Promover una cultura de conservación en el territorio, tanto en los actores del turismo como en toda la comunidad. - Definir herramientas de monitoreo eco sistémico y alteraciones por la dinámica turística



El progreso es de todos Mincomercio



BARRANCABERMEJA POSIBLE

AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATIA



37

	<ul style="list-style-type: none"> - Garantizar las condiciones de seguridad en el ejercicio de la actividad. - Aprovechar el esfuerzo de los municipios y entidades involucrados en La Estrategia Magdalena Travesía Mágica para aportar al posicionamiento de Barrancabermeja como destino de turismo de naturaleza. - Promover los esfuerzos de la comunidad de San Rafael de Chucurí para el desarrollo turístico. 									
Lineamiento de posicionamiento	Una experiencia ecoturística por el Río Magdalena									
Segmento año de llegada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
				Familias nacionales		Extranjeros				
Subproducto	Ciénagas y ríos del Magdalena Medio									
Descripción	Recorrido ciénaga de El Llanito y San Silvestre hasta el Río Sogamoso, donde se realizará avistamiento de aves, primates y posiblemente Manatíes. Se almuerza en El Llanito. (Opción "Palotal salvaje").									
Estado del arte	<p>La actividad actualmente se ofrece a visitantes de la región, no existe como un producto turístico al que se pueda acceder fácilmente a través de canales de comercialización in situ.</p> <p>Como producto se puede ofertar en el corto plazo y aprovecha los atractivos actuales.</p> <p>El Llanito cuenta con facilidades para la práctica de actividades de recreación acuática como el Kayak - hay infraestructura de servicios</p>									
Duración sugerida	½ día									
Principales atractivos	<ul style="list-style-type: none"> - Ciénaga de San Silvestre - Ciénaga del Llanito - Río Sogamoso 									
Zona de disfrute	Ciénaga de San Silvestre - El Llanito									
Factores claves de éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con contenidos de interés y gran atractivo, que sean accesibles y oportunos a todos los públicos. - El éxito del producto está en la guianza que se haga durante el recorrido, que será corta pero debe condensar la información más relevante de forma amena. - Disponer de una guía que permita identificar y marcar las especies que se avistan en el camino. - Aprovechar la presencia el trabajo de la Institución Educativa San Marcos para el desarrollo de programas de interpretación ambiental. - Promover una cultura de conservación en el territorio, tanto en los actores del turismo como en toda la comunidad. - Definir herramientas de monitoreo eco sistémico y alteraciones por la dinámica turística. - Articular la oferta a estrategias de conservación tanto de escenarios como de especies. - Adecuar un espacio como Centro de Interpretación para sensibilizar y motivar la preservación y el conocimiento de los ecosistemas de los humedales del Magdalena Medio Santandereano. - Velar por la limpieza de las playas y los sitios que se visite. - Garantizar las condiciones de seguridad en el ejercicio de la actividad. - Fortalecer el emprendimiento comunitario par articularlo a la oferta turística. - Mantenimiento y mejoramiento de la infraestructura de servicios en el Llanito. - Considerar la necesidad de embarcaderos simples para el disfrute de las actividades en la Ciénaga de San Silvestre. 									
Lineamiento de posicionamiento	Disfrutar, conocer y aprender del ecosistema del Río Magdalena.									
Segmento año de llegada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	Estudiantes Familias trabajadores Corporativo petrolero	Corporativo no petrolero Participantes en eventos deportivos y culturales	Turistas de paso / Familias nacional es	Familias nacionales						

Tabla 16: subproductos de turismo de naturaleza (Elaboración propia)



4.2.1.2 Productos complementarios

En adelante a partir de la selección de los productos complementarios para el destino, se resaltarán los elementos más relevantes para su fortalecimiento .

Productos Complementarios	Tipología
Vive la Cultura Ribereña	Turismo cultural – Inmaterial
Degustando la Cultura Ribereña	Turismo cultural – Inmaterial
Tras las huella del Jagua Ciclomontañismo Ciénaga del Opón	Turismo de naturaleza – Ecoturismo

Tabla 17: relación de productos complementarios según tipología (Elaboración propia)

38

Turismo cultural	
Subproducto	Vive la cultura ribereña
Descripción	La experiencia busca integrar los componentes históricos y culturales de Barrancabermeja en un recorrido. Se hace a través de la visita a los principales atractivos de la ciudad y las historias que ellos cuentan. El disfrute de la gastronomía tendrá un papel relevante, en el que los visitantes disfrutarán de un plato tradicional ribereño, acompañado de muestras artísticas como danzas y música.
Estado del arte	El producto no existe de la manera integral que se plantea. Las agencias receptoras tienen el "city tour" en su portafolio aunque no se oferta de manera proactiva. Con la llegada de segmentos de mercado con un poco más de tiempo se plantea la consolidación de diversas actividades que dan cuenta de las expresiones culturales de Barrancabermeja. Requiere de un esfuerzo importante de mercadeo para atraer nuevos flujos.
Duración sugerida	½ día
Principales atractivos	<ul style="list-style-type: none"> - Cristo Petrolero, - Paseo del Río - Paseo de la Cultura - Monumento a Pipatón - Parque Simón Bolívar - Avenida del Ferrocarril - Hotel Pipatón, - El Muelle
Zona de disfrute	Casco urbano
Factores claves de éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Adecuación de espacio que actúe como centro cultural, gastronómico y artesanal para la actividad turística. Puede ser alrededor del muelle. - Fortalecimiento de procesos culturales identitarios. Su sustento es la autenticidad. - Preparar a la comunidad para que sea participe de la oferta del producto. - Generar espacios de interacción entre la comunidad y los visitantes. - Desarrollar un calendario de eventos actividades. - Propender por el cuidado y valoración de los atractivos turísticos del municipio. - Comprender que el turismo contribuye a la protección y salvaguardia cultural. - Puesta en escena de la manifestación cultural del municipio. Show - Pollera Colorá como ícono del municipio de Barrancabermeja



El progreso es de todos Mincomericio



AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



39

	<p>Para el tema gastronómico especialmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La oferta debe tener en cuenta procesos de fortalecimiento de las expresiones gastronómicas tradicionales, en donde impere la autenticidad y el saber local. - Debe promover la articulación de proveedores locales con buenos estándares de calidad. - Garantizar la salubridad en la preparación de alimentos, la imagen, el manejo y la preparación del recurso humano como puntos clave del producto. 									
Lineamiento de posicionamiento	<p>Conocer y disfrutar de la historia, la gastronomía y el ritmo de la cultura ribereña Barrancabermeja es inspiración Símbolo "Pollera Colorá"</p>									
Segmento año de llegada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
		Familia Trabajadores Participantes en eventos deportivos y culturales		Familia nacional				Extranjeros		
Subproducto	Degustando la cultura ribereña									
Descripción	<p>La riqueza cultural ribereña permite desarrollar actividades para salir de la rutina laboral, involucrando las danzas, música y gastronomía de este municipio, promoviendo la organización de actividades especiales, fiestas temáticas.</p> <p>Se identifica como una especie de comida - show que permita la relación con la cultura del municipio y la interacción con los otros viajeros que se encuentran en Barrancabermeja por motivos similares.</p>									
Estado del arte	<p>Hoy no existe como producto, pero la oferta gastronómica si está en los planes de los visitantes como actividad para disfrutar Barrancabermeja. Es prioritario el fortalecimiento empresarial y el fomento a la asociatividad para el desarrollo de actividades que pueda interesar al segmento (especialmente corporativo en el corto plazo)</p> <p>Es una actividad puntual que se deriva del producto Vive la Cultura Ribereña, en un tiempo determinado y especialmente para el público corporativo.</p>									
Duración sugerida	2 horas									
Principales atractivos	El Muelle Hoteles									
Zona de disfrute	Casco urbano									
Factores claves de éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Adecuación de espacio que actúe como centro cultural, gastronómico y artesanal alrededor del muelle y / o aprovechamiento de espacios en la infraestructura con que cuenta el Municipio - Fortalecimiento de procesos culturales identitarios. Su sustento es la autenticidad. - Fomento de espacio para la divulgación de las expresiones culturales. - Preparar a la comunidad para que sea participe de la oferta del producto. - Propender por el cuidado y valoración de los atractivos turísticos del municipio. - Comprender que el turismo contribuye a la protección y salvaguardia cultural. - Promover el fortalecimiento empresarial y la asociatividad. <p>Para el tema gastronómico especialmente:</p>									



El progreso es de todos

Mincomericio



AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



40

	<ul style="list-style-type: none"> - La oferta debe tener en cuenta procesos de fortalecimiento de las expresiones gastronómicas tradicionales, en donde impere la autenticidad y el saber local. - Debe promover la articulación de proveedores locales con buenos estándares de calidad - Garantizar la salubridad en la preparación de alimentos, la imagen, el manejo y la preparación del recurso humano como puntos clave del producto. - Puesta en escena de la manifestación cultural del municipio. Show 									
Segmento año de llegada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	Gastronomía nocturna en el muelle con cumbia - cultura express: Grupos de Estudiantes Familias de Trabajadores Corporativos Corporativo petrolero Corporativo no petrolero Turista de paso / Familia nacional	Turista de paso / Familia nacional					Extranjera			

Tabla 18: relación de subproductos de turismo cultural (Elaboración propia)

Subproducto	Alternativos complementarios									
Descripción	Ciclomontañismo: la carretera al mirador de Lizama tiene potencial para los deportes como el ciclomontañismo o trekking y es posible desarrollar senderos o recorridos turísticos que desciendan desde La Cuchilla hasta el Río Sogamoso.									
Estado del arte	No existe como producto, pero la actividad la realizan algunos visitantes de la zona Se necesitan de adecuaciones mínimas para el disfrute turístico									
Duración sugerida	½ día									
Principales atractivos	Mirador de Lizama									
Zona de disfrute	Meseta - La Fortuna									
Factores claves de éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Promover la actividad como parte de la cultura de vida sana. - Adecuaciones de infraestructura para el trekking que minimicen el impacto sobre el ecosistema y garanticen la seguridad del visitante. - Garantizar las condiciones de seguridad en el ejercicio de la actividad. - Promover una cultura de conservación en el territorio, tanto en los actores del turismo como en toda la comunidad. - Desarrollar un plan de comercialización conformando grupos por intereses comunes con salidas guiada entre el segmento corporativo de larga estancia que se encuentra en Barranca inicialmente. 									
Lineamiento de posicionamiento	Barrancabermeja									
Segmento año de llegada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
		Corporativo petrolero Familia trabajadores								
Subproducto	Alternativos complementarios									
Descripción	Recorrido por el Río Opón cuya aproximación a la Ciénaga permite disfrutar de una riqueza en biodiversidad en un entorno único en el municipio.									





41

	Avistamiento de flora y fauna e inmersión cultural en el Corregimiento Ciénaga del Opón.									
Estado del arte	No existe el producto. La aproximación por el Río Opón ofrece paisajes selváticos atractivos para el visitante de interés ecoturístico. Se requieren importantes esfuerzos en infraestructura y preparación de la comunidad.									
Duración sugerida	2 días 1 noche									
Principales atractivos	Ciénaga del Opón Río Opón Corregimiento									
Zona de disfrute	Ciénaga del Opón									
Factores claves de éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Preparar a la comunidad para que sea participe de la oferta del producto. - Garantizar las inversiones en infraestructura para el disfrute turístico. - Promover una cultura de conservación en el territorio, tanto en los actores del turismo como en toda la comunidad. - Definir herramientas de monitoreo eco sistémico y alteraciones por la dinámica turística. - Articular la oferta a estrategias de conservación tanto de escenarios como de especies. - Garantizar las condiciones de seguridad en el ejercicio de la actividad. - Promover el fortalecimiento empresarial, la asociatividad y la formalización. 									
Lineamiento de posicionamiento	El turismo como una herramienta para la conservación y el desarrollo comunitario.									
Segmento año de llegada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
								Extranjeros		

Tabla 19: relación de productos alternativos (Elaboración propia)

4.2.1.3 Productos Nicho

En adelante a partir de la selección de los productos de nicho para el destino, se resaltarán los elementos más relevantes para su comprensión.



Esta tipología responde a una estrategia de atracción de públicos de nicho, especialmente cuando "un Estado no decide invertir fuertemente para resolver las exigencias en infraestructura del turismo de masas", se busca aprovechar atributos específicos de un territorio para motivar la realización del viaje, las barreras dejan de ser sustancialmente un limitante"¹¹.

Turismo de naturaleza
Naturaleza pura
Entrar en contacto con la naturaleza, respirar aire puro y disfrutar de la biodiversidad de los ecosistemas que rodean el río Magdalena, es la experiencia que se propone con la visita a San Rafael de Chucurí.

¹¹ Adaptado de Dewailly, 2006 y Mckercher and Chan, 2005; MIT, 2002; Stock, 2003, referenciados por el CIEP Centro de investigación eco sistémica de la Patagonia - 2011



42

<p>Las condiciones y calidad de agua generan un alto potencial para para el desarrollo de actividades recreativas acuáticas como el Kayak o Balsaje, así como para el avistamiento de aves y primates, debido a la presencia de comunidades de mono aullador y mono cebilblanco. Adicionalmente, tendrá la oportunidad de acompañar a los pescadores a realizar pesca artesanal, lance de atarraya y pesca con nallon.</p>									
<p>No existe el producto, la comunidad de San Rafael demuestra compromiso por apostarle al desarrollo turístico. La iniciativa hace parte de la propuesta integral de Yariguíes Encanto Natural en el marco de Magdalena Travesía Mágica. La opción se abre para viajeros independientes</p>									
<p>2 días 1 noche</p>									
<p>Ciénaga de Chucurí Corregimiento San Rafael de Chucurí San Rafael de Chucurí</p>									
<ul style="list-style-type: none"> - Se requiere el inventario de flora y fauna. - Recurso humano formado para guiar el avistamiento. - Desarrollar alternativas que garanticen el transporte de forma eficiente a precios justos y de calidad. - El producto requiere el desarrollo de infraestructura de alojamiento para disfrutar de una de sus principales potencialidades de desarrollo como destino turístico: El Avistamiento. - Facilitar escenarios de avistamiento desde tierra. - Promover una cultura de conservación en el territorio, tanto en los actores del turismo como en toda la comunidad. - Definir herramientas de monitoreo eco sistémico y alteraciones por la dinámica turística. - Articular la oferta a estrategias de conservación tanto de escenarios como de especies. - Fortalecer los procesos de formación y asociatividad en los que está inmersa la comunidad para que sea partícipe de la oferta del producto. - Garantizar las condiciones de seguridad en el ejercicio de la actividad. 									
<p>El turismo como una herramienta para la conservación, sus elementos y condiciones de operación se vinculan a las estrategias de protección del ecosistema y de las especies y el desarrollo comunitario.</p>									
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
				Familias nacionales		Extranjeros			

Tabla 20: producto de nicho (Elaboración propia)

4.3 Estrategia de mercado, comunicación y promoción

Con base en la información obtenida en el componente de demanda del diagnóstico y considerando la importancia de la partir de los segmentos de mercado priorizados para el desarrollo turístico del municipio, se definieron unas estrategias de mercado y promoción para Barrancabermeja

Las estrategias tienen como fundamento la selección de los mercados de origen sobre los cuales será necesario enfocar las acciones para atraer visitantes, a la vez que se hacen recomendaciones sobre la forma en que deben realizarse las actividades de mercadeo.

4.3.1 Estrategia de mercado

De acuerdo al análisis de estadísticas que se hizo en el diagnóstico se pueden establecer las siguientes conclusiones para conocer el mercado actual que llega al Municipio.



43

- Entre el 2012 y el 2018 llegaron a Barrancabermeja 1.201.363 pasajeros por el aeropuerto Yariguies. De ese número un porcentaje cercano al 1% corresponde a extranjeros.
- El principal origen de los viajeros e Bogotá, seguido de Cartagena, Medellín, Cali y Barranquilla
- El flujo de visitantes ha venido disminuyendo considerablemente. La Tasa Anual de Crecimiento Compuesto es negativa en un 11,1%, principalmente por la dependencia del segmento del comportamiento de la industria petrolera
- Si bien no hay cifras para establecer los volúmenes de las llegadas por vía terrestre, se ha identificado que los visitantes del Departamento de Santander se convierten en la principal demanda del municipio
- Frente a los viajeros internacionales el flujo también se ha visto disminuido. Aunque las cifras muestran unos niveles menores de decrecimiento, estos están siendo afectados considerablemente por la llegada de venezolanos que no podrían considerarse para engrosar las estadísticas de los visitantes que vienen con fines turísticos.
- Además de los venezolanos que siguen llegando por motivación de tipo laboral, aunque en un porcentaje menor, los ecuatorianos, estadounidenses, brasileños, peruanos y mexicanos son los que más contribuyen con las cifras de llegada de Barrancabermeja. Más de 30 países conforman la estadística de extranjeros que visitan Barrancabermeja.

Teniendo en cuenta la particularidad del comportamiento turístico de Barrancabermeja expresada en el diagnóstico, se utilizaron otras herramientas para la identificación de mercados.

- Taller de flujos de turismo
- Entrevistas semiestructuradas
- Encuestas a turistas y a prestadores de servicios turísticos
- Análisis en campo

Con base en esa información se definieron mercados actuales y potenciales como se resume en los siguientes cuadros.

Mercados actuales*

¿Quién es?	Turista corporativo
¿De dónde viene?	Bogotá, Bucaramanga, Medellín, Cartagena, otras
Motivación del viaje	Motivos laborales y negocios

¿Quién es?	Turistas de paso
¿De dónde viene?	Bogotá, Boyacá, Medellín, y
Motivación del viaje	Punto de paso hacia municipios como Bucaramanga, San Gil – Paso hacia la Costa



¿Quié es?	Grupos de estudio relacionados con el sector petrolero
¿De dónde viene?	Bogotá, Medellín, Bucaramanga, entre otros
Motivación del viaje	Visitas académicas relacionadas con el sector petrolero

Gráfico 13: mercados actuales (Elaboración propia)

44

Mercados potenciales*

¿Quié es?	Familias de turistas corporativos/negocios
¿De dónde viene?	Bogotá, Bucaramanga, Medellín, Cartagena, otras
Motivación del viaje	Visitar familiares que trabajan en las empresas del municipio

¿Quié es?	Familias nacionales
¿De dónde viene?	Bogotá, Boyacá, Ibagué, Medellín, Eje cafetero, entre otros.
Motivación del viaje	Turismo cultural: Turismo patrimonial: turismo industrial Turismo cultural: gastronomía, turismo musical Turismo de naturaleza: ecoturismo

¿Quié es?	Turistas extranjeros con intereses en la naturaleza
¿De dónde viene?	Estados Unidos y Europa
Motivación del viaje	Turismo de naturaleza

Gráfico 14: mercados potenciales (Elaboración propia)

*Las fichas completas se encuentran en el diagnóstico

Con el fin de priorizar los mercados, se trabajó con base en los resultados de la consulta de fuentes secundarias y se hizo un taller con representantes de los actores del sector turístico del municipio el 21 de noviembre.



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



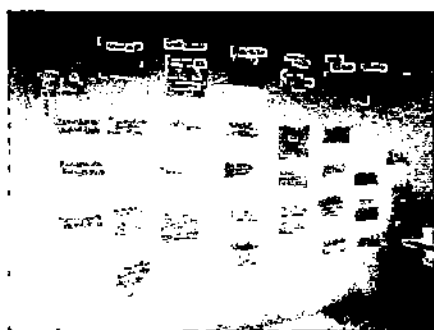
BARRANCA BERVEJA
POSIBLE

AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



45



Imágenes 11, 12 y 13: taller de priorización de mercados (Elaboración propia)

En los ejercicios se tuvieron en cuenta principalmente dos criterios: 1) La capacidad y disposición de gasto y el número de viajeros que llegan o se visualiza podrían llegar al municipio teniendo en cuenta la viabilidad de captación en el corto plazo.

Se aprovechó además para establecer los principales intereses que tendrían en Barrancabermeja, según las temáticas definidas para la oferta.

La siguiente tabla da cuenta del resultado obtenido.

Perfil	Calificación			Turismo Industrial	Turismo de naturaleza	Turismo cultural
	S	#	Final			
Turista corporativo (petrolero)	2	2	2			X
Turista corporativo (no petrolero)	2	1	1,5	X	X	X
Familias trabajadores empresas	2	1	1,5	X	X	X
Grupos de estudio	1	1	1	X	X	X
Turistas de paso/Familias nacionales	0	2	1	X	X	X
Eventos deportivos y culturales	1	1	1	X	X	X
Extranjeros naturaleza	2	0	1	X	X	X
Familias nacionales	0	1	0,5	X	X	X
Jóvenes nacionales aventura	0	0	0		X	X

Tabla 21: ejercicio de priorización de mercados (Elaboración propia)

Con base en el ejercicio se definió:

1. Priorizar la atención en el mercado de turistas corporativos que llegan a Barrancabermeja; esto, considerando que son los



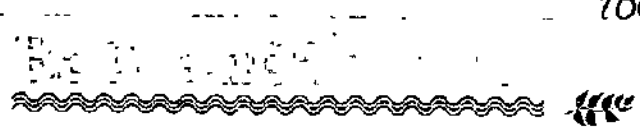
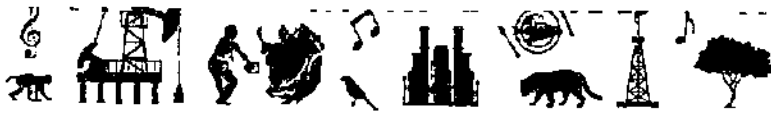
- visitantes cautivos. El propósito es generar oferta de actividades que aumenten el gasto en el destino.
2. Los turistas de negocios que no pertenecen al sector petrolero y las familias de los corporativos petroleros, se reconocen como un segmento con importante capacidad de gasto y que ya está llegando al territorio. La oportunidad de conocer Barranca durante su estadía es la tarea que se propone con esta identificación.
 3. Tener en cuenta la importancia del turismo alrededor del petróleo y atraer un segmento de mercado que alguna vez llegó al municipio, será uno de los propósitos. Se trata de los grupos de estudio relacionados al sector que encuentran en Barrancabermeja un museo de exploración y aprendizaje directo de la industria en la que buscan su futuro profesional.
 4. Otro mercado que hoy llega es el de los participantes en los eventos de tipo cultural o deportivo que se realizan en el municipio. Generar una oferta de acuerdo a sus intereses que les permita conocer las riquezas de Barrancabermeja mientras cumplen con su objetivo es una de las estrategias propuestas.
 5. Los turistas de paso, reconocidos principalmente como familias nacionales, se considera muy importante por el potencial de convertirse en un "excursionista" para Barrancabermeja y evolucionar en el mediano plazo a un turista; para ellos una oferta diferenciada que le genere curiosidad e invite a visitar el municipio.
 6. Con respecto al mercado potencial, se establece que el segmento deseado es el de los extranjeros con intereses especiales en turismo de naturaleza que encuentren en la biodiversidad de los ecosistemas de ciénagas y la experiencia de navegabilidad del río una experiencia memorable en Barrancabermeja.

Ahora bien, después de un trabajo de campo indagando los intereses y las expectativas de los segmentos prioritarios para el municipio de Barrancabermeja, de acuerdo con la experiencia del equipo consultor y la recolección de fuentes secundarias sobre tendencias de mercados y sus motivaciones, se establecieron aquellas actividades que podían estar acorde a las necesidades, considerando las temáticas preferidas e identificadas en el ejercicio anterior, entre turismo de naturaleza, turismo cultural y turismo industrial.

Fue con base en esta identificación que comenzó el proceso de conceptualización y definición de tiempos del tipo de productos turísticos propuestos en las estrategias de este Plan de Desarrollo Turístico.

El resultado se condensa en la siguiente tabla que se constituye en la materialización del cruce entre la Estrategia de Productos y la de Mercados.





47

Tema	Producto	Corporativo (Petrolera)	Corporativo (no petrolero)	Familias de Trabajadores	Grupos estudio	Turistas de paso/ Familias nacionales	Eventos deportivos y culturales	Extranjeros naturaleza
Turismo industrial	Ruta especializada				X			
	Conociendo la industria petrolera			X		X	X	
	Industria petrolera express		X	X		X	X	X
Turismo de naturaleza	Magdalena travesia mágica					X		X
	Clénagas y ríos	X	X	X	X	X	X	
	Naturaleza pura							X
	Alternativas complementarias					X		X
Turismo cultural	Vive la cultura libreña			X		X	X	X
	Degustando la cultura libreña	X	X	X	X	X	X	X

Tabla 22: estrategia de productos y mercados (Elaboración propia)

Finalmente, teniendo en cuenta la posibilidad de captación de esos mercados, se estableció el momento en el que llegarían a Barrancabermeja a disfrutar de las ofertas que el destino estaría preparando para atraerlos.

El cuadro a continuación es relevante para establecer los momentos de intervención, las acciones de posicionamiento que deben hacerse y la estrategia de Promoción del destino.



El progreso es de todos
Mincomercio



AVIA EXPORT
ORGANIZACIÓN AVIATUR



Producto	Subproducto	Descripción	Año de llegada										
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Turismo industrial	Ruta especializada	Un recorrido para adentrarse en la historia, el proceso de exploración y producción de la industria petrolera. Será la oportunidad para visitar los principales íconos del sector en Barrancabermeja e conocer de primera mano el proceso. Incluye actividad de esparcimiento en el Club Internacional o Mares.	Estudiantes (relacionados especializados)										
	Conociendo la industria petrolera	Recorrido para conocer los principales atractivos relacionados con la historia del petróleo tanto en el casco urbano como en el Corregimiento El Centro. Un viaje al pasado y presente de la industria petrolera en Colombia.	Familias de trabajadores	Participantes en eventos deportivos y culturales		Familias nacionales							
	Industria petrolera express	Recorrido express al Corregimiento el Centro donde se visita el Museo del Petróleo y se visita de manera panorámica lugares emblemáticos de este corregimiento. Visita al pozo Infanta I	Familias trabajadores Corporativos (no petrolero)	Participantes en eventos deportivos y culturales					Extranjeros				
Turismo de naturaleza	Magdalena Travesía Mágica	Recorrido Safari Chucurí para el avistamiento de flora y fauna, se disfruta de un almuerzo en cazuela, Excursión Patotal Salvaje en la Ciénaga de San Silvestre y El Llanito Este producto es complementado con dos días más en el municipio de San Vicente de Chucurí.				Familias nacionales		Extranjeros					
	Ciénagas y ríos del Magdalena Medio	Recorrido ciénaga de El Llanito y San Silvestre hasta el Río Sogamoso, donde se realizará avistamiento de aves, primates y posiblemente Manatíes. Se almuerza en El Llanito. (Opción "Patotal salvaje").	Estudiantes Familias trabajadores	Corporativo no petrolero Participantes en	Turistas de paso / Familias nacionales	Familias nacionales							



El progreso es de todos

El progreso es de todos

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



49

		Corporativo petrolero	eventos deportivos y culturales								
Naturaleza pura	<p>Entrar en contacto con la naturaleza, respirar aire puro y disfrutar de la biodiversidad de los ecosistemas que rodean el río Magdalena, es la experiencia que se propone con la visita a San Rafael de Chucurí.</p> <p>Las condiciones y calidad de agua generan un alto potencial para el desarrollo de actividades recreativas acuáticas como el Kayak o Balsaje, así como para el avistamiento de aves y primates, debido a la presencia de comunidades de mono aullador y mono cariblanco. Adicionalmente, tendrá la oportunidad de acompañar a los pescadores a realizar pesca artesanal, lance de atarraya y pesca con nailon.</p>						Familias nacionales	Extranjeros			
Alternativos complementarios	<p>Tras la huella del jaguar: Es una experiencia de educación ambiental principalmente sobre la conservación de bosques primarios del Magdalena Medio para la conformación del corredor del Jaguar.</p>							Extranjeros			
	<p>Ciclomontañismo: la carretera al mirador de Lizama tiene potencial para los deportes como el ciclomontañismo o treaking y es posible desarrollar senderos o recorridos turísticos que desciendan desde La Cuchilla hasta el Río Sogamoso.</p>		Corporativo petrolero Familia trabajadoras								



50

		Recorrido por el Río Opón cuya aproximación a la Ciénaga permite disfrutar de una riqueza en biodiversidad en un entorno único en el municipio. Avistamiento de flora y fauna e inmersión cultural en el Corregimiento Ciénaga del Opón							Extranjeros			
Turismo cultural	Vive la cultura ribereña	La experiencia busca integrar los componentes históricos y culturales de Barrancabermeja en un recorrido. Se hace a través de la visita a los principales atractivos de la ciudad y las historias que ellos cuentan. El disfrute de la gastronomía tendrá un papel relevante, en el que los visitantes disfrutarán de un plato tradicional ribereño, acompañado de muestras artísticas como danzas y música.		Familia trabajadoras Participantes en eventos deportivos y culturales		Familia nacional			Extranjeros			
	Degustando la cultura ribereña	La riqueza cultural ribereña permite desarrollar actividades para salir de la rutina laboral, involucrando las danzas, música y gastronomía de este municipio, promoviendo la organización de actividades especiales, fiestas temáticas. Se identifica como una especie de comida - show que permita la relación con la cultura del municipio y la interacción con los otros viajeros que se encuentran en Barrancabermeja por motivos similares.	Gastronomía nocturna en el muelle con cumbia - cultura express: Grupos de Estudiantes Familias de Trabajadores Corporativos Corporativo petrolero Corporativo no petrolero Turista de paso / Familia nacional	Turista de paso / Familia nacional				Extranjero				

Tabla 23: relación de productos y tiempo de llegada de viajeros (Elaboración propia)



4.3.2 Estrategia de promoción, comunicación

La estrategia contempla:

- **Posicionamiento**

Abordar lo señalado en el aparte estrategia de posicionamiento para que Barrancabermeja sea reconocida como: **Un viaje al conocimiento de la industria petrolera en armonía con la actividad ecoturística y cultural del río Magdalena.**

- **Comunicación**

Optimizar la promoción de acuerdo a los mercados objetivos y sus intereses particulares

Adelantar una estrategia de **Relaciones públicas** es fundamental para apoyar el desarrollo y la construcción de una imagen favorable del destino y darlo a conocer en los mercados objetivos de forma eficiente, a través de la generación de comunicados y noticias positivas en los medios de comunicación, por ejemplo. La recomendación personal tendrá un efecto profundo en esta etapa de desarrollo del destino

Se consideran también los viajes de familiarización de carácter promocional para que los operadores de turismo nacional e internacional recorran los principales sitios turísticos del municipio y se involucren con el proceso hablando del destino a sus respectivos clientes con base en las experiencias vividas.

Resulta de suma importancia para el municipio que se contemple aquí los mecanismos para el manejo de crisis que requieran la defensa de la imagen.

Sobre este aspecto, la guía práctica para el manejo de destinos turísticos de la OMT, ha establecido las reglas de oro para manejar las crisis.

<ul style="list-style-type: none"> ▫ Priorizar los retos que deben afrontarse en una crisis: Los de impacto inmediato y los que tendrán implicaciones en el mediano y largo plazo. ▫ Planificar con base en el peor escenario que pueda presentarse ▫ Aceptar y admitir las cosas que no se pueden cambiar ▫ No dejar toda la responsabilidad en una sola persona. Debe haber un equipo. ▫ Mantener una lista de todos los medios de comunicación, actores –operadores, mayoristas, etc; a los que hay que contactar con el tipo de información que deben recibir ▫ Centralizar la comunicación

Tabla 24: reglas para el manejo de crisis (Elaboración propia) [Información tomada de OMT]



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



- **Promoción**

Para que los resultados de la estrategia de promoción sean positivos, es importante que ésta se desarrolle teniendo en cuenta los siguientes elementos que se presentan como indicativos pero que deberán responder de manera detallada al Plan Operativo de Marketing del que se habla en la fase de proyectos.

- ✓ **Publicidad**

Supone la transmisión de información sobre los productos o destinos a través de medios de comunicación de masas. Se debe definir el mensaje a transmitir y el público objetivo que se quiere alcanzar según el medio.

Una propuesta en este campo para que los consumidores conozcan Barrancabermeja como destino turístico incluye aquellas que son altamente visibles¹²: Radio, televisión, prensa escrita, material POP, entre otros, y las que son más personalizadas: E-mail marketing, página web, redes sociales y la participación en ferias. Todas las acciones deben ir enfocadas a lograr la identificación de Barrancabermeja como un destino en el que convive la naturaleza y la industria y la cultura ribereña.

- ✓ **Radio y televisión**

La radio es un canal importante que se puede aprovechar para contar las historias de Barrancabermeja, para difundir la información sobre sus riquezas naturales y culturales. Espacios para invitar a descubrir los diferentes atractivos, a través de las experiencias y productos que se han desarrollado, son un valioso elemento de promoción.

La sugerencia, para tener un verdadero impacto, es hacer una cuñas de cuarenta segundos, que aparezcan diariamente en la mañana y en la tarde, durante sesenta días, en las principales emisoras del país.

El guión que debe tener el contenido publicitario, debe ser coherente con el mensaje de posicionamiento que quiere transmitir el destino, haciendo énfasis en los productos claves: Ecoturismo para el mercado internacional y en el nacional adicionando las opciones para el disfrute de sol y playa.

Es necesario tener en cuenta, que la generación de expectativas del destino que se va a crear con la publicidad en los diferentes medios, debe ser coherente con lo que el turista se va a encontrar al llegar a Barrancabermeja, todo esto, con el fin de generar un "voz a voz" que complemente la estrategia pensada para los medios masivos.

Inicialmente, se puede promover el destino en Bogotá, Boyacá y Santander.

Un concurso organizado por el ente territorial para visitar el municipio puede ser una acción que funcione y comience a generar interés entre el público. Se vincularía a este tipo de actividades los demás canales digitales y no digitales que se definan para la promoción del destino.

- ✓ **Prensa escrita**

¹² El texto tiene adaptaciones de los aportes del consultor de AviaExport Fernando Mandri, en los procesos de diseño de producto turístico.





Las acciones que se realicen aprovechando la prensa escrita como medio de comunicación deben estar enfocadas en las experiencias que ofrece Barrancabermeja, debe relacionar los productos claves y complementarios con frases atractivas que denoten la sensación o emoción que evocan estos sitios.

Así mismo, la gestión y el lobby que se haga para lograr "free press", será determinante en la labor de promoción

53

✓ **Vía pública**

Por medio de vallas donde se promocióne la experiencia Barrancabermeja será un elemento clave, teniendo en cuenta la ubicación estratégica del municipio como punto de conexión con el centro y norte del país.

Se recomienda generar un portafolio de imágenes de los diferentes productos turísticos que se ofertan. La idea es que los consumidores recuerden la marca a la vez que la relacionen con un destino de múltiples opciones que no pueden pasar de largo.

✓ **Transporte masivo**

Principalmente destinado a despertar el interés del turismo nacional. La idea es que se expongan imágenes de los productos turísticos en los medios de transporte masivo en los laterales de las unidades.

✓ **Material impreso**

Se sugiere elaborar una gama de material POP (tríptico, dípticos y flyers) con imágenes atractivas y variadas del destino.

✓ **Press Trips**

Una vez que se haya logrado despertar el interés de los medios de comunicación con las otras acciones promocionales, se organizarán viajes de prensa o press trips, donde se recorrerán los atractivos determinados en los productos. El objetivo de estos viajes es incentivar el desplazamiento de los turistas y motivarlos a conocer más sobre Barrancabermeja.

Los participantes, deberán comprometer a sacar por lo menos un reportaje de la experiencia vivida en el destino. En el caso de los medios masivos, la idea es que se promueva un artículo en la sección de "viajar" o de "viajes" en los periódicos de fin de semana, preferiblemente del día domingo.

✓ **Marketing directo**

Una estrategia, para llegar a los clientes, es el contacto directo. Esto se realiza a través de encuentros de socialización, donde se expone la oferta a los principales actores del sector: Operadores turísticos, mayoristas, prestadores de servicio.

Se pueden organizar charlas - desayunos, donde se presente la información sobre el destino y la oferta, con la finalidad de crear alianzas estratégicas con estos actores claves, involucrándolos en la promoción.



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



La acción se traduce principalmente en ruedas de negocio que pueden llevarse a cabo en el territorio, o en los mercados a los que se quiere llegar; tanto en el ámbito nacional como internacional.

54

✓ **Newsletter para el sector**

Funcionaría como una herramienta trimestral de información (actividades, lanzamientos de productos, novedades) que se haría llegar a las empresas operadoras, instituciones y profesionales más representativos del mercado nacional e internacional. Circular la publicación entre las empresas petroleras con presencia en el municipio será un canal de comunicación con uno de los principales segmentos que hoy llegan al territorio.

✓ **E-mail marketing**

Aunque el mercadeo por correo electrónico ha perdido fuerza, todavía hay un número importante de personas que se sienten atraídas por un buen diseño con contenido de calidad, siempre y cuando perciban que está dirigido a la satisfacción de alguno de sus intereses, como pueden ser los viajes. Si bien a esto no hay que invertirle mucho más de lo que se le invierte a los canales sociales, sí valdría la pena utilizarlo.

El contenido que se debe enviar por este canal será inicialmente la presentación del destino y de los productos y servicios turísticos disponibles.

✓ **Página Web**

Una página web¹³ es sin duda una herramienta fundamental que puede actuar como motivador para la toma de decisiones de los viajeros.

Para mostrar Barrancabermeja como destino turístico la página web debe tener contenidos atractivos, que motiven al turista a viajar. La información completa del destino y la oferta tiene que estar disponible y transmitir la experiencia que se va a disfrutar, así como el mecanismo para acceder (compra).

Según los mercados priorizados, se debe trabajar en la forma en que se presentará el contenido para que las audiencias esperadas encuentren la información de la manera en que quisieran verla organizada y en un lenguaje fácil y directo.

✓ **Navegabilidad y diseño**

La navegabilidad y el diseño, son factores muy importantes para el éxito de la página web. Es fundamental que el usuario acceda a la información sin mayores inconvenientes.

Se dará prioridad a los productos claves y al "call to action", que tendrá la función de motivar el viaje. Sin embargo, algunos productos complementarios y de nicho, podrán tener un espacio en la web que, aunque con menor información, genere inquietud en los posibles viajeros.

¹³ El texto contiene adaptaciones de los aportes del consultor de AviaExport Jorge Bonilla, en los procesos de diseño de producto turístico.





El diseño debe ser lo más limpio posible.

✓ **Contenidos**

Los contenidos web se distribuyen entre texto, fotos y video que deben ser combinados idealmente en cada una de las secciones.

El texto debe tener en cuenta las palabras clave para posicionar el portal y adicionalmente para motivar al turista.

Quando el objetivo es el posicionamiento natural de una página web, la generación de contenido único y de manera periódica, es fundamental. Para esto, se sugiere que por lo menos una o dos veces por semana, se generen escritos de aproximadamente trescientas cincuenta palabras como mínimo.

55

✓ **SEO y SEM**

Optimización de motores de búsqueda, es la traducción de las palabras que representan las letras SEO (*Search Engine Optimization*). Lo que se busca con esto, es posicionar, sin necesidad de invertir en promoción, la página web del destino para que cuando los clientes potenciales busquen información, la puedan encontrar.

La clave está en definir las palabras clave para la página que requiere una labor permanente de gestión, ya que las personas varían las palabras de búsqueda constantemente.

SEM, significa por sus letras en inglés, mercadeo en motores de búsqueda (*Search Engine Marketing*). Se utiliza para posicionar la página web y aparecer en los primeros lugares de la búsqueda, pagando. Es inmediato y genera posibilidades de segmentación.

Para medir estos esfuerzos, es importante mantener una revisión periódica y permanente de la "Analítica Web" que debe tener la página que se cree para Barrancabermeja ya que permite la valoración y evaluación de las visitas.

✓ **Redes Sociales**

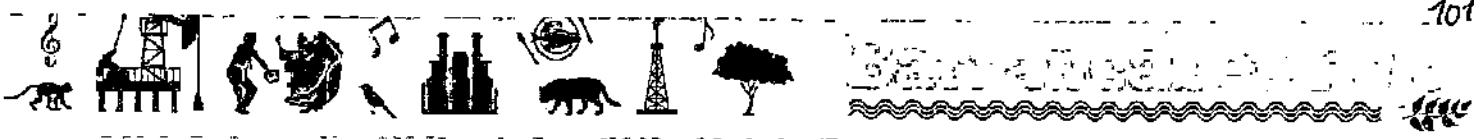
Las redes sociales se consideran medios de comunicación entre grupos de personas¹⁴.

Para el sector turístico, la herramienta cobra especial importancia. Por un lado, por el creciente número de personas usuarios de las redes que están dispuestas a comprar en línea, y por el otro, por la relevancia que tiene las opiniones de los demás en la toma de decisión de la compra y que son, en su mayoría, compartidas a través de medios como estos..

Aunque es difícil medir el retorno sobre la inversión de las redes sociales porque un viajero que vea mensajes, fotografías y contenido interesante de Barrancabermeja, puede tomar la decisión de viajar, planeando el

¹⁴ El texto tiene adaptaciones de los aportes del consultor de AviaExport Jorge Bonilla, en los procesos de diseño de producto turístico.





viaje por su propia cuenta, y esto no queda registrado en ninguna parte, el llamado ROI, se traducirá en una inversión menos costosa en la labor de mercadeo, posicionamiento y consolidación de la marca en el corto, mediano y largo plazo, y en una comunicación permanente con los clientes actuales y potenciales, generando vínculos de altísima rentabilidad para el destino.

Ahora bien, tener abierta una cuenta en una red social, no es, por sí solo, algo positivo, debe haber un responsable de la gestión de contenidos y de la relación con la comunidad.

Es además necesario tener en cuenta que el lenguaje y la forma de manejarlo, dependerá de las redes sociales que sean utilizadas.

Se sugiere:

Tener una Fan Page en Facebook, cuenta en twitter, darle relevancia a la cuenta de Instagram, así como a un canal de youtube.

✓ **Publicidad a través de canales aliados**

Otra forma de promover los contenidos que genere el municipio y gestionar nuevos, es a través de aliados como blogueros y periodistas, que compartan información sobre el destino turístico en sus propios portales que tengan enlaces hacia la web del municipio, ayudando así a posicionarla en los motores de búsqueda, aprovechando los viajeros que llegan buscando información procedente de estos canales. Pueden ser pagos o manejados a través de algún tipo de incentivo.

✓ **Ferias**

Asistir a una feria turística involucra un costo importante por lo que es muy importante definir aquellas relevantes para los mercados a los que se quiere acceder de acuerdo a la oferta del municipio.

La participación en ferias es útil y de vital importancia como una herramienta para dar a conocer el destino, buscar potenciales clientes en un período corto de tiempo y conocer la competencia, sus productos, condiciones de la oferta, tendencias comerciales, etc.

Dado que el posicionamiento del destino es aún incipiente, la recomendación es que mantenga su participación en las ferias internacionales, de la mano de las que se hace, con el liderazgo de ProColombia, para dar a conocer la oferta país. No obstante, se sugiere que al menos una persona del municipio encargada de la gestión turística, con capacidades de mercadeo y bilingüe, pueda acompañar la presencia del país en estos escenarios. Esto se prevé en el mediano plazo

A nivel nacional se espera que el municipio esté presente con un stand e información detallada de su oferta como mínimo en ANATO, y que se pueda garantizar a participación de los prestadores de servicios turísticos.

En los dos casos, además de la labor de comercialización para dar a conocer el destino, que se espera en estos espacios, se propone que sea



aprovechada para estudiar la competencia y analizar sus factores de éxito.

✓ **Propuesta de Indicadores**

Las acciones propuestas no serían efectivas si no se realiza un seguimiento y control del impacto¹⁵.

Al respecto, se recomiendan los siguientes tipos de evaluación para determinar eficiencia y eficacia de las acciones y establecer necesidades de ajuste:

57

- Evaluación post-venta con los clientes finales e intermediadores mediante la utilización de encuestas de satisfacción y medición de la calidad en el servicio. Esto permitirá ir analizando la efectividad de las campañas promocionales y publicitarias con respecto a lo percibido por el cliente después de haber consumido el servicio.
- Análisis del gasto promedio diario efectuado por el turista. Aunque es importante el número de turistas que llegan al destino, es aún más relevante el gasto realizado y lo que representan para el destino, es muy importante medir el impacto económico que se genera en las comunidades receptoras.
- Análisis financiero una vez finalizada alguna acción promocional. Comparar los montos de inversión inicial con los resultados finales.
- Evolución del número de turistas por nacionalidades y segmentos. Con esta información se podrá conocer si efectivamente están llegando los turistas objetivos de acuerdo a las estrategias promocionales implementadas.
- Evolución de la estancia media. Entre mayor diversidad y competitividad de los productos y servicios turísticos, mayor será el tiempo de estadía de un turista en la zona.
- Evolución de las tasas de ocupación en una muestra representativa de alojamientos turísticos, distinguiendo entre segmentos y ámbitos geográficos.

4.4 Estrategia de sostenibilidad

El diagnóstico realizado, permitió identificar la importancia de apostarle al desarrollo integral del municipio. Se identificó la necesidad de propender por la conservación de la riqueza natural y cultural de Barrancabermeja a la vez que se identificó la oportunidad que el turismo genera como mecanismo para apalancar este propósito.

Considerando la relevancia que se le da a la convivencia armónica entre la naturaleza, la industria y la cultura para el fomento del turismo, es primordial garantizar la sostenibilidad de la actividad.

El modelo debe estar encaminado al cumplimiento de los objetivos del turismo sostenible planteados por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio

¹⁵ El texto tiene adaptaciones de los aportes del consultor de AviaExport Fernando Mandi, en los procesos de diseño de producto turístico.





Ambiente y la Organización Mundial del Turismo y que se resumen a continuación¹⁶.

58

- Viabilidad económica: Garantizar la viabilidad y la competitividad de los destinos y empresas turísticas de forma que sean capaces de seguir prosperando y de obtener beneficios a largo plazo.
- Prosperidad local: Mejorar en la posible la contribución del turismo en la prosperidad económica del destino, incluida la proporción del gasto que se retiene localmente
- Calidad del empleo: Fortalecer el número y la calidad de los empleos locales creados y sustentados por el turismo, incluidos los salarios, las condiciones de los servicios y la igualdad de oportunidades
- Equidad social: Procurar una distribución amplia y justa de los beneficios económicos y sociales provenientes del turismo entre la comunidad receptora.
- Satisfacción del visitante: Proporcionar una experiencia segura, satisfactoria y completa a los visitantes con igualdad de oportunidades para todos sin discriminación
- Control local: Implicar y habilitar a las comunidades locales en la planificación y en la toma de decisiones sobre la gestión y el desarrollo futuro del turismo en su entorno.
- Bienestar de la comunidad: Mantener y fortalecer la calidad de vida en las comunidades locales, incluidas las estructuras sociales y acceso a recursos y servicios, evitando cualquier forma de degradación o explotación social o medio ambiental.
- Riqueza cultural: Respetar y mejorar el patrimonio histórico, la cultura auténtica, las tradiciones y peculiaridades de las comunidades anfitrionas
- Integridad física: Mantener y mejorar la calidad de los entornos, tanto urbanos como rurales, y evitar la degradación física y visual del medio ambiente.
- Diversidad biológica: Apoyar la conservación de áreas naturales, hábitats y vida salvaje y reducir al máximo el daño hacia ellos.
- Eficiencia de los recursos: Reducir la utilización de los recursos escasos y no renovables en el desarrollo y operación de las instalaciones y servicios turísticos.
- Puerza medio ambiental: Reducir al mínimo la contaminación del aire, agua y del suelo y la generación de basura por las empresas y visitantes turísticos.

En ese escenario, se plantea que el turismo en Barrancabermeja sea un instrumento útil para demarcar estrategias que contribuyan a: La gestión de áreas naturales y el ordenamiento del territorio para garantizar el cuidado del medio ambiente, el empoderamiento de las comunidades en estas estrategias de conservación, el fortalecimiento del sector cultural para preservar la identidad socio-cultural y, la generación de ingresos a las comunidades locales receptoras para promover el desarrollo económico.

Los esfuerzos que deben realizarse se sintetizan en los siguientes ejes:

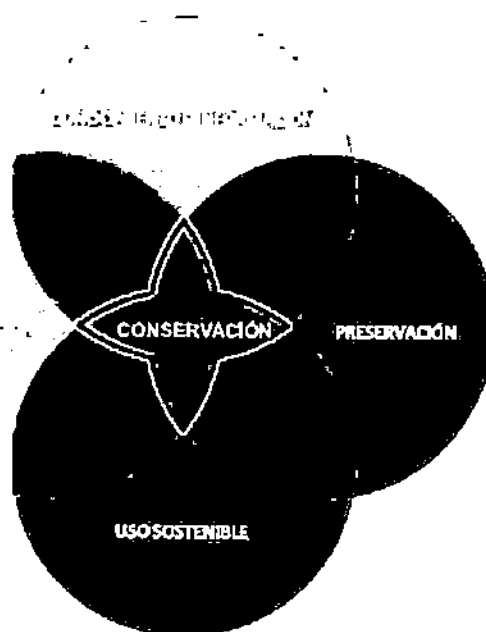
- **Fomento a los mecanismos de conservación y gestión ambiental.** como base de la apuesta de posicionamiento que se propone para el disfrute de actividades únicas en un entorno natural alrededor de los ecosistemas de humedales del Magdalena Medio aportando a su conservación, se busca promover procesos de soporte para la gestión integral y el uso sostenible.

¹⁶ PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL MEDIO AMBIENTE/ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "Programa para un turismo sostenible". 2006





Se recomienda recomendar acogerse a los lineamientos de la política nacional para la gestión integral de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos (PNGIBSE)¹⁷, que concibe "la conservación de la biodiversidad, como un concepto que trasciende la visión asociada exclusivamente a la preservación de la naturaleza". Considera que esta debe "ser entendida y gestionada como una propiedad emergente, generada a partir del balance entre acciones de preservación, uso sostenible, generación de conocimiento y restauración de la biodiversidad, de manera que se mantenga o incremente la resiliencia¹⁸ de los sistemas socio-ecológicos y con ella el suministro de servicios eco-sistémicos fundamentales para el bienestar humano".



Fuente: PNGIBSE, La conservación de la biodiversidad como elemento emergente de la preservación, uso sostenible, restauración y generación de conocimiento.

- **Ordenamiento, uso y aprovechamiento del territorio en el turismo:** Su consideración destaca los aspectos vinculados al uso de suelos, la organización de los escenarios de vocación turística y la mitigación de impactos al entorno social y natural. Barrancabermeja requiere atención especialmente en los ecosistemas de ciénagas para definir las características del uso turístico que se haga de ellos como instrumento de conservación.

Se hace énfasis en la necesidad de:

¹⁷ MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, "Política nacional para la gestión integral de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos (PNGIBSE)". Colombia. Disponible en http://www.humboldt.org.co/images/pdf/PNGIBSE_esp%C3%B1ol_web.pdf

¹⁸ "La resiliencia hace referencia a la capacidad de los socio-ecosistemas de absorber los disturbios y reorganizarse mientras se llevan a cabo cambios que permiten mantener la misma función, estructura, identidad y retroalimentación (Folke et al. 2004), aumentando su capacidad de aprendizaje y adaptación al cambio (Carpenter et al. 2001), de manera que se mantenga y aumente el suministro de servicios ecosistémicos. Bajo este escenario, se reconoce que en la naturaleza no existen equilibrios estáticos y que el cambio y la incertidumbre son factores determinantes a ser tenidos en cuenta dentro de la GIBSE" - (PNGIBSE).





- o Implementar planes de manejo sustentable de ecosistemas que velen por la protección de las fuentes hídricas.
- o Promover programas de recaudo, manejo y disposición de residuos sólidos y potenciar acciones de reciclaje y reutilización de materiales que no puedan ser tratados,
- o Acciones de sensibilización, educación y control.
- o Para las zonas urbanas, el ordenamiento también debe propender por mitigar los impactos de la contaminación resultante del pervivir humano, entre esta, la auditiva, visual y la generada por los residuos.

Considerando la particularidad del municipio y la importante actividad industrial relacionada con el sector petrolero, así como la visión del plan de que "convivan" la naturaleza y la industria y sea esta la mayor fortaleza para el desarrollo turístico; es primordial que se promuevan todas las acciones necesarias para mitigar la afectación a que pudiese haber lugar,

Entre las acciones recomendadas se deben considerar: el establecimiento de reglamentos, sensibilización a las comunidades, espacios de diálogo permanente con la industria, mecanismos de control y monitoreo, así como resolución de conflictos.

Cabe resaltar que el ordenamiento y aprovechamiento de los espacios infiere también la necesidad de **contar con equipamiento que aporte a la sostenibilidad de los escenarios**, por lo que, los lineamientos que se generen deben considerar, como parte integral de sus intervenciones, los elementos físicos que se requieren para el disfrute turístico

- **Preservación del patrimonio cultural y fortalecimiento del sector cultural:** Es el componente que permitiría, tras su adecuado proceso de gestión, integrar las expresiones y manifestaciones culturales como parte de una experiencia turística diferenciada. La multiculturalidad del municipio y el arraigo en la cultura ribereña es un elemento fundamental para el desarrollo de experiencias turísticas en Barrancabermeja.

Se proponen acciones que tiendan a:

- o Recuperar la memoria local
- o Salvaguardar, fortalecer y divulgar las tradiciones
- o Aprovechar la riqueza cultural
- o Establecer espacios sostenibles para el intercambio

El turismo sería el canal para visibilizar las expresiones del municipio.

- **Turismo Comunitario**, definido como el modelo de gestión que aprovecha las oportunidades que el sector pueda generar tanto como instrumento para la preservación de la identidad y las prácticas culturales, como para el crecimiento económico de las comunidades receptoras. Se propone especialmente como modelo para el desarrollo del turismo en la zona rural del municipio.

El objetivo es desarrollar oportunidades de emprendimientos, empleos e ingresos para los habitantes del municipio en equilibrio con el medio ambiente, la preservación de la identidad cultural y la generación de recursos económicos.



- **Turismo Responsable:** En el entendido de que el destino permite que los visitantes tengan un rol activo en la experiencia turística, es importante establecer mecanismos que promuevan un adecuado comportamiento de estos en los territorios, mitigando los impactos negativos y maximizando los beneficios integrales que un visitante puede generar al destino.

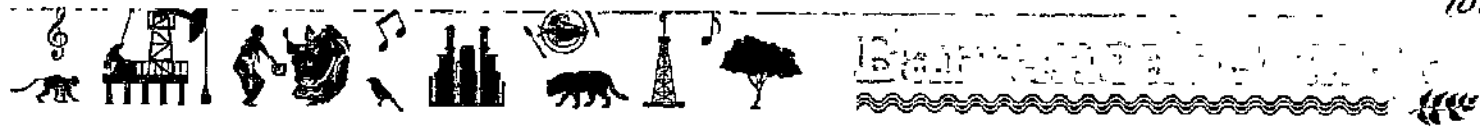
Finalmente, para garantizar que el turismo en el municipio se hace con base en los principios de sostenibilidad, se exhorta a los gestores del destino a evaluar el proceso con base en el instrumento desarrollado en términos de indicadores de gestión por el PNUM y la OMT ¹⁹:

61

Planteamiento para la sostenibilidad	Indicador sugerido
Satisfacción local con el turismo	Nivel de satisfacción focal con el turismo (cuestionario)
Efectos del turismo en las comunidades	Relación entre turistas y personas locales (valor medio y máximo por día)
	% de personas que creen que el turismo ha colaborado a traer nuevos servicios o infraestructuras (basado en cuestionarios)
	Número y capacidad de los servicios sociales disponibles a la comunidad (% atribuible al turismo).
Mantenimiento de la satisfacción del turista	Nivel de satisfacción de los visitantes (basado en cuestionario)
	Percepción sobre los precios (basado en cuestionario)
	Porcentaje de visitantes que vuelven
Estacionalidad del turismo	Llegadas de turistas por mes o trimestre (distribución durante el año)
	Tasa de ocupación para alojamientos oficiales por mes (temporada alta en relación con la temporada baja) y % de toda la ocupación del trimestre o mes de mayor ocupación
	% de establecimientos abiertos todo el año
	Número y % de empleos en la industria del turismo permanentes o de todo el año (comparado con los empleos temporales)
Beneficios económicos del turismo	Cantidad de población local (y % de hombres y de mujeres) empleada en el turismo (tasa de desempleo en el turismo en relación con el desempleo total)
	Ingresos generados por el turismo en % de los ingresos totales generados en la comunidad
Gestión de la energía	Consumo per capita de energía de todos los orígenes (global, y por sector turístico, por persona y día)
	Porcentaje de empresas que participan en programas de conservación de energía o que aplican políticas y técnicas de ahorro energético
	% de consumo de energía proveniente de fuentes renovables (en destinos, establecimientos)
Disponibilidad y consumo de agua	Consumo de agua: (volumen total consumido y litros por turista y día)
	Ahorro de agua (% ahorrado, recuperado o reciclado)
Calidad del agua potable	Porcentaje de establecimientos turísticos con agua tratada siguiendo normas internacionales de agua potable

¹⁹ PNUM/OMT. Programa para un turismo sostenible. 2006





	Frecuencia de enfermedades debidas al agua: cantidad/ porcentaje de visitantes que informan de enfermedades debidas al agua durante su estancia
Tratamiento de aguas residuales (gestión de aguas residuales)	Porcentaje de aguas residuales que reciben tratamiento (niveles primario, secundario y terciario)
	Porcentaje de establecimientos turísticos (o de alojamientos) pertenecientes al sistema o sistemas de tratamiento (si existe)
Gestión de residuos sólidos (basura)	Volumen de residuos producido por el destino (toneladas) (por mes)
	Volumen de residuos reciclados (m3) / Volumen total de residuos (m3) (especifique diferentes tipos)
	Cantidad de residuos recogidos en zonas públicas (incluida la basura)
Control de desarrollo	Existencia de procesos de planificación del uso del suelo o de desarrollo, incluido el turismo
	% de área sometida a control (densidad, diseño, etc.)
Control de la intensidad de uso	Número total de llegadas de turistas (valor medio, mensual, temporada alta)
	Número de turistas por metro cuadrado en el lugar (por ejemplo, en playas, atracciones), por kilómetro cuadrado en el destino, número medio / media de la temporada alta.

Tabla 25: indicadores de gestión (Elaboración propia) (Información tomada de PNUM y la OMT)

4.5 Estrategia de calidad y fortalecimiento empresarial

Fomentar la prestación de servicios turísticos de calidad para la competitividad y como factor diferenciador del municipio es uno de los factores integrales sobre los que el desarrollo turístico debe hacer énfasis.

Durante la fase de diagnóstico se hizo un análisis detallado a la cadena de valor del turismo con base en fuentes secundarias, talleres y encuestas que permitieron identificar el estado del arte en aspectos relacionados con la infraestructura física, procesos operativos, administrativos y comerciales de la oferta turística.

Aunque sin duda, Barrancabermeja cuenta con empresas tanto del sector hotelero como aquellos que ofrecen experiencias gastronómicas que ofrecen experiencias memorables, en la gran mayoría de prestadores, se encontraron importantes espacios de mejora.

Así las cosas, el PDT plantea abordar estas necesidades desde tres componentes:

4.5.1. Adopción e implementación de sellos de calidad y de especialización de la oferta.

Los sellos de calidad turística son uno de los mecanismos por medio de los cuales se comunica al viajero que el establecimiento que está considerando para su visita cumple con los estándares adecuados para que su experiencia sea satisfactoria.

El Gobierno Nacional desde el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, mediante la Resolución 650 de 2008, ha procurado reglamentar el uso de la marca de Certificación de Calidad Turística, con el objetivo de fomentar el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos en el país. Creó además, las Unidades Sectoriales de Normalización en todos los subsectores





turísticos, con el fin de contribuir a la conceptualización de la normatividad especial que requiere cada eslabón involucrado en la cadena de prestación del servicio para velar por la estandarización de los procesos de calidad en materia turística, y aportar a la creación de una cultura de excelencia de servicios en el país.

Sin embargo, es necesario destacar que en el municipio de Barrancabermeja, solo 3 prestadores han logrado obtenerlo. Es por eso que se propone un trabajo conjunto para apoyar a los empresarios en sus procesos de certificación.

Se propone también que el municipio pueda trabajar en una certificación especializada o sello especializado que respondería a la temática de la oferta en el marco de productos del destino y estaría directamente articulada con la constitución de clubs de producto. El prestador podrá acceder a distintivos que lo referencien como parte del "club de producto" aplicado de manera independiente para cada área. Turismo de naturaleza, turismo industrial, turismo cultural.

Para este propósito se recomienda avanzar en programas de diseño, establecimiento de criterios, conformación del comité de acreditación y veeduría, mecanismos de control, estrategias de soporte y divulgación.

Es importante resaltar que esta estrategia de certificación sería de carácter voluntario y se propone como paso previo al cumplimiento de la normatividad tanto de calidad como de sostenibilidad que establece el gobierno; todo lo anterior por considerar que los tiempos y niveles de preparación del territorio necesitan un proceso en fases que contribuya de manera escalonada al desarrollo del destino.

Es necesario también que se generen los mecanismos adecuados para asegurar que en el municipio los requisitos para los programas de certificación estén vinculados al fortalecimiento de las capacidades técnicas de los prestadores de servicios turísticos y de la comunidad en general.

4.5.2 Formación para el turismo

La estrategia debe estar enfocada en la generación de capacidades específicas para fomentar el emprendimiento y mejorar las capacidades técnicas de los prestadores de servicios turísticos.

Se deberá aprovechar las iniciativas del SENA que está generando una línea clara de fortalecimiento al sector turismo.

El objetivo es contar con cursos de duración variable desde un enfoque de "aprender haciendo" que aborde las siguientes temáticas.

- Capacitaciones en torno al concepto de turismo comunitario
- Conformación de organizaciones
- Investigación de mercados y diseño de productos turísticos.
- Prestación de servicios
- Patrimonio cultural y ambiental
- Desarrollo empresarial
- Comercialización
- Investigación aplicada y generación de contenidos
- Inglés para el turismo





4.5.3 Fortalecimiento empresarial

Conciendo la importancia de fortalecer a los prestadores de servicios turísticos del municipio y promover la innovación para garantizar el desarrollo de experiencias memorables en el destino, se propone una estrategia que tenga en cuenta tres grandes componentes:

- Apoyo a emprendimientos turísticos que fomenten el desarrollo económico de las comunidades a través de la facilitación del acceso a fondos de capital semilla, a mecanismo de financiamiento, asesoría técnica y acompañamiento a las iniciativas.
- Fomentar la formalización empresarial.
- Promover espacios de innovación productiva enfocada a productos turísticos en las temáticas definidas en el marco de este plan.

64

4.6 Estrategia de gobernanza y gestión

Para la gestión de destinos, la estrategia del Plan de Desarrollo se fundamenta en el modelo VICE desarrollado en el 2003 por el "English Tourist Board and Tourism Managment Institute", en el que se relacionan los visitantes que llegan al municipio, los empresarios del sector turístico que prestan servicios, la comunidad que los recibe y el entorno natural y cultural en el que se genera la interacción.

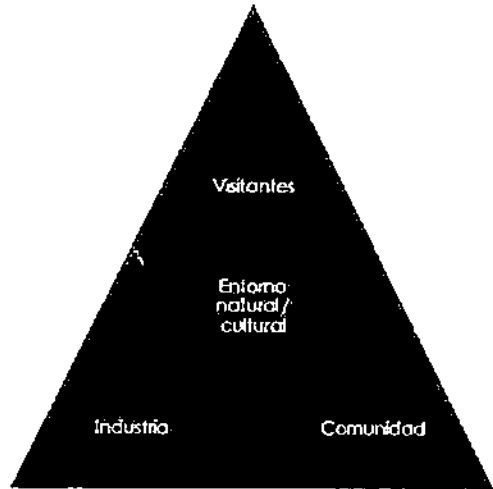


Gráfico 15: modelo VICE (Elaboración propia) (Información tomada de English Tourist Board and Tourism Managment Institute)

Teniendo en cuenta los resultados en la etapa de diagnóstico y la evaluación de las funciones y la eficiencia de la relación público – privado - comunidad hecha por la consultoría, se observa una clara necesidad de coordinación y generación de confianza entre actores para la mejora de la competitividad, de manera tal que el desarrollo de la oferta, la captación de la demanda y la gestión de destino se haga de forma articulada.

La estrategia para el desarrollo turístico que plantea el PDT de Barrancabermeja contempla:



4.6.2 Institucionalidad para el desarrollo turístico

- Uno de los elementos a resaltar entre los resultados del diagnóstico, fue la debilidad de la estructura institucional consolidada en Barrancabermeja para liderar el turismo; si bien hay una designación en la Secretaría de Desarrollo Económico los actores no se percibe el compromiso por el sector que se traduzca en acciones y recursos disponibles, tanto físicos como económicas. El Turismo no se identifica como una prioridad de la autoridad local.

65

En este contexto, el Plan de Desarrollo Turístico plantea la necesidad de avanzar en una estrategia de fortalecimiento institucional a través de la puesta en marcha de una **coordinación de turismo en el corto plazo que dependa de la Secretaría de Desarrollo económico y una Secretaría de Turismo en el mediano plazo**, acorde con el compromiso de trabajar por un sector que debe convertirse en alternativa de desarrollo económico y bienestar para los habitantes de Barrancabermeja.

Teniendo en cuenta que la figura no se considera en la estructura administrativa de la planta de la Alcaldía de Barrancabermeja, se propone por el análisis de estas variables, el **estudio de reestructuración y la implementación** de la figura que esté acorde con los objetivos de la administración local y permita tener las herramientas necesarias para trabajar en el sector.

- Otro de los aspectos relevantes es mantener y fortalecer los mecanismos de diálogo público – privado. El municipio cuenta con una figura creada por Acuerdo Municipal: El Consejo Municipal de Turismo que tiene representación de los principales actores del sector.

El propósito es garantizar que este espacio, además de responder a procesos de consulta, brinde las herramientas para lograr apropiación y compromiso de todas las partes con el desarrollo turístico de Barrancabermeja en un diálogo de alto nivel con poder de decisión para la integración de los actores en la definición de políticas de desarrollo de forma coordinada (sector público y privados y que sea incluida la comunidad).

Es importante que se trabaje en la construcción de confianza y cohesión de los actores locales, para atender las debilidades encontradas en el diagnóstico

El Consejo Municipal de Turismo, debe aportar de manera considerable en cada una de las etapas de desarrollo de destinos:



66

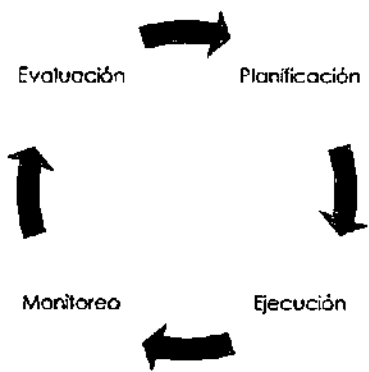


Gráfico 16: etapas de desarrollo de destinos (Elaboración propia)

Respondiéndose a las cuatro preguntas que sugiere el modelo VICE, a saber:

- ¿Cómo las decisiones van a afectar a los visitantes?
- ¿Cuáles son las implicaciones para el sector privado?
- ¿Cómo se va a ver impactada la comunidad?
- ¿Cuál será el impacto ambiental y/sociocultural del destino?²⁰.

Son relevantes estos cuestionamientos, porque sino pueden responderse todas de manera positiva, las acciones que se estén proponiendo para el destino no serán sostenibles y no podrá cumplirse con los objetivos del desarrollo que se requiere en el municipio.

- Una autoridad local fortalecida desde lo institucional y un diálogo oficial entre los diferentes actores de la cadena de valor del turismo que aporta al desarrollo del sector, serán la base sólida que requiere Barrancabermeja y que permitiría la constitución de lo que se conoce como una **Organización de Gestión de Destino (OGD)**, según lo plantea la Organización Mundial del Turismo.

Una instancia concebida como espacio independiente para trabajar por Barrancabermeja como destino turístico.

Así las cosas, el PDT propone una estrategia para la creación de una OGD²¹ que vele por el fin último del turismo: Generar crecimiento y desarrollo económico, a partir de "productos adecuados" + "demanda adecuada", como se resume en el siguiente esquema²².

²⁰ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO "A Practical guide to tourism destination management. Madrid 2007
²¹ WORLD TOURISM ORGANIZATION. "A practical guide to tourism destination management". Madrid 2007, pág 4
²² Mi traducción del planteamiento que sobre OGD se hace en la "Practical guide to tourism destination management"



67

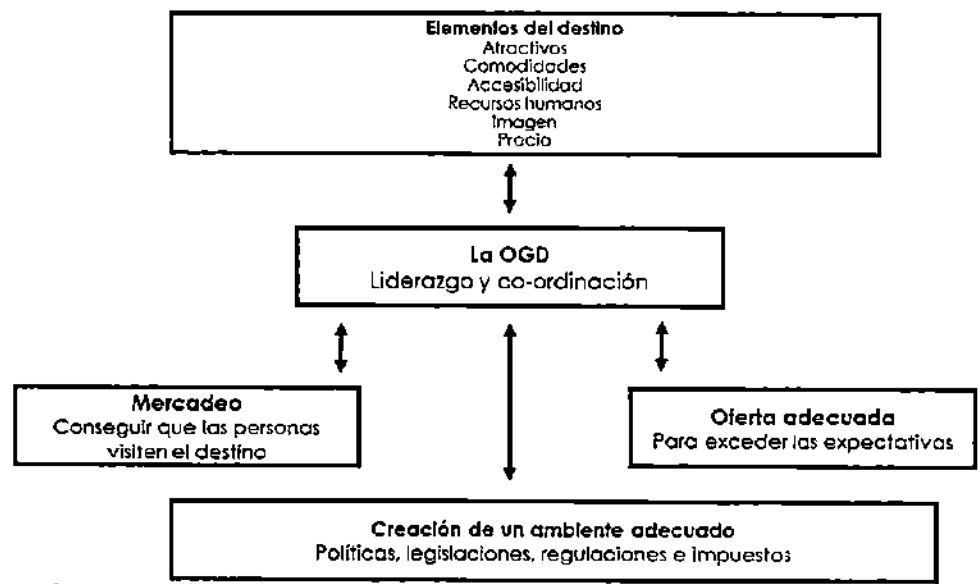


Gráfico 17: Organización de gestión del destino (Elaboración propia) (Información tomada de OMT)

El objetivo es que en el Municipio de Barrancabermeja la OGD lidere y coordine los diferentes aspectos del destino así:

Aportar en la creación del ambiente adecuado: Físico, social y económico.	Mercadeo: Atraer y persuadir a los visitantes a que lleguen al destino.	Garantizar la calidad de la experiencia del visitante.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Liderar – coordinar ✓ Planeación ✓ Infraestructura ✓ Desarrollo del Recurso Humano ✓ Desarrollo de producto ✓ Tecnología y desarrollo de sistemas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promoción del destino – incluida imagen y marca. ✓ Campañas para impulsar negocios ✓ Servicios de información imparcial ✓ Facilitación de reservas ✓ CRM 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Arranque de productos turísticos ✓ Realización y gestión de eventos ✓ Desarrollo y gestión de atractivos

Tabla 26: objetivos de OGD (Elaboración propia)

En todo caso, la OGD estará a "cargo" del destino y será responsable por lograr retorno de inversión, crecimiento del mercado, productos de calidad, distinción y beneficios para los diferentes actores.

4.6.3 Seguimiento al desarrollo turístico territorial

La definición de procesos que permitan monitoreo y seguimiento al sector, también resulta un componente relevante para la toma de decisiones y la consolidación institucional en pro del turismo; en este marco se vuelve fundamental:



- Establecer mecanismos de medición del flujo de visitantes a los territorios, conocer sus expectativas y retroalimentación y recoger de manera permanente las consideraciones de las comunidades receptoras, así se podrán, en la dinámica operativa del turismo, hacer ajustes frente a las estrategias de promoción, la gestión de proyectos que aporten a la sostenibilidad o la seguridad de la actividad, la mejora del recurso humano, entre otros.
- Monitorear la gestión e intervención frente al sector turístico que se adelantan desde distintas entidades e instituciones presentes en el territorio, con el fin de alinear las acciones y hacer más efectivos los resultados, evitando la duplicidad de actuaciones o limitando acciones que no sean congruentes con las políticas de desarrollo turísticas locales.
- Establecer mecanismos de retroalimentación de los avances y la gestión en el sector.

Esta estrategia responde a la necesidad de hacer seguimiento a los programas propuestos en las líneas que este plan contempla, especialmente en: Productos y destinos, Mercado, Promoción y Comercialización

4.6.4 Generación de capacidades

Para la captación de fondos de inversión públicos y de cooperación internacional para el desarrollo turístico, así como inversión privada dirigida al fomento del emprendimiento comunitario.

Teniendo en cuenta la apuesta del destino y la estrategia que promueve el Plan de Desarrollo Turístico, se establece la necesidad de preparar a los actores, generando las habilidades y capacidades técnicas específicamente en dos áreas fundamentales.

- Ordenamiento y planificación turística
- Consecución de fondos para apalancar las iniciativas del Plan y promover un ambiente de certidumbre que sea atractivo para la inversión.

5 Programas y proyectos

Definidas las estrategias para el desarrollo turístico del municipio, en este aparte se abordan los programas de acción para cada una de las líneas estratégicas planteadas:

- Productos y destinos
- Mercados, marketing y promoción
- Sostenibilidad
- Calidad
- Gobernanza y gestión

Cada uno de los programas se componen de proyectos específicos, que se presentan en formato de fichas.





5.1 Programa de productos y destinos

El objetivo de este programa es:

Estructurar una oferta turística diferenciada aprovechando la historia y los atractivos naturales y culturales del municipio

La estrategia que soporta este programa se resume a continuación:

69



Destinos y productos turísticos	Factores de oportunidad	Estrategias
	<ul style="list-style-type: none"> - Riqueza natural del municipio alrededor del sistema de humedales del Magdalena Medio, cuyo principal afluente es el Río Magdalena. - Diversidad de flora y fauna. - Esfuerzos de entidades como el Centro de Estudios Regionales y la Cámara de Comercio por aportar en el diseño de productos turísticos. - El Municipio ha sido incluido en el proceso de diseño de producto turístico: Magdalena Travesía Mágica. - Barrancabermeja es el municipio que inspiró y vio nacer un símbolo de la cultura colombiana: La letra y música de la Pollera Colorá. - Diversidad de eventos culturales y deportivos en el municipio. - Infraestructura que da cuenta de la historia de la exploración y explotación petrolera, susceptibles de aprovechamiento turístico. - Experiencia en la prestación de servicios turísticos alrededor del turismo industrial - petrolero - Adecuada infraestructura de la oferta hotelera y gastronómica del municipio. - Reconocimiento de la gastronomía del municipio - Medios de transporte para el acceso al municipio adecuados (terrestre, aéreo y fluvial). - Reconocimiento por parte de las autoridades y los actores relevantes del sector de la importancia de contar con productos turísticos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estructurar productos turísticos que potencialicen los elementos únicos del municipio. 2. Fortalecer el desarrollo de experiencias que permitan disfrutar de la convivencia que existe en el municipio entre industria y naturaleza.
	<p>Factores de mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> -No se identifican productos turísticos operativos - No se cuenta con guiones para los recorridos turísticos del municipio. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Exaltar la cultura y tradiciones del municipio



El progreso es de todos

Mincomericio

FONTUR COLOMBIA



BARRANCABERMEJA POSIBLE

AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



70



- La señalización de los atractivos turísticos del municipio es casi nula
- No se identifica un inventario de la fauna y flora del municipio, relevante por la importancia que quiere dársele al potencial de turismo de naturaleza.
- Muchos de los eventos realizados en el municipio son de corta duración y periodicidad limitada, lo que limita el gasto.
- Falta de estandarización de precios en los servicios de transporte.
- El municipio no cuenta con una terminal de transporte terrestre.
- Limitado número de empresas operadoras de turismo que trabajen con turismo de receptivo. Es casi imperceptible la oferta local.



Proyectos

Desarrollo del turismo industrial – Sector petrolero
Desarrollo del turismo de naturaleza – ecoturismo (ciénagas)
Desarrollo de turismo cultural



El progreso es de todos
Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIAEXPORT
ORGANIZACIÓN AVIATUR



71

Desarrollo del turismo Industrial – sector petrolero			
Objetivo del Proyecto		Plazo de realización	
Promover el desarrollo del portafolio de productos turísticos concebidos para el municipio relacionados a la industria petrolera		1 año	
Sub-Proyecto 1		Plazo (años)	Valor Aproximado
Definición estratégica del producto turístico		Años 1	\$ 30.000.000
Acciones relacionadas:			
<p>Considerando los mercados actuales y potenciales identificados en desarrollo del PDT de Barrancabermeja, se considera necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Profundizar en la conceptualización de las tres iniciativas definidas por el PDT para el producto turístico y los sub-productos que atienden a las necesidades específicas y tiempos disponibles de los segmentos de mercado, como se detalla en la Estrategia de Producto. Estas son: <ul style="list-style-type: none"> o Ruta especializada o Conociendo la industria petrolera o Industria petrolera express ✓ Establecer las brechas existentes en los niveles de competitividad de la operación de las actividades para definir los requerimientos de formación, equipamiento y prestación de servicios, en el PDT y en el componente de operación de este proyecto se identificaron inicialmente algunas, pero el detalle debe ser parte del proceso de definición estratégica.. ✓ Elaboración del plan de negocios, que incluya entre otros: <ul style="list-style-type: none"> o Estimación del presupuesto de inversión o Definición de costos y precio o Proyección de ventas o Plan de implementación <p>Se propone trabajar con las bases del diagnóstico y propuestas del PDT en un espacio participativo para definir las actividades a desarrollar, profundizar en los requerimientos y elaborar el plan de negocio. El presupuesto contempla los honorarios de un facilitador para al menos 6 talleres, así como los gastos de logística. 2 taller por subproducto, uno para conceptualización, otro para plan de negocios</p>			
Meta	Indicador	Actores	
Al menos tres sub-productos diseñados con sus planes de negocio.	# de sub-productos turísticos diseñados # de planes de negocio realizados	Viceministerio de Turismo FONTUR Secretaría de Desarrollo Económico SENA Cámara de Comercio de Barrancabermeja Centro de Estudios Regionales JAC El Centro ECOJETROL Agencias de viajes operadoras	
2019	2020	2021	2022
Sub-Proyecto 2		Plazo (años)	Valor Aproximado





Propender por la competitividad del producto turístico - Elementos operativos	4 Años implementación alastamiento	\$ 525.000.000
	6 Años mantenimiento innovación	

Acciones relacionadas

La mejora de la competitividad enmarca todas las actuaciones que aporten a las condiciones operativas del producto y lo pongan a punto para fortalecer su presencia en el mercado. Tienen como objetivo cerrar las brechas de la oferta y las expectativas de los viajeros y promover un nivel de estandarización de operación del producto.

Aunque esta identificación será detallada como resultado del proceso de diseño de producto turístico. En el marco del trabajo para la elaboración del PDT se identificaron los siguientes requerimientos para que el producto turístico pueda ofrecerse de forma adecuada a los diferentes segmentos de mercado y se plantean a manera de referencia:

72

✓ **Generación de contenidos, elaboración de guiones e interpretación del patrimonio industrial el municipio**

La comunidad del Centro trabajó en un guion con la supervisión de Ecopetrol para contar con la información precisa sobre el proceso de exploración y explotación petrolera. Deben hacerse ajustes para públicos no especializados y de acuerdo al tiempo disponible para la experiencia. Infografía "Historia y presente de la industria petrolera en Colombia", la importancia de Barrancabermeja.

✓ **Señalización interpretativa de escenarios turísticos**

Gestar y apoyar las iniciativas de señalización turística de tipo interpretativo para los escenarios que se dispengan al ejercicio turístico. El proyecto debe considerar la investigación, construcción de guiones, diseño de herramientas interpretativas, elaboración e instalación. Se identificó como necesidad recurrente la señalización en los atractivos del Corregimiento El Centro que aporten a una experiencia enriquecedora al conocimiento de la industria petrolera

✓ **Infraestructura**

Centro interactivo en el aeropuerto - historia y proceso de exploración y explotación petrolera. medios digitales que permitan una experiencia interactiva, para llamar la atención de los visitantes al territorio, generar curiosidad, voz a voz y motivar la visita a vivir directamente la experiencia. A su vez es una forma de promover el producto.

Mejora y mantenimiento de los atractivos turísticos logados a la historia de la industria petrolera en Barrancabermeja. Elaboración de un plan de mantenimiento

Delimitación de sitios de parqueo para las visitas a los atractivos turísticos relacionados con la industria petrolera.

✓ **Capacitación especializada del recurso humano**

Capacitar a los guías de turismo en los aspectos más relevantes de la industria petrolera para que puedan acompañar la operación de los visitantes. Capacitar al personal técnico vinculado o que estuvo vinculado a la industria petrolera en los aspectos más significativos del turismo para trabajar conjuntamente en el desarrollo de la experiencia turística

✓ **Fortalecimiento empresarial para la operación del producto**





3

Se requiere de la formalización empresarial, hay una empresa centrada en temas de recreación con una línea de trabajo para el desarrollo de actividades turísticas, especialmente para el público del sector académico, pero no tiene RNT

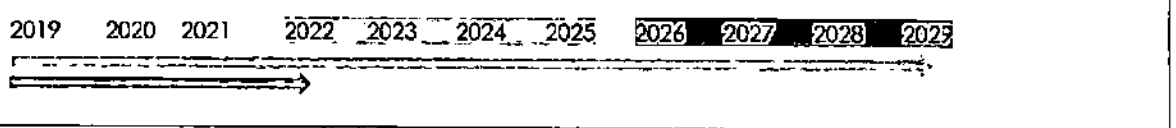
Fomentar alianzas con los taxistas para que apoyen la logística de los recorridos, con el acompañamiento de guías turísticos de la ciudad y del Corregimiento El Centro

Definición de protocolos de atención de emergencia

Establecer los protocolos de seguridad y atención de emergencias para garantizar la seguridad de los visitantes a las instalaciones de la industria petrolera y los atractivos relacionados.

73

Meta	Indicador	Actores
Tres sub-productos operativos	# de guiones desarrollados -Infografía "Historia y presente de la industria petrolera en Barrancabermeja" Si/No # de atractivos con señalización interpretativa -Herramienta interactiva operando en aeropuerto o punto central del municipio # de atractivos mejorados # de atractivos intervenido por el plan de mantenimiento # de atractivos con delimitación de parqueo # de guías certificados con RNT # de empresas con RNT vinculadas a la prestación de servicios turísticos alrededor del producto turístico - Documento de alianza entre la comunidad El Centro y taxistas operativo -Manual de atención de emergencias operativo	Secretaría de Desarrollo Económico Secretaría de Planeación Ecopetrol y empresas del sector petrolera SENA Cámara de Comercio de Barrancabermeja Centro de Estudios Regionales Instituciones educativas JAC El Centro Aeropuerto Yariguíes Agencias de viajes operadoras Taxistas



SubProyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diseñar e implementar el componente comercial del producto turístico	Año 1 Plan de comercialización Año 2 a 10 implementación y ajustes	\$ 270.000.000

Acciones relacionadas:

- Elaboración de un plan en el que se definan los canales de comercialización y distribución, así como la estrategia de posicionamiento
- Definición de las estrategias de mercadeo

Las acciones deben tener en cuenta la segmentación hecha por sub-producto en marco de este PDT. Considerará relevante la estrategia comercial aeropuerto, taxis, hoteles y restaurantes, reconociendo el valor de los visitantes corporativos no petroleros que hoy llegan al destino.

Contemplará una estrategia comercial en universidades con programas relacionados a la industria petrolera

Tendrá en cuenta la importancia de generar una estrategia que motive a los turistas de paso a vivir la experiencia





Meta	Indicador	Actores									
Implementación exitosa de una estrategia de promoción de producto	10 campañas de promoción del producto turístico de turismo industrial implementada % de aumento en el número de visitas	Viceministerio de Turismo Fontur Gobernación de Santander Secretaría de desarrollo económico Cámara de Comercio de Barrancabermeja Agencias de viajes operadoras Cotelco Barrancabermeja Acodres Barrancabermeja Aeropuerto Yariguíes									
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Subproyecto 4		Plazo: (años)	Valor Aproximado								
Conformar y poner en marcha el mecanismo de gestión del producto turístico		Año 1 Capítulo Consejo Municipal de Turismo Año 2 Club de producto	\$ 100.000.000								
Acciones relacionadas											
<p>Establecimiento de una entidad responsable del desarrollo y comercialización del producto turístico. Se propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capítulo especializado de Turismo Industrial en el Consejo Municipal de Turismo, en este caso se podrá extender la invitación a los actores involucrados en el producto que hoy no hacen parte de esta instancia como Ecopetrol -Creación de un club de producto: La figura se usa para agrupar empresas e instituciones que trabajan conjuntamente para desarrollar o vender un producto turístico específico. Normalmente lo conforman prestadores de servicios turísticos que cumplen con un estándar mínimo y que se reconocen por su trabajo en la temática seleccionada y su compromiso por posicionar el producto. <p>En los dos casos será necesario oficializar su constitución, definir los representantes y sus responsabilidades, establecer un mecanismo para la toma de decisiones, desarrollar un plan de acción de acuerdo a lo establecido en este plan para el desarrollo de la estrategia del producto turístico centrado en Turismo Industrial</p> <p>Se resalta la importancia de contar con la activa participación en alianza entre el sector público – privado – academia y la comunidad para facilitar los procesos de implementación de este producto.</p> <p>El grupo de gestión para el producto turístico tendrá entre otras la tarea de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia en la búsqueda de fuentes de financiación de las que el producto sea susceptible, y que facilite el acceso al crédito (microcréditos o créditos blandos, etc.). Esta acción se deberá coordinar con el proyecto que se propone en el aparte de Gobernanza de la unidad de búsqueda de fondos de financiamiento. • Asistencia a la comercialización acompañamiento en el proceso de negociación, promoción y venta del producto turístico. • Acompañamiento técnico permanente: para brindar el apoyo, monitoreo y seguimiento permanente a los actores involucrados en la oferta del producto turístico. <p>El rubro contempla gastos mínimos para garantizar la logística para el funcionamiento del mecanismo</p>											

74



El progreso es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIABARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATIP



75

Meta:	Indicador:	Actores									
Mecanismo de coordinación y gestión del producto de Turismo Industrial creado y funcionando	Capítulo especializado de Turismo Industrial creado en el marco del Consejo Municipal de Turismo. Club de producto creado y consolidado	Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de turismo y sus miembros JAC El Centro Agencias de viajes operadoras Cotelco -Barranca, representante de alojamientos no agremiados Acodrés Barranca									
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
SubProyectos		Plazo (años)	Valor Aproximado								
Creación e implementación del encuentro internacional de Turismo Industrial		Año 4	\$ 250.000.000								
Acciones relacionadas											
<p>Con el fin de posicionar a Barranca como capital del turismo industrial, se propone la organización de un evento que ponga esta tipología de turismo en el mapa del potencial de Colombia y permita compartir experiencias con los principales países que hoy aprovechan sus industrias para dar a conocer a lugareños y foráneos su historia y cultura. Es el caso de España, Japón y Argentina, por ejemplo.</p> <p>Se priorizará la experiencia de representantes de iniciativas que consideren su industria petrolera patrimonio nacional y que genere motivación de visitas.</p> <p>Será un encuentro en el que se invitará como protagonistas a las ciudades de Colombia que comparten este activo y que han venido desarrollando acciones aisladas para incorporar su actividad productiva a la oferta turística</p>											
Meta:	Indicador:	Actores									
Evento realizado	# de países participantes # de asistentes al encuentro internacional	Viceministerio de turismo Fontur Gobernación de Santander Secretaría de Desarrollo Económico - Expo Eventos de Barrancabermeja Ecopetrol Empresas Petroleras Asociación Colombiana de Petróleo Cámara de Comercio de Barrancabermeja Consejo Municipal de Turismo Club de producto Turismo Industrial									
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Áreas de implementación del programa											
Corregimiento El Centro, casco urbano Barrancabermeja											
Componentes económico-financieros											



<p>Costo total del programa a 10 años (pesos):</p> <p>1.175 millones</p>	<p>Posibles fuentes de financiación:</p> <p>Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Entidades financieras, fondos de cooperación internacional (BID), Ecopetrol, empresas petroleras</p>
<p>Componentes y factores de riesgo:</p> <p>Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto.</p> <p>Necesidad de fortalecimiento en presentación de proyectos</p> <p>Ambientales: Impacto por la llegada de turistas</p> <p>Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad, dificultades para la concertación</p> <p>Conflictos al interior de las comunidades. Falta de capacidad de generar diálogo entre las comunidades, los empresarios y la autoridad local</p> <p>Institucional: Decisión política o decisión empresarial adversa al desarrollo de producto de esta línea.</p>	

76

Tabla 27: Proyecto de turismo industria (Elaboración propia)

Desarrollo del turismo naturaleza- ciénagas		
Objetivo del Proyecto	Plazo de realización	
<p>Promover el desarrollo del portafolio de productos turísticos concebidos para el municipio relacionados al turismo de naturaleza, especialmente eco - turismo</p>	1 año	
Subproyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Definición estratégica del producto turístico	Años 1	\$ 35.000.000
Acciones relacionadas		
<p>Considerando los mercados actuales y potenciales identificados en desarrollo del PDT de Barrancabermeja, se considera necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Profundizar en la conceptualización de las cuatro iniciativas definidas por el PDT <ul style="list-style-type: none"> ○ Magdalena Travesía Mágica, Yariguíes Encanto Natural ○ Ciénagas y ríos ○ Naturaleza pura ○ Alternativas complementarias: Tras la Huella del Jaguar, Ciclomontañismo, Ciénaga del Opón <p>Los productos deben ser diseñados según prioridades y tiempos de los segmentos identificados y definidos en la estrategia de mercados. Se partirá del resultado del Master Plan para el aprovechamiento turístico que se propone en el programa de desarrollo sostenible, así como de los análisis de capacidad de carga que se plantean en ese proyecto</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar la red de vías fluviales interpretativas como una experiencia única ecoturística <p>Definición de temáticas por ruta: Análisis de las rutas actuales y potenciales, y las posibilidades de definir las temáticas más adecuadas y atractivas tanto las que se puedan realizar por vía terrestre como fluvial.</p> <p>Para este componente, se debe tener en cuenta para las opciones cortas los recorridos de El Llanito al Río Sogomoso y para las estancias largas, la ruta a San Rafael de Chucurí y Ciénaga del Opón.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se deberá definir el tipo de actividades en los ríos y definir el tipo de embarcación para su acceso o disfrute (lanchas rápidas, lentas, kayak, citras). ✓ Establecer las brechas existentes en los niveles de competitividad de la operación de las actividades para definir los requerimientos de formación, equipamiento y prestación de servicios. 		



El progreso es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIABARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



77

✓ Elaboración del plan de negocios, que incluya entre otros:

- o Estimación del presupuesto de inversión
- o Definición de costos y precio
- o Proyección de ventas
- o Plan de implementación

Se propone trabajar con las bases del diagnóstico y propuestas del PDT en un espacio participativo para definir las actividades a desarrollar, profundizar en los requerimientos y elaborar el plan de negocio. El presupuesto contempla los honorarios de un facilitador para al menos 8 talleres, así como los gastos de logística. 2 taller por subproducto, uno para conceptualización, otro para plan de negocios. Se debe tener en cuenta el trabajo de diseño de producto realizado en el marco de la iniciativa Magdalena Travesía Mágica – Yariquíes Encanto Natural. Para este componente de diseño se deberá analizar los planteamientos establecido en el POT, para definir el uso y aprovechamiento de los cuerpos de agua.

Meta	Indicador	Actores
Al menos cuatro sub-productos diseñados con sus planes de negocio	# de sub-productos turísticos diseñado # de planes de negocio realizados	Viceministerio de Turismo Fontur Secretaría de desarrollo turístico Consejo Municipal de Turismo SENA Cormagdalena Cámara de Comercio de Barrancabermeja Centro de Estudios Regionales JAC San Rafael de Chuquirí JAC La Meseta de San Rafael JAC La Fortuna JAC Ciénaga del Opón Unipaz Institución educativa San Marco Agencias de viajes operadoras

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Subproyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Propender por la competitividad del producto turístico - Elementos operativos	Año 2 al 6 alistamiento Año 6 al 10 mantenimiento	\$ 1.000.000.000

Acciones relacionadas

La mejora de la competitividad enmarca todas las actuaciones que aporten a las condiciones operativas del producto y lo pongan a punto para fortalecer su presencia en el mercado. Tienen como objetivo cerrar las brechas de la oferta y las expectativas de los viajeros y promover un nivel de estandarización de operación del producto

Aunque esta identificación será detallada como resultado del proceso de diseño de producto turístico. En el marco del trabajo para la elaboración del PDT se identificaron los siguientes requerimientos para que el producto turístico pueda ofrecerse de forma adecuada a los diferentes segmentos de mercado y se plantean a manera de referencia.



✓ **Generación de contenidos, elaboración de guiones e interpretación del patrimonio natural de Barrancabermeja**

Adelantar procesos de investigación con la comunidad local que permitan complementar la identificación de flora y fauna y los trabajos que han hecho diversas instituciones en la zona, para contar con un inventario sistematizado.

Diseñar guiones interpretativos de los destinos turísticos. Estos deberán ser construidos participativamente y el producto final socializado para que todos los guías e intérpretes de la región conozcan y empleen el mismo discurso turístico durante sus recorridos con los visitantes.

El guion debe tener en cuenta la particularidad de cada subproducto, por tiempo y segmento al que va dirigido, de acuerdo a lo establecido en la estrategia de productos y mercados.

Elaboración de la guía especializada para el turismo de naturaleza, especialmente de observación de flora y fauna del ecosistema alrededor del río Magdalena. Se propone la elaboración de la Guía de Aves del complejo Ciénaguera del Magdalena Medio, tomando como referencia las Ciénagas de Barrancabermeja.

Diseño de mapa de rutas y circuitos: Trazar los recorridos de manera estratégica sobre mapa para incluir los diferentes atractivos/territorios del departamento, y llevarlos a formato GIS que pueda ser usado en aplicaciones para dispositivos móviles

Se propone también mapear con cartografía social cada uno de los recorridos disponibles para los visitantes e ilustrar las características principales.

Diseñar e imprimir infografías y mapas esquemáticos de cada uno de los recorridos ecoturísticos.

✓ **Centro de interpretación de los ecosistemas hídricos alrededor del Río Magdalena**

Identificación de un espacio donde ubicar el centro de interpretación de naturaleza como punto principal de llegada de los visitantes. Entre las opciones más adecuadas se considera la Institución Educativa de El Llanito: San Marco por el trabajo que se viene haciendo desde la entidad por la conservación, el nivel de involucramiento de la comunidad y los jóvenes del corregimiento. Se piensa en el Corregimiento el Llanito también por ser el principal punto concentración del turismo relacionado de a una forma con la naturaleza. Esta alternativa es sólo indicativa.

Plan de negocio para el centro: desarrollo de un modelo y plan de negocio para la operación rentable del centro de interpretación, considerando las posibilidades de oferta dentro del mismo en cuanto a central de reservas, venta de souvenirs, artesanías, alimentos y bebidas. Se deben establecer las condiciones operativas del centro

Construcción – Adecuación del Centro de Interpretación

Los resultados del primero componente operativo que corresponde a la generación de contenidos, será la base para el centro de interpretación

✓ **Señalización interpretativa de escenarios turísticos**

Gestar y apoyar las iniciativas de señalización turística de tipo interpretativo para los escenarios que se dispongan al ejercicio turístico. El proyecto debe considerar la investigación, construcción de guiones, diseño de herramientas interpretativas, elaboración e instalación de forma participativa.

Debe ser homogénea y estar disponible en formato físico y virtual

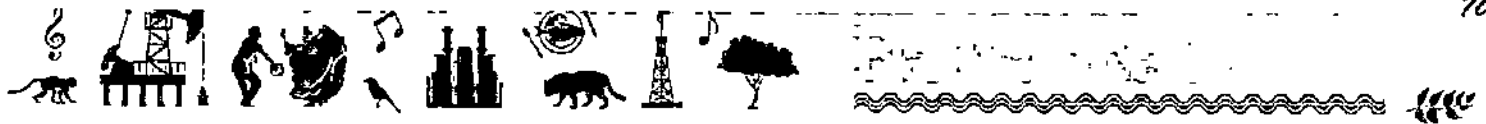
✓ **Infraestructura**

Desarrollo de alojamientos turísticos de soporte a las rutas: esta acción busca activar el desarrollo de oferta especializada de alojamiento, que brinde soporte a una correcta operación de las rutas. Especialmente se plantea para el disfrute de la propuesta en la Ciénaga de Chucurí con el fin de complementar la actual oferta.

Se deberá estudiar también la viabilidad de distintas opciones de alojamiento, como tiendas de campaña, campamentos temporales de alto nivel de servicio y los sitios de su ubicación en determinadas temporadas (por crecientes o sequía del río) o de forma permanente.

En la Ciénaga del Opón se requería también alojamiento. Hay potencial en las fincas y otros espacios del corregimiento para la construcción de cabañas para el alojamiento de visitantes. Es necesario porque la actividad requiere pernoctación para garantizar que se puede aprovechar el avistamiento





Se deberá considerar un estudio de mercado, los análisis de viabilidad, los formatos de operación, y con base en los resultados, deberá existir mecanismos de fomento a la inversión privada para dichos alojamientos.

Por lo anterior, en este presupuesto se incluye solo el estimado para incentivos a la inversión, ya que esta infraestructura se establece que debe ser de carácter privado.

✓ **Diseño, construcción y mantenimiento de senderos** para el aprovechamiento de los atractivos de naturaleza en los corregimientos. Se deben identificar los recorridos donde mayor aprovechamiento se pueda hacer para el disfrute de la flora, fauna y paisaje de las ciénagas. Los senderos deben ser categorizados y tematizados según: nivel de dificultad, temporada, atractivos turísticos que se encuentran, actividades que se pueden realizar, especies de flora y fauna que se pueden observar.

Es prioritario asegurarse que las instalaciones sean de bajo impacto y alta contención sobre los sitios que no se puedan visitar

✓ **Miradores, embarcadores, torres de avistamiento equipamiento:** Establecer los puntos de observación con los mejores paisajes según los momentos del día.

-Se trata de identificar los espacios que faciliten los avistamientos

-Para los embarcaderos se propone comenzar por aquellos que permitan disfrutar de la Ciénaga de San Silvestre en La Presa, estos espacios pueden contar con otros servicios como alimentos. Actualmente no hay un punto determinado para que los turistas aborden la lancha

-El Equipamiento se refiere a aquel destinado al aprovechamiento turístico, como los botes, binóculos para avistamiento, telescopio y lo requerido para las actividades náuticas (Kayak), así como el equipamiento para garantizar la seguridad de la actividad turística como: chalecos salvavidas, cascos, equipos de atención en primeros auxilios. El valor correspondiente a este último no se considera dentro del presupuesto del programa por su carácter privado. Sin embargo, se propenderá por mecanismo que garanticen la disponibilidad de estos elementos.

-Se reconoce que la infraestructura que existe especialmente en el Llanito cuenta con las condiciones adecuadas para disfrutar la oferta. Sin embargo, se requiere ampliar y mejorar la infraestructura de acceso a los servicios de alimentación, así como la estructura de los restaurantes; se debe hacer mantenimiento al Puente Elevado para garantizar que esté en óptimas condiciones (Tanto en pisos como en techos), así como la seguridad de los visitantes y una grata experiencia.

-Promover la mejora de la infraestructura en predios privados (clubes, restaurantes y viviendas) alrededor de la ciénaga para su mejor aprovechamiento turístico.

-Sobre la infraestructura que se desarrolle es necesario tener un **Plan de mantenimiento** para garantizar la preservación de los sitios y la satisfacción del visitante en cuanto a seguridad y calidad.

Intervenciones especiales requiere la Ciénaga del Opón estas se proponen en el mediano plazo, de acuerdo a lo tiempos establecidos para la llegada de turistas a esa zona del municipio para el disfrute turístico

Todas las intervenciones deben desarrollarse con criterio de mínimo impacto y materiales orgánicos y armónicos con el paisaje

✓ **Identificación de las actividades de deportes náuticos** que se pueden realizar en alianza con los clubes del municipio, especialmente en la Ciénaga de San Silvestre, así como el aprovechamiento que se puede hacer en la Ciénaga de Chucurí. Promover la inversión privada

✓ **Capacitación especializada del recurso humano**

-Formación para la interpretación, identificación, monitoreo y control a las comunidades para la prestación de servicios ecosistémicos.

Este proceso se debe basar en el trabajo y las investigaciones de entidades como Caramagdalena, así como en la consolidación de información concerniente a las áreas de uso o potencial turísticos en Barrancabermeja y que se relacionan con ecosistemas estratégicos.

Se propone la realización de talleres y encuentros comunitarios como parte de un proceso de formación especializada





- Énfasis especial requiere la capacitación para contar historias de forma amena sin perder profundidad y contenido, tanto para el público familiar en el que participarán niños, como en aquel público especializado con intereses en avistamientos de flora y fauna
- Promover la formación especializada en guianza para el avistamiento.
- Capacitación: para aquellos empresarios que pudieran estar interesados en desarrollar negocios de alojamiento. Se les capacitará en el desarrollo de alojamiento ecoturístico haciendo especial hincapié en arquitectura tradicional y ejemplos de buenas prácticas nacionales e internacionales
- Capacitación en actividades complementarias, pero importantes para el disfrute turístico como innovación y gastronomía en los Corregimientos San Rafael de Chucurí y El Llanito
- Fortalecer los esfuerzos de preparación de la comunidad del Llanito en interpretación ambiental, especialmente a los de la institución educativa

80

✓ **Fortalecimiento empresarial para la operación del producto**

Considerando que la oferta de servicios, actividades y experiencias turísticas vinculadas con las ciénagas es básica y en algunos casos inexistente, este proyecto busca generar condiciones para la prestación de servicios turísticos (alimentos, alojamiento, transporte acuático, guiado) y más adelante con servicios especializado que pudieran generarse en el marco del desarrollo de productos (pesca, observación de aves, actividades náuticas etc). Se necesita trabajar en:

- Inventario de los servicios prestados actualmente y de aquellos potenciales. Actividades con potencial para convertirse en prestadores.
- Fortalecimiento en gestión de empresas, contabilidad, formalización (RNT)
- Se promoverán los procesos que integren artesanos a la oferta turística
- Fortalecimiento de las iniciativas existentes lideradas por los prestadores de servicios turístico que propender por el relacionamiento y la participación de la comunidad
- Avanzar en procesos asociativo de lancharos para el turismo y fomentar su capacitación y estructuración para la formalización y prestación del servicio turístico. Es prioritario establecer las opciones de prestación del servicio de transporte de forma eficiente y asequible.

✓ **Definición de protocolos de atención de emergencia**

Establecer los protocolos de seguridad y atención de emergencias para garantizar la seguridad de los visitantes

Meta	Indicador	Actores
Sub productos de turismo de naturaleza operativos	Cantidad de especies registradas en el inventario Guión para el disfrute de turismo de naturaleza realizado y adaptado a los tiempos y segmentos Guía de avistamiento de flora y fauna impresa o digital % porcentaje de destinos con infografía o mapa Diseño y adecuación del centro de interpretación realizado Centro de interpretación operando # de escenarios señalizados #de actores locales especializado en ecosistemas estratégicos Cantidad de metros que se han adecuado para hacer senderismo Cantidad de miradores instalados	Secretaría de desarrollo turístico Consejo Municipal de Turismo SENA Cormagdalena Cámara de Comercio de Barrancabermeja Centro de Estudios Regionales JAC San Rafael de Chucurí JAC La Meseta de San Rafael JAC La Fortuna JAC Ciénaga del Opón Unipaz Institución Educativa San Marco Agencias de viajes operadoras



81

	Cantidad de torres de avistamiento instaladas Implementación del muelle - embarcadero (si/no) Mecanismo para el fomento de la inversión turística en los corregimientos en marcha Porcentaje de aumento de establecimientos hoteleros # de prestadores de servicios turísticos en los corregimientos # de emprendimientos turísticos de base comunitaria Porcentaje de aumento de inversiones privada # de actividades operativas en los sub-productos (Avistamiento, deportes náuticos) # de personas formadas en interpretación ambiental, gastronomía Manual de atención de emergencias desarrollado	
--	--	--

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
El Llanito – San Silvestre San Rafael de Chucurí Ciénaga del Opón Meseta – La Fortuna										

Sub Proyecto 3	Plazo: (años)	Valor Aproximado
Diseñar e implementar el componente comercial del producto turístico	Año 2 al 10	\$ 400.000.000

Acciones relacionadas

- Elaboración de un plan en el que se definan los canales de comercialización y distribución, así como la estrategia de posicionamiento
- Definición de las estrategias de mercadeo

Las acciones deben tener en cuenta la segmentación hecha por sub-producto en marco de este PDT.

Se recomienda:

- Construir y divulgar un calendario de comportamiento de especies emblemáticas del territorio
- Mantener el trabajo conjunto con Magdalena Travesía Mágica para fortalecer el posicionamiento
- Fomentar el empaquetamiento permanente del producto en el destino
- Fortalecer la presencia en canales comerciales nacionales e internacionales
- Promover formación del canal comercial frente al destino y su oferta de valor en torno a la biodiversidad
- Participación en ferias especializadas en turismo de naturaleza para promover el destino, de acuerdo a las establecidas en la estrategia de mercado
- Publicar en revistas especializadas en turismo de naturaleza para posicionar el destino

Meta:	Indicador:	Actores:
--------------	-------------------	-----------------



82

Implementación exitosa de una estrategia de promoción de producto	20 campañas de promoción del producto turístico de naturaleza % de aumento en el número de visitas	Viceministerio de Turismo Fontur Gobernación de Santander Secretaría de Desarrollo Económico Cámara de Comercio de Barrancabermeja Agencias de viajes operadoras Cotelco - Barrancabermeja Hoteles no agremiados Acodres - Barrancabermeja
---	---	--

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Sub Proyecto 4	Plazo (años)	Valor Aproximado
Conformar y poner en marcha el mecanismo de gestión del producto turístico	Año 1 Capítulo Consejo Municipal de Turismo Año 2 Club de producto	\$ 100.000.000

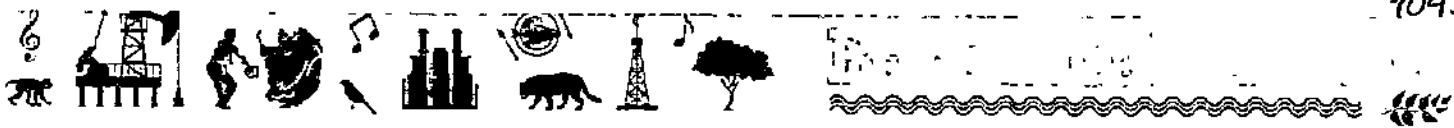
Acciones relacionadas:

Establecimiento de una entidad responsable del desarrollo y comercialización del producto turístico. Se propone:

- Capítulo especializado de Turismo de Naturaleza en el Consejo Municipal de Turismo, en este caso se podrá extender la invitación a los actores involucrados en el producto que hoy no hacen parte de esta instancia.
- Creación de un club de producto: La figura se usa para agrupar empresas e instituciones que trabajan conjuntamente para desarrollar o vender un producto turístico específico. Normalmente lo conforman prestadores de servicios turísticos que cumplen con un estándar mínimo y que se reconocen por su trabajo en la temática seleccionada y su compromiso por posicionar el producto.

En los dos casos será necesario oficializar su constitución, definir los representantes y sus responsabilidades, establecer un mecanismo para la toma de decisiones, desarrollar un plan de acción de acuerdo a lo establecido en este plan para el desarrollo de la estrategia del producto turístico centrado en Turismo Industrial

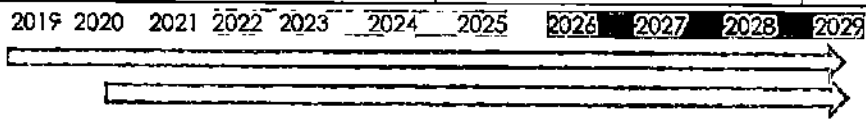
- El grupo de gestión para el producto turístico tendrá entre otras la tarea de:
- Asistencia en la búsqueda de fuentes de financiación de las que el producto sea susceptible, y que facilite el acceso al crédito (microcréditos o créditos blandos, etc.). Esta acción se deberá coordinar con el proyecto que se propone en el aparte de Gobernanza de la unidad de búsqueda de fondos de financiamiento.
 - Asistencia a la comercialización: acompañamiento en el proceso de negociación, promoción y venta del producto turístico.
 - Acompañamiento técnico permanente: para brindar el apoyo, monitoreo y seguimiento permanente a los actores involucrados en la oferta del producto turístico.
 - Acompañamiento en la consolidación del centro de interpretación para el ecoturismo en las ciénogcs - definición del mecanismo de administración, operación y mantenimiento. Elaboración del plan operativo y administrativo
 - Articulación de las iniciativas de conservación, oficiales, de ONGs, empresariales y comunitarias al concepto y oferta turística



- La asociación o vinculación a centros de investigación, monitoreo u otros que generen contenidos actualizados y enriquezcan el conocimiento frente a la especie a nivel mundial y sus comportamientos.
 - Velar por la apropiación e involucramiento de los actores sociales en las estrategias de conservación.
- El rubro contempla gastos mínimos para garantizar la logística para el funcionamiento del mecanismo

83

Meta	Indicador	Actores
Mecanismo de coordinación y gestión del producto de Turismo Industrial creado y funcionando	Capítulo especializado de Turismo Industrial creado en el marco del Consejo Municipal de Turismo. Club de producto creado y consolidado	Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de turismo y sus miembros JAC San Rafael de Chucurí JAC La Meseta de San Rafael JAC La Fortuna JAC Ciénaga del Opón Institución Educativa San Marcos Unipaz Agencias de viajes operadoras Cotelco -Barranca, representante de alojamientos no agremiados Acodrés Barranca



Áreas de implementación del programa:

Corregimiento El Llanito, Corregimiento San Rafael de Chucurí, Corregimiento Ciénaga del Opón, Corregimiento Meseta de San Rafael, Corregimiento la Fortuna, Ciénaga de San Silvestre

Componentes económico-financieros:

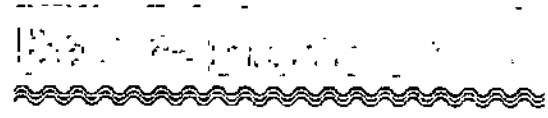
Costo total del programa a 10 años: 1.535.000	Posibles fuentes de financiación: Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Soporte de fondos de ONGs para el desarrollo, Entidades financieras, fondos de cooperación internacional, Ministerio de Medio Ambiente Ecopetrol, empresas petroleras
---	---

Componentes y factores de riesgo:

Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto. Capacidad de carga limitada que afectaría la rentabilidad de la operación

Ambientales: Necesidad de licencia ambiental, impacto por el crecimiento de la oferta de productos y la llegada de turistas

Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad y consultas a las comunidades. Concertación entre las comunidades, el sector empresarial y la autoridad local. Conflictos al interior de las comunidades. Capacidad de generar diálogo entre las comunidades, los empresarios y la autoridad local



Impacto por el crecimiento de la oferta de productos y la llegada de turistas
 Institucional: Decisión política o decisión empresarial adversa al desarrollo de producto de esta línea

Tabla 28: Proyecto de turismo de naturaleza (Elaboración propia)





85

Desarrollo del turismo cultural		
Objetivo del Proyecto	Plazo de realización	
Promover el desarrollo del portafolio de productos turísticos concebidos para el municipio relacionados a la cultura ribereña	1 año	
Subproyecto(s)	Plazo (años)	Valor Aproximado
Definición estratégica del producto turístico	Años 1	\$ 20.000.000
Acciones relacionadas		
<p>Considerando los mercados actuales y potenciales identificados en desarrollo del PDT de Barrancabermeja, se considera necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Profundizar en la conceptualización de las dos iniciativas definidas por el PDT c Vive la cultura ribereña c Degustando la cultura ribereña <p>Los productos deben ser diseñados según prioridades y tiempos de los segmentos identificados y definidos en la estrategia. La esencia serán actividades de corta duración que permitan al visitante entrar en contacto con lo más auténtico de la cultura.</p> <p>Diseño de las actividades según demanda</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer las brechas existentes en los niveles de competitividad de la operación de las actividades para definir los requerimientos de formación, equipamiento y prestación de servicios. En el PDT y en el componente de operación de este proyecto se identificaron inicialmente algunas, pero el detalle debe ser parte del proceso de definición estratégica. <p>Considerando la importancia de la oferta gastronómica como parte de este producto, se exhorta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar proyectos para el mejoramiento de las condiciones de servicios públicos y salubridad en los espacios destinados al disfrute turístico gastronómico. • Promover proyectos que aporten al encadenamiento del sector productivo con el gastronómico en el marco del turismo comunitario. • Desarrollo de iniciativas comunitarias de aprovechamiento de los escenarios turísticos y espacios existentes para potenciar el concepto de producto. • Contar con los equipos de operación básicos acorde al escenario y la experiencia • Promover festivales gastronómicos permanentes <p>Considerando la importancia de las expresiones artísticas de música y danza alrededor de la cumbia y la Pollera Colorá como parte de este producto, se exhorta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar los símbolos: Letra y música de la Pollera Colorá en el municipio • Concertar con las escuelas la disposición de compartir sus procesos formativos e interactuar con turistas • Concertar con los grupos artísticos la disposición y condiciones de integrarse a la oferta turística del municipio • Definir los espacios adecuados para disfrutar de las expresiones culturales • Establecer los lineamientos para un montaje, tipo show para interactuar con los visitantes 		



El progreso es de todas

Mincomercio



AVIAEYPORT

ORGANIZACIÓN AVIATAR



86

✓ **Elaboración del plan de negocios, que incluya entre otros:**

- Estimación del presupuesto de inversión
- Definición de costos y precio
- Proyección de ventas
- Plan de implementación

Se propone trabajar con las bases del diagnóstico y propuestas del PDT en un espacio participativo para definir las actividades a desarrollar, profundizar en los requerimientos y elaborar el plan de negocio. El presupuesto contempla los honorarios de un facilitador para al menos 4 talleres, así como los gastos de logística. 2 taller por subproducto, uno para conceptualización, otro para plan de negocios

Meta	Indicador	Actores								
Al menos dos sub-productos diseñados con sus planes de negocio	# de sub-productos turísticos diseñado # de planes de negocio realizados	Viceministerio de Turismo FONTUR Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de Turismo Consejo Municipal de Cultura Casa de la Cultura								
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029

SubProyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Propender por la competitividad del producto turístico - Elementos operativos	Año 1 al 10	\$ 1.800.000.000

Acciones (relacionados)

La mejora de la competitividad enmarca todas las actuaciones que aporten a las condiciones operativas del producto y lo pongan a punto para fortalecer su presencia en el mercado. Tienen como objetivo cerrar las brechas de la oferta y las expectativas de los viajeros y promover un nivel de estandarización de operación del producto

Aunque esta identificación será detallada como resultado del proceso de diseño de producto turístico. En el marco del trabajo para la elaboración del PDT se identificaron los siguientes requerimientos para que el producto turístico pueda ofrecerse de forma adecuada a los diferentes segmentos de mercado y se plantean a manera de referencia

✓ **Generación de contenidos, elaboración de guiones, interpretación del patrimonio cultural el municipio y puesta en escena**

Identificación de prácticas, expresiones y elementos que pueden ser considerados o inmersos en vivencias de intercambio turístico.
Definir los parámetros de impacto de la interculturalidad y promover planes de manejo y salvaguardia para las expresiones y elementos que se requieran.

Considerando el trabajo que se viene haciendo por la gestión cultural de Barrancabermeja, es necesario que este producto se trabaje de la mano de los actores del sector cultural, cuyas expresiones resulten en una agenda de actividades y eventos que motiven visitas al territorio, a la vez que aporte a la promoción y participación de artistas locales, lo que aporta en la conservación de la identidad cultural de los barranqueños.

-Desarrollo del calendario: se deberá definir el calendario de actividades de expresiones culturales. Se deberá hacer selección de las que serán permanentes y las temporales, o las que correspondan a un año y no a otro. El calendario se deberá estructurar en formatos imprimibles y en digital, con el objetivo de que sea fácilmente descargable desde la web.

-Puesta en valor de las actividades: una vez definido el calendario, se deberá trabajar para su puesta en valor con sus aspectos logísticos, coordinación con entidades responsables de cada actividad,



permisos para uso de espacios públicos, patrocinios para el uso de espacios privados o semi-públicos, etc. En este sentido, se recomienda comenzar con los espacios patrimoniales definidos en el POT.

- Puesta en escena de la representación cultural del Municipio "show".
- Libro de recetas de platos tradicionales de Barrancabermeja, aprovechando trabajos como los que hizo Cormagdalena recopilando la información de la cocina tradicional alrededor del Río Magdalena

✓ **Señalización interpretativa de escenarios turísticos**

Gestar y apoyar las iniciativas de señalización turística de tipo interpretativo para los escenarios que se dispongan al ejercicio turístico. El proyecto debe considerar la investigación, construcción de guiones, diseño de herramientas interpretativas, elaboración e instalación.

✓ **Infraestructura**

Mejoramiento de infraestructura de los atractivos turísticos del Municipio y plan de mantenimiento
Organización de espacios de formación e interacción de los visitantes con las cocinas locales como oportunidad de generar valor a la experiencia turística

Acondicionamiento del Centro Artesanal, gastronómico y turístico de Barrancabermeja, alrededor de la infraestructura del Muelle. Se hará un análisis de viabilidad y se podrá optar por definir el aprovechamiento de la infraestructura de los espacios con que hoy cuenta el Municipio. No necesariamente se refiere construir una nueva infraestructura, puede ser promover el cambio de uso de una zona, facilitando apertura de espacios culturales, restaurantes, que pueda convivir con modelos de "food truck" y que cuente con seguridad e iluminación

Sobre la Iluminación: Se busca mejorar la presentación de los atractivos y también promover las visitas en horas de la tarde o noche. Los atractivos ubicados en la vía pública no se aprecian debidamente por la poca o falta de iluminación.

- Iluminación de espacios públicos de interés turístico (calles, parques o plazas)
- Iluminación de atractivos (monumentos o estructuras) en la vía pública
- Iluminación de paraderos o centros de intercambio de pasajeros

Especialmente en el Muelle y Cristo Petrolero

Esta infraestructura propuesta debe considerar lo establecido en el Plan de Ordenamiento Territorial del municipio.

✓ **Capacitación especializada del recurso humano**

Formación en historia del patrimonio cultural del municipio a los guías turísticos
 Formación a los grupos artísticos y en formación sobre cultura y turismo
 Profesionalización de chef – cocineros locales. cursos especializados en cocina fusión
 Fortalecer las capacidades en manipulación de alimentos
 Promover intercambios con institutos de cocina en el Departamento de Santander y las principales ciudades del país
 Formación a los emprendimientos gastronómicos sobre la gastronomía como producto turístico

✓ **Fortalecimiento empresarial para la operación del producto**

Fomentar el emprendimiento de la economía naranja, acompañando a los empresarios a aprovechar los incentivos del gobierno nacional. El Municipio estudiará la posibilidad de promover beneficios para la creación de este tipo de empresas
 Promover la asociatividad de emprendimientos comunitarios e integrarlos a la oferta tradicional

Programa: Taxi seguro, para los traslados nocturnos, desde y hacia los hoteles

✓ **Diseñar y aplicar protocolos de atención de emergencias**

Establecer los protocolos de seguridad y atención de emergencias para garantizar la seguridad de los visitantes

✓ **Promover planes de salvaguardia y gestión de las expresiones culturales de carácter singular**





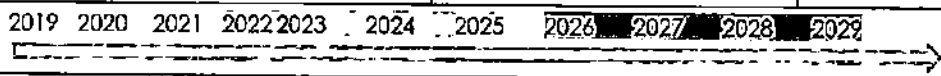
88

✓ **Reactivación y / o puesta en marcha de eventos especiales**

Reactivar la Feria Nacional del Petróleo
 Fomentar la realización de festivales gastronómicos
 Desarrollar y llevar a cabo dos concursos en el año que fomenten la conservación de la esencia gastronómica del municipio y promuevan la innovación. Una versión de postres, una versión de cocina tradicional
 Apoyar los eventos que ponen en valor la gastronomía tradicional del municipio como el Festival del Bollo, el Festival del Dulce y el Festival del Pescado.
 Retomar la iniciativa del Carnaval de la Cumbia

El presupuesto incluye a manera indicativa la partida del municipio solo por el rubro de turismo como apoyo a estos eventos, teniendo en cuenta que el grueso debe salir del presupuesto destinado al fomento de las actividades culturales.

Meta	Indicador	Actores
Dos sub-productos de turismo cultural operativos	# de actividades para el cuidado y mantenimiento de los atractivos del municipio # de atractivos señalizados # de empresas de la economía naranja constituidas # espacio operativo para la interacción de los visitantes con las expresiones culturales del municipio # de eventos especiales realizados que fomenten la identidad y que permitan al turismo interactuar con la cultura de Barrancabermeja -Manual de atención de emergencia desarrollado y apropiado - Centro artesanal gastronómico y turístico acondicionado - Muestra cultural, tipo show en presentación continua - Libro de recetas de la gastronomía de Barrancabermeja	Bancoldex – entidades financieras (Bonos Naranja) SENA – Fondo emprender INNpuls – Aldea Ministerio de Cultura – Comité de Economía Naranja Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de Turismo Consejo Municipal de Cultura SENA Cámara de Comercio de Barrancabermeja Casa de la cultura Escuelas de expresión artística Grupos artístico Restaurantes Emprendimientos comunitarios artesanales y gastronómicos



SubProyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diseñar e implementar el componente comercial del producto turístico	Año 1 Plan de comercialización Año 2 a 10 Implementación y ajustes	\$ 300.000.000

Acciones relacionadas



El progreso es de todos Mincomercio



AVIAE/PORT

ORGANIZACIÓN AVIATED



Plan de Comercialización y Distribución



89

- Elaboración de un plan en el que se definan los canales de comercialización y distribución, así como la estrategia de posicionamiento
- Definición de las estrategias de mercado

Las acciones deben tener en cuenta la segmentación hecha por sub-producto en marco de este PDT.

- Fortalecer la presencia en canales comerciales nacionales ligados a este perfil de mercado (interesados en el Patrimonio Cultural)
- Construir y divulgar un calendario de eventos culturales y gastronómicos regionales.
- Promover la inclusión de degustación en paquetes locales para todos los públicos
- Incluir gastronomía tradicional en la carta de los hoteles
- Incorporar como canal de difusión al sistema de reserva de los hoteles de las actividades culturales del municipio durante la estancia de los turistas

Se requiere un proceso de planificación central que consolide los canales de comercialización, especialmente el de los hoteles para evitar duplicidad

Meta	Indicador	Actores
Implementación exitosa de una estrategia de promoción de producto	30 campañas de promoción del producto turístico cultural % de aumento en el número de visitas	Viceministerio de Turismo Fontur Gobernación de Santander Secretaría de Desarrollo Económico Cámara de Comercio de Barrancabermeja Agencias de viajes operadoras Cotelco Barrancabermeja Acodres Barrancabermeja Aeropuerto Yariguíes

2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029

⇒

SubProyecto 4	Plazo (años)	Valor Aproximado
Conformar y poner en marcha el mecanismo de gestión del producto turístico	Año 1 Capítulo Consejo Municipal de Turismo Año 2 Club de producto	\$ 100.000.000

Acciones relacionadas:

Establecimiento de una entidad responsable del desarrollo y comercialización del producto turístico. Se propone:

- Capítulo especializado de Turismo cultural en el Consejo Municipal de Turismo, en este caso se podrá extender la invitación a los actores involucrados en el producto que hoy no hacen parte de esta instancia.
- Creación de un club de producto: La figura se usa para agrupar empresas e instituciones que trabajan conjuntamente para desarrollar o vender un producto turístico específico. Normalmente lo conforman prestadores de servicios turísticos que cumplen con un estándar mínimo y que se reconocen por su trabajo en la temática seleccionada y su compromiso por posicionar el producto.



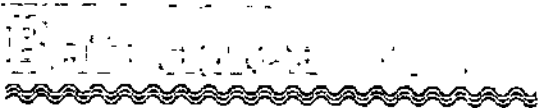
El progreso es de todos Mincomercio



BARRANCABERMEJA POSIBLE

AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



En los dos casos será necesario oficializar su constitución, definir los representantes y sus responsabilidades, establecer un mecanismo para la toma de decisiones, desarrollar un plan de acción de acuerdo a lo establecido en este plan para el desarrollo de la estrategia del producto turístico centrado en Turismo Industrial.

Se resalta la importancia de contar con la activa participación en alianza entre el sector público – privado – academia, los colectivos culturales y la comunidad para facilitar los procesos de implementación de este producto. El propósito es que trabaje conjuntamente para desarrollar una variada programación a lo largo del año

El grupo de gestión para el producto turístico tendrá entre otros la tarea de:

Asistencia en la búsqueda de fuentes de financiación de las que el proyecto sea susceptible, y que facilite el acceso al crédito (microcréditos o créditos blandos, etc.). Dirigido a entidades de crédito con el fin de facilitar el acceso a la financiación a los actores del sector interesados en desarrollar sus propios productos turísticos. Esto se deberá coordinar con el proyecto que se propone en el aparte de Gobernanza de la unidad de búsqueda de fondos de financiamiento para el desarrollo.

Asistencia a a comercialización en el que las comunidades reciban acompañamiento en el proceso de negociación, promoción y venta del producto turístico.

Acompañamiento técnico permanente: Es importante para este proyecto, que se establezcan acuerdos de mediano plazo entre un equipo de soporte técnico y la comunidad para brindar el apoyo, monitoreo y seguimiento permanente al proyecto.

Articulación a redes de investigación antropológica, históricas u otras relacionadas que contribuyan en la generación de interés por el producto.

Velar por la apropiación e involucramiento de la comunidad en las estrategias de salvaguardia y participación

Fortalecer los grupos organizados locales y promover la puesta en valor del saber tradicional.

Velar por generar capacidades locales a los actores con potencial de liderazgo en el proceso de desarrollo del producto

90

Áreas de implementación del programa	
Casco urbano de Barrancabermeja	
Componentes económico-financieros	
<p>Costo total del programa a 4 años (pesos): 2.220.000 millones</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), INNpulsa; Fondo emprender SENA, Bancoldex, Soporte de fondos de ONGs para el desarrollo. Entidades financieras, fondos de cooperación internacional, Ministerio de cultura</p>
<p>Componentes y factores de riesgo:</p> <p>Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto.</p> <p>Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad y consultas a las comunidades. Concertación entre las comunidades el sector empresarial y la autoridad local. Nivel de valoración de la identidad cultural en el municipio</p> <p>Institucional: Decisión política y vinculación de entes nacionales para la consecución de recursos.</p> <p>Coordinación institucional para aprovechar el programa para incentivar el cambio de hábitos en torno a la conservación de la ciudad y así darle sostenibilidad al programa.</p>	

Tabla 29: Proyecto de turismo cultural (Elaboración propia)





5.2 Programa de mercado, comunicación y promoción

Partiendo de las estrategias definidas, los objetivo de este programa son:

91

Consolidar una imagen turística del municipio **Incrementar la llegada de visitantes**

A continuación el resumen de estrategia de sostenibilidad que soporta este programa:

	Factores de oportunidad	Estrategias
<p> Mercados, marketing y promoción</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Llegada de visitantes nacionales y extranjeros por turismo de negocios, principalmente relacionados a la industria petrolera. 	<p>1. Priorización de mercados</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Esfuerzos por aprovechar espacios de promoción en eventos nacionales, principalmente ferias como ANATO. - Se identifican iniciativas de los operadores turísticos del municipio (por ejemplo, las agencias agremiadas Asoaviba) por poner a disposición oferta que permita disfrutar el destino. - Se percibe el compromiso de entidades como la Cámara de Comercio de Barrancabermeja y gremios como Catelco por liderar esfuerzos que contribuyan al posicionamiento de Barrancabermeja 	<p>2. Promover el aumento de llegada de turistas nacionales con motivación de ocio</p> <p>3. Promover el aumento en el gasto del turista de negocio</p>
	<p>Factores de mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los esfuerzos y recursos dispuestos para la promoción turística del municipio se perciben como limitados. - No se identifican una estrategia de segmentación de mercados para ofrecer el destino - Escasa información turística del municipio. No se cuenta con un sitio web, no hay punto de información turística, no se identifica material representativo. - Canales de comercialización no definidos. Las agencias de viaje mayoristas no incluyen el destino en su 	<p>4. Posicionar a Barracabermeja como destino turístico</p> <p>5. Definir mensajes de comunicación</p> <p>6. Establecer canales de comercialización</p>





portafolio. Solo lo operan por solicitud específica de la demanda



92

Proyectos

- Marca turística de Barrancabermeja
- Plan operativo de mercadeo del destino
- Observatorio turístico de Barrancabermeja
- Espacios de información turística Barrancabermeja

Marca turística de Barrancabermeja		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
Posicionar a Barrancabermeja como destino turístico	10 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diseño de la marca turística de Barrancabermeja	Año 1 Diseño	\$ 60.000.000
Acciones relacionadas		
<p>El municipio no cuenta con una marca turística con la que se sientan identificados los actores del sector y que represente la diversidad de la oferta del territorio.</p> <p>Los elementos definidos en la estrategia de posicionamiento, la visión planteada por los actores sociales y prestadores de servicios turístico, así como los objetivos de desarrollo del municipio, deberán integrarse en el proceso.</p> <p>El resultado, deberá contribuir a que el mercado identifique a Barrancabermeja como un destino en el que el visitante hace "Un viaje al conocimiento de la industria petrolera en armonía con la actividad ecoturística y cultural del río Magdalena".</p> <p>Es necesario destacar que cuando se habla de marca turística se hace referencia a²³:</p> <p>La marca de un destino es la identidad competitiva del lugar, son las características del destino, lo que perciben los otros perciben de ese territorio, es la base de las comunicaciones y estrategia de marketing</p> <p>El proyecto contempla las fases siguientes establecidas por la OMT para la elaboración de marcas de destino:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Evaluación del destino, en función a los atractivos según segmentos de mercados. o Análisis de segmentación. o Análisis de Debilidades, Fortalezas, Oportunidades y Amenazas del destino <p>Para el avance de estas tres primeras etapas, se tendrá en cuenta el diagnóstico realizado en el marco del PDT y la estrategia de posicionamiento definida, así como el enfoque de mercado sobre el cual se establecieron los lineamientos del Plan. El Análisis DOFA será analizado para el destino, teniendo los resultados que por cadena de valor establece el PDT.</p>		

²³ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. "Manual sobre branding de destinos turísticos". Madrid - España 2011



93

- o Participación de los actores interesados. Se recomienda conformar un grupo de trabajo con el Consejo Municipal de Turismo y abrirlo a prestadores de servicios turísticos no agremiados, así como representantes de los corregimientos de Barranca.
 - o Estudio de percepción de los consumidores. Se tendrá en cuenta el análisis de actuales turistas del Municipio realizado en el PDT y se incluirá una investigación de turista potenciales, principalmente en Boyacá, Bogotá, Antioquia, Región Caribe y municipios del departamento de Santander. Así mismo se entrevistarán agencias de viaje emisoras de los puntos de origen de los visitantes actuales y potenciales de Barrancabermeja.
 - o Análisis de la competencia. Se hará un análisis de las ventajas y desventajas de Barrancabermeja en relación con las expectativas de los visitantes y se comparará con los principales destinos competidores
 - o Desarrollo de la marca, que responda a las siguientes preguntas clave:
 - ¿Qué tipo de destino es?
 - ¿Qué lo distingue de los demás?
 - ¿Cómo me hará sentir?
- Se tendrá en cuenta el decálogo y la pirámide de la marca elaboradas en el marco del PDT
- o Definición de mensajes
 - o Incorporación de la marca en las comunicaciones de mercadeo
- Se refiere principalmente al diseño: Logotipo, tipo de letra, colores, elementos visuales que representarán la marca en un proceso de fases estándares como se describe a continuación:
- Convocatoria de concurso:** Llamamiento público a diseñadores para el desarrollo de la marca turística
- Propuestas y validación:** Propuestas de logos y de eslóganes turísticos para el Municipio de acuerdo a las líneas estratégicas del PDT. Presentación a los actores del sector y validación de la marca turística.
- Se recomienda que el logo sea²⁴: Atractivo, claro, sencillo, legible en diversos formatos de tamaño, apto para los diferentes medios de comunicación, capaz de ser reproducido en blanco y negro. Debe haber un compromiso de utilización sistemática del logo para que se logre el reconocimiento que se busca con este elemento
- Con respecto al eslogan, hay que tener en cuenta que debe adaptarse a los diferentes segmentos y tener en cuenta la prioridad de productos que pretende motivar, pueden emplearse varios eslóganes para satisfacer esta necesidad. Debe ser claro y transmitir la información del destino. Si bien no es esencial que la marca cuente con un slogan, se recomienda trabajar en él.
- Manual de uso de la marca:** Como parte del trabajo del diseñador se le requerirá que defina las especificaciones para la correcta utilización de la marca: qué colores se pueden utilizar, cómo utilizar la marca en folletería, páginas webs, cartelería, etc.
- Modelo de administración de marca:** Definir el rol y alcance del ente administrador y las condiciones de uso de la marca permitidas en el destino, estableciendo mecanismos de solicitud, autorizaciones de uso, sanciones y otras a las que se vea pertinente considerar.

Meta	Indicador	Actores
Contar con una marca turística que identifique los valores y la identidad del municipio	Marca turística creada. Si/No Manual de uso de marca. Si/No Marca con declinaciones para comunicaciones. Si/No Definición del modelo administrativo de la marca. Si/NO	Alcaldía Municipal (área de comunicaciones) Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de Turismo Prestadores de servicios turísticos de Barrancabermeja

²⁴ Ibid 94



94

		Juntas de Acción Comunal Cámara de Comercio de Barrancabermeja SENA Ecopetrol									
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Sub-Proyecto 2		Plazo (años)	Valor Aproximado								
A apropiación de la marca del destino		Año 1 y 2	\$ 60.000.000								
Acciones relacionadas											
<p>Tras la creación y entendimiento de los parámetros de uso e importancia de la marca es necesario dar a conocer a los actores del sector turístico del Municipio de Barrancabermeja, el Departamento de Santander y el país.</p> <p>La apropiación de marca responde al proceso que se debe adelantar para hacer entender al público local y empresarios del sector turístico el significado y relevancia de la marca, promoviendo su valoración, buen uso y proyección positiva.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos en el manual de marca, se recomienda adelantar acciones en los territorios de:</p> <p>Formación al personal de la autoridad local: Alcaldía, entidades relacionadas con el sector turismo, Consejo Municipal de Turismo</p> <p>Formación a empresarios y comunidad del destino frente a la importancia y condiciones de uso de la marca: Realizando al menos un taller de socialización y formación en los principales núcleos de ejercicio turístico.</p> <p>Conformación de los comités veedores de marca del destino: Integrados por las autoridades municipales, comunidad y empresarios del sector se constituye el comité veedor de uso de marca en los municipios y se establece los mecanismos de acción y regularización según lo establecido en la etapa de creación.</p> <p>Definición del grupo: "líderes de marca": Aquellas personas y/o entidades influyentes del destino que promoverán y protegerán la marca.</p> <p>Evento de presentación en Bogotá, Tunja y Bucaramanga:</p> <p>Organización de un evento en el que se presentará la marca turística a los intermediarios turísticos, prensa, asociaciones de viajeros de nicho e instituciones académicas, susceptibles de ser comercializadores del municipio; para generar una primera aproximación y avanzar en el posicionamiento del destino.</p>											
Meta		Indicador			Actores						
Reconocimiento de la marca turística entre los prestadores de servicios turísticos de Barrancabermeja, la comunidad y los operadores de los principales mercados de origen de potenciales turistas		# de participantes en las socializaciones # de participantes en los procesos de formación Comité de veedores conformado Conformación del grupo "Líderes de marca" 3 eventos de presentación de marca			Alcaldía Municipal (área de comunicaciones) Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de Turismo Prestadores de servicios turísticos de Barrancabermeja Juntas de Acción Comunal Cámara de Comercio de Barrancabermeja SENA Ecopetrol						



95

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Sub Proyecto 3							Plazo (años)	Valor Aproximado			
Gestión de la marca turística							10 años	120.000.000			
Acciones relacionadas											
<p>Seguimiento del funcionamiento de la marca Para Barrancabermeja, como para cualquier destino, es necesario hacer seguimiento al comportamiento de la marca con el fin de asegurarse que su funcionamiento esté cumpliendo con el objetivo.</p> <p>Algunas de las acciones que se proponen para medir el impacto</p> <ul style="list-style-type: none"> o Encuestas de seguimiento para identificar el nivel de diferenciación y el aprecio por la marca, cada dos años. <p>Pueden realizarse en línea o presencial. Se recomiendan la aplicación de entrevistas semiestructuradas que permitan acercarse al impacto de la marca en el plano emocional.</p> <ul style="list-style-type: none"> o Seguimiento al aprovechamiento de la marca, tanto en los prestadores de servicios turístico, como los agentes locales. La cobertura en medios de comunicación. <p>Mejora de la marca Hay que tener en cuenta que las marcas tienen vida útil y que es importante trabajar en su renovación si el resultado del seguimiento a su impacto, así lo determina.</p> <p>El indicador clave, será la capacidad que tenga la marca de ser identificada por los turistas, de acuerdo a lo que se conoce como el ciclo vital de la marca del destino: Emergente, en boga, en auge, estable o en declive.²⁵</p> <p>Se considera según resultados, la aplicación de ajustes: que sean requeridos para el mejoramiento de la marca según análisis que debe hacerse cada dos años para medir su impacto</p>											
Meta			Indicador				Actores				
Contar con un mecanismo de gestión de la marca en el tiempo			Informe bi-anual de aprovechamiento e impacto de la marca # de mejoras realizadas a la marca en el tiempo				Alcaldía Municipal (área de comunicaciones) Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de Turismo Prestadores de servicios turísticos de Barrancabermeja Juntas de Acción Comunal Cámara de Comercio de Barrancabermeja SENA Ecopetrol				
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Áreas de implementación del programa											
Todo el municipio											
Componentes económico-financieros											

²⁵ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. "Manual sobre branding de destinos turísticos". Madrid - España 2011. Pág 86



Costo total del proyecto a 10 años (pesos): 240 millones	Posibles fuentes de financiación: Fondo Nacional de Turismo, Fondos locales, Ecopetrol
Componentes y factores de riesgo:	
<ul style="list-style-type: none"> Financieros: Obtener los recursos para el desarrollo de la marca Socio - cultural: apropiación de la marca por la comunidad Institucional: Utilización generalizada de la marca. 	

Tabla 30: proyecto marca turística (Elaboración propia)

96

Plan Operativo de mercadeo del destino											
Objetivo del Proyecto	Plazo de realización										
Realizar un proceso sistemático de promoción y penetración en los mercados definidos para Barrancabermeja	10 años										
Sub Proyecto 1	Plazo (años)		Valor Aproximado								
Diseño e implementación del plan de marketing operativo del destino	Año 1 Plan Año 1 al 10 implementación y medición de impacto		\$ 2.200.000.000								
Acciones relacionadas											
Este proyecto busca, por un lado, posicionar al municipio como un destino en el que "Convive la industria y la naturaleza mientras se disfruta de la cultura ribereña" y aportar en el cambio de imagen de Barrancabermeja como sitio solo industrial que se visita por trabajo.											
El proyecto se enfocará en los mercados y segmentos definidos en las estrategias correspondientes y tendrá en cuenta los tiempos y sub-productos referenciados en este PDT como se resume a continuación											
Producto	Subproducto	Año de llegada									
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Turismo industrial	Ruta especializada	Elaboración itinerarios con las empresas asociadas									
	Conociendo la industria petrolera	Familias (trabajadores)	Participantes en eventos deportivos y culturales			Familias nacionales					
	Industria petrolera express	Familias (trabajadores) Corporativos (no petroleros)	Participantes en eventos deportivos y culturales					Extranjeros			
Turismo de naturaleza	Magdalena Travesía Mágica					Familias nacionales		Extranjeros			
	Cienegras y ríos del Magdalena Medio	Estudiantes Familias (trabajadores) Corporativa petrolera	Comentarios por correo Participantes en eventos deportivos y culturales		Turistas de paso / Familias nacionales	Familias nacionales					
	Naturaleza pura					Familias nacionales		Extranjeros			
	Alternativas complementarias			Corporativa petrolera Familias (trabajadores)					Extranjeros		
Turismo cultural	Vive la cultura ribereña		Familias (trabajadores) Participantes en eventos deportivos y culturales			Familias nacionales			Extranjeros		
	Degustando la cultura ribereña	Colectivos (trabajadores) Grupos de Estudiantes Familias (trabajadores) Corporativos: Corporativa petrolera Corporativa no petrolera Turista de paso / Familias nacionales	Turista de paso / Familias nacionales					Extranjeros			



El progreso es de todos
Mincomercio



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIAE/PORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



Dentro del Plan Operativo de Marketing para el Departamento habrá que considerar las acciones siguientes:

- **Sinergias con campañas de Colombia para turismo doméstico:** El propósito es alinear las campañas de promoción que se hagan para Barrancabermeja a las que se desarrollan desde el nivel nacional para que los colombianos viajen por el país. Se recomienda unir el mensaje a la campaña #YOVOY, lanzada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en febrero del 2019.

Es importante fortalecer el mensaje de la diversidad de experiencias que se pueden vivir en la ciudad relacionadas con el imaginario que tienen los colombianos sobre el Municipio de Barrancabermeja: La Industria Petrolera, en armonía con las actividades ecoturísticas que se desprenden de la riqueza natural del río Magdalena, así como compartir con la comunidad reconocida por su gastronomía y aporte a la cultura colombiana con manifestaciones como la música y letra de La Pollera Colorá.

- **Sinergia con campaña de Colombia para el turismo internacional:** El propósito es alinear la campaña aprovechando la sombrilla país, que hoy se rige por el valor de la música. Colombia "Siente el ritmo". Reconociendo que en principio el destino busca atraer el mercado nacional, debe ir dando pasos que permitan aprovechar el reconocimiento de Barrancabermeja como fuente de inspiración de una de las principales representaciones musicales de la cultura colombiana: La Pollera Colorá

• **Campañas especializadas en medios digitales:**

Creación de la web de turismo de Barrancabermeja organizada por productos turísticos, con información específica sobre las experiencias que ofrece, los prestadores de servicios turísticos y la posibilidad de comprar el viaje, o por lo menos la información que facilite la adquisición del producto.

Incluir en el contenido las aplicaciones para youtubers, georreferenciación de atractivos, espacio para promocionar a través de videos, y herramientas para que los visitantes contribuyan con fotos, comentarios y artículos, entre otros.

Creación y gestión de las redes sociales del destino (Facebook, twitter, Pinterest, YouTube, Instagram).

Preparar material digital que pueda ser enviado a los visitantes que hacen reservas en los hoteles del municipio, con información sobre: ¿Qué hacer en Barrancabermeja? y calendario de actividades.

• **Marketing directo – Brochures de venta**

Diseño e impresión de material informativo sobre el destino, mapas y referencias de las experiencias turísticas de Barrancabermeja

- **Ferias turísticas y ruedas de negocio:** Fortalecimiento de la presencia en ANATO, y selección de ferias a las cuales participar bajo el paraguas de Colombia, en función de los mercados y segmentos considerados objetivo.

La herramienta que se ha desarrollado alrededor de las ruedas de negocio lideradas por el Viceministerio de Turismo para promover el intercambio de oferta nacional con mayoristas, será un escenario primordial para el municipio, especialmente la participación en ciudades como Bogotá y en los departamentos de Boyacá y la Costa Caribe.

Aprovechar especialmente la participación del país en Fitur e ITB y hacer presencia con material en las ferias especializadas que se desarrollan principalmente en el Reino Unido y Estados Unidos por estar entre los mercados prioritarios de los extranjeros que se quieren lleguen al país motivados por las experiencias de naturaleza. Esto se prevé en el mediano plazo.

Una lista de ferias internacionales, se comparte en la estrategia de mercado.

- **Publicación en revistas especializadas:** Que Barrancabermeja empiece a sonar como destino turístico requiere que se hable de él tanto como sea posible, por eso, las revistas de viajes y aquellas con foco en la temática que el destino tiene para ofrecer será una prioridad para el municipio.

- **Viajes de familiarización:** Identificación de profesionales (operadores turísticos y agencias de viaje) de los mercados objetivo. Se propone que sean para grupos no mayores a 10 personas de



98

una duración mínimo de 3 días, en la que puedan tener la experiencia de conocimiento de la industria petrolera, interacción con las expresiones de la cultura ribereña y disfrutar del ecoturismo en las ciénagas. Para realizarlos, se buscarían alianzas estratégicas con prestadores de servicios turísticos (hotelería y restaurantes).

- **Viajes de prensa / Press Trips:** A través de las asociaciones y operadores turísticos, identificar los medios de comunicación (prensa, revistas, youtubers y programas de televisión) de los mercados considerados objetivos, para organizar viajes de prensa tematizados y especializados en los productos definidos.
- **Publicidad:** Supone la transmisión de información sobre los productos o destinos a través de medios de comunicación de masas. Se necesitará definir el mensaje y elaborar un plan de medios que contemple la promoción del destino en: Radio y televisión, prensa escrita, transporte masivo y material impreso.

Teniendo en cuenta que una de las ventajas del municipio es su localización y la posibilidad de que las personas que van de paso hacia el norte o centro del país se tomen el tiempo de conocer Barrancabermeja, las campañas publicitarias que se puedan realizar aprovechando los peajes y vialidad de carretera se convertirán en una prioridad.

- **Relaciones públicas y manejo de crisis:** Con el fin de apoyar el desarrollo y la construcción de una imagen favorable del destino y darlo a conocer en los mercados objetivos, es necesario crear el comité de manejo de crisis para contrarrestar las noticias negativas que pudiesen afectar la percepción del destino y desmolidar la llegada de visitantes, cuando se presenten noticias relacionadas a la percepción de seguridad o eventos relacionados con la industria petrolera.

El plan debe incluir un mecanismo que planteen las alternativas de evaluación de impacto de las diferentes acciones que se propongan.

Meta	Indicador	Actores
Contar con un Plan de marketing en el destino e implementarlo	Plan de marketing elaborado. Si/ No Página web creada # de publicaciones en free press # de fom trips # de press trips # de publicaciones # de material publicitario Comité de crisis creado Mecanismo de medición de impacto de la estrategia de marketing	Viceministerio de Turismo Fontur Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de Turismo

2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029

Sub-Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Medición de impacto de la estrategia de promoción	10 años	240.000.000

• **Acciones relacionadas:**
Con el fin de identificar el impacto que tiene la estrategia de marketing en el cumplimiento de los objetivos del municipio, se implementará el mecanismo de medición que haya planteado el Plan de Marketing.



El progreso es de todos Mincomercio



AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



99

Será una herramienta para la toma de decisiones que permitirá direccionar los esfuerzos que se realicen por promocionar y comercializar a Barrancabermeja como destino turístico

Meta	Indicador	Actores								
Puesta en marcha del mecanismo de evaluación de impacto de las estrategias de promoción	Informe anual de impacto de acciones con recomendaciones de ajustes % de implementación de ajuste sugeridas según informe	Alcaldía Municipal (área de comunicaciones) Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de Turismo Prestadores de servicios turísticos de Barrancabermeja Juntas de Acción Comunal Cámara de Comercio de Barrancabermeja SENA Ecopetrol								
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Áreas de implementación del programa:										
Todo el Municipio de Barrancabermeja										
Componentes económico-financieros:										
Costo total del programa a 10 años (pesos): 2440 millones					Posibles fuentes de financiación: Fondo de promoción turística, fondos de la administración local					
<ul style="list-style-type: none"> Componentes y factores de riesgo: Financieros: Lograr la asignación presupuestal que requiere el proyecto Socio - cultural: Apropiación de la comunidad de las campañas 										

Tabla 31: proyecto plan operativo de mercadeo (Elaboración propia)

Observatorio turístico de Barrancabermeja – Inteligencia de mercado		
Objetivo del Proyecto	Plazos de realización	
Estudio y monitoreo permanente de la dinámica del sector turístico, especialmente frente al comportamiento del mercado y su satisfacción.	10 años	
Sub-Proyecto(s)	Plazo (años)	Valor Aproximado
Diseño e implementación del observatorio turístico de Barrancabermeja	Año 1 montaje Año 2 al 10 operación	\$ 1.700.000.000
Acciones relacionadas		
<p>Desarrollar un sistema para la recolección de estadísticas e información de satisfacción de los turistas en el destino, que permita reacciones rápidas, fundamentadas y racionales encaminadas a la toma de decisiones y a la generación de acciones corto plazo, frente a situaciones positivas o negativas de la coyuntura turística y la situación del municipio.</p> <p>Además, permitirá conocer la salud del sector y su evolución, así como los resultados frente a acciones de mercadeo que ejecute el municipio. De esa manera se podrá medir efectividad y beneficios por cada acción, y así reforzarla o descartarla según convenga. Será una herramienta clave para la planificación y gestión del turismo en el municipio de Barrancabermeja.</p>		



El progreso es de todos Mincomercio



AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



100

Se proponen cuatro tipos de acción:

1. Recolección sistemática de información (mensual)

- Monitoreo de la información de Migración Colombia. "Flujos Migratorios de Extranjeros" por ciudad de hospedaje
- Monitoreo a la información de la Aeronáutica del comportamiento de flujos por aeropuerto
- Registro en los hoteles
- Registro de los operadores turísticos locales
- Registro en la terminal
- Registro Museo del Petróleo

2. Consultas periódicas (Semestral)

El propósito de esta acción es contar con un mecanismo que permita entender a los visitantes y a los turistas potenciales

- Encuestas de satisfacción en los aeropuertos al momento de salida del visitante
- Encuestas – aleatorias a turistas en las zonas de mayor atractivo (El Muelle).
Prefiere ser un estudio cualitativo de percepciones, en el que se analice en profundidad los motivos de visita
- Encuestas en mercados potenciales, para establecer proyecciones de visita y entender las razones de quienes no visitan el destino
- Realización de focus grup como complemento a las encuestas
- Entrevistas a operadores turísticos locales, nacionales y aquellos ubicados en los principales mercados de origen a nivel nacional.

Estas consultas deben priorizar los segmentos de mercados establecidos en el marco de este PDT

Entre los contenidos de la información a recolectar se encuentra:

- Variaciones del volumen de visitantes, estadía y gasto diario; por origen y segmento de mercado
- Variaciones en la percepción de seguridad para el turismo
- Variaciones en la satisfacción de la experiencia turística en el destino y por tipo de producto y zona de desarrollo turístico, percepción sobre los precios y porcentaje de visitantes que regresan
- Variaciones en la percepción de la marca del destino

3. Seguimiento a la información en medios impresos y virtuales comunicación (bimensual)

Se hace con el fin de establecer la cobertura que se hace del destino, y el enfoque positivo o negativo que asumen frente al destino

Se hará seguimiento a la información que sobre actividades turísticas, prestadores de servicios turísticos y el destino en general se produzca en los principales portales que generan influencia en las decisiones de los visitantes (Tripadvisor, OTAS – Booking, Trivago, Expedia, entre otros), así como las herramientas tipo google trend que aporten lineamientos para el análisis de flujos

4. Sistematización de resultados y distribución de la información

Para la sistematización de resultados y distribución de la información se requiere establecer un mecanismo ágil de integración y difusión, que contemple la elaboración de informes sencillos y prácticos.

Para su implementación se trabajará de la mano del Centro de Información Turística Nacional CITUR y de Sistema de Información Turístico de Santander. Se alinearán los conceptos y metodologías





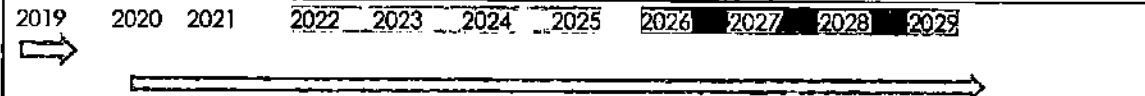
Barrancabermeja

para hacerlo compatible con la experiencia nacional y regional, adicionando las actividades que se consideren oportunas con el fin de cumplir con el objetivo.

Teniendo en cuenta que el observatorio es una herramienta de medición de impacto, el análisis de la información supondrá validación o justificación a la modificación de lineamientos estratégicos para alcanzar el objetivo de hacer del turismo un sector que aporte al desarrollo económico de Barrancabermeja y a mejorar las condiciones de vida de los habitantes.

101

Meta	Indicador	Actores
Observatorio turístico de Barrancabermeja funcionamiento	Estadísticas consolidadas por año Reporte anual de información estadística y análisis de comportamiento e impacto en la planificación turística del municipio # Encuestas y entrevistas realizadas semestralmente Reporte bimensual de seguimiento a medios de comunicación.	Viceministerio de Turismo Fontur - CITUR Gobernación de Santander - SITUR Santander Secretaría de Desarrollo Económico Migración Colombia Aeronáutica Civil Policía de Turismo Cámara de Comercio de Barrancabermeja Agencias de viajes operadoras Asoaviba Cotelco Barrancabermeja Acodres Barrancabermeja Aeropuerto Yarigües de Barrancabermeja



Áreas de implementación del programa

- Todo el municipio

Componentes económico-financieros

<p>Costo total del proyecto a 10 años: 2.380 millones (Honorarios, sistema de información, salario del personal de apoyo para la recolección y consolidación de la información)</p>	<p>Posibles fuentes de financiación: Fondo Nacional de Turismo Fondos públicos del Municipio</p>
---	---

Componentes y factores de riesgo:
 Financiero: Disponer de los recursos necesarios para el desarrollo, implementación y seguimiento de la iniciativa
 Gestión: Cooperación de los prestadores de servicios turístico
 Institucional: Coordinación con la policía y las entidades participantes
 No aprovechamiento de la información obtenida en la toma de decisiones

Tabla 32: proyecto observatorio turístico (Elaboración propia)



102

Información turística de Barrancabermeja											
Objetivo del Proyecto						Plazos de realización					
Generar espacios de información turística						10 años					
Sub-Proyecto 1				Plazo (años)				Valor Aproximado			
Consolidar la presencia Web del destino como instrumento de información				Año 1				\$ 280.000.000			
				Año 2 al 10 mantenimiento y actualización							
Acciones relacionadas											
<p>Para el posicionamiento web del destino es importante recoger los lineamientos establecidos en la estrategia de mercadeo de destino. Sin embargo no solo influye procesos de promoción en tanto se debe considerar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con un portal único de información turística del destino en lo ideal con un dominio .travel. • Contar con una red de generadores de contenidos local. • Formar a los actores del sector turístico en el uso de herramientas de posicionamiento web • Promover la articulación de bloggers y youtubers viajeros al uso de herramientas web del destino, como estrategia de posicionamiento y generación de información. 											
Meta			Indicador						Actores		
Página web turística de Barrancabermeja con información relevante			Página web operativa						Viceministerio de Turismo Fontur Secretaría de Desarrollo Económico Cámara de Comercio de Barrancabermeja Prestadores de servicios turísticos		
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Sub-Proyecto 2				Plazo (años)				Valor Aproximado			
Punto de Información Turística				Año 2 al 10				\$ 400.000.000			
Acciones relacionadas											
<p>Para su consolidación se debe considerar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener actualizada la información de prestadores de servicios turísticos presentes en el municipio. • Contar con un sistema de información y registro para el monitoreo de cifras y estadísticas del destino articulados al observatorio del destino. • Mantener actualizada la información de atractivos y facilidades de disfrute de estos en cada territorio. • Contar con un sistema de información de intranet para la red de puntos de información sobre el destino. • Contar con material gráfico de impresión y divulgación permanente que contenga tanto los atractivos como el calendario de eventos. <p>Se sugiere que el PIT sea en el aeropuerto, por ser el escenario con mayor flujo de turistas y considerando que los atractivos del municipio aún no están posicionados</p>											
Meta			Indicador						Actores		



El progreso es de todos

Mincomericio

FONTUR
 COLOMBIA

 BARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



103

Punto de información turística operativo	Un Punto de Información Turística en funcionamiento	Viceministerio de Turismo Fontur Secretaría de Desarrollo Económico Cámara de Comercio de Barrancabermeja Prestadores de servicios turísticos								
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Áreas de implementación del programa:										
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el municipio 										
Componentes económico-financieros:										
Costo total del proyecto a 10 años: 680 millones					Posibles fuentes de financiación: Fondo Nacional de Turismo					
Componentes y factores de riesgo: Institucional: Coordinación municipal con las zonas de desarrollo turístico Cooperación de los prestadores de servicios turístico Coordinación con la policía No aprovechamiento de la información obtenida en la toma de decisiones										

Tabla 33: proyecto de espacios de información turística (Elaboración propia)



5.3 Programa de sostenibilidad

Partiendo de las estrategias definidas, el objetivo de este programa es:

**Contribuir al desarrollo sostenible económico,
ambiental y sociocultural de Barrancabermeja**

A continuación el resumen de estrategia de sostenibilidad que soporta este programa:

	Factores de oportunidad	Estrategias
Sostenibilidad	<p>-Oportunidad del sector turístico como actividad de diversificación de la economía, para generar desarrollo y contribuir al bienestar de los habitantes.</p> <p>- Reconocimiento por parte de los actores del sector de la necesidad de garantizar la sostenibilidad de la práctica turística en el municipio.</p> <p>- Importancia que dan las comunidades al turismo para la conservación y el realce de la identidad cultural especialmente en los corregimientos de Barrancabermeja</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover el ordenamiento turístico en armonía con la sostenibilidad ambiental 2. Motivar la participación comunitaria en el aprovechamiento del turismo como herramienta de conservación y desarrollo. 3. Velar porque en Barrancabermeja se ha turismo responsable 4. Contribuir a la conservación de los recursos naturales, la valoración y recuperación de las tradiciones de la comunidad en el territorio
	<p style="text-align: center;">Factores de mejora</p> <p>-El Municipio no cuenta con planes de manejo para el ecosistema de ciénagas que se quiere promover en el municipio.</p> <p>- Falta de conservación y apropiación de los atractivos culturales y naturales.</p> <p>- Bajo grado de apropiación del turismo como sector económico en las comunidades.</p> <p>No se reconoce el potencial del turismo para la conservación del patrimonio cultural del municipio.</p> <p>No se identifican ejercicios de concertación para la definición de códigos de turismo responsable</p>	

Tabla 34: factores de oportunidad y mejora en sostenibilidad (Elaboración propia)



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



Proyectos

Ordenamiento turístico para la sostenibilidad ambiental
Fomento a la conciencia turística
Turismo responsable para el desarrollo sostenible

105

Ordenamiento turístico para la sostenibilidad ambiental		
Objetivo del Proyecto	Plazo de realización	
Definir las condiciones y limitantes de las actividades turísticas para garantizar la conservación ambiental en los destinos visitados maximizando la calidad en la experiencia de los visitantes.	3 años	
Sub-Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Plan de manejo turístico de los ecosistemas de humedales del Magdalena Medio, específicamente los que se encuentran en la jurisdicción del Municipio de Barrancabermeja	Año 1	\$ 90.000.000
Acciones relacionadas		
<p>Con el objeto de planificar el uso turístico de los cuerpos de agua de Barrancabermeja, se propone la elaboración de un Plan de manejo turístico.</p> <p>Resulta necesario contar con un plan espacial donde se definen los usos específicos (según lo permitido en el POT), las características de los equipamientos e infraestructuras, los conceptos técnicos de la inversión, los puntos de desarrollo, los miradores, senderos, itinerarios, puntos de observación. Todo se deberá traducir en un proyecto integral de desarrollo.</p> <p>Es importante resaltar que tanto la ciénaga como los caños son corredores de fauna silvestre, razón por la cual se debe contar con suficiente información biológica para establecer rutas y horarios de recorridos que no afecten las estaciones de fauna. Así mismo, establecer acuerdos con los pescadores para que las lanchas no intervengan con las jornadas de pesca.</p> <p>Es importante mencionar que este proyecto no incluye un plan de manejo de las áreas naturales, se restringe a un plan de manejo del turismo exclusivamente y sobre las zonas que sean de uso turístico.</p>		
Meta	Indicador	Actores
Contar con un Plan de Manejo Turístico alrededor del complejo de humedales del municipio de Barrancabermeja	Plan de Manejo Turístico Si/No	Secretaría de Planeación Secretaría de Medio Ambiente Secretaría de Desarrollo Económico Cormagdalena Juntas de Acción Comunal corregimientos Institución Educativa San Marco SENA UNIPAZ
<p>2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029</p>		
Sub-Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado



106

Realización de los estudios de capacidad de carga Turística en aquellos destinos ambientalmente sensibles a los impactos del ecoturismo.		Año 1	80.000.000
Accionesrelacionados			
<p>✓ El proyecto tiene como objetivo determinar los condicionamientos y las normas en que se deben desarrollar las actividades turísticas para garantizar la calidad de la experiencia turística sin generar detrimento en las características propias del medio ambiente y de las comunidades locales. Para lo cual entre las acciones a llevar a cabo se consideran:</p> <p>✓ Identificar los sitios turísticos más frágiles ambiental y culturalmente o que posean algún grado de sensibilidad al cambio en sus condiciones iniciales generado por los impactos negativos del turismo.</p> <p>✓ Definir el tipo y magnitud de los impactos negativos que puede generar el turismo en el medio ambiente y la cultura de los destinos visitados.</p> <p>✓ Realizar los estudios de capacidad de carga turística para aquellos destinos que generan mayores visitas como El Llanito.</p> <p>✓ Establecer las medidas de manejo que acompañarán a los estudios de capacidad de carga para la mitigación y control de los impactos negativos del turismo.</p> <p>El trabajo de campo en la realización de los estudios de capacidad de carga deberá contar con el acompañamiento de representantes de las comunidades locales y de la administración municipal</p>			
Meta	Indicador	Actores	
Estudios de capacidad de carga en los espacios priorizados por la estrategia de productos turísticos de naturaleza en el PDT	# de sitios con estudio de capacidad de carga y medidas de manejo	Secretaría de Planeación Secretaría de Medio Ambiente Secretaría de Desarrollo Económico Cormagdalena JAC El Llanito JAC San Rafael de Chucurí JAC Ciénaga del Opón Institución Educativa San Marco SENA UNIPAZ	
2019	2020	2021	2022
→			
Sub Proyecto 3		Plazo (años)	Valor Aproximado
Diseño e implementación de un plan de monitoreo de impactos del turismo		Año 3 Diseño Año 4 al 10 monitoreo	\$ 240.000.000
Accionesrelacionados			
<p>Dado que la prioridad debe ser la sostenibilidad ambiental y cultural de los destinos turísticos, se hace necesario hacer seguimiento a los cambios negativos que se puedan presentar con el fin de mitigarlos y anticipar impactos irreparables. Para ello se proponen las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los elementos naturales o culturales sensibles o susceptibles de cambios negativos por la actividad turística. • Identificar los impactos y/o las fuentes causantes de cambios negativos en las condiciones iniciales de parámetros ambientales o culturales en los destinos turísticos. • Diseñar un plan de seguimiento que involucre a todos los elementos naturales y culturales, priorizándolos según la magnitud de los posibles impactos que puedan presentarse. • Sensibilizar a las comunidades locales y a prestadores de servicios turísticos. 			





- Establecer tiempos y lugares para la toma de muestras o pruebas en campo que lleven a tener un control y seguimiento de los cambios negativos que se estén presentando en los destinos turísticos.
- Identificar la red de actores clave que aporten en los territorios a los procesos de control y monitoreo.
- Propiciar el monitoreo colectivo realizado por los habitantes locales y los turistas visitantes de las zonas
- Establecer procesos de digitalización y divulgación permanente de la información recaudada.

Con base en los resultados del Plan de Monitoreo, el planificador turístico deberá tomar decisiones relacionadas a la continuidad del recurso como destino turístico o en sus condiciones de acceso y operación de las actividades que se desarrollen.

Meta	Indicador	Actores
Contar con un plan de monitoreo de impactos del turismo implementado	Plan desarrollado % de implementación por año	Secretaría de Planeación Secretaría de Medio Ambiente Secretaría de Desarrollo Económico Cormagdalena JAC El Llanito JAC San Rafael de Chucurí JAC Ciénaga del Opón Institución Educativa San Marco SENA UNIPAZ Centros de investigación ONG de conservación

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Subproyecto 4	Plazo	Valor aproximado
Red de conservación del ecosistema	7 años	140.000.000

Acciones relacionadas:

El proyecto busca promover la conciencia medioambiental, social y de calidad entre los turistas, las comunidades y los prestadores de servicios turísticos. Para ello se proyecta vincular a las comunidades o fortalecer en estas los procesos de conservación eco sistémica y de especies que tienen vínculo con el ejercicio de la actividad turística, por lo que se propone:

- Diseño de la red de conservación ambiental de las ciénagas de Barrancabermeja.
- Definición de mecanismos de oferta y sostenibilidad de esta red a partir de su vínculo con el ejercicio de la actividad turística (bonos, comercialización de souvenirs, servicios eco sistémicos u otros).
- Campaña de marketing de la red de conservación y el aporte turístico a la causa regional.
- Creación de material didáctico que apoye la campaña personalizada de sensibilización los visitantes.
- Evento anual de socialización de la campaña de concientización y ampliación de la red de conservación.
- Desarrollo de herramientas de seguimiento y monitoreo sobre los efectos de la campaña en la protección del medio ambiente



108

Meta	Indicador	Actores									
Contar con una red de conservación de los ecosistemas del Magdalena Medio – alcance Barrancabermeja	# de miembros de la red % de autosostenibilidad de la red # de eventos de la red	Secretaría de Planeación Secretaría de Medio Ambiente Secretaría de Desarrollo Económico Cormagdalena Juntas de Acción Comunal corregimientos Institución Educativa San Marco SENA UNIPAZ Centros de investigación ONG de conservación									
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Áreas de implementación del programa											
Cuerpos de agua del complejo de humedales, principalmente Corregimiento el Llanito, Ciénaga del Cipón, San Rafael de Chucurí, Ciénaga de San Silvestre											
<ul style="list-style-type: none"> Componentes económico-financieros 											
<ul style="list-style-type: none"> <u>Costo total del programa a 10 años (pesos):</u> 550 millones 						<ul style="list-style-type: none"> Posibles fuentes de financiación: Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Cormagdalena, Cooperación internacional Entidades financieras, Ecopetrol, empresas petroleras, ONG 					
<p>Componentes y factores de riesgo:</p> <p>Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto.</p> <p>Ambientales: Evaluación del impacto ambiental</p> <p>Socio Cultural: Socialización y participación de la comunidad.</p> <p>Institucional: Decisión política y vinculación de entes nacionales para la consecución de recursos.</p>											

Tabla 35: proyecto de ordenamiento turístico para la sostenibilidad (Elaboración propia)

Fomento a la conciencia turística		
Objetivo del Proyecto	Plazo de realización	
Desarrollar la conciencia turística entre los habitantes del municipio de Barrancabermeja	5 años	
Sub Proyecto 1	Plazo (años)	Valor Aproximado
Conciencia turística en colegios e instituciones de educación superior	Año 1 al 10	\$ 800.000.000
Acciones relacionados		
Se propone, con base en la metodología colegios amigos del turismo y con la experiencia de la Institución Educativa San Marco:		



El progreso es de todos
Mincomercio



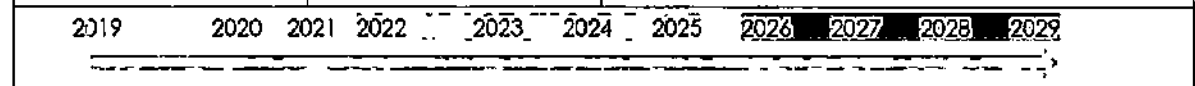
AVIA EXPORT
ORGANIZACIÓN AVIATUR



109

- Elaboración de manuales pedagógicos de nivel escolar primario y secundario
 - Formación de maestros en el uso de los manuales.
 - Programas de incentivos con jóvenes para mejorar la percepción del turismo: Concursos con premios de servicios turísticos
 - Salidas de campo para conocer los principales atractivos del municipio, incluidos los corregimientos
- El objetivo es que los jóvenes valoren, cuiden y compartan los elementos que hacen única a Barrancabermeja, por su cultura, historia y naturaleza

Meta	Indicador	Actores
Generar conciencia turística en los jóvenes de Barrancabermeja	% de Instituciones del municipio impactadas # de estudiantes impactados	Secretaría de Educación Secretaría de Desarrollo Económico SENA Instituciones educativas Prestadores de servicios turísticos



Sub Proyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Conciencia turística cadena de valor del sector	Año 1 al 10	\$ 180.000.000

Acciones relacionados:

Se busca reforzar la conciencia turística de los miembros de los eslabones de la cadena de valor que tienen mayor contacto directo con los visitantes (por ejemplo, taxistas, personal de aeropuerto, restaurantes, entre otros)

- Sensibilización del personal en temas de turismo y su importancia para la economía local
- Pasantías o actividades con juego de roles en contextos turísticos, de manera que los participantes internalicen la de un turista en la ciudad.
- Programas de incentivos para mejorar el servicio y atención a los visitantes: Concursos, premios o similar para el mejor colaborador por su atención al turista.
- Salidas de campo para conocer los principales atractivos de la ciudad

Esta actividad tendrá como aliado a las cadenas o empresas de servicios turísticos interesado en mejorar la sensibilidad de los demás actores de la cadena de valor.

Meta	Indicador	Actores
Generar conciencia turística del personal que participa de manera indirecta en el turismo	# de participantes de los procesos de sensibilización	Secretaría de Desarrollo Económico SENA Cámara de Comercio de Barrancabermeja



110

		Prestadores de servicios turísticos										
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Sub-Proyecto 3		Plazo (años)		Valor Aproximado								
Conciencia turística en población organizada en sectores turísticos		Año 1 al 10		\$ 250.000.000								
Acciones relacionadas												
<p>El proyecto busca generar en los habitantes una mejor percepción sobre el turismo y sus beneficios. Para ello se interactuará con las organizaciones locales de zonas turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jornadas de sensibilización a la comunidad que habita las zonas, calles o barrios visitados por los turistas. • Capacitación en las formas de interacción con los visitantes, creando oportunidades de intercambio de conocimientos y experiencias. <p>El propósito es aportar conocimiento con el fin de alcanzar una conciencia efectiva de protección de los recursos y de la oportunidad del turismo.</p>												
Meta		Indicador		Actores								
Generar conciencia en los habitantes de las zonas que reciben turistas		# de participantes en los procesos de sensibilización		Secretaría de Desarrollo Económico Juntas de Acción Comunal SENA Cámara de Comercio de Barrancabermeja Prestadores de servicios turísticos								
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Áreas de implementación del programa												
Todo el Municipio de Barrancabermeja												
Componentes económico-financieros												
Costo total del programa a 10 años (pesos):				Posibles fuentes de financiación:								
1.230 millones				Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), fondos públicos locales, prestadores de servicios turísticos, empresas del municipio.								
Componentes y factores de riesgo:												
Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto												
Socio – cultural: Falta de interés de los grupos identificados para participar en el proceso												

Tabla 36: proyecto de fomento a la conciencia turística (Elaboración propia)



111

Turismo responsable para el desarrollo sostenible															
Objetivo del Proyecto						Plazo de realización									
Propender porque el turismo enmarque acciones de corresponsabilidad en el territorio e involucre la oferta y la demanda						10 años									
Sub Proyecto 1						Plazo (años)		Valor Aproximado							
Creación de manuales de comportamiento turístico y mitigación de riesgos culturales y ambientales en el destino, especialmente en los espacios destinados a las actividades de turismo de naturaleza						Año 2		\$ 30.000.000							
Acciones relacionadas															
<p>El proyecto tiene como objetivo visibilizar los parámetros de comportamiento esperados y requeridos por parte de los visitantes en el destino para proteger el medio ambiente y a las comunidades principalmente, a la vez que busca divulgar la información pertinente para mitigar los posibles riesgos del ejercicio turístico en el destino. Para lo cual entre las acciones a llevar a cabo se consideran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de las zonas ambientalmente más frágiles y que tienen mayor riesgo de impacto negativo en el intercambio. Esta selección se realizará sobre las investigaciones y trabajo consensuado entre las comunidades interesadas en participar como parte de la oferta turística. • Concertación con las comunidades frente a las expectativas y límites del comportamiento del visitante en el destino, definición de máximas esperadas y mínimas permitidas. • Identificación de información relevante para mitigar los posibles riesgos del ejercicio turístico en el destino, definiendo parámetros de atención de emergencias, contactos, recomendaciones de viaje u otras. • Establecer los mecanismos de distribución eficaces y definir el modelo de sostenibilidad de la publicación del manual. 															
Meta		Indicador				Actores									
Manual de comportamiento y mitigación de riesgos		Manual desarrollado. Si/No				Secretaría de Desarrollo Económico Centro de Estudios Regionales									
2015		2020		2021		2022		2023		2024	2025	2026	2027	2028	2029
		⇒													
Sub Proyecto 2						Plazo (años)		Valor Aproximado							
Monitoreo y asistencia técnica en la implementación de las normas de sostenibilidad en la prestación de servicios turísticos						Año 1 Estado del arte de Implementación		\$ 1.000.000							



El progreso es de todos Mincómercio



AVIA EXPORT ORGANIZACIÓN AVIATUR



112

	Año 2 al 6 asistencia técnica	
	Año 6 al 10 monitoreo	

Acciones relacionadas

Este proyecto tiene como objetivo velar por el cumplimiento de las normas de sostenibilidad por parte de los prestadores de servicios turísticos.

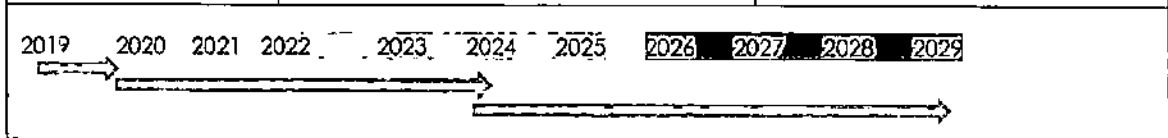
Si bien son de obligatorio cumplimiento, según lo establece la autoridad nacional para la renovación de Registro Nacional de turismo, es necesario acompañar a los actuales empresarios, así como a los futuros emprendimientos y garantizar que la prestación de sus servicios se haga de acuerdo a los principios del desarrollo sostenible.

- Es respetuoso con el medio ambiente
- Promueve la participación comunitaria
- Propende por la valoración cultural y la conservación de las tradiciones

Se acompañarán los procesos de evaluación, se generarán estrategias de monitoreo y se definirán incentivos y facilidades que apoyen la implementación.

Para eso es necesario hacer un diagnóstico de los niveles de implementación de la norma con una caracterización de los actuales prestadores

Meta	Indicador	Actores
Contar con empresas en el área urbana y rural que cumplan cabalmente las Normas Técnicas de Sostenibilidad	# de empresas cumpliendo las normas técnicas de sostenibilidad	Secretaría de Desarrollo Económico Cámara de Comercio de Barrancabermeja



Subproyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado
Plan Padrón para comunidades rurales	Años 10	\$ 20.000.000

Acciones relacionadas

Sistema de "voluntariado" o RSC (Responsabilidad Social Corporativa) en el que profesionales del sector hagan un seguimiento y acompañamiento del desarrollo turístico de base comunitaria en las zonas rurales de Barrancabermeja. Realizarían también funciones de "Tutor". (ejemplo de referencia la fundación panameña Dobbo Yala²⁶)

Meta	Indicador	Actores
------	-----------	---------

²⁶ Más información sobre la fundación en: http://www.ecoportal.net/Servicios/Directorio-de-ONGs/D/Dobbo_Yala_Fundacion



Contar con un grupo de padrinos que acompañen los procesos de desarrollo turístico de las comunidades rurales del municipio	# de voluntarios # de comunidades "apadrinadas"	Secretaría de Desarrollo Económico Cámara de Comercio de Barrancabermeja								
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Áreas de implementación del programa										
Todo el municipio de Barrancabermeja										
Componentes económico-financieros										
Costo total del programa a 10 años (pesos): 1.050 millones					Posibles fuentes de financiación: Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), Entidades financieras, fondos de cooperación internacional, fondos municipales, prestadores de servicios turísticos, empresas del municipio					
Componentes y factores de riesgo:										
Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto. Necesidad de fortalecimiento en presentación de proyectos Ambientales: No cumplimiento de la normativa Socio Cultural: No reconocimiento de la importancia del cumplimiento de la normatividad, Falta de padrinos disponibles y apadrinados dispuestos Institucional: Decisión política o decisión empresarial adversa										

113

Tabla 37: proyecto de turismo responsable (Elaboración propia)





5.4 Programa de calidad y fortalecimiento empresarial

Partiendo de las estrategias definidas, los objetivos de este programa son:

**Fomentar la prestación de servicios
turísticos de calidad para la
competitividad**

114

A continuación el resumen de estrategia de calidad y fortalecimiento empresarial que soporta este programa:



	Factores de oportunidad	Estrategia
Calidad y fortalecimiento empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento de la importancia de apostarle al turismo en la ciudad como alternativa de desarrollo económico. - Comunidades, especialmente en el área rural del municipio comprometidas con el desarrollo turístico - Instituciones educativas comprometidas con la mejora de la competitividad del sector, especialmente el SENA y la Institución San Marco. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover el cumplimiento de estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos
	<p style="text-align: center;">Factores de mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bajo grado de apropiación del turismo como sector económico en las comunidades. - Limitada articulación del recurso humano al sector empresarial turístico - Bajos niveles de formalización en el sector - Actores tan importantes para el sector como los guías de turismo no cuenta con RNT - Desconocimiento y bajo aprovechamiento de las oportunidades del sector turístico en otros eslabones distintos a la alimentación y alojamiento. - Oferta de alojamiento dirigida al turista de corporativo que no tienen en cuenta al segmento cuya motivación es el disfrute del turístico. 	

Tabla 38: factores de oportunidad y mejora en calidad y fortalecimiento empresarial (Elaboración propia)



Proyectos

Estándares de calidad para el municipio de Barrancabermeja
Capacitación para el turismo en Barrancabermeja
Fortalecimiento empresarial

115

Estándares de calidad para el municipio de Barrancabermeja		
Objetivo del Proyecto	Plazo de realización	
Mejorar el nivel de calidad en la prestación de servicios turísticos en Barrancabermeja	10 años	
Sub Proyecto	Plazo (años)	Valor Aproximado
Nivelación de estándares de calidad	Años 1 preparación Año 2 al 10 implementación	\$ 500.000.000
Acciones relacionadas		
<p>El proyecto busca dar soporte al objetivo nacional de mejorar en el cumplimiento de los estándares de calidad. Si bien se reconoce el esfuerzo que los prestadores de servicios turísticos han hecho especialmente en el casco urbano de la ciudad y que a lo largo de los años ha estado influenciado por el cumplimiento de requerimientos pensando en los viajeros de negocio, se busca que este sea una constante y un objetivo primordial a lo largo de los años de implementación de este PDT.</p> <p>Garantizar altos niveles de calidad es la medida mínima para competir en el mercado nacional y comenzar a captar mercado internacional de ocio generando garantías de cumplimiento con las promesas.</p> <p>Actualmente el municipio solo tiene tres prestadores certificados en calidad. Dos hoteles y un restaurante.</p> <p>Adicionalmente, el proyecto busca brindar el marco para cualquier nuevo desarrollo turístico de Barrancabermeja y aquellos que se hagan en cumplimiento del objetivo de promover su crecimiento hacia la zona rural del municipio, en sus corregimientos.</p> <p>Las acciones a llevar a cabo serán las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partir de los estándares definidos para la prestación de servicios a nivel nacional para determinar los requisitos mínimos • Presentar a los prestadores de servicios turísticos los estándares mínimos definidos para el sector turístico municipio • Establecer un calendario de adecuación de las empresas a los estándares nacionales. • Definir los mecanismos para apoyar a los empresarios y a las nuevas empresas que surjan especialmente de base comunitaria comunidades en las adecuaciones de su servicio a los estándares • Definir un plan de mejora para las empresas con objetivos mínimos a conseguir en el corto y medio plazo. 		





116

Se debería designar una entidad encargada de realizar esta tarea para el beneficio del municipio, propendiendo por la preparación de los prestadores, el seguimiento y monitoreo y el acompañamiento a las auditorías. Se identifica que la Corporación Mixta de Turismo podría, en el proceso de replantear sus objetivos y en línea con el propósito de formación, responsabilizarse de esta tarea.

Meta	Indicador	Actores
Aumentar el número de empresas certificadas en calidad en el municipio	# de empresas certificadas en calidad # de empresas que mantienen la certificación a lo largo de los años	Viceministerio de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de Turismo SENA Cámara de Comercio de Barrancabermeja Prestadores de servicios turísticos agremiados y no agremiados Corporación Mixta de Turismo

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Subproyecto 2	Plazo (años)	Valor Aproximado
Adopción e implementación de sellos de calidad y de especialización de la oferta	Año 4 al 10	500.000.000

Acciones relacionadas:

Considerando la necesidad de generar mecanismos que promuevan diferenciación del municipio de Barrancabermeja, y por la necesidad de generar elementos que contribuyan a la concientización de los visitantes y residentes, una opción de valor sobre la cual trabajar son los sellos o estándares voluntarios.

El objetivo es contribuir en la mejora de la calidad, la imagen y el posicionamiento del departamento, además de ser una herramienta útil para la comercialización. Es importante mencionar que no se debe considerar a los sellos en fines en sí mismos, sino que tienen un valor instrumental especialmente para denotar la autenticidad.

Para ello, se deberá:

- Definir el nombre del sello, con base en lo más demandado por el mercado, y según el consenso entre los actores locales.
- Definir los requisitos de certificación y empresas que pueden participar, las características de operación, de sostenibilidad, de componentes de organización, comerciales, de servicio y de capacitación de empleados y guías.
- Identificar las temáticas sobre las cuales crear los sellos: responsabilidad social, ambiental, calidad, especialización por producto. Esto se trabajará al interior de los Club de productos
- Creación de un manual de implementación, requisitos para solicitarlo y estándares de medición
- Divulgar en las zonas de alto flujo turístico los sellos creados y los mecanismos de acceso
- Capacitar y acompañar a los interesados para certificarse a los sellos
- Facilitar las herramientas de autoevaluación, seguimiento y verificación para el otorgamiento de los sellos





- Sistema de beneficios para los sellos de calidad desarrollo y los establecimientos que se adhieren: Mayor exposición, reconocimientos públicos, fondos para promoción, incentivos.
- Auditorías de cumplimiento.

Cabe resaltar que este proceso debe articularse a las redes de productos en tanto sea pertinente y relacionado a la especialización de la oferta. Lo que se pretende es que los sellos y untaños promuevan los valores de los productos turísticos definidos en las estrategias de este PDT.

117

Metc	Indicador	Actores
Sellos de calidad en las tres temáticas definidas en el desarrollo de producto turístico. Turismo de naturaleza Turismo cultural Turismo industrial	Creación de un manual de estándares del sello # de sellos entregados por producto turístico	Secretaría de Desarrollo Económico Cámara de Comercio de Barrancabermeja Corporación Mixta de Turismo Prestadores de servicios turísticos agremiados y no agremiados

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Áreas de implementación del programa.

- Todo el municipio

Componentes económico-financieros

Costo total del proyecto a 4 años (pesos): 1000 millones (Incluye honorarios anuales de la persona encargada del monitoreo, logística, elaboración de manuales y recursos incentivo para mejoramiento)	Posibles fuentes de financiación: Fondo Nacional de Turismo,
--	--

Componentes y Factores de riesgo:

Financieros: Disponibilidad presupuestal

Ambientales: Cumplir con los estándares mínimos de conservación y calidad paisajística

Socio Cultural: Aceptación y valoración de las normas por parte de los prestadores de servicios turísticos

Institucional: Apoyo y visibilización de las certificaciones y los sellos propuestos

Implementación de los sellos como requerimiento a los prestadores de servicios turísticos

Tabla 39: proyecto estándares de calidad (Elaboración propia)

Capacitación para el turismo Barrancabermeja		
Objetivo del Proyecto	Plazo de realización	
Mejorar la comprensión que sobre las oportunidades y la gestión del sector turístico tienen las autoridades locales, líderes comunitarios, actores representativos de la comunidad y empresas de base comunitaria.	10 años	
Sub Proyecto	Plazo (años)	Valor Aproximado



118

Procesos de formación	Años 1 preparación Año 2 al 10 implementación	\$ 500.000.000
Acciones relacionadas		
<p>El desarrollo turístico de Barrancabermeja, requiere la generación de capacidades específicas para los actores involucrados tanto para las comunidades receptoras como para los prestadores de servicios turísticos. En el primer caso para fomentar el emprendimiento en un modelo de gestión comunitaria, mientras en el segundo se busca fortalecer las capacidades técnicas.</p>		
<p>El proyecto deberá aprovechar las iniciativas del SENA que está generando una línea clara de fortalecimiento al sector turismo.</p>		
<p>El objetivo es contar con cursos de duración variable, según la temática y la metodología, buscando siempre un componente de prácticas mayor que las teóricas y centrándose en dinámicas que fomenten el aprender haciendo.</p>		
<p>Entre los programas que se propone fomentar se encuentran:</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo comunitario, con el fin de: Fortalecer el desarrollo turístico a partir del modelo de turismo comunitario, generar ingresos para las comunidades, coordinar acciones entre las entidades nacionales y territoriales para proporcionar herramientas de asistencia a los emprendimientos de turismo comunitario, estructurar planes de trabajo para el desarrollo de proyectos turísticos e iniciativas propias de las comunidades, generar alianzas entre las comunidades, los gobiernos locales y las organizaciones no gubernamentales, para el desarrollo de las iniciativas que existen en la actualidad e impulsar la creación de una red de turismo comunitario • Conformación de organizaciones, en este punto resulta clave la formación en los siguientes aspectos: Construcción de confianza, economía solidaria y participativa y formalización empresarial de las distintas. • Investigación de mercados y diseño de productos turísticos. Que prepare a los actores sociales para los procesos que se adelanten en el marco de la implementación de las estrategias de productos considerados en este PDT • Servicio al cliente / Experiencia de cliente, según el área de desempeño: Busca capacitar a los prestadores y a la comunidad en aspectos básicos de la normativa nacional, así como en los estándares de calidad. Los contenidos serán diferenciados por eslabón la cadena de valor del turismo. • Conservación del medio ambiente y uso sostenible de los recursos para la prestación de servicios turísticos. • Buenas prácticas nacionales e internacionales: Generar programas de intercambio de experiencias que permitan a prestadores de servicios locales, conocer prácticas similares y de éxito. Especialmente para los emprendimientos que se quieren promover en los corregimientos. • Desarrollo empresarial: Emprendimiento y liderazgo, gerencia de organizaciones empresariales en el sector turístico, planes de negocio, evaluación y seguimiento. • Comercialización de productos turísticos: Canales de distribución, uso y aprovechamiento de las redes sociales como medio de promoción, pago y gestión de destino. 		



119

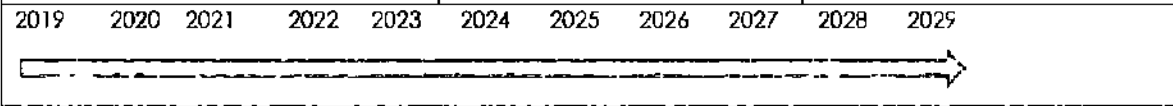
- **Investigación aplicada y generación de contenidos:** Generación de competencias en pro de que las comunidades apropien las investigaciones ambientales existentes y las conviertan en contenidos interpretativos para el disfrute turísticos.
- **Búsqueda de financiamiento:** Plantea cursos de capacitación orientados a todos los empresarios turísticos y a las comunidades receptoras. El contenido del curso girará en torno a: Fuentes disponibles de financiación público y privado; descripción de la naturaleza de estas instituciones y de cómo operan; cómo presentar proyectos a estas instituciones, formato para presentación de proyectos, bases para hacer un plan de negocio, consideraciones de forma a tener en cuenta, entre otras. Este proceso será básico para la constitución de la Unidad de búsqueda de fuentes de financiación que se propone en el Programa de Gobernanza y Gestión.

Las temáticas anteriores se pueden consolidar un Diplomado para el desarrollo turístico que se dicte cada dos años en el Municipio.

- **Guianza turística especializada**
- **Inglés para el turismo**

La formación especializada que se requiere para la operación de los productos turísticos definidos en la estrategia de producto de este PDT se encuentra en los proyectos definidos para cada uno: Producto turismo industrial, naturaleza y cultura.

Meta	Indicador	Actores
Formar a los actores sociales y prestadores de servicios turísticos en los componentes mínimos para el desarrollo del sector en el Municipio	# de diplomados realizados # de cursos cortos # de programas e tecnólogo en guianza turística # de cursos de inglés para el turismo # de personas capacitadas	Viceministerio de Turismo Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de Turismo SENA Cámara de Comercio de Barrancabermeja Prestadores de servicios turísticos agremiados y no agremiados Corporación Mixta de Turismo



Áreas de implementación del programa

- Tcdo el municipio

Componentes económico-financieros

<p>Costo total del proyecto a 10 años (pesos):</p> <p>520 millones (Incluye 5 diplomados, cursos cortos, dos versiones de inglés para el turismo en el año 3 y 7 y tres cortes de guianza turística)</p>	<p>Posibles fuentes de financiación:</p> <p>Fondo Nacional de Turismo</p> <p>SENA</p> <p>Fondos de cooperación</p>
---	---



	Empresas petroleras
<p>Componentes y Factores de riesgo:</p> <p>Financieros: Disponibilidad presupuestal</p> <p>Ambientales: Cumplir con los estándares mínimos de conservación y calidad paisajística</p> <p>Socio Cultural: Saturación de capacitaciones</p> <p>Institucional: Articulación para adaptar los contenidos al entorno sociocultural de Barrancabermeja.</p>	

Tabla 40: proyecto de capacitación para el turismo (Elaboración propia)



121

Fortalecimiento empresarial											
Objetivo del Proyecto						Plazo de realización					
Propender por el fortalecimiento y la innovación empresarial para el desarrollo del turismo en el municipio						10 años					
Sub Proyecto 1						Plazo (años)			Valor Aproximado		
Incubadora de micro-emprendimientos						Año 1 al 10			\$1.500.000.000		
Acciones relacionadas:											
<p>Con el fin de desencadenar el aprovechamiento económico de las actividades relacionadas con el sector turismo por parte de las comunidades se propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apoyo en capital semilla para la estructuración y plan de ideas de negocios - Asistencia técnica para el emprendimiento turístico - Creación de un Fondo cofinanciable de micro emprendimientos <p>Una oportunidad especial se ve para los emprendimientos de la economía naranja, especialmente los relacionados con las expresiones culturales y los de base comunitaria de las zonas rurales del municipio</p> <p>Prácticas turísticas especializadas: En alianza con las universidades o el SENA, se sugiere promover el espacio para que estudiantes de áreas relacionadas al turismo o ciencias administrativas puedan participar a manera de prácticas en procesos que aporten a la consolidación de la oferta turística de Barrancabermeja.</p> <p>Plan Padrino: Se promoverá el acompañamiento de empresas con experiencia en el sector para que apalanquen nuevos emprendimientos que surjan en el municipio</p>											
Meta		Indicador				Actores					
Fondo de promoción al micro-emprendimiento turístico		# de beneficiados # de empresas creadas Monto de recursos asignados				Secretaría de Desarrollo Económico SENA INNPULSA Ministerio de Cultura Cámara de Comercio de Barrancabermeja JAC • Colectivos culturales					
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Sub Proyecto 2						Plazo (años)			Valor Aproximado		
Fomento a la formalización empresarial						Año 1 al 10			\$ 200.000.000		
Acciones relacionadas:											
<p>Especial énfasis se hará por mejorar los niveles de formalización empresarial que tiene el municipio entre los prestadores de servicio turístico.</p> <p>Se trabajará en programas diferenciales con los eslabones de la cadena que presentan mayores debilidades como los guías de turismo, de la mano con el SENA y las personas formadas para buscar opciones que les permitan dar el siguiente paso para obtener el RNT</p> <p>Con base en el modelo de gestión de turismo comunitario se apoyará el trabajo de los locales para formalizar sus iniciativas</p>											



122

Meta	Indicador	Actores
Aumentar los niveles de formalización empresarial	% de empresas formalizadas por prestador de servicio turístico	Secretaría de Desarrollo Económico SENA Cámara de Comercio de Barrancabermeja Prestadores de servicios turísticos Comunidad emprendedora
<p>2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029</p>		
Sub Proyecto 3	Plazo (años)	Valor Aproximado
Integración productiva	Año 3 al 10	\$ 160.000.000
Acciones relacionadas		
<p>El proyecto propende por fomentar el trabajo de emprendedores turísticos que se integren a los productos diseñados de turismo de naturaleza, industrial y cultural.</p> <p>La propuesta es que se consoliden cluster de turismo con participantes de los eslabones de la cadena de valor que permitan facilitar y garantizar la prestación de los servicios turísticos entorno a las experiencias priorizadas para que los visitantes disfruten de la oferta turística del destino.</p>		
Meta	Indicador	Actores
Contar con al menos tres cluster de servicios turísticos alrededor de las tres temáticas de producto turístico: Naturaleza, industria y cultura.	3 cluster creados # de empresas por cluster	Secretaría de Desarrollo Económico Cámara de Comercio de Barrancabermeja Prestadores de servicios turísticos
<p>2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029</p>		
Sub Proyecto 4	Plazo (años)	Valor Aproximado
Innovación productiva	Año 2 al 10	\$ 1.000.000.000
Acciones relacionadas		
<p>El proyecto busca promover un mecanismo de fomento a la innovación.</p> <p>Las intervenciones que procuran la innovación productiva deben velar por la profesionalización en la prestación del servicio, el cumplimiento de estándares de calidad y la oportunidad de vivir experiencias memorables, basada en la oferta turística.</p> <p>En este proyecto se recomiendan acciones para las tres líneas de desarrollo de producto</p>		
Meta	Indicador	Actores
Mecanismo de fomento a la innovación creado	# de empresas innovadoras beneficiadas	Secretaría de Desarrollo Económico INNPUSLA Cámara de Comercio de Barrancabermeja SENA Prestadores de servicios turísticos
<p>2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029</p>		





Áreas de implementación del programa:	
Todo el Municipio de Barrancabermeja	
Componentes económico-financieros:	
Costo total del programa a 10 años (pesos): 2160 millones	Posibles fuentes de financiación: Fondos públicos nacionales (regalías, fondo de promoción turística), fondos públicos locales, prestadores de servicios turísticos, empresas del municipio, INNPULSA, Fondo emprender.
Componentes y factores de riesgo:	
Financieros: Disponibilidad presupuestal para el desarrollo del proyecto Socia – cultural: Falta de interés de los grupos identificados para participar en el proceso	

123

Tabla 41: proyecto de fortalecimiento empresarial para el turismo (Elaboración propia)

5.5 Programa de gobernanza y gestión

Partiendo de las estrategias definidas, el objetivo de este programa es:

Fortalecer los esquemas de gobernanza del sector

A continuación el resumen de estrategia de sostenibilidad que soporta este programa:

Gobernanza y gestión	Factores de oportunidad	Estrategias
	<ul style="list-style-type: none"> - Se reconoce la importancia de diversificar la economía de la ciudad y el impacto positivo que podría tener el turismo. - Ejercicios de planificación para proyectar a Barrancabermeja como destino turístico. - Existencia y operatividad del Consejo Municipal de Turismo, que facilita la articulación entre el sector público y privado. - Disposición y compromiso de entidades como la Cámara de Comercio y el SENA con el desarrollo turístico del municipio. - Se identifican esfuerzos asociativos entre los prestadores de servicios turísticos propios de la región (AVIVA, ARUBA). - Participación de prestadores de servicios turísticos en agremiaciones de carácter nacional (Cotelco, ANATO, ACODRES). <p>Líderes y comunidad de los corregimientos de Barrancabermeja comprometidos con la iniciativa de</p>	<p>1- Contribuir a la priorización del turismo como alternativa para el desarrollo económico de Barrancabermeja desde la autoridad local.</p> <p>2. Fortalecer la capacidad institucional para liderar y el desarrollo turístico en el municipio.</p>



124



fortalecer el desarrollo a través del turismo.

- Presencia de empresas del sector petrolero con disposición a apoyar iniciativas que aporten a la diversificación de la economía.

Factores de mejora

- No se considera el desarrollo turístico como prioritario para el municipio.
- Los actores del sector no han percibido lineamientos claros para el desarrollo del sector a lo largo del tiempo.
- El sector turismo tiene una débil estructura organizacional en la administración municipal.
- Limitados recursos destinados al fortalecimiento del sector turístico.
- Debilidades en los procesos de articulación entre el sector público, privado y la comunidad.
- El liderazgo comunitario y administrativo no cuenta con conocimiento técnico requerido para afrontar los retos que tiene el sector turístico.

3. Fortalecer los mecanismos de interacción público – privado entorno al turismo

4. Creación de una Organización de Gestión de Destinos



Proyectos

<p>Institucionalidad en el sector turístico de Barrancabermeja</p> <p>Generación de capacidades de gestión</p>
--



Institucionalidad en el sector turístico de Barrancabermeja										
Objetivo del Proyecto							Plazos de realización			
Mejorar la presencia y rol de las instituciones en el desarrollo turístico del municipio.							2 años			
Sub Proyecto 1			Plazo (años)			Valor Aproximado				
Fortalecimiento al liderazgo Institucional			Año 1 y 2			\$50.000.000				
Acciones relacionadas										
<p>Con el fin de dar al sector la relevancia que debe tener al ser el "nuevo petróleo", según lo definido por las autoridades nacionales y esperando su crecimiento con la implementación del Plan, se contempla la creación del cargo de coordinador de turismo, dentro de la Secretaría de Desarrollo Económico en el corto plazo.</p> <p>En el mediano plazo se propone la creación de la Secretaría de Turismo, para lo que el proyecto contempla un análisis de reestructuración administrativa, tanto en el primer caso como en el segundo. El valor de este proyecto solo considera el estudio de reestructuración.</p> <p>Se fortalecería el diálogo y el soporte para el desarrollo del sector, lideraría eficientemente las instancias de toma de decisiones público-privada-comunidad en el marco del Consejo Municipal de Turismo, a la vez que coordinaría la Unidad para la búsqueda de financiamiento en el municipio, las iniciativas de formación, sostenibilidad y calidad y actuaría como enlace, por un lado, con el gobierno nacional para desarrollar las estrategias de acceso a mercados y por el otro, con el sector privado y la comunidad para entender las necesidades que permitan mejorar la oferta y la competitividad del destino, a fin de proponer acciones para subsanarlas. Estaría a cargo también de la gestión del sistema de información y observación turística.</p> <p>Todo lo anterior, en el marco de los principios del Turismo Sostenible.</p>										
Meta		Indicador					Actores			
Contar con un estudio de viabilidad para la reestructuración administrativa que permita fortalecer la institucionalidad del sector turístico en la administración municipal		Propuesta para la reestructuración administrativa para fortalecer la institucionalidad del turismo. Si/No					Secretaría de Planeación Secretaría de Desarrollo Económico			
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Sub Proyecto 2			Plazo (años)			Valor Aproximado				
Diálogo público-privado-comunidad.			Años 1 a 10			\$100.000.000				
Acciones relacionadas										
<p>A través del fortalecimiento del Consejo Municipal de Turismo</p> <p>El propósito del proyecto es garantizar la participación mixta y de diálogo constante del escenario en el que están representados todos los actores del sector turístico</p> <p>Considerando el importante rol del Consejo Municipal de Turismo, se propone fortalecer sus acciones con:</p> <p>Plan de acción: definir y acordar un plan de acción anual.</p>										

125

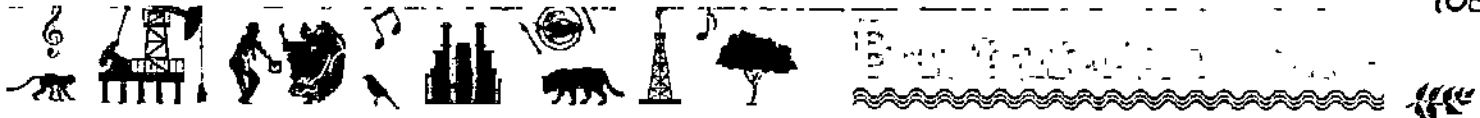




126

<p>Monitoreo: monitoreo continuo, y evaluación de logros de forma trimestral para la toma de decisiones de urgencia y estratégicas dentro de la implementación de las acciones del Consejo</p> <p>El rubro que se incluye contempla recursos para logística y facilitación de encuentros</p>											
Meta			Indicador			Actores					
Consejo Municipal de Turismo fortalecido			Plan de acción y monitoreo diseñado % de cumplimiento de implementación del plan de acción # de acciones lideradas por el Consejo Municipal de Turismo			Secretaría de Planeación Secretaría de Desarrollo Económico					
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Sub-Proyecto 3			Plazo (años)			Valor Aproximado					
Promover la creación de una OGD (Organización de gestión de destino)			Del año 4 al 10 Creación año 4 Pílo año 5 Operación 6 al 10 Revisión Año 8			1.200.000.000					
Acciones relacionadas											
<p>La Organización de gestión de destino se concibe como el espacio independiente en el que trabajen conjuntamente el sector público, privado y la comunidad.</p> <p>No estará regida por limitantes políticas sino por las sinergias que se dan en el territorio para promover su desarrollo turístico.</p> <p>Tendrá como objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aportar en la creación del entorno adecuado para el desarrollo del turismo en la ciudad - Apoyar la atracción de visitantes a Barrancabermeja - Promover y velar por la calidad de la experiencia del visitante <p>Estará a cargo del destino y es responsable de lograr retorno de la inversión, crecimiento del mercado, productos de calidad, distinción y beneficios para los diferentes actores locales.</p> <p>El proyecto contempla:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La creación de la OGD con el acompañamiento de un facilitador - Definición del modelo de negocio de la OGD - Definir el modelo jurídico de funcionamiento (Corporación, fundación, empresa, entidad pública, por ejemplo) - Definición de visión y misión - Manual y reglamento de operación 											
Meta			Indicador			Actores					
Organización de Gestión de Destino creada			% de aumento de visitantes al territorio # de campañas de promoción liderada # de productos turísticos disponibles Positiva percepción de calidad de la experiencia turística # de actividades liderada por la OGD			Secretaría de Desarrollo Económico Cámara de Comercio de Barrancabermeja Prestadores de servicios turísticos (Agencias, hoteles, restaurantes, agremiados y no) Corporación Mixta de Turismo					





2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Áreas de implementación del programa										
Todo el municipio										
Componentes económico-financieros										
Costo total del proyecto a 10 años (pesos): 1350 millones (Consultoría reestructuración administrativa El presupuesto para el funcionamiento de la OGD se calcula sobre el valor con el que podría contribuir la administración pública)						Posibles fuentes de financiación: - Fondos municipales, Cámara de Comercio de Barrancabermeja Para la OGD se espera que se vuelva autosostenible				
Componentes y factores de riesgo: Financieros: La disponibilidad presupuestal. Ambientales: n/a Socio Cultural: Baja participación en los espacios de diálogo. Difícil articulación entre actores Los prestadores de servicios desconfían de los otros y no priorizan el trabajo conjunto Espacios aprovechados para quejas y menos para acciones Institucional: No dotar de capacidad de decisión efectiva al Consejo No priorizar políticamente al sector Desacuerdos interinstitucionales										

127

Tabla 42: proyecto de institucionalidad en el sector turístico (Elaboración propia)



128

Generación de capacidades de gestión											
Objetivo del Proyecto						Plazos de realización					
<p>Fortalecer la institucionalidad y a los diferentes actores involucrados en la planificación, operación y sostenibilidad turística para mejorar sus capacidades en la toma de decisiones que propendan a alcanzar la excelencia en los destinos turísticos, así como promover la inversión en desarrollos turísticos para el municipio, a través de una unidad facilitadora de búsqueda de fuentes de financiación y presentación de proyectos</p>						10 años					
Fortalecimiento de capacidades en ordenamiento y planificación turística		Años 2 y 3		\$30.000.000							
Acciones relacionadas											
<p>Con este sub-proyecto se pretende capacitar a los equipos de trabajo que hacen parte de las instituciones, entidades de la administración local, miembros del Consejo Municipal de Turismo para mejorar el conocimiento que se tiene sobre temas de planificación y ordenamiento turístico con el fin de otorgarles habilidades técnicas que puedan orientarlos en la toma de decisiones sobre asuntos turísticos del municipio. Para esto se proponen las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el grupo o equipo de trabajo de la administración local que participará en los asuntos del desarrollo turístico de Barrancabermeja. • Realizar un taller de tres jornadas de trabajo, sobre capacitación e instrucción en temas de planificación turística orientada a los destinos y actividades del turismo en Barrancabermeja. <p>Realizar una actualización para administradores locales sobre el sector turismo en Co-ombia, orientada a mejorar las capacidades de gestión</p>											
Meta		Indicador				Actores					
Programa de formación diseñado e implementado		# de personas formadas				Viceministerio de Turismo Fontur Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de Turismo SENA					
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Sub Proyecto 2						Plazo (años)		Valor Aproximado			
Unidad de captación de recursos y presentación de proyectos para la financiación del desarrollo turístico de Barrancabermeja						Años 1 a 10		\$500.000.000			
Acciones relacionadas											
<p>El proyecto tiene por objeto desarrollar capacidades en el territorio, para que los actores adquieran el conocimiento de fuentes disponibles para financiación de proyectos turísticos. Se propone que tenga como foco el fortalecimiento al Consejo Municipal de Turismo y la futura Organización de Gestión de Destinos</p> <p>Es claro que previo a la entrada en funciones de la unidad, se requerirá fortalecer las capacidades en la región; es por eso, que se ha incluido un aparte en el programa de sostenibilidad y calidad destinado a este fin.</p> <p>Las siguientes actividades tendientes a la captación de recursos serían el enfoque que tendría la unidad</p>											





- **Desarrollo de una base de datos de fuentes de financiamiento (fondos públicos, cooperación internacional, capital semilla no re-rembolsable, fondos privados):** Construcción de una base de datos que agrupe las fuentes disponibles que se vayan detectando, y que puedan ser adaptadas para los tipos de proyectos públicos, asociativos, comunitarios y privados para el turismo en Barrancabermeja. Se deberá tener una breve descripción de cuál es la naturaleza de estas instituciones y de cómo operan.
- **Presentación de proyectos:** Estructuración de manuales para la presentación de proyectos adaptadas a cada fuente de financiación, de manera tal que la unidad funcione independientemente de la continuidad de las personas que la gestionen.
- **Acompañamiento:** La unidad deberá realizar asistencia técnica a los actores del turismo que deseen presentar proyectos y aplicar para captar fondos, al menos en la consecución de financiación inicial. El proyecto tiene por objeto desarrollar las capacidades de los empresarios turísticos y de la comunidad en el conocimiento de fuentes disponibles para financiación de proyectos turísticos.
- **Identificación de opciones de microcrédito:** Se creará también una base de datos de las entidades que ofrecen microcrédito, en especial aquellas que tienen enfoque de trabajo con comunidades vulnerables y reducción de pobreza. Principalmente se buscarán las que se financian con fondos de agencias de cooperación y se canalizan a través de organismos internacionales, por ser las que ofrecen las tasas de interés más cómodas.

Además de que la unidad se convierta en una herramienta de información, debe asegurar la capacidad para brindar asistencia técnica y acompañamiento a los procesos.

Una vez las micro/fami-empresas del municipio hayan demostrado algún grado de madurez (Obtención de capital semilla a fondo perdido, obtención de microcréditos e implementación de planes de negocio), la Unidad participaría en la búsqueda de **Fondos de inversión Social**, en los que los inversionistas generan un impacto positivo desde el punto de vista social y ambiental, a la vez que perciben un beneficio económico. Esta herramienta se recomienda especialmente para el fortalecimiento de las experiencias turísticas en los corregimientos del municipio y los emprendimientos culturales del casco urbano.

Pensar en la opción de inversión extranjera directa (IED) ya sea en forma de: Capital, empresas con importante experiencia, especialmente en el sector hotelero, que se encargan de la administración y desarrollo del negocio o cadenas reconocidas, de operación turística y/o hotelera, que permiten al destino ser partícipes de la inclusión en el contexto global del sector puede considerarse como una opción especialmente para los desarrollos que se requieren en el casco urbano del municipio; para lo cual el municipio trabajará en una estrategia de atracción de inversión.

Meta	Indicador	Actores								
Puesta en marcha de la unidad de captación de recursos	% de proyectos apoyados # de proyectos cofinanciados # de proyectos presentados en el periodo Monto de recursos conseguidos	Viceministerio de Turismo Fontur Secretaría de Desarrollo Económico Consejo Municipal de Turismo ECOPETROL SENA Cámara de Comercio de Barrancabermeja JAC San Rafael de Chucurí JAC La Meseta de San Rafael JAC La Fortuna JAC Ciénaga del Opón JAC EL CENTRO								
2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Áreas de implementación del programa										





Todo el municipio	
Componentes económico-financieros:	
<p>Costo total del proyecto a 4 años (pesos):</p> <p>530 millones (Incluye honorarios anuales de la persona encargada de la Unidad, más gastos de desplazamiento para brindar asistencia técnica + talleres de formación en planificación)</p>	<p>Posibles fuentes de financiación:</p> <p>Fondos públicos, Fondo Nacional de Turismo, Fondos privados, organismos multilaterales, agencias de cooperación internacional, SENA (Fondo emprender), Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza (ANSPE) Viceministerio de Turismo, INNPULSA, Ecopetrol</p>
<p>Componentes y Factores de riesgo:</p> <p>Financieros: Limitación y priorización de los recursos por parte de los entes nacionales</p> <p>Ambientales: n/a</p> <p>Socio Cultural: Involucrar a toda la comunidad que preste servicios turísticos.</p> <p>Institucional: Decisión política para invertir en conseguir los recursos de contrapartida para los proyectos.</p> <p>Decisión política de dedicar el tiempo y recursos en fortalecimiento de las capacidades de planificación y desarrollo sostenible del turismo</p>	

130

Tabla 42: proyecto de generación de de capacidades de gestión (Elaboración propia)



6 Presupuesto del PDT

Este aparte tiene por objetivo cuantificar y valorar los proyectos concretos que se proponen para lograr la visión, metas y posicionamiento de Barrancabermeja en 2029. En este sentido se han estimado los montos de todas las acciones que serán necesarias para la realización de los proyectos.

Asimismo, los presupuestos muestran también en qué momento se realizarán las inversiones de conformidad con la priorización de los proyectos, según si son más o menos urgentes para el progreso turístico del departamento.

131

El referido presupuesto se ha planteado en dos escenarios: Óptimo y modesto. Cada uno de las situaciones hipotéticas se define de la siguiente manera:

- **Óptimo:** este escenario contempla la realización de todos los proyectos para cada uno de los programas estratégicos que componen el PDT. Aquí se apuesta por realizar la inversión total que se propone en el presente PDT.
- **Modesto:** Hay una inversión considerable, pero no en su integridad, por lo que se ha trabajado bajo el supuesto de una inversión del 50% del monto establecido para el óptimo cumplimiento del objetivo de convertir al turismo en un sector que genere desarrollo y bienestar en Barrancabermeja.

Los escenarios descritos y sus correspondientes inversiones no sólo tienen efectos en el monto total del presupuesto, sino que también generan consecuencias en las previsiones de llegadas de turistas y por consiguiente, en los ingresos directos para el departamento.

Una mayor inversión representa un desarrollo de la industria turística superior a otros destinos, de modo que generaría una ventaja competitiva y permitiría a Barrancabermeja captar un mayor número de turistas ocio y aumentar el gasto de los viajeros de negocio.

Detalle del presupuesto PDT

En el **escenario óptimo** se estima que el presupuesto necesario para la **implementación completa del PDT será de 18.860.000.000**

Durante los diez años de vigencia del PDT se concentran los esfuerzos financieros con el fin de lograr resultados óptimos. El esfuerzo de inversión principal se encuentra entre los años 2 y 5 en los que será necesario



El progreso
es de todos.

Mincomercio



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIA EXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



concentrar el trabajo para alistar el destino, implementar los productos y posicionar al municipio.

Asimismo, el presupuesto se reparte con la estructura siguiente en relación con los programas estratégicos de: (i) productos y destinos; (ii) mercado y promoción; (iii) sostenibilidad (iv) calidad y fortalecimiento empresarial y (v) gobernanza.

132

Distribución del presupuesto PDT total por programas estratégicos

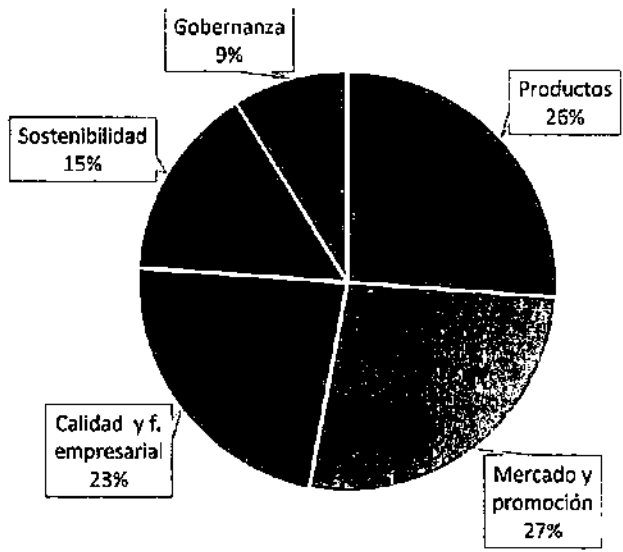
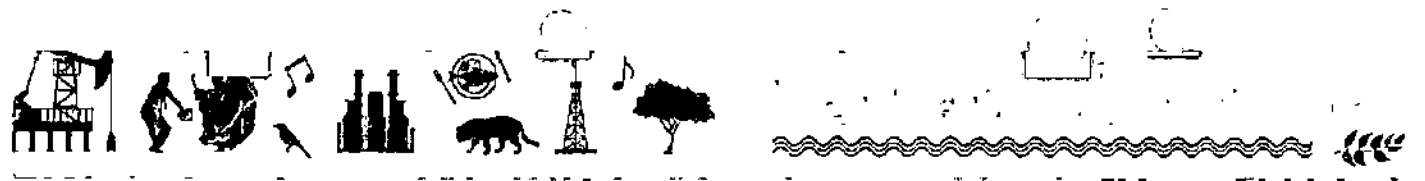


Gráfico 18: distribución del presupuesto (Elaboración propia)

Barrancabermeja presenta un presupuesto que concentra sus inversiones en la estrategia de mercado y comunicación por la imperiosa necesidad de posicionarse en el imaginario como un destino turístico, considera también en un porcentaje similar la estructuración de productos turísticos por la necesidad de contar con una oferta turística de calidad.

Es importante resaltar que el presupuesto ha sido realizado con costos estimados de referencias razonables y que permitirían la implementación completa de los todos los proyectos y acciones propuestas. Sin embargo, precisarán de proyectos ejecutivos cuando se deban trasladar al plano operativo.





El progreso es de todos
 Mincomercio

FONTUR
 COLOMBIA

BARRANCABERMEJA
POSIBLE

AVIAEXPORT
 ORGANIZACIÓN AVIATUR



7 Bibliografía

- AMADEUS. "Future Traveller Tribes 2030: Building a more rewarding journey". 2015. Disponible en: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/amadeus-traveller-tribes-2030-airline-ft.pdf>
- AMADEUS. "Future Traveller Tribes 2030: Understanding tomorrows traveller". Disponible en: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/travel-report-future-traveller-tribes-2030.pdf>
- BRAVO MONTILLA Ángela María, RINCÓN AMBROSIO David Ernesto; Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia; Universidad del Rosario. 2013.
- MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. "Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario". Colombia, 2012
- MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. "Perfil económico Departamento de Santander – Oficina de estudios económicos". COLOMBIA, 2019
- NATURLIFE MEDIO AMBIENTE. "Manual turismo sostenible" 2005
- OSPINA DÍAZ Milton Ricardo, MORA Ricardo, ROMERO INFANTE Jaime Alberto. "Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturismo en Colombia por parte de las agencias de turismo localizadas en Bogotá". D.C. Cuadernos Latinoamericanos de administración volumen IX.
- ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS. "Convenio sobre la Diversidad Biológica 1992". Disponible en: <https://www.cbd.int/doc/legal/cbd-es.pdf>
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. "Gestión del Patrimonio Mundial Cultural" Francia 2014
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO/ COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO "Manual sobre Branding de destinos turísticos". Madrid , 2001
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO/ COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO. "Manual de desarrollo de productos turísticos" Madrid, 2013.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO/ COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO. "Handbook on E- marketing for Tourism Destination – Fully revised and extended version 3.0". España, 2014
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. "Cooperación y asociación en el turismo: Una perspectiva mundial". Madrid, 2004.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "Manual Internacional de Turismo y Paz". Madrid 2014
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "Practical Guide for the Development of Biodiversity – based Tourism Products". Alemania, 2011
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. "Turismo y patrimonio cultural inmaterial" Madrid, 2013
- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL MEDIO AMBIENTE. "Por un turismo sostenible, Guía para responsables políticos". 2006.
- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS; A practical guide to tourism destination Management". 2007.
- PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA. Plan de Negocios de turismo de Naturaleza para Colombia. 2013





PROEXPORT COLOMBIA. "Informe turismo extranjero en Colombia cifras de 2012".
Dirección de Información Comercial – inteligencia de mercados. Colombia, 2012.

SISTEMA NACIONAL DE TURISMO DE CHILE. "Serie de guías de responsabilidad social"

135



El progreso es de todos
Mincomercio



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE BARRANCABERMEJA



Tabla de contenido

0. INTRODUCCIÓN	4
1. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL DESTINO	7
1.1. Entorno social	11
1.2. Entorno económico	18
1.3. Entorno ambiental	20
2. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO	30
2.1. Contextualización: El Departamento de Santander	30
2.2. El Turismo desde la planificación	33
2.2.1. Orden nacional	33
2.2.2. Orden departamental	35
2.2.3. Orden municipal	40
2.2.4. Inversión para el desarrollo turístico	55
2.3. El turismo desde la oferta y la demanda	63
2.3.1. Desde la oferta - Cadena de valor del sector turístico	64
2.3.1.1. Imagen y organización del viaje	65
2.3.1.2. Acceso y transporte	85
2.3.1.3. Atractivos y productos turísticos	92
2.3.1.4. Prestadores de servicio turístico	129
2.3.1.5. Gobernanza – Gestión del destino	167
2.3.2. Desde la demanda turística	186
2.3.2.1. Tendencias del mercado	187
2.3.2.2. Turismo en Colombia	194
2.3.2.3. Turismo en Santander	200
2.3.2.4. Turismo en Barrancabermeja	205
BIBLIOGRAFÍA	225
ANEXOS	229



El progreso es de todos

Mincómercio



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

EQUIPO DE TRABAJO

3

Sandra Elena Abreu Ortiz
Directora

Federico Murrugarra
Consultor internacional

Luis Pardo
Consultor turismo y naturaleza

Lina Marcela Múnera
Consultor

Lorena Espejo
Consultor



0. INTRODUCCIÓN

El presente documento es el resultado del proceso de consultoría para la "Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Barrancabermeja" en su fase de diagnóstico.

El diagnóstico se compone de dos grandes capítulos, el primero que da una referencia general del territorio, la situación poblacional, económica y ambiental, basado en datos estadísticos suministrados por el DNP (Departamento Nacional de Planeación), planes municipales de desarrollo y otras fuentes secundarias.

El segundo capítulo presenta la situación del sector turístico desarrollada en tres apartados: El primero, sintetiza el marco de antecedentes y de planificación turística identificado en la zona de estudio; la segunda parte, profundiza en los eslabones de la cadena de valor del sector, cuyos hallazgos se sintetizan en un análisis de debilidades y fortalezas del destino y, la tercera referencia los datos identificados de comportamiento y tendencias del mercado con el fin de dar una visión integral del territorio.

Para el logro de los objetivos de la primera etapa de diagnóstico la consultoría realizó las siguientes actividades:

- **Análisis de fuentes secundarias:** Se recaudaron desde las entidades públicas e instituciones del orden nacional, regional y local, documentos relacionados al desarrollo turístico de Barrancabermeja; alrededor de 20 publicaciones fueron revisadas, para extraer la información relevante frente al sector.
 - Se destacan los esfuerzos que han hecho en esta materia el Centro de Estudios Regionales y la Cámara de Comercio de Barrancabermeja para entender el sector y plantear estrategias que permitan la inclusión del municipio en el mapa turístico del país de una manera competitiva.
- **Observación preliminar de destino:** Como primer ejercicio de lectura del territorio el equipo consultor evaluó 35 criterios de percepción, relacionados con cinco categorías, la accesibilidad, transporte y organización, los atractivos y actividades turísticas principales, los alojamientos y restaurantes, la gestión del turismo y el entorno y soporte¹.
- **Entrevistas semi - estructurada:** Adentrándose en el proceso investigativo y de recopilación de información el equipo consultor generó un mecanismo de entrevistas semiestructuradas para tener en cuenta en las conversaciones y talleres con los actores institucionales, sociales y empresariales en pro de recaudar, desde las diferentes perspectivas de la zona, la visión sobre el turismo, sus intereses y objetivos (Anexo 2).
 - Desde la autoridad local, se resalta la importancia que se da al proceso de planificación en curso como herramienta para establecer las acciones que guiarán el desarrollo turístico del municipio.

¹ Se adjunta ficha de valoración del destino (Anexo 1)



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

- o Desde lo comunitario especialmente en el área de los corregimientos, los intereses confluyen en peticiones de apoyo, unas por la mejora de las condiciones de soporte (servicios), adecuación de infraestructura, las condiciones operativas de su actividad y otras por la promoción del destino
- o El sector empresarial manifiesta la necesidad de apostarle al turismo como alternativa económica que aproveche la infraestructura existente en el municipio, así como la riqueza natural y cultural con la que cuentan. No obstante, manifiesta la dificultad existente para la concertación de acciones y confluir en el interés colectivo de mejora del sector.

- **Encuesta a prestadores de servicios:** Se aplicaron 140 encuestas a establecimientos del sector turístico buscando tener una representación de alojamientos, restaurantes y agencias de viaje, que en conjunto son los principales puntos de contacto entre el visitante y el destino. Este instrumento indagó sobre la capacidad de atención, aspectos básicos de la calidad y de servicio a los usuarios, el acceso a tecnología, las estrategias comerciales y generación de empleo (Anexo 3).
- **Encuesta a visitantes del destino:** 166 turistas fueron indagados en los meses de noviembre y diciembre del 2018. Se tomó la precaución de aprovechar los días festivos cercanos al 24 de diciembre para abordar a viajeros que llegaran al municipio por motivos de ocio, considerando que en otros meses del año el acceso se centraba en los viajeros corporativos (Anexo 4).

Las preguntas se encaminaron principalmente para conocer el origen, motivación de viaje, actividades realizadas, percepción sobre la calidad de servicios y facilidades del entorno en el ejercicio del turismo.

- **Visita técnica en campo:** Este ejercicio de observación técnica realizado por el equipo consultor, revisó los atractivos y su aprovechamiento en el destino, permitió, con indagación directa a los actores vinculados al sector turístico, tener una visión integral de las realidades del territorio y, desde la óptica de la cadena de valor, hacer una síntesis de los principales retos que afronta el destino para mejorar su competitividad y avanzar hacia un ejercicio sostenible del turismo.
- **Talleres participativos de diagnóstico y sensibilización:** Se realizaron talleres agrupando actores institucionales, empresariales y comunitarios, con quienes se trabajó en un enfoque de design thinking para identificar el potencial del destino y las debilidades y fortalezas que afronta para alcanzar el objetivo de convertirse en un destino turístico.
- **Construcción colectiva del mapa de actores:** Aplicando una matriz de percepción actor-actor, se identifican los roles percibidos en términos de poder e incidencia, imagen y grado de relacionamiento en el sector, con el objetivo de conocer en cada uno de los territorios, el grado de confluencia de los actores del turismo.

A continuación, se presenta el diagnóstico como resultado del trabajo de consultoría de acuerdo al siguiente esquema.



Caracterización
del territorio

Caracterización del sector
turístico

6

**Análisis del
entorno**

- Entorno social
- Entorno económico
- Entorno ambiental

**Análisis desde la
planificación**

- Nacional
- Departamental
- Municipal

**Análisis desde la
oferta**

- Imágen del destino
- Acceso y transporte
- Atractivos y productos turísticos
- Prestadores de servicios turísticos
- Gobernanza

**Análisis desde la
demanda**

- Tendencias del mercado
- Turismo en Colombia
- Turismo en el Departamento de Santander
- Turismo en Barrancabermeja



1. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL DESTINO

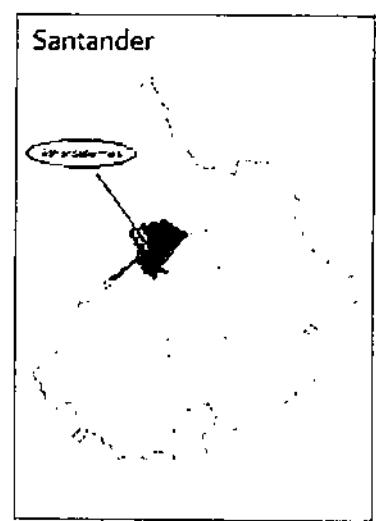
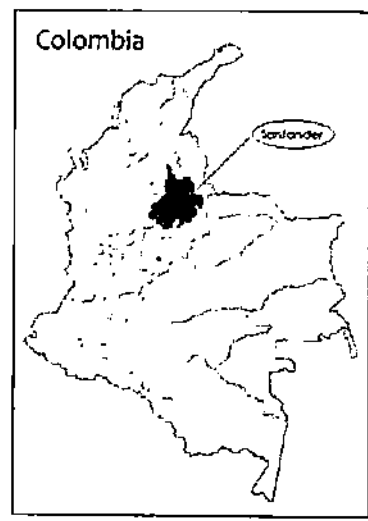
El reconocimiento del impacto transversal al desarrollo de los destinos ha sido uno de los principales motivadores para impulsarlo como sector económico. El impulso al turismo como política de Estado y los esfuerzos por consolidarlo como estrategia territorial es el objetivo que tiene la administración municipal de Barrancabermeja.

Para lograr ese propósito, se busca desde el estudio integral del sector, identificar lineamientos y acciones que permitan de manera estructurada, aportar secuencialmente a una visión de desarrollo turístico sostenible y productiva para los habitantes de Barrancabermeja.

Este primer capítulo se centrará en hacer una presentación general del área de estudio considerando los aspectos socio-económicos y ambientales, ya que por las características de la actividad turística y su ejercicio, se presenta una condición transversal que involucra un número importante de características del territorio, desde sus recursos naturales, hasta las condiciones de vida de las poblaciones (comunidad, expresiones, facilidades de acceso, población residente, servicios públicos, salud, educación, comunicaciones, infraestructura, entre otros).

Barrancabermeja

El municipio de Barrancabermeja se encuentra localizado en el Departamento de Santander. Es el segundo municipio más importante del departamento después de su capital Bucaramanga, la cual está ubicada a 120 km de distancia. Además, hace parte de la región del Magdalena Medio, compuesta por 37 municipios de los departamentos de Antioquia, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cesar, Cundinamarca, Santander y Tolima.



Imágenes 1 y 2: Ubicación Departamento de Santander y Municipio de Barrancabermeja, Colombia, 2018 (Elaboración propia)



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Limita al norte con el municipio de Puerto Wilches, al sur con Puerto Parra, Simacota y San Vicente de Chucurí, al oriente con el municipio de Girón y San Vicente de Chucurí y finalmente al occidente con el Río Magdalena.

Barrancabermeja se constituyó administrativamente como municipio en el año 1922² y actualmente su división polifíco-administrativa está conformada por³:

- **Zona rural:** 6 corregimientos. (El Centro, San Rafael de Chucurí, Meseta de San Rafael, La Fortuna, El Llanito y Ciénaga del Opón).
- **Zona urbana:** 154 barrios dividido en 7 comunas.

A continuación, se presenta una ficha resumen con la información social, económica y ambiental del municipio de Barrancabermeja:

Ficha de caracterización de municipal		
Barrancabermeja		
1. Información general		
Fuente: Fichas de Caracterización Municipales DNP 2018 ⁴		
1.1 Departamento	Santander	
1.2 Extensión	Departamental	30.537 Km ²
	Municipal	1.274 Km ²
1.3 Entorno de desarrollo	Robusto	
1.4 Gentilicio	Barranqueño	
1.5 Temperatura	28°C	
1.6 Distancia aproximada a Bucaramanga	120 km	2 horas y 20 minutos
1.7 Límites	Puerto Wilches, Puerto Parra, Simacota, San Vicente de Chucurí y Girón	
2. Población		
Fuente: Fichas de Caracterización Municipales DNP 2018 ⁵		
	Datos del Municipio	Datos del Departamento
2.1 Total población	191.495	2.090.839
2.2 % de población municipal del total departamental	9,15%	
2.3 Población hombre	94.616	1.033.672
2.4 Población mujer	96.879	1.057.167
2.5 Población activa (>15 o < 59 años)	121.254	1.322.455
2.6 Población inactiva (<15 o >59 años)	70.241	768.384
2.7 Población urbana	173.303	1.587.972
2.8 Población rural	18.192	502.867
2.9 Población indígena	30.738	2.389
2.10 Resguardos indígenas	0	2
2.11 Población negra, mulata o afrocolombiana	30.366	59.707

2 ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA, Información General, Colombia. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/municipio/Informacion-General> Consultado en octubre de 2018.

3 ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA, Plan de Desarrollo 2016 – 2019, Colombia. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo> Consultado en octubre de 2018.

4 DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, Fichas de Caracterización Territorial 2018, Colombia Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/Paginas/Fichas-de-Caracterizacion-Regional.aspx> Consultado en octubre de 2018.

5 ibidem.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

2.12 Población Raizal		41	301
3. Información socioeconómica Fuente: Plan de Desarrollo 2016 - 2019 Barrancabermeja* Fuente: Fichas de Caracterización Municipal DNP 2018 ⁷			
3.1 Participación % en el PIB	Departamental	44%	
	Nacional	3%	
3.2 Principales actividades económicas por porcentaje de valor agregado	Actividad		Porcentaje de participación
	Industria manufacturera		59,02%
	Construcción		16,97%
	Explotación de minas y canteras		9,14%
	Actividades de servicios sociales y personales		5,26%
	Establecimientos financieros, seguros y otros servicios		3,47%
	Transporte, almacenamiento y comunicaciones		2,37%
	Comercio, reparación, restaurantes y hoteles		2,26%
Suministro de electricidad, gas y agua		1,17%	
3.3 Principales productos agrícolas transitorios	Maíz, ahuyama, arroz, patilla, melón, entre otros.		
3.4 Principales productos agrícolas permanentes	Palma de Aceite, plátano hartón, cacao híbrido y clonado, caucho natural, cítricos, entre otros.		
4. Salud Fuente: Fichas de Caracterización Municipal DNP 2018 ⁸			
		Dato del municipio	Dato del Departamento
4.1 Afiliados al sistema de salud	4.1.1 Régimen contributivo	116.068 (51,67%)	1.068.570 (52,54%)
	4.1.2 Régimen subsidiado	90.329 (40,21%)	895.695 (44,04%)
	4.1.3 Regímenes especiales	18.239 (8,12%)	69.576 (3,42%)
4.3 Principal hospital del municipio	Hospital Regional del Magdalena Medio		
5. Educación Fuente: Fichas de Caracterización Municipal DNP 2018 ⁹			
		Dato del municipio	Dato del Departamento
5.1 Tasa de cobertura bruta en educación preescolar	145%		99,08%
5.2 Tasa de cobertura bruta en educación primaria	148%		110,60%
5.3 Tasa de cobertura bruta en secundaria	134%		114,29%
5.4 Tasa de cobertura bruta en media	109%		110,93%
6. Servicios públicos			

* ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA, Plan de Desarrollo 2016 - 2019, Colombia, Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo> Consultado en octubre de 2018.

⁷ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, Fichas de Caracterización Territorial 2018, Colombia, Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/Paginas/Fichas-de-Caracterizacion-Regional.aspx> Consultado en octubre de 2018.

⁸ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, Fichas de Caracterización Territorial 2018, Colombia, Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/Paginas/Fichas-de-Caracterizacion-Regional.aspx> Consultado en octubre de 2018.

⁹ Ibidem



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Fuente: Plan de Desarrollo 2016 – 2019 Barrancabermeja ¹⁰ Fuente: Informe Trimestral de las TIC ¹¹			
6.1 Porcentaje de cobertura de agua potable	76,9%	6.2 Porcentaje de cobertura de acueducto	97%
6.3 Porcentaje de cobertura de alcantarillado	77,6%	6.4 Número de suscriptores a servicios de internet	32.577
6.5 Penetración de servicios de internet	17%	6.6 Número de Kioscos Vive digital	1
6. Servicios complementarios Fuente: Establecimientos bancarios, Superintendencia ¹²			
7.1 Número de entidades bancarias			14
7.2 Número de oficinas de entidades bancarias			19
8. Seguridad Fuente: Fichas de Caracterización Municipal DNP 2018 ¹³			
	Dato del municipio	Dato del Departamento	
8.1 Número de personas secuestradas	0	0	
8.2 Número de personas desplazadas	130	383	
8.3 Homicidios por cada 100mil habitantes	15	11,6	
8.4 Hurto por cada 100mil habitantes	879	587	
9. Área protegidas ¹⁴			
Nombre	Categoría	Número de hectáreas	¿Habilitadas para el aprovechamiento turístico?
Del Humedal San Silvestre	Distritos Regionales de Manejo Integrado / VI Área protegida con recursos administrados	46798 ha	No
Serranía de los Yariгуés	Distritos Regionales de Manejo Integrado / VI Área protegida con recursos administrados	2917ha	No

Tabla 1: Ficha de caracterización municipal, (Elaboración propia)

Con el objetivo de entender la dinámica actual de Barrancabermeja, a continuación, se analiza el municipio desde tres variables básicas: entorno social, entorno económico y el entorno medio ambiental.

¹⁰ ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA, Plan de Desarrollo 2016 – 2019, Colombia, Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo> Consultado en octubre de 2018.

¹¹ MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, Informe Trimestral de las TIC 1 - 2018, Colombia, Disponible en: <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-75854.html> Consultado en octubre de 2018.

¹² SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA, Informes y cifras septiembre 2018, Colombia, Disponible en: <https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/10099098> Consultado en octubre de 2018.

¹³ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, Fichas de Caracterización Territorial 2018, Colombia, Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/Paginas/Fichas-de-Characterizacion-Regional.aspx> Consultado en octubre de 2018.

¹⁴ PARQUES NACIONALES NATURALES, Registro Único de Área Protegidas (RUNAP), Colombia, Disponible en: <http://runap.parquesnacionales.gov.co/> Consultado en octubre de 2018.



1.1. Entorno social

Población

11

Las poblaciones residentes tienen el reto de aportar en la generación de las condiciones de competitividad del destino y hacer de éste un instrumento para mejorar la calidad de vida.

Actualmente el municipio de Barrancabermeja cuenta con una población aproximada de 191.495¹⁵ habitantes, el cual corresponde al 9,1% de la población del Departamento de Santander.

Del total de sus habitantes el 50,6% son mujeres y el 49,4% hombres.

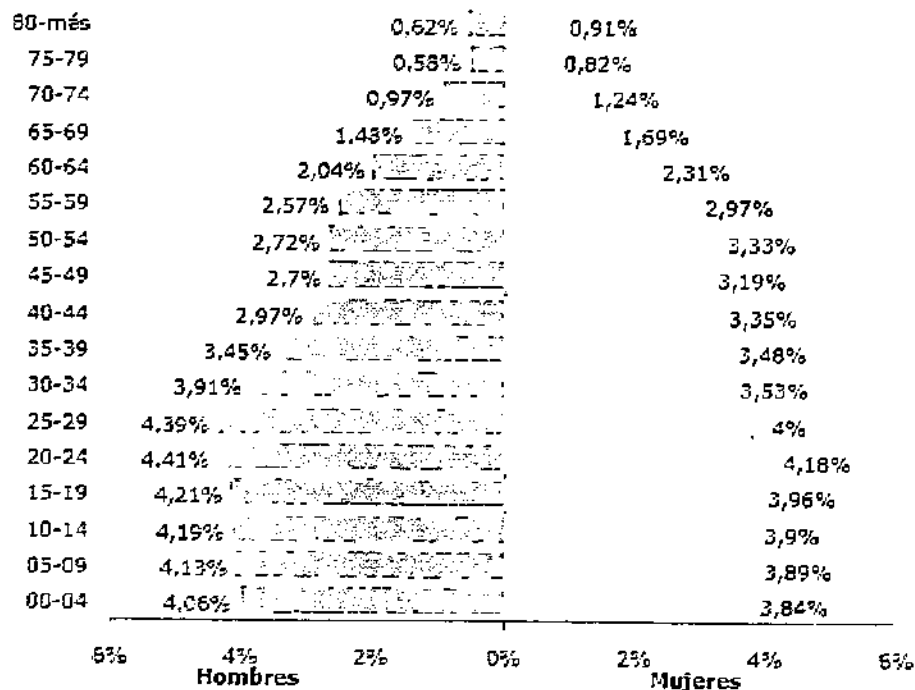


Gráfico 1: Discriminación de población por rango de edad y género (Tomada de Ficha de Caracterización Municipal - DNP¹⁶)

Al considerar la población como uno de los principales activos para el ejercicio turístico, la pirámide presentada resulta relevante porque permite además identificar el estimativo del potencial activo en la economía local, considerando los hombres y mujeres que se encuentran en las edades comprendidas entre 15

¹⁵ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, Fichas de Caracterización Territorial 2018, Colombia. Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/Paginas/Fichas-de-Characterizacion-Regional.aspx> Consultado en octubre de 2018.

¹⁶ ibidem



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

y 59 años, que corresponden a cerca del 63 % de la población; el 32,01% de los hombres y el 31,33 % de las mujeres.

Al desagregar la población por área, las proyecciones del DANE, dan cuenta de un 90,5% que se encuentra en la zona urbana del municipio y un 9,5% en la zona rural.

12

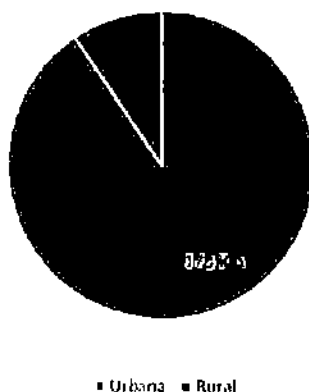


Gráfico 2: Número de habitantes por zonas, 2018 (Elaboración propia)

El 16,41% de la población de Barrancabermeja corresponde a grupos étnicos: 30.366 afrocolombianos, negros o mulatos, 330 indígenas, 41 raizales y 1 habitante de la población rom.

Servicios de salud

En cuanto a los servicios de salud, su principal centro de atención es el Hospital Regional del Magdalena Medio, el cual es catalogado como un hospital de segundo nivel. Adicionalmente, se encuentran otros centros de atención como el Clínica San José, Clínica Primero de Mayo y Colsanitas Medicina Prepagada.

El 51,57% de sus habitantes se encuentran afiliados al régimen contributivo, seguido por el régimen subsidiado con el 40,21% y finalmente el régimen especial con un 8,12% de la población Barrancanqueña¹⁷.

Uno de los aspectos críticos en cuanto a temas de salud es el equipamiento hospitalario y puntos de atención; ya que si bien Barrancabermeja cuenta con un total de 169 camas por cada 100.000 habitantes¹⁸, según resalta Findeter en su documento, "Plan de Acción de Barrancabermeja 2016", estas presentan grandes falencias en su mantenimiento, dotación y estado de la infraestructura.

¹⁷ Ibidem

¹⁸ FINDETER, Plan de Acción Barrancabermeja 2016. Colombia



Educación

Resaltando la importancia de la población joven en el territorio, es relevante tener un acercamiento a la información sobre cobertura en la educación.

De acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación¹⁹, se muestran a continuación un gráfico comparativo con las tasas de cobertura bruta de los diferentes niveles de educación en el año 2008 y 2017, destacándose los mayores niveles en la educación primaria:

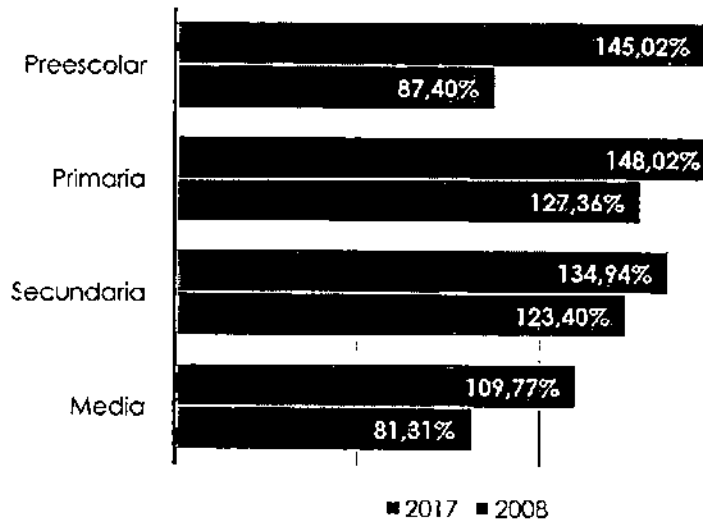


Gráfico 3: Tasas de cobertura bruta por niveles de educación. Datos tomados de DNP 2018. (Elaboración propia)

Cabe resaltar que, según el Ministerio de Educación, la tasa de cobertura bruta corresponde a la relación porcentual entre los alumnos matriculados en un nivel de enseñanza específico (independiente de la edad que tengan) y la población escolar que tiene la edad apropiada para cursar dicho nivel. Como se puede observar, el nivel educativo que más goza de cobertura en el Municipio de Barrancabermeja es primaria, seguido por transición.

La infraestructura educativa en el municipio está compuesta por 19 instituciones educativas²⁰, de las cuales 13 de ellas se encuentran en el sector urbano y las restantes se encuentran en la zona rural.

¹⁹ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, Fichas de Caracterización Territorial 2018. Colombia. Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/Paginas/Fichas-de-Caracterizacion-Regional.aspx> Consultado en octubre de 2018.

²⁰ ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA, Plan de Desarrollo 2016 - 2019, Colombia. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo> Consultado en octubre de 2018.



Es importante destacar que en las pruebas saber, tanto de matemáticas como de lecto - escritura el municipio tiene un promedio superior al departamento y al país, en las que obtiene 55,51 puntos sobre 100

14

Servicios públicos

✓ Acueducto y alcantarillado

En términos generales, la prestación de servicios públicos en el municipio de Barrancabermeja es positiva, teniendo en cuenta que aproximadamente el 90,5% de su población se encuentra en la zona urbana y esta cuenta, según la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios con el 76,6% de cobertura en alcantarillado y el 99,4% de acueducto. Estos valores están por encima del promedio país que, según datos de Planeación Nacional, en el primer caso es 69,3% y 76,8 % en acueducto

Cabe resaltar que según el Plan de Desarrollo 2016 – 2019, la zona rural del municipio presenta deficiencia en la prestación de estos servicios, ya que no se cuenta con una empresa que realice la operación y el mantenimiento de los servicios.

✓ Servicio de aseo

La gestión de residuos sólidos, se identifica como una de las principales problemáticas del municipio, ejercicios como el realizado por FINDETER en el marco del Plan de Acción para Barrancabermeja resalta²¹, que si bien la ciudad cuenta con rellenos sanitarios: Yerbabuena (operado por REDIBA) y Anchicayá (operado por RSTI S.A E.S.P.), tan solo el 5% de los residuos son recuperados, lo cual hace necesario crear programas que inciten la recuperación y aprovechamiento de los residuos sólidos.

✓ Conectividad - internet

Con respecto al acceso a las tecnologías y comunicaciones, el municipio cuenta con un índice penetración²² del 17%, lo que equivale a un número de suscriptores de 32.577 al servicio de internet; estando este por encima del porcentaje departamental el cual se encuentra en 15,9%. Es importante resaltar, que el municipio tiene un Punto Vive Digital, espacio que promueve el uso y

²¹ FINDETER, Plan de Acción Barrancabermeja 2016, Colombia

²² MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, Informe Trimestral de las TIC 1 - 2018, Colombia. Disponible en: <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/tw3-article-75854.html> Consultado en octubre de 2018.



aprovechamiento de las TIC, a través de la disposición del acceso comunitario a zonas funcionales para el uso de internet, entretenimiento y capacitación²³.

15

✓ **Servicios financieros**

Una relación de las empresas de servicios financieros y el número presentes en el municipio de Barrancabermeja se presenta continuación²⁴:

Establecimientos bancarios	
Banco	No. de oficinas
Banco de Bogotá	3
BBVA	3
Bancolombia	2
Banco Popular	1
Itaú	1
Banco de Occidente	1
Banco Caja Social	1
Banco Davivienda	1
Banagrario	1
Banco Av. Villas	1
Bancamía	1
Bancoomeva	1
Banco Mundo Mujer S.A.	1
Bancompartir S.A.	1

Tabla 2: Establecimientos bancarios, Datos tomados de Superintendencia Financiera De Colombia 2018, (Elaboración propia)

Tenido en cuenta la tabla anterior, a septiembre de 2018, las entidades bancarias que cuenta con mayor presencia en el municipio son el Banco de Bogotá y BBVA, estos con 3 oficinas cada uno, seguido por Bancolombia con 2 oficinas.

²³ MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, Puntos Vive Digital, 2018, Colombia. Disponible en: <https://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-669.html> Consultado en octubre de 2018.

²⁴ SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA, Informes y cifras septiembre 2018, Colombia. Disponible en: <https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/10099098> Consultado en octubre de 2018.



Seguridad

16

De acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación²⁵, durante el 2017 no se presentaron casos de personas secuestradas o víctimas de minas antipersonas. En cuanto al número de personas desplazadas se presentaron 130 casos para ese año.

La tasa de homicidios de 15,1 fue más alta que el promedio del departamento que llegó a 11,6, pero considerablemente menor que el promedio país (24,8%). La de hurtos superó al departamento y al país con 879 por cada 100.000 habitantes y la de violencia intrafamiliar fue la mayor del departamento con 467,1 por cada 100.000 habitantes.

Las cifras oficiales se ven también reflejada en la percepción de los Barranqueños. Según los datos otorgados por el CER (Centro de Estudios del Magdalena Medio), en un estudio²⁶ realizado en el año 2017, el 40,3% de los habitantes manifiesta sentirse inseguro y en 8,5% muy inseguro; mientras que el 34,5% se siente seguro y un 16,7% relativamente seguro.

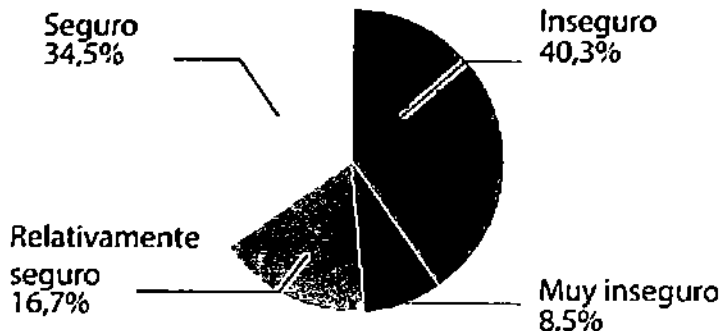


Gráfico 4: Percepción ciudadana sobre seguridad, 2018 (Tomada de CER)

Para los ciudadanos los lugares más inseguros son los cajeros bancarios (84%) que se encuentran en las vías públicas, seguido de los sitios de entretenimiento nocturno como bares, discotecas y restaurantes (81%); luego se encuentran los paraderos de buses, los espacios deportivos al aire libre y parques (63%), y por último la plaza de mercado y las zonas comerciales de la ciudad (46%).

²⁵ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, Fichas de Caracterización Territorial 2018, Colombia. Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/Paginas/Fichas-de-Characterizacion-Regional.aspx> Consultado en octubre de 2018.

²⁶ Centro de Estudios Regionales del Magdalena Medio, Encuesta de Seguridad y Convivencia 2017, 2018, Colombia. Disponible en: <http://cer.org.co/index.php/observatorios/mercadolaboralobs/boletines/otros-boletines/204-encuesta-de-seguridad-y-convivencia-barrancabermeja-2017-boletin-2> Consultado en octubre de 2018.



Los principales delitos denunciados a los que se ve enfrentada la comunidad son el hurto (82%), la extorsión (11%), la amenaza (5%) y las lesiones personales (2%). Teniendo en cuenta que el hurto es el delito más presentado y denunciado en la ciudad, en el siguiente gráfico se describen los principales tipos y modalidades de hurto.

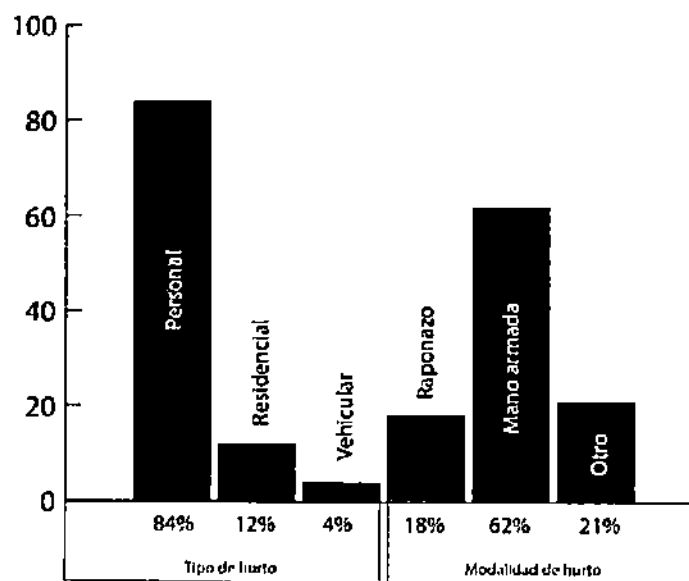


Gráfico 5: Porcentajes de tipo y modalidad de hurto, 2018 (Tomada de CER)

Este aporte se complementa con las respuestas de las entrevistas realizadas a los turistas en Barrancabermeja cuando se les preguntó por la percepción de seguridad del destino:

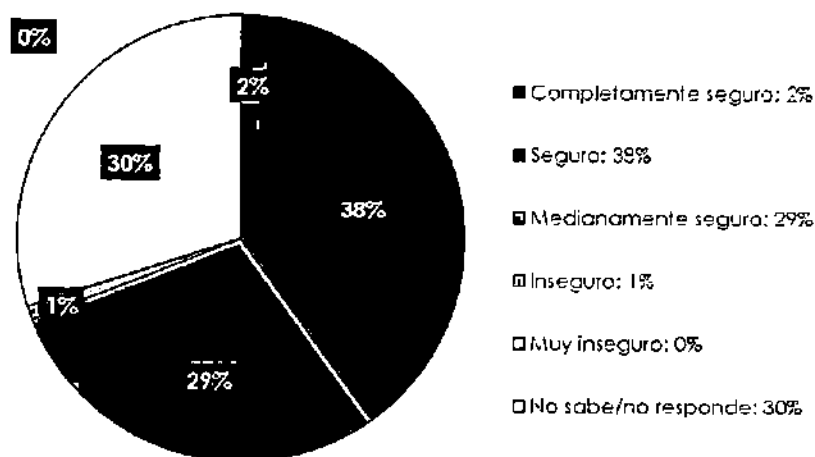


Gráfico 6: Percepción de seguridad turistas encuestados, 2018 (Elaboración propia)



Finalmente hay que mencionar que de los 83 policías de turismo que están asignados en el Departamento de Santander para velar por la seguridad de la actividad turística, uno de ellos ejerce su actividad en el municipio de Barrancabermeja.

1.2. Entorno económico

Economía y empleo

El Municipio de Barrancabermeja es considerado por el Departamento Nacional de Planeación como un municipio "robusto" en su entorno de desarrollo, y cuenta con la asignación de categoría 1, según lo dispuesto en la Ley 617 de 2000

Según información de la Cámara de Comercio de Barrancabermeja²⁷, es el municipio que más aporta al PIB del Departamento con el 34,1% y participa con el 66% de la producción industrial, convirtiéndose así en la primera economía de Santander por los ingresos provenientes de la actividad petrolera.

Es la industria petrolera la que más aporta al PIB del municipio, cerca del 70%. En el municipio se realizan las operaciones de exploración, extracción, transporte y refinación de petróleo y ocupa el puesto número 7, entre los municipios que tienen pozos petroleros, en el país en la producción de crudo.

²⁷ CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA, "Invertir en Barranca la mejor opción". Disponible en: http://www.ccbarranca.org.co/ccbar/images/documentos/invertir_en_barrancabermeja.pdf Consultado en octubre de 2018



Porcentaje participación del PIB por sector

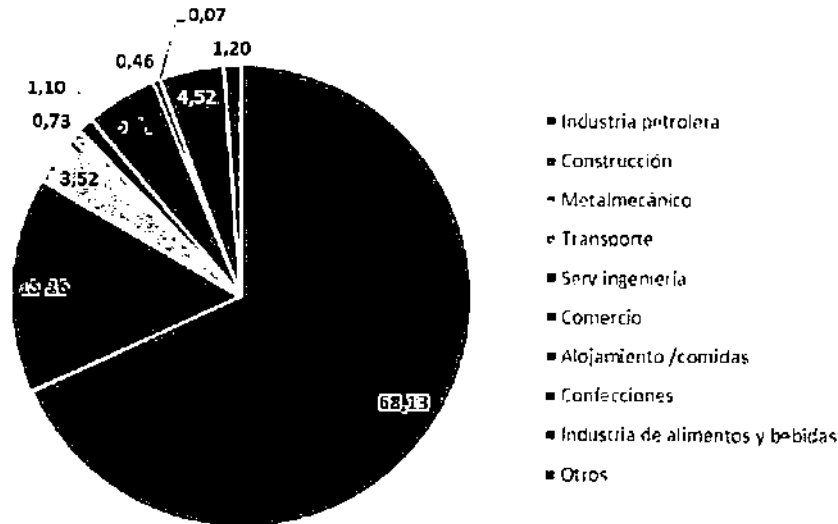


Gráfico 7: Porcentajes de participación del PIB por sectores, 2016 (Elaboración propia con base en información de la Cámara de Comercio de Barrancabermeja²⁸)

Además de mostrar la importante participación del sector petrolero, el gráfico permite ver la posición en la que se encuentran el sector turismo, que contribuyen con el 0,46 del PIB del municipio, es decir 84 mil millones de pesos, considerando que el valor total de la economía es de 17,9 billones de pesos

Lo anterior, se ve también reflejado en la generación de valor agregado del municipio. Según el Departamento Nacional de Planeación ²⁹ en el año 2017, la industria manufacturera participó con el mayor porcentaje, (59%), seguido por la construcción con el 17% y la explotación de minas y canteras 9%.

²⁸ Ibidem

²⁹ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, Fichas de Caracterización Territorial 2018. Colombia. Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/Paginas/Fichas-de-Characterizacion-Regional.aspx> Consultado en octubre de 2018.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

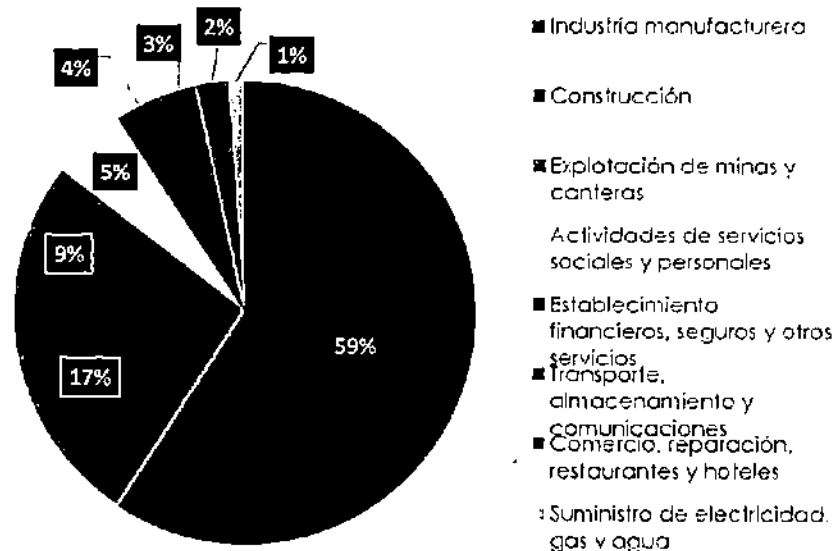


Gráfico 8: Principales actividades económicas por porcentaje de valor agregado, Datos tomados de DPN, 2018. (Elaboración propia)

Estos altos niveles de contribución a la economía de la región, han impactado negativamente en los últimos años al municipio por la reducción que se ha dado de la industria petrolera. Es precisamente esta realidad la que ha llevado a Barrancabermeja a buscar opciones para diversificar su actividad económica y reflexionar sobre las oportunidades que el turismo puede brindar al desarrollo de la ciudad y al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

1.3. Entorno ambiental

De acuerdo con información de Parque Nacionales Naturales³⁰, el municipio de Barrancabermeja cuenta con 51.610 hectáreas que hacen parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas SINAP, lo que corresponde al 38,36% del territorio y al 6,53% del Departamento de Santander.

El área está representada principalmente por el Distrito de Manejo Integral (DMI) declarado por Corporación Autónoma Regional de Santander por medio del acuerdo 00058 de 2005 del Humedal de San Silvestre en los municipios de Barrancabermeja y San Vicente de Chucurí. En él se encuentran las ciénagas de: San Silvestre, Zapatero, El Zarsal y el Sábalo.

El otro 7% de las áreas protegidas del municipio corresponden al área que hace parte de la zona de Reserva Forestal del Magdalena Medio

³⁰ PARQUES NACIONALES NATURALES. Registro Único de Área Protegidas (RUNAP), Colombia. Disponible en: <http://runap.parquesnacionales.gov.co/> Consultado en octubre de 2018.



El ecosistema de la zona de Barrancabermeja (Un total de 42035 hectáreas, 31,24%) está determinado por los humedales del Magdalena Medio Santandereano, cuyo sistema hidrológico está constituido principalmente por el río Magdalena.

Según la Corporación Autónoma de Santander, en el departamento se han identificado 69³¹ cuerpos de agua, de los cuales cerca del 20% se encuentran en el Municipio de Barrancabermeja:

- Ciénaga La Brava
- Ciénaga de Zapatero
- Ciénaga El Zarsal
- Ciénaga de Sábalo
- Ciénaga El Llanito
- Ciénaga Guadualito
- Ciénaga Lago Ciénaga Miramar
- Ciénaga Juan Ciénaga Esteban
- Ciénaga La Cira
- Ciénaga de Tierra Adentro
- Ciénaga del Opón
- Ciénaga de Chucurí
- Ciénaga del Pital

Estos hacen parte de los complejos humedales de la zona del Magdalena Medio entre los que se encuentran: San Silvestre, Llanito, Lago Miramar, Opón, Juan Esteban, Opón y Chucurí³²

Las ciénagas poseen un ecosistema propio de cuerpos de agua y zonas inundables en tiempo de lluvias. Las especies predominantes asociadas a los cuerpos de agua, ya sea en forma flotante o sumergida son: buchón de agua (*Eichhornia crassipes*), Junco (*Eleocharis palustris*), Pasto Elefante (*Pennisetum purpureum*), Bijao (*Calathea lutea*), Oreja de Elefante (*Caladium sculentum*), Canutillo (*Hymenachne amplexicaulis*) y lenteja de agua (*Lemna minor*).

³¹ CORPORACIÓN AUTÓNOMA DE SANTANDER. "Cuerpos de agua del departamento". Tomado de: http://cas.gov.co/images/magdalena/Cuerpos_Agua_Identificados_Municipios_Santander.pdf Consultado en diciembre de 2018

³² CORPORACIÓN AUTÓNOMA DE SANTANDER. "Complejos humedales identificados para le Magdalena Medio Santandereano" http://cas.gov.co/images/magdalena/Complejos_Humedales_Identificados_Magdalena_Medio.pdf Consultado en diciembre de 2018



La fauna de la zona está principalmente relacionada con las aves, las de mayor avistamiento son la Garza Morena, Cara Cara (*Caracara cheriway*), bichofue (*Pitangus sulphuratus*), tangaras (*Forpus conspicillatus*), Sirirí (*Tyrannus melancholicus*), loros (*Forpus conspicillatus*), garrapateros (*Crotophaga major*) y cucaracheros (*Campylorhynchus griseus*). La Corporación Autónoma de Santander³³ compiló una lista de las aves acuática presente en estos humedales:

ESPECIE	NOMBRE COMUN
<i>Podilymbus podiceps</i>	Zambullidor común
<i>Phalacrocorax olivaceus</i>	Comorán Neotropical
<i>Anhinga anhinga</i>	Pato aguja
<i>Tringasma fasciatum</i>	Vaco cabecinegro
<i>Tringasma lineatum</i>	Vaco Colorado
<i>Nycticorax nycticorax</i>	Guaco común
<i>Ptilerodius pileatus</i>	Garza crestada
<i>Bulbucus ibis</i>	Garcita del Ganado
<i>Butorides striatus</i>	Garcita rayada
<i>Hydranassa caerulea</i>	Garza azul
<i>Hydranassa rufescens</i>	Garza rojiza
<i>Egretta alba</i>	Garza real
<i>Egretta thula</i>	Garza patamarilla
<i>Ardea cocoi</i>	Garzón azul
<i>Cochileanus cochileanus</i>	Garza cucharón
<i>Myctena americana</i>	Cabeza de hueso
<i>Jabiru myctera</i>	Garzón soldado
<i>Theristicus caudatus</i>	Cocli
<i>Mesembrinibis cayannensis</i>	Ibis verde
<i>Phimocus infuscatus</i>	Coqueto
<i>Ajaia ajaja</i>	Espátula
<i>Ardea cornuta</i>	Butre de cienaga
<i>Chauna chavara</i>	Chavarna
<i>Dendrocygna alumnalis</i>	Iguasa común (Pisingo)

Imagen 3: Lista I de especies de aves cautivas en humedales, 2018 (Tomada de Corporación Autónoma de Santander)

³³ CORPORACIÓN AUTÓNOMA DE SANTANDER. "Humedales del río Magdalena". Tomado de: <http://cas.gov.co/index.php/magdalena> Consultado en noviembre de 2018



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

<i>Dendrocygna viduata</i>	Iguasa careta
<i>Caixa moschala</i>	Pato real
<i>Anas discors</i>	Pato careto
<i>Anas crecca</i>	Pato oliverde
<i>Oxyura dominica</i>	Pato encapuchado
<i>Pandion haliaetus</i>	Aguila pescadora
<i>Rostrhamus hamatus</i>	Caracolero negro
<i>Rostrhamus sociabilis</i>	Caracolero común
<i>Falco columbarus</i>	Esmerejón
<i>Falco peregrinus</i>	Halcón peregrino
<i>Aramides cajana</i>	Chiacoa colinegra
<i>Potolimnas flaviventris</i>	Polluela de anfiáz
<i>Porzana flaviventris</i>	Polluela de anfiáz
<i>Lateallus albigularis</i>	Polluela chocona
<i>Lateallus fasciatus</i>	Polluela barrada
<i>Lateallus viridis</i>	Polluela cabecirufa
<i>Gallinula chloropus</i>	Polla gris
<i>Porphyrula martinico</i>	Polla azul
<i>Jacana jacana</i>	Gallito de ciénaga
<i>Charadrius cobares</i>	Chorlito collarajo
<i>Numenius phaeopus</i>	Zarapito común

Imagen 4: Lista 2 de especies de aves cautivas en humedales, 2018 (Tomada de Corporación Autónoma de Santander)

<i>Bairamta longicauda</i>	Corremolinos sabanero
<i>Tinga flavipes</i>	Andarrios patiamarito
<i>Tinga melanoleuca</i>	Andarrios mayor
<i>Tinga solitaria</i>	Andarrios solitario
<i>Catoptrophorus semipalmatus</i>	Andarrios alinegro
<i>Actitis macularia</i>	Andarrios maculado
<i>Colinus melanotos</i>	Corremolinos pectoral
<i>Colinus minutilla</i>	Corremolinos diminuto
<i>Tryngites subrolicolis</i>	Corremolinos escamado
<i>Himantopus mexicanus</i>	Cigüeñuela
<i>Sterna superciliosa</i>	Gaviotín fluvial
<i>Chloroceryle americana</i>	Martín pescador chico
<i>Chloroceryle amazona</i>	Martín pescador matraquero
<i>Ceryle torquata</i>	Martín pescador mayor
<i>Fulicula pica</i>	Viudita común
<i>Fulicula leucocephala</i>	Manjita pantanera
<i>Tachycineta albiventris</i>	Golondrina aliblanca
<i>Progne subis</i>	Golondrina sabanera
<i>Agelaius phoeniceus</i>	Turpial cabecamarito

Imagen 5: Lista 3 de especies de aves cautivas en humedales, 2018 (Tomada de Corporación Autónoma de Santander)

La ictiofauna del Magdalena Medio está determinada por 190 especies de 90 familias, entre las que se encuentran:



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

ESPECIE	NOMBRE COMÚN
<i>Curuvya nivaritii</i>	Vizcaína, Cachaca, Sardina
<i>Prochilodus magdalenae</i>	Bocachico, Circo de Boca
<i>Icthyocephalus longirostris</i>	Jetudo, Pataño, Besote
<i>Salminus affinis</i>	Picuda, Rayada, Rubia, Salmón
<i>Abramites eques</i>	Totumido, Bonito
<i>Sácerdon caucae</i>	Rayado, Rollizo, Dormilón
<i>Pseudoplatystoma fasciatum</i>	Tigre, Rayado, Bagre Rayado, Pintadillo
<i>Sorubim cuspicaudus</i>	Bagre Blanco, Blanquillo, Paletón
<i>Cochilodon hondae</i>	Cucha, Coroncoro
<i>Ageneiosus caucanus</i>	Doncella, Niña, Gata, Fria, Señorita
<i>Urdia magdalenensis</i>	Caballo
<i>Platyostion magdalenae</i>	Pácora, Burra, Corvina

Imagen 4: Lista 1 de ictiofauna en humedales, 2018 (Tomada de Corporación Autónoma de Santander)

Es importante llamar la atención ya que en esta zona se encuentran dos de las especies en amenaza en el río Magdalena: El Bocachico y el Bagre rayado, principalmente por las actividades de pesca.

También se han identificado más de 100 especies de mamíferos entre los que están los murciélagos, la danta y el venado y un ratón silvestre como especie endémica. Se han reportado mamíferos como el Jaguar y el Manatí.

Cocodrilos, babillas y tortugas también hacen parte de la fauna que se puede encontrar en las ciénagas.

A pesar de la importancia que representan los ecosistemas y el esfuerzo en su conservación, especialmente visualizados en la definición de áreas protegidas, el territorio adolece de políticas de conservación y uso sostenible de sus recursos naturales. En entrevistas con los actores locales, manifestaron el alto grado de vulnerabilidad en que se encuentra por el impacto ambiental que genera por un lado la actividad petrolera, pero también por el vertimiento de residuos que se hace la comunidad en los cuerpos de agua del municipio y actividades como la ganadería cada vez más frecuentes.

Uso del suelo:

De acuerdo a la información suministrada por el equipo encargado de elaborar el Plan de Ordenamiento territorial de Barrancabermeja, en entrevista con consultores del Plan de Desarrollo turístico, la producción ganadera o pastoreo extensivo es la que mayor uso hace del suelo del municipio, la zona que debe ser conservada y los cuerpos de agua, cuentan por casi 50% de Barrancabermeja.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

25

Tipo de uso	Área	Porcentaje
Pastoreo extensivo	49.425	36,50%
Forestal protectora	34.763	25,60%
Recursos hídricos	30.520	22,50%
Cultivos semipermanentes y permanentes intensivos	8.266	6,10%
Recuperación	5.572	4,10%
Urbanos	2.388	1,70%
Otros	4.460	3%
TOTAL	135.394	100%

Tabla 3: Usos actuales del suelo (Con información suministrada por el equipo que elabora el Plan de Ordenamiento Territorial)

El equipo de trabajo del POT aprovechando la metodología USDA Kenbigiel & Montgomery adoptada por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi, analizó también la vocación del uso del suelo destacando el potencial para la agricultura y la ganadería.

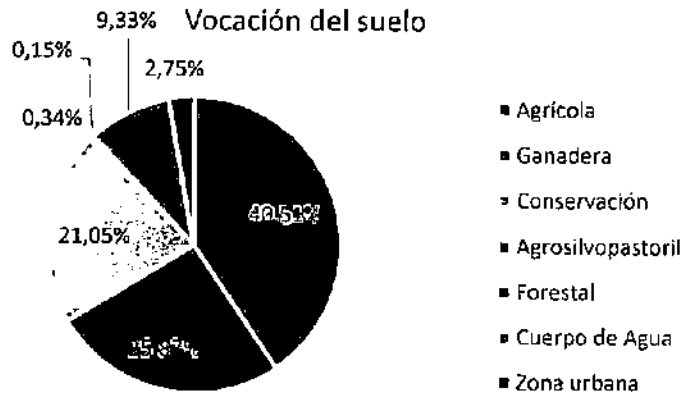


Gráfico 9: Vocación del suelo, 2018 (Con información suministrada por el equipo que elabora el Plan de Ordenamiento Territorial)

No obstante, es necesario resaltar que, según información consignada por Planeación Nacional en la ficha de caracterización del territorio, la mayor parte de territorio de Barrancabermeja presenta conflictos en el uso del suelo. Solo el 34% está libre de ellos y se categorizó como "adecuado".



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Tipo de uso del suelo	Área (Hectáreas)	(%)
Uso adecuado	44.339,7 Ha	34,80%
Conflicto - Sobreutilización	33.793,7 Ha	26,53%
Conflicto - Subutilización	33.130,6 Ha	26,01%
Conflicto - De tipo minero	2.174,8 Ha	1,71%
Conflicto - Áreas pantanosas	7.870,6 Ha	6,18%
Conflicto - Obras civiles y urbanas	2.644,7 Ha	2,08%
Conflicto - Otros conflictos	1.328,6 Ha	1,04%
Total	127.400 Ha	

Imagen 7: Uso del suelo, 2018 (Tomado de Departamento Nacional de Planeación)

Como se puede observar en el gráfico, en la mayor parte del municipio la destinación que se está haciendo del suelo supera su capacidad y, en algunos casos (26%) es sub utilizado³⁴, principalmente porque se está usando para ganadería cuando hay vocación agroindustrial.

Esta información fue contrastada en reunión con el equipo encargado de la elaboración del Plan de Ordenamiento Territorial (POT) del Municipio, ellos cruzaron las capas temáticas de usos actuales vs la vocación del suelo con los siguientes resultados:

Conflicto	Área (ha)	Porcentaje
Adecuado	41.592	30,72%
Inadecuado	2672,1	1,97%
Muy inadecuado	34176,95	25,24%
Subutilizado	42703,62	31,54%
Transporte	491,73	0,36%
Zona urbanizada	2807,84	2,07%
Cuerpos de Agua Naturales	10956,91	8,09%
Total	135491,76	100%

Tabla 4: Conflictos uso del suelo, 2018 (Con información suministrada por el equipo que elabora el Plan de Ordenamiento Territorial)

³⁴ CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES. "Visión prospectiva Barrancabermeja 2032 Puerto de Paz y epicentro de oportunidades". 2017



Aunque se evidencian diferencias en las cifras, el porcentaje de uso adecuado sigue estando alrededor del 30%.

27

✓ **Plan de Ordenamiento Territorial**

El artículo 9 de la Ley 388 de 1997, establece que el Plan de Ordenamiento Territorial es el "instrumento básico para desarrollar el proceso de ordenamiento del territorio municipal, definido como un conjunto de objetivos, directrices, políticas, estrategias, metas, programas, actuaciones y normas adoptadas para orientar y administrar el desarrollo físico del territorio y la utilización del suelo"³⁵. Adicionalmente es la carta de navegación del municipio para direccionar el crecimiento de la ciudad y el ordenamiento de su territorio por un periodo que cubre tres administraciones"³⁶.

En los últimos años, el Municipio de Barrancabermeja ha venido enfrentando los retos en esta área con el instrumento que se generó a partir Plan de Ordenamiento Territorial aprobado a través del Acuerdo 018 de 2002. A continuación, se presentan los aspectos que resultan relevantes para el análisis de las potencialidades turísticas de la ciudad.

Plan de Ordenamiento Territorial ³⁷	
Año:	2002
Visión:	<p>Barrancabermeja consolidada como el principal nodo de transporte del país y el eje de comercio internacional, enlazando de forma amplia y positiva los aspectos de sostenibilidad ambiental y diversidad industrial, garantizando el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, fortaleciendo la identidad y diversidad cultural fundamentando las condiciones básicas para la construcción de una cultura de paz.</p> <p>El municipio de Barrancabermeja conserva y aprovecha de manera sostenible sus humedales, cuerpos de agua y drenajes naturales, diversifica su actividad económica ofertando actividad industrial en petroquímica y servicios, transforma productos agropecuarios, impulsa de manera sostenible las labores pesqueras y proyecta su territorio como proveedor de servicios ecoturísticos y del puerto multimodal.</p>
Áreas de recreación ecoturísticas	<ul style="list-style-type: none"> - Complejo Ciénaga San Silvestre - Ciénaga de El Opón - Ciénaga Juan Esteban - Ciénaga Miramar - Ciénaga de San Rafael de Chucuri

³⁵ LEY 388 DE 1997, Colombia. Disponible en: <http://recursos.ccb.org.co/ccb/pol/PC/files/ley388.html>. Consultado en octubre de 2018

³⁶ Ibidem

³⁷ CONCEJO MUNIC PAL DE BARRANCABERMEJA, Plan de Ordenamiento Municipal 2003, Colombia. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/sites/default/files/pendato/Acuerdo%2018%20de%202002.pdf>. Consultado en octubre de 2018



Patrimonio histórico	<ul style="list-style-type: none"> - Capilla San Luis Beltrán - Plaza de mercado central - Iglesia Sagrado Corazón de Jesús - Parque Bolívar - Cuartel de policía Sector Comercial y sede de la Inspección Fluvial - Antiguo Hospital San Rafael hoy sede de la Universidad de la Paz - Hotel Pipatón - Palacio Municipal - Antigua Escuela Normal de Señoritas - Estaciones de Ferrocarriles Nacionales: Antigua ubicada en la Avenida 52: la actual; y ubicada en Cuatro Bocas - Calle de La Campana - Colegio de La USO antiguo campamento - Teatro Unión - Museo del Petróleo
Patrimonio artístico	<ul style="list-style-type: none"> - Monumento al Cacique Pipatón - Monumento al Pescador - Monumento al Obrero Petrolero en El Centro - Monumento Cristo Petrolero - Monumento al Hombre de las Leyes - Monumento al Libertador a Simón Bolívar - Monumento a la Madre en el Parque Infantil - El Machín del Parque Santander - Locomotora de los Ferrocarriles Nacionales - Monumento a los Juegos Nacionales 1996 – Una llama encendida en la historia - Fauna nativa Río Yuma

Tabla 5: resumen Plan de Ordenamiento Territorial 2002, 2018. (Elaboración propia)

Ese plan tuvo una vigencia de 10 años y actualmente la administración se encuentra en la elaboración de un nuevo POT en el que se establecen las condiciones del uso del suelo en el municipio, se amplían las áreas de conservación, se definen las características del espacio público y se hacen planteamientos claros sobre las necesidades de equipamiento urbano.

En reunión con el equipo que elabora el Plan de Ordenamiento Territorial se identificaron los siguientes aspectos que están siendo considerados para el documento final:

- El POT define como prioritarios para el desarrollo de Barrancabermeja los siguientes sectores:
 - o Logística, reconociendo el potencial de la ciudad como centro regional y plataforma logística multimodal
 - o Agroindustria, centrado en cultivos como la palma, el cacao, la piscicultura, los cítricos (considerando las especiales características del suelo, en especial la luminosidad)
 - o Petróleo, considerando su rol en el desarrollo del municipio y la importancia de mantener los esfuerzos en la medida en que sea posible
 - o Turismo, como alternativa para el desarrollo económico aprovechando el potencial de sus recursos naturales centrados en los cuerpos de agua, la historia alrededor de la exploración y explotación petrolera, el paisaje y cálido clima



- El POT considerará un mayor porcentaje de área de especial importancia para la conservación. Del 55,49% que se tenía en cuenta en el 2002, se pasará a un 64%, especialmente en cumplimiento de las normas de protección hídrica, que aportará a la protección del sistema de humedales del Magdalena Medio, como forma de atenuar los impactos y las presiones ambientales.
- El POT prevé la necesidad de que se haga un plan de manejo de humedales que establecerá el uso que podrá hacerse de ellos, lo cual será clave para la definición de acciones en turismo, especialmente ecoturismo como herramienta de conservación.
- Actualmente en el municipio se está trabajando en una consultoría para crear el Sistema Local de Áreas Protegidas que aportará todo el trabajo que se prevé de conservación
- Los principales puntos relacionados con los cuerpos de agua que se han identificado con potencial turístico están en: Ciénaga del Llanito, Ciénaga de San Silvestre y en el aprovechamiento del Río Magdalena.
- La Estación Cuatro Bocas es otro espacio que se ha identificado como potencial para el desarrollo turístico y que conectaría el área urbana con la rural por vía férrea y permitiría disfrutar del cuerpo de agua que la rodea.
- En el área urbano, la propuesta es que la ciudad le dé la cara a los cuerpos de agua, por lo que se identifica una prioridad sobre la recuperación de la Ciénaga Miramar.
- Con el POT se pretende incrementar el índice de espacio público por habitante, llegando a 3,38, especialmente a través de iniciativas que integren los cuerpos hídricos, con el fin de que el espacio se aprovechado para el ocio, el turismo y la cultura, garantizando su preservación y sostenibilidad. La propuesta es trabajar en "Ecoparques", que tengan en cuenta equipamiento y conectividad vial; los principales proyectos planteados giran alrededor de:
 - o Ecoparque Ciénaga Miramar: Busca conectividad con el Club Miramar – Incluye el Cristo Petrolero.
 - o Ecoparque Humedal el Castillo – La Ronda del Castillo
Parque de la Roda del Castillo. Conecta con el Distrito Malecón a través del Caño Cardales
 - o Ecoparque Palmira al Oriente de la ciudad, que integra la Ronda de la Quebrada y el Sistema vial. Integra el parque de la comuna 7
 - o Ecoparque Ciénaga San Silvestre (Buscan restringir la urbanización en esa área) – Parque urbano de la Comuna 3
Ronda de las quebradas las Camelias y las Banderas que se conecta con la ciénaga Miramar
- Otra de las grandes iniciativas está centrada en impulsar la integración Oriente – Occidente a través de proyectos que generen conectividad vial (4 G), lo que lo convertirá en un obligado punto de paso que puede aprovecharse para mover la demanda turística.
- Una red de ciclovías también hará parte de las propuestas que se están haciendo para la ciudad



- Los Megaproyectos planteados en el Plan de Acción de Barrancabermeja con horizonte a 2050 en un documento elaborado por FINDETER se mantienen como apalancadores del desarrollo de Barrancabermeja. Se destaca: 1) La Ecociudad del Agua y la Energía, 2) Distrito Malecón y 3) Eco bulevar del ferrocarril
- EL POT retoma la definición del patrimonio cultural tal cual se estableció en el documento del 2002

2. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO

El segundo capítulo caracteriza la situación del sector turístico, presenta los resultados de la revisión de documentos de carácter oficial relacionados a la planificación para el sector turístico del territorio; un análisis de la oferta a partir del concepto de la cadena de valor, y presenta, a partir de la revisión de datos estadísticos, los aspectos más relevantes de la demanda y sus tendencias, culminando en un análisis de debilidades y fortalezas del sector.

2.1. Contextualización: El Departamento de Santander

Aspectos generales

En Santander, se reconoce el potencial turístico gracias a los múltiples recursos y atractivos de interés natural y cultural con que cuenta el territorio.

Con base en la información del Centro de Información Turística de Colombia (CITUR), las cifras más relevantes en términos turísticos del departamento se pueden resumir en el siguiente cuadro:

Datos Turismo Santander	2017	2018
Visitantes extranjeros	39.846	38.741
Visitantes nacionales (con base en información SITUR)	781.144	574.693
Prestadores	1479	1489
Establecimientos de Alojamiento y hospedaje	855	917
Ocupación hotelera	48,94%	47,98%
Habitaciones	16319	17.111
Carras	25416	27.156
Agencias de viaje*		374
Guías de turismo*		82
Establecimientos gastronómicos*		13
No Colegios Amigos del Turismo*		9
Policia de Turismo*	81	83
PITS		5 (San Gil, Barbosa, San Juan de Girón, Barichara y el Socorro)



Tabla 6: Cifras del sector turístico, 2018 (Datos del informe Departamental Corredores Turísticos MINCIT) (Elaboración propia)

La Competitividad turística del departamento

31

Según el Índice de Competitividad Turística Regional, realizado por el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia, en el año 2018 la participación del sector turismo en la economía del departamento estuvo dada por el 3,51% con que contribuyó al PIB³⁸ cifra que se encuentra por debajo del 3,78%, que corresponde al promedio nacional³⁹ y la participación en el empleo que fue del 8,24%. Todo esto, con un porcentaje de inversión en turismo del 0,06%⁴⁰.

El índice ha analizado desde el 2016 el nivel de competitividad de los departamentos del país. En el año 2018 Santander ocupó el puesto 9 (entre 26 departamentos estudiados) ⁴¹ y aunque mejoró en la calificación global, sacando 5,61 sobre 10, lo que equivale a 0,18 puntos más que el año anterior, bajó dos puestos en el ranking. En el 2016, ocupaba el puesto 4 entre 20 departamentos.

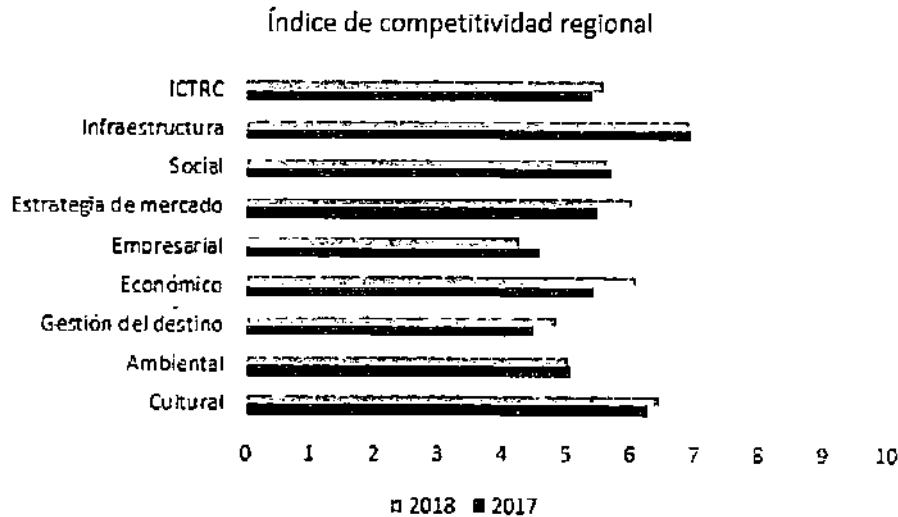


Gráfico 10: Índice de competitividad regional, 2018 (Datos tomados del Centro del Pensamiento Turístico – Índice de Competitividad) (Elaboración propia)

³⁸ CENTRO DE PENSAMIENTO TURÍSTICO COLOMBIA: COTELCO – UNICAFAM “Índice de competitividad turística regional de Colombia ICTRC. Tomado de http://www.cptur.org/Publicaciones/o0GVkLQsHFpRaCD?utm_source=sendinblue&utm_campaign=MD_Comunicado_CPUR_Resultados_ICIRC_2017&utm_medium=email p. 70 Consultado en enero de 2019

³⁹ CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA. Tomado de: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_pib/porcentual/45?t=1. Consultado en enero de 2019

⁴⁰ CENTRO DE PENSAMIENTO TURÍSTICO COLOMBIA: COTELCO – UNICAFAM “Índice de competitividad turística regional de Colombia ICTRC. Tomado de <http://www.unicafam.edu.co/index.php/noticias/386-cotelco-y-unicafam-presentan-el-indice-de-competitividad> pp 35 Consultado en enero de 2019

⁴¹ Ibidem



32

El mayor soporte para la calificación de competitividad la obtiene por el nivel de la infraestructura, se destaca en el informe la calificación por la oferta de productos turísticos culturales y gastronómicos, así como su diseño técnico. Saca la mayor calificación, 10, en el criterio del rubro empresarial que valora el hecho de contar con restaurantes categorizados por tenedores, así como en los indicadores "oficinas especializadas en gestión turística y producción estadística de viajes y turismo".

El menor puntaje se presenta por los resultados en el área empresarial, principalmente por la inexistencia de convenios de cooperación y proyectos turísticos público – privados, así como por no contar con habitaciones vinculadas a cadenas hoteleras internacionales. El componente de gestión de destino y el ambiental son sin duda aspectos en los que se debe mejorar.

De acuerdo con la base de datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, en el Departamento de Santander hay 36 empresas certificadas en la Norma Técnica de Sostenibilidad: 20 agencias de viajes, 16 alojamientos; La certificación de calidad⁴²la tienen 4 agencias de viaje y 2 hoteles. Adicionalmente, es importante resaltar que hay 30 empresas que están certificadas en la NTS AV 010, 011 de Turismo de Aventura.

Entre las recomendaciones que el estudio de competitividad presenta para la región se encuentran:

1. Reducir la vulnerabilidad ambiental y el riesgo de deterioro que existe para los ecosistemas estratégicos localizados en el departamento.
2. Velar por la protección y conservación de los caminos reales hallados en los municipios de Zapatoca, Villanueva, San Gil, Charalá y Cabrera.
3. Potenciar a la artesanía como atractivo turístico en los municipios de Curití, Barichara, Oiba y Vélez.
4. Apoyar la consolidación de festividades y eventos tradicionales en el departamento.
5. Diseñar y ejecutar programas de fortalecimiento institucional y empresarial para promover el desarrollo competitivo del turismo
6. Promover la cualificación de los productos turísticos de carácter cultural y de aventura en municipios con vocación turística como San Gil, El Socorro, Girón y Barichara.
7. Consolidar el posicionamiento de los parques temáticos Panachi y Ecoparque Cerro del Santísimo, como referentes turísticos del departamento.

⁴² MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, 2018. "Prestadores de Servicios Turísticos certificados". Colombia 2019. Disponible en <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/32382/prestadores-de-servicios-turisticos> Consultado en enero de 2019



8. Desarrollar proyectos de infraestructura que mejore las vías primarias y secundarias del departamento, especialmente las de acceso a los municipios con vocación turística con que cuenta el departamento.
9. Fortalecer la conectividad aérea del departamento a través de la construcción de un aeródromo regional ubicado en el municipio de El Socorro o el municipio de San Gil; de igual forma, impulsar el ingreso de nuevas rutas nacionales e internacionales a través del aeropuerto de Palonegro.

Tabla 7: Recomendaciones para la región, 2018 [Datos tomados del Centro del Pensamiento Turístico – índice de Competitividad] (Elaboración propia)

Es importante tener en cuenta que los municipios de Bucaramanga, Aratoca, Barbosa, Barichara, Girón, **Barrancabermeja**, San Gil, Socorro, Vélez y Zapatoca fueron considerado como de vocación turística para el estudio del índice que tuvo en cuenta: 1. La Resolución 348 de 2007 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2. La inclusión en los Planes de Desarrollo departamentales, y 3) Existencia de al menos 10 prestadores de servicios turísticos en el municipio con Registro Nacional de Turismo.

2.2. El Turismo desde la planificación

Una de las variables para acercarse al nivel de prioridad que le ha dado Santander al turismo, es el rol que ha jugado el sector en los procesos de planificación. A continuación, se destacan los principales documentos que conforman los instrumentos de planificación que atañen al Departamento y el Municipio.

2.2.1. Orden nacional

En el orden nacional, se ha tenido siempre en cuenta la directriz del Gobierno Nacional en lo concerniente al desarrollo del sector turístico. Aunque actualmente el Plan Sectorial 2018 – 2022 se encuentra en proceso de consulta y se espera que esté aprobado antes de finalizar el primer trimestre del 2019, es el documento que generará los lineamientos y marcará la ruta del turismo en Colombia.

✓ Plan Sectorial de Turismo

Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022 (Documento en revisión) ⁴³	
Objetivo del Plan	Mejorar las condiciones habilitantes de Colombia para competir en este sector, con énfasis en la generación de valor y sostenibilidad de la cadena productiva, promoviendo mayor eficiencia y articulación en la relación entre la oferta y la demanda. De esta manera, se busca maximizar los beneficios del turismo en la productividad empresarial, la equidad territorial y la calidad de vida de las comunidades receptoras.

⁴³ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, "Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022". Colombia, Consultado en octubre de 2018



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Tipologías		Turismo de naturaleza, Turismo cultural Turismo de salud y bienestar, Turismo de reuniones	
Metas sectoriales			
Indicador	Línea base (2017)	Meta cuatrienio (6.211.353)	
Llegada de visitantes no residentes que pernoctan y visitantes en cruceros (excursionistas)	3.434.864	6.211.353	
Crecimiento promedio móvil de los últimos cuatro años de la llegada de visitantes no residentes que pernoctan y visitantes en cruceros	11,23%	12,6%	
Producto interno bruto en alojamiento y servicios de comida	\$ 31.698 miles de millones	\$ 37.784 miles de millones	
Exportaciones de servicios en la cuenta de viajes y transporte de pasajeros de la balanza de pagos	USD 5.800,65 millones	USD 8.446 millones	
Líneas estratégicas	Estrategias		
Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo	Fortalecer la institucionalidad para el turismo		
	Mejor gestión de los recursos económicos del turismo		
	Generar información eficiente para las políticas públicas en turismo		
	Propender por un turismo más responsable y sostenible		
Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país	Fortalecer la planificación y ordenamiento territorial para el turismo		
	Desarrollar productos turísticos diferenciadores y de alto valor		
	Fortalecer la integración regional para el turismo		
	Seguridad turística moderna		
Más inversión, mejor infraestructura y	Atracción de la inversión para planta e infraestructura turística sostenible de talla mundial		



conectividad para el turismo	Aumento de la inversión extranjera directa en turismo
	Fortalecimiento de la inversión público - privada para la infraestructura turística
	Más y mejor conectividad aérea
	Mejor conectividad terrestre, digital, fluvial, marítima y náutica
	Infraestructura sostenible para el turismo
Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo	Mejorar el ambiente de negocios para el turismo
	Impulsar el desarrollo de emprendimientos turísticos
	Empleabilidad decente para el sector
	Innovación para potencializar el sector
Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo	Capacidades para el talento humano vinculado al sector turismo
	Guianza turística pertinente y más profesional
	Fortalecimiento del Programa Colegios Amigos del Turismo (CAT)
Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad	Promoción turística efectiva de Colombia como destino turístico.
	Facilitación turística
	Turismo con equidad para todos los colombianos

Tabla 8: Resumen Plan Sectorial de turismo 2018 - 2022 (Elaboración propia)

2.2.2. Orden departamental

En el Departamento de Santander, los principales procesos de planificación que impactan al sector turístico se relacionan a continuación:

✓ Plan de Desarrollo Departamental

Plan de Desarrollo Departamental ⁴⁴	
Periodo	2016 - 2019
Visión	
<p>La visión a 2019 parte de una máxima: NOS UNE DARLO TODO POR SANTANDER, sólo de esta manera a 2019 tendremos un departamento sano, educado, culto, competitivo, equitativo, sostenible y feliz. Todas las y los santandereanos y la población del territorio concentrarán los esfuerzos en pro de un desarrollo sostenible, en el marco del reconocimiento de los derechos y deberes que tenemos con el desarrollo regional, con avances visibles en el cumplimiento de los Objetivos De Desarrollo Sostenible y de cara a una nueva era de Paz y reconciliación en Colombia.</p> <p>Santander será pionera en la generación de un cambio cultural hacia la cooperación colaborativa y se afrontarán los desafíos sociales y culturales, económicos, ambientales y civiles, focalizando y articulando esfuerzos para: la superación de la pobreza en todas sus formas, la adaptación al cambio climático, la promoción del desarrollo incluyente y equitativo, la adopción de la Ciencia y la tecnología como soporte de la generación de valor agregado y la internacionalización competitiva del departamento.</p>	

⁴⁴ GUBERNACIÓN DE SANTANDER. "Plan de Desarrollo 2016 - 2019". Disponible en: <http://www.santander.gov.co/index.php/documentos-planeacion/categoria/687-plan-de-desarrollo-departamental> Consultado en octubre de 2018.



36

<p>A 2019 el departamento contará con una marca región integral posicionada a nivel local, nacional e internacional, en donde Santander se entenderá como nuestro objetivo común, la gobernanza del agua como nuestro sello territorial, la preparación frente a la gestión del riesgo como un saber integral, el cierre de brechas como nuestra apuesta principal y la vocación de servicio al público como nuestra orientación primordial.</p>	
<p>Incluye el turismo como prioridad en su visión</p>	<p>No</p>
<p>Estado del arte Santander</p>	
<p>Fortalezas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Uno de los departamentos con mayor riqueza histórica de Colombia. - El Departamento cuenta con tres municipios dentro de la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia. - Se cuenta con la Secretaría de Cultura y Turismo. - Variedad de climas y topografía. - De acuerdo con el inventario turístico, Santander cuenta con 265 atractivos. - A 2016 el Departamento cuenta con una capacidad hotelera de 2.538 habitaciones y 4.986 camas. - Bucaramanga, la capital de Santander es el principal destino emisor de turistas hacia los demás municipios del departamento. - Principales íconos turísticos: Cañón del Chicamocha, Parque Nacional del Chicamocha, El Parque del Agua, Ecoparque Cerro Santísimo, Acualago, Parque Natural Nacional Yariguíes y Parque Natural Nacional Alto del Río Fonce.
<p>Debilidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El Departamento tiene cifras bajas en cuanto a la llegada de viajeros internacionales. - Se contempla al sector turístico como un eje fundamental para la construcción de paz y transición al postconflicto. Además de ser un generador de alternativas económicas y recuperador de la cultura.
<p>Visión/Objetivo del turismo</p>	
<p>El turismo será foco principal para lograr el desarrollo económico, la innovación y evolución social hacia la paz del Departamento de Santander, así como también lograr la creación de la marca región Santander. Los programas tienen articulación real con la visión 2030, en virtud de que se contemplan propósitos afines en mejoramiento y desarrollo de nueva infraestructura turística en el departamento, así, como también, los procesos de formación y capacitación al sector como lo es el bilingüismo, no dejando de lado la creación e implementación de las rutas creadoras del turismo.</p>	
<p>Tipologías turísticas</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Turismo de naturaleza: Eco turismo - Turismo de aventura - Turismo cultural: Gastronómico - Bodas (Barichara) - Otras tipologías: Turismo MICE - Turismo de compras - Turismo de salud 	
<p>Programas/Proyectos</p>	<p>Indicadores/Metas</p>
<p>En Santander nos une la oferta e infraestructura para el turismo</p>	<p>Apoyar 2 estrategias para la visibilización de la oferta turística e infraestructura del departamento a nivel Nacional e Internacional</p>
	<p>Gestionar 2 equipamientos de Infraestructura turística en el departamento.</p>
	<p>Apoyar la construcción y puesta en funcionamiento del centro de convenciones de Bucaramanga.</p>
	<p>Gestionar 4 iniciativas de emprendimiento e innovación turística a través de convocatorias nacionales e internacionales, priorizando el enfoque en crecimiento verde.</p>
	<p>Promover la creación de 10 rutas turísticas en el departamento</p>
<p>Apoyar la creación de un holding de turismo en Santander</p>	
<p>Nos Une el Turismo de Paz</p>	<p>Promover la capacitación y/o formación de 200 personas en temáticas asociadas al turismo en el departamento durante el cuatrienio.</p>



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

	Apoyar 4 acciones de participación en las diferentes ferias y/o stand de promoción del Turismo a nivel Nacional e Internacional
	Promover una estrategia para dinamizar el turismo interno en el departamento.
	Apoyar una estrategia para el acceso de la población vulnerable y de enfoque diferencial a los equipamientos e infraestructura turística del departamento.
	Promover en 6 instituciones educativas la red de colegios amigos del turismo
En Santander Nos Une la Conectividad y Competitividad para Turismo	Apoyar la implementación de un Plan Prospectivo del Turismo en el departamento.
	Gestionar el fortalecimiento del Convention Bureau de Bucaramanga en pro del Turismo de reuniones en Santander
	Gestionar la creación de una red/clúster de turismo en el departamento
	Asesorar en la creación de seis (6) Consejos Consultivos de Turismo en el departamento.
Estado del arte de Barrancabermeja según se relaciona en el PD del departamento	
<ul style="list-style-type: none"> - El aeropuerto de Barrancabermeja es el segundo más importante del Departamento. - El municipio produce el 48% de barriles de diésel del mercado nacional. 	
<ul style="list-style-type: none"> - El relleno sanitario del municipio se encuentra dentro de un Área de Protección Ambiental. - Crisis económica y aumento de la tasa de desempleo debido al impacto del sector de hidrocarburos y la no ampliación de la refinería. 	

Tabla 9: Resumen Plan de Desarrollo Departamental 2016 - 2019, 2018 (Elaboración propia)

✓ **Plan de Desarrollo Turístico Departamental**

Plan de Desarrollo Turístico de Santander⁴⁵
Visión
<p>"En el año 2015 el departamento de Santander habrá consolidado el producto turístico de aventura, el cual será complementado con historia y cultura, naturaleza, salud, congresos y convenciones y gastronomía, para lo cual el departamento y los municipios habrán mejorado la señalización, la conectividad aérea y terrestre y los servicios públicos. Para el posicionamiento de estos productos, el departamento dispondrá de una marca turística unificada, de un portal turístico, de campañas publicitarias y de material promocional. Se fortalecerá el Grupo de Cultura y Turismo dentro de la Secretaría de Desarrollo departamental, se fortalecerá el presupuesto destinado al sector y se consolidará el trabajo articulado público-privado que facilite un desarrollo turístico sostenible, existirá un plan de manejo turístico con determinantes ambientales, socio-culturales y económicas y se habrá avanzado en el ordenamiento territorial para el turismo. El sector empresarial del turismo estará formalizado y trabajará de manera articulada, con gremios fortalecidos, y dispondrá de una planta turística competitiva, para lo cual se promoverán líneas de crédito adecuadas a sus necesidades. Las empresas y los trabajadores estarán certificados en normas técnicas sectoriales, las cuales serán de obligatorio cumplimiento en el departamento. El fortalecimiento empresarial y de los trabajadores estará respaldado por programas que articulen la formación técnica, tecnológica y profesional; la comunidad se habrá sensibilizado acerca de la importancia del turismo como alternativa de desarrollo para lo cual se creará una cátedra de la santandereanidad y se promoverá el programa</p>

⁴⁵ FONDE DE PROMOCIÓN TURÍSTICA. "Plan de Desarrollo Turístico de Santander 2012", Colombia. Disponible en: [http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/183.Plan de desarrollo turístico de Santander.pdf](http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/183.Plan%20de%20desarrollo%20turistico%20de%20Santander.pdf)
Consultado en octubre de 2018.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

de los colegios amigos del turismo del Viceministerio de Turismo. De igual forma se habrá logrado generar una demanda turística exigente. Se habrán generado procesos de articulación entre la Universidad, la Empresa y el Estado para que la investigación contribuya a responder a las necesidades del producto".

Estado del arte

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga como destinos potenciales del departamento de Santander. - Tres municipios del departamento se encuentran dentro de la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia. - Adecuada cobertura de servicios públicos y tecnológicos en las zonas urbanas del Departamento.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Poco sentido de pertenencia, cultura turística y ambiental. - Deteriora de las vías secundarias y terciarias para el acceso a los municipios. - Carencia de promoción turística a nivel nacional e internacional. - Poca integración entre las provincias del departamento para trabajar en conjunto por el desarrollo turístico. - Carencia de infraestructura en aeropuertos regionales. - Falta de diseños de productos en los municipios. - Falta de señalización vial y turística. - Limitada cobertura de servicios públicos en las zonas rurales del Departamento.

Tipologías turísticas

- **Turismo de naturaleza:** aventura, ecoturismo, turismo náutico.
- **Turismo cultural:** turismo gastronómico e histórico
- **Otras tipologías:** turismo de negocios y compras - turismo de salud

Ejes estratégicos	Programas	Proyectos
Factor atracción	100% Santandereano	Estructuración y/o fortalecimiento del producto de naturaleza
		Estructuración y/o fortalecimiento del producto de aventura
		Estructuración y/o fortalecimiento de producto histórico-cultural
		Estructuración del producto de congresos, eventos e incentivos y (MICE)
		Estructuración del producto de turismo de salud
		Estructuración del producto de turismo industrial.
Factor soporte	Santander accesible y conectad	Afirmado y pavimentación de la malla vial secundaria y terciaria
		Construcción y puesta en marcha de terminales de pasajeros
		Fortalecimiento de la conectividad aérea del departamento
	Señalización competitiva para Santander	Señalización vial, peatonal y de interpretación turística
	Santander se ordena	Patrimonio inmueble



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

		Ordenamiento territorial y planificación integral
	Por un Santander de servicios públicos dignos	Calidad y cobertura total de servicios públicos.
	Santander nos toca	Diseño e implementación de programas/campañas de sensibilización a los implicados en la actividad turística santandereana.
	Santander se luce	Mejoramiento del espacio público en Santander Fortalecimiento de los equipamientos culturales
	Los niños de Santander son amigos del turismo	Promoción del programa "colegios amigos del turismo".
Factor producción	Santander certifica	Mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios turísticos en el clúster, microclúster, rutas y circuitos identificados.
	Santander hace empresa	Fortalecimiento de la gestión empresarial turística en el clúster, microclústers, rutas y circuitos identificados
	Asóciate Santander	Fomento al proceso asociativo para el turismo
Factor gestión	Descubre Santander	Fortalecimiento de la promoción y el mercadeo del departamento.
	Fortalécete Santander	Fortalecimiento de la gestión turística departamental
		Articulación de los actores estratégicos del sector turístico Santandereano
	Santander financia	Presupuesto para el turismo
	Santander de congresos y convenciones	Fortalecimiento de la gestión del producto eventos, congresos e incentivos
Clubes de producto turístico de Santander	Clubes de producto	

¿Cómo se relaciona el Municipio de Barrancabermeja en el plan?

Tipologías/atractivos:

- **Turismo de naturaleza:** turismo de aventura, turismo náutico: (Esquí y pesca deportiva); Ciénaga de San Silvestre y Ciénaga El Llanito.
- **Turismo cultural:** Museo del Petróleo, Malecón del Cristo Petrolero y Paseo Yuma.



Principales atractivos:

- **Ciénaga de Llanito:** La ciénaga El Llanito hace parte de un grupo de humedales que pertenecen a la cuenca del río Sogamoso. Este complejo sirve como lugar de anclaje de numerosas especies de peces, aves y mamíferos acuáticos.
- **Ciénaga de San Silvestre:** La zona de la ciénaga está clasificada como de bosque húmedo tropical, con una temperatura media anual de 28°C. La flora nativa que aún sobrevive está compuesta por especies arbustivas, herbáceas y arbóreas de bajo porte.
- **Cristo Petrolero:** Ubicado en la Ciénaga Miramar, el cual en las horas de la noche se ilumina y cambiar de color para dar un bello espectáculo con las refineras de fondo.

Proyectos contemplados para Barrancabermeja

Proyectos planteados en el plan en los cuales se incluye directamente al municipio Barrancabermeja:

- Construcción de un Parque Nacional del Petróleo y la Energía, considerando la importancia para el desarrollo económico y progreso de Barrancabermeja y el desconocimiento sobre los procesos y la industria en general que tienen los ciudadanos no relacionados con el sector.
- Construcción y puesta en marcha de la terminal de pasajeros de Barrancabermeja.
- Terminación del centro de eventos EXPOEVENTOS.
- Creación de la red departamental de humedales para actividades de naturaleza en las que se incluye a la Ciénaga de San Silvestre.

Estado del arte Barrancabermeja

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - En el Plan de Desarrollo 2004 – 2007 se plantearon 8 corredores turísticos en el departamento, en el cual se integraba al municipio de Barrancabermeja dentro del Circuito del Río y del Petróleo. - Municipio que permite la conexión fluvial a través del Puerto en el Río Magdalena. - Visitas asociadas al turismo de negocios debido a la industria del petróleo. - Municipio catalogado como destino de negocios al tener una de las refineras más grandes del país.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Inadecuado estado de la infraestructura del Aeropuerto Yaríquies del municipio de Barrancabermeja. - Limitada oferta de aerolíneas que operan el municipio. - Sitios de interés turístico con alta contaminación y problemáticas de inseguridad.

Tabla 10: Resumen Plan de Desarrollo Turístico de Santander, 2018 (Elaboración propia)

2.2.3. Orden municipal

✓ **Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019**

Desde las herramientas de planificación, en el municipio de Barrancabermeja se considera el sector de turismo como se relaciona en el siguiente cuadro:

Periodo	Plan de Desarrollo Municipal ⁴⁶	2016 - 2019
	Visión	
	"En 2019, Barrancabermeja será una ciudad incluyente, humana y productiva; con mejores indicadores sociales, avances positivos en la convivencia, y una economía más diversa, preparada para la nueva era de paz y	

⁴⁶ ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA. "Plan de Desarrollo 2016 – 2019". Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo> Consultado en octubre de 2018.



41

reconciliación de Colombia. Será un territorio que ponga al ser humano en el primer lugar, busque el bienestar y promueva el progreso de los individuos a través de un enfoque diferencial del desarrollo, como un articulador eficaz de los planes regionales. Para lograrlo, la acción de gobierno estará fundamentada en una visión que acoge los conceptos de seguridad humana y cultura ciudadana; tendrá como objetivos la superación de la pobreza, el mejoramiento de las condiciones sociales, económicas y ambientales de sus habitantes, así como el respeto y el goce efectivo de los derechos ciudadanos, particularmente de la población vulnerable; y promoverá la educación y su rol transversal en la gestión pública, la distribución eficiente de los recursos y la defensa del patrimonio colectivo, como un impulso a las ventajas y fortalezas competitivas del Municipio. El gobierno deberá aprovechar las oportunidades y potencialidades que brindan la plataforma logística multimodal, el turismo, la agroindustria, la cultura y los recursos naturales paisajísticos, para hacer de nuestra ciudad un espacio de oportunidades: productivo y competitivo"

Incluye el turismo como prioridad Sí

Estado del arte

Fortalezas

- El Museo del Petróleo es el único museo en su género a nivel nacional e internacional.
- El municipio se encuentra rodeado de ciénagas y el Río Magdalena con alta riqueza de fauna y flora apropiadas para el ecoturismo.
- Alta participación de ONG's culturales, las cuales realizan múltiples eventos y actividades culturales.
- El municipio de Barrancabermeja cuenta 149 escenarios deportivos en la zona urbana y rural, en diferentes disciplinas deportivas.

Debilidades

- El Museo de Petróleo no cuenta con un funcionamiento continuo al público en general.
- Pocos espacios dedicados para el esparcimiento y cultura.
- Desconocimiento de la normatividad e incentivos para los prestadores de servicios turísticos.
- Descuido y abandono de los recursos y los atractivos turísticos con que cuenta el Municipio.
- Desconocimiento de la historia y su interacción con los recursos y atractivos turísticos.
- Falta de capacitación y vocación de la población hacia el turismo y su desarrollo en la región.
- Falta de desarrollo de un producto turístico que permita convertir a Barrancabermeja en destino turístico.
- Falta de apoyo de las entidades gubernamentales para jalonar procesos que conducen a la realización de proyectos en el sector turísticos.
- Falta de creación de una marca de ciudad.
- Falta de conocimiento y participación en el Concejo Municipal de Turismo.
- Falta de recuperación y restauración de los espacios culturales.

Visión/Objetivo del turismo

"Promocionar e incentivar la oferta e infraestructura turística del municipio aprovechando su localización geoestratégica, sus potencialidades, las ventajas comparativas y competitivas, bajo criterios de sostenibilidad, que permita dinamizar la economía local."

Tipologías turísticas

Ecoturismo

Programas/Proyectos	Indicadores/Metas	Inversión anual
Destino Barrancabermeja	Formular y presentar proyecto de Acuerdo del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio.	2016: 4.200.000.000 COP 2017: 214.000.000 COP 2018: 228.980.000 COP
	Realizar una (1) estrategia de promoción Turística, durante el cuatrienio.	
	Implementar un (1) programa que promocióne la oferta turística del municipio, durante el cuatrienio.	
	Desarrollar un programa de capacitación fomentando buen uso de recursos naturales, conservación de tradiciones socioculturales, promoción del producto artesanal, normatividad, durante el cuatrienio.	
	Articular la oferta turística del municipio a la agenda departamental y nacional como actividad económica	



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

	generadora de desarrollo competitivo y sostenible, durante el cuatrienio	2019: 245.008.600 COP Total cuatrienio: 4.887.988.600 COP
--	--	--

Tabla 11: Resumen Plan de Desarrollo Municipal 2016 -2019, 2018 (Elaboración propia)

✓ Plan de Desarrollo Municipal 2012 – 2015

Adicionalmente, la consultoría considera importante relacionar el Plan de Desarrollo del municipio de Barrancabermeja para el periodo comprendido entre el año 2012 y 2015 porque permite mostrar la forma en que se ha venido contemplando las oportunidades del turismo para el Municipio de Barrancabermeja con el fin de compartir con nacionales y extranjeros la riqueza de los recursos ambientales, el legado cultural histórico y arquitectónico.

Plan de Desarrollo Municipal ⁴⁷	
Periodo	2016 - 2019
Visión	
"En 2019, Barrancabermeja será una ciudad incluyente, humana y productiva; con mejores indicadores sociales, avances positivos en la convivencia, y una economía más diversa, preparada para la nueva era de paz y reconciliación de Colombia. Será un territorio que ponga al ser humano en el primer lugar, busque el bienestar y promueva el progreso de los individuos a través de un enfoque diferencial del desarrollo, como un articulador eficaz de los planes regionales. Para lograrlo, la acción de gobierno estará fundamentada en una visión que acoge los conceptos de seguridad humana y cultura ciudadana; tendrá como objetivos la superación de la pobreza, el mejoramiento de las condiciones sociales, económicas y ambientales de sus habitantes, así como el respeto y el goce efectivo de los derechos ciudadanos, particularmente de la población vulnerable; y promoverá la educación y su rol transversal en la gestión pública, la distribución eficiente de los recursos y la defensa del patrimonio colectivo, como un impulso a las ventajas y fortalezas competitivas del Municipio. El gobierno deberá aprovechar las oportunidades y potencialidades que brindan la plataforma logística multimodal, el turismo, la agroindustria, la cultura y los recursos naturales paisajísticos, para hacer de nuestra ciudad un espacio de oportunidades: productivo y competitivo"	
Incluye el turismo como prioridad	Sí
Estado del arte	
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - El Museo del Petróleo es el único museo en su género a nivel nacional e internacional. - El municipio se encuentra rodeado de ciénagas y el Río Magdalena con alta riqueza de fauna y flora apropiadas para el ecoturismo. - Alta participación de ONG's culturales, las cuales realizan múltiples eventos y actividades culturales. - El municipio de Barrancabermeja cuenta 149 escenarios deportivos en la zona urbana y rural, en diferentes disciplinas deportivas.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - El Museo de Petróleo no cuenta con un funcionamiento continuo al público en general. - Pocos espacios dedicados para el esparcimiento y cultura. - Desconocimiento de la normatividad e incentivos para los prestadores de servicios turísticos. - Descuido y abandono de los recursos y los atractivos turísticos con que cuenta el Municipio. - Desconocimiento de la historia y su interacción con los recursos y atractivos turísticos. - Falta de capacitación y vocación de la población hacia el turismo y su desarrollo en la región. - Falta de desarrollo de un producto turístico que permita convertir a Barrancabermeja en destino turístico.

⁴⁷ ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA. "Plan de Desarrollo 2016 – 2019". Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo> Consultado en octubre de 2018.



43

<ul style="list-style-type: none"> - Falta de apoyo de las entidades gubernamentales para jalonar procesos que conducen a la realización de proyectos en el sector turísticos. - Falta de creación de una marca de ciudad. - Falta de conocimiento y participación en el Concejo Municipal de Turismo. - Falta de recuperación y restauración de los espacios culturales. 		
Vision/Objetivo del turismo		
"Promocionar e incentivar la oferta e infraestructura turística del municipio aprovechando su localización geoestratégica, sus potencialidades, las ventajas comparativas y competitivas, bajo criterios de sostenibilidad, que permita dinamizar la economía local."		
Tipologías turísticas		
Ecoturismo		
Programas/Proyectos	Indicadores/Metas	Inversión anual
Destino Barrancabermeja	Formular y presentar proyecto de Acuerdo del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio.	
	Realizar una (1) estrategia de promoción Turística, durante el cuatrienio.	2016: 4.200.000.000 COP
	Implementar un (1) programa que promocióne la oferta turística del municipio, durante el cuatrienio.	2017: 214.000.000 COP
	Desarrollar un programa de capacitación fomentando buen uso de recursos naturales, conservación de tradiciones socioculturales, promoción del producto artesanal, normatividad, durante el cuatrienio.	2018: 228.980.000 COP
	Articular la oferta turística del municipio a la agenda departamental y nacional como actividad económica generadora de desarrollo competitivo y sostenible, durante el cuatrienio	2019: 245.008.600 COP
		Total cuatrienio: 4.887.988.600 COP

Tabla 12: Resumen Plan de Desarrollo Municipal 2012 -2015, 2018 (Elaboración propia)

✓ **Plan Municipal de Turismo**

En el Municipio de Barrancabermeja las iniciativas para contar con un lineamiento claro para lograr el desarrollo turístico del destino, se remontan al año 2005 en el que el Centro Estudios Regionales del Magdalena Medio y UNIPAZ, de la mano de los actores del sector, elaboraron el primer Plan de Desarrollo Turístico de Barrancabermeja.

Un resumen de los componentes más importantes se describe a continuación:

Plan Municipal de Turismo ⁴⁸
Visión

⁴⁸CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES, "Plan Municipal de Turismo", Barrancabermeja 2005



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

En el 2015 Barrancabermeja se habrá posicionado como destino turístico en el ámbito nacional e internacional para los productos- las actividades de ecoturismo y petroturismo, constituyéndose en un renglón económico con participación de instituciones públicas, privadas y la comunidad local, para el desarrollo de la región y la generación de empleo, en armonía con el medio ambiente.

44

Tipologías turísticas

Turismo de naturaleza: ecoturismo
Otras tipologías: Petroturismo (turismo asociado a la industria del petróleo)

Ejes temáticos	Estrategias	Acciones	Proyectos
Eje temático de normatividad e Institucionalidad de apoyo a la actividad turística	Establecer el Desarrollo Turístico como política pública enmarcada en el Plan de Desarrollo Municipal	Asignación de presupuesto para la ejecución de proyectos plurianuales de largo plazo.	Ajuste del POT para determinar actividades permitidas en las áreas de ecoturismo y petroturismo.
		Promover la inclusión del sector turístico en el Plan de Ordenamiento Territorial P.O.T., de tal forma que sea posible definir en dicho documento institucional las zonas del municipio que podrán ser dedicadas a las actividades de petroturismo y ecoturismo.	
	Fortalecer los entes municipales encargados de formular, ejecutar y hacer seguimiento a las políticas y programas municipales de turismo	Establecer convenios para el fortalecimiento de la Corporación Mixta Municipal de Turismo.	Establecer convenios para el fortalecimiento de la Corporación Mixta Municipal de Turismo.
		Promover las actividades y proyectos de Corporación Mixta de Turismo de Barrancabermeja.	Promover las actividades y proyectos de la Corporación Mixta de Turismo de Barrancabermeja.
		Poner en funcionamiento el Consejo Municipal de Turismo.	Estudio de impacto socioeconómico de la implementación del peaje Turístico en el Corregimiento el Llanito.
		Presentar proyectos y propuestas por parte de la Corporación Mixta de Turismo con el apoyo del Consejo Municipal de Turismo ante el Ministerio, para la gestión de recursos económicos.	Crear la Oficina de Turismo Municipal, adscrito a la Secretaría de Desarrollo Socio - Económico.
		Promover la creación de la estampilla de turismo y la implementación del Peaje Turístico en el Corregimiento el Llanito como fuente para la obtención de recursos para el desarrollo del sector.	Dotación para fortalecer el programa de desarrollo turístico
		Crear la Oficina de Turismo Municipal, como ente adscrito a la Secretaría de Desarrollo Socio - Económico, para institucionalizar esta actividad económica dentro de las prioridades de la Administración local.	Socialización del Plan de Desarrollo Turístico para Barrancabermeja



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

	<p>Establecimiento de estándares mínimos de calidad por parte de prestadores de servicios hoteleros, de alojamiento y restaurantes, con base en los marcos normativos de servicios turísticos que ofrece la ley nacional de turismo (Ley 300 de 1996)</p>	<p>Gestionar en convenio con la Cámara de Comercio, jornadas de capacitación con los propietarios de hoteles, restaurantes y agencias de viaje para promover el cumplimiento en normas de calidad ISO.</p> <p>Jornadas de Información y capacitación por parte de representantes de COTELCO y el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.</p> <p>Promover con la Secretaría de Gobierno Municipal y el apoyo de la Corporación Mixta de Turismo Municipal mecanismos de control de precios en los establecimientos que hacen parte de la Planta Turística de Barrancabermeja.</p> <p>Promover el trabajo institucional de la Secretaría Local de Salud, la Secretaría de Medio Ambiente, la Secretaría de Gobierno Municipal y con el apoyo de la Corporación Municipal de Turismo lograr un efectivo control de saneamiento y el cumplimiento de las normas básicas de higiene por parte de los establecimientos que hacen parte de la Planta Turística de Barrancabermeja.</p> <p>Implementar programas que permitan un mayor control por parte de las autoridades municipales y la Corporación Mixta de Turismo, en el cumplimiento de las normas por parte de los establecimientos que hacen parte de la planta turística del municipio (hoteles, hospedajes, restaurantes, clubes y sitios de recreación).</p>	<p>Convenio de Competitividad del sector turístico para Barrancabermeja, entre la administración y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo.</p> <p>Seguimiento y control a las normas de funcionamiento de las entidades que prestan servicios al turismo.</p>
		<p>Acompañamiento y seguimiento por parte de la Corporación Mixta de Turismo, la Cámara de Comercio de Barrancabermeja y la Alcaldía Municipal para el cumplimiento de los acuerdos de Competitividad del Sector Turismo en el Municipio.</p>	
<p>Eje temático de Infraestructura y logística apropiadas</p>	<p>Mejoramiento y dotación de servicios públicos</p>	<p>Dotación de acueducto a los corregimientos de El Llanito y la Fortuna.</p>	<p>Adecuación y dotación de acueducto a los corregimientos de El Llanito, El Centro, La Fortuna, San Rafael</p>



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

46

	e infraestructura vial		de Chucurí y Ciénaga del Opón.
		Tratamiento de aguas residuales en los corregimientos de potencial turístico para evitar contaminación de los recursos hídricos adyacentes.	Dotación y adecuación de servicios públicos para los corregimientos de El Llanito, El Centro, La Fortuna, San Rafael de Chucurí y Ciénaga del Opón.
		Construcción y puesta en marcha del Terminal de Transporte intermunicipal.	Adecuación y mantenimiento de vías de los corregimientos de El Llanito, El Centro, La Fortuna, San Rafael de Chucurí y Ciénaga del Opón.
		Diseñar y constituir la señalización turística de Barrancabermeja, que le suministre al visitante la información básica para orientarse durante su movilización por la ciudad.	Tratamiento de aguas residuales en los corregimientos de potencial turístico para evitar contaminación de los recursos hídricos adyacentes.
		Mejoramiento de las vías hacia El Llanito, El Centro y Campo 23 y garantizar su mantenimiento permanente.	Diseñar y constituir la señalización turística para el municipio de Barrancabermeja.
Mejoramiento de la planta turística en las zonas rurales	Creación de establecimientos de alojamiento en los corregimientos de El Llanito, La Fortuna, San Rafael de Chucurí y Ciénaga del Opón.	Implementación de un complejo de Alojamiento con características artesanales en el Llanito, La Fortuna, San Rafael de Chucurí y Ciénaga del Opón.	
		Campañas de sensibilización para promover el mejoramiento de la infraestructura actual de servicios al turismo.	
	Mejoramiento de la infraestructura actual de servicios al turismo (Restaurantes).	Compra de terreno para el centro Ecoturístico de comercialización campesina del corregimiento La Fortuna	
		Apoyo financiero a eventos feriales, turísticos, culturales y deportivos a nivel local, nacional e internacional.	
Crear una red de transporte local que responda a los paquetes promocionales de turismo.	Crear y consolidar rutas de transporte fluvial hacia San Rafael de Chucurí y Ciénaga del Opón. Consolidar acuerdos con las empresas de transporte local para la definición de rutas especiales de turismo.	Un acuerdo con una empresa de Transporte Municipal para diseñar paquetes especiales de movilización de turistas y rutas hacia lugares de interés.	
Eje temático Barrancabermeja como nuevo destino turístico	A partir del inventario de atractivos turísticos de	Establecer un inventario de los atractivos de los municipios y la infraestructura actual para definir proyectos de inversión en el sector.	Realizar estudio de mercado para identificar productos y clientes potenciales del sector



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

47	Barrancabermeja y la correspondiente investigación de mercados, crear paquetes integrales de turismo.	<p>Contactar a los operadores definidos por el Ministerio para la comercialización de los paquetes a nivel nacional e internacional.</p>	<p>turístico nacional e internacional.</p>
		<p>Definición de operadores locales en Barrancabermeja y coordinación por parte de la Corporación de Turismo.</p>	<p>Convenio con las universidades para identificar los símbolos del Ecoturismo barranqueño en lo relativo a la flora y la fauna.</p>
		<p>Identificar segmentos de mercado a través de la definición de perfiles de consumidores para promocionar y divulgar los paquetes turísticos.</p>	
		<p>Convenio con las universidades para identificar los símbolos del Ecoturismo barranqueño en lo relativo a la flora y la fauna. Con base en esta información será elaborado un documento (folleto) que suministre al turista la información más relevante sobre el particular.</p>	<p>Convenio con Ecopetrol para Estudio sobre la historia, exploración, explotación y transformación del petróleo.</p>
		<p>Establecer un convenio con ECOPELROL para obtener la información más relevante de la historia, exploración, explotación y transformación del petróleo, a fin de elaborar un documento (folleto) que será suministrado a los turistas interesados en el producto del Petroturismo.</p>	
		<p>Buscar el apoyo institucional del Ministerio para el funcionamiento de los paquetes turísticos, y en la orientación por parte de expertos para el diseño de los productos y paquetes turísticos que se quieren posicionar.</p>	<p>Programa 'Vive Colombia, Viaja por ella', destino Barrancabermeja</p>
<p>Inclusión de Barrancabermeja dentro del programa "Vive Colombia, Viaja por ella".</p>			
Fosicionar el nombre de Barrancabermeja como destino Turístico	<p>Crear una campaña intensiva de medios de comunicación, que incluya piezas de televisión, radio, prensa y la elaboración de un video promocional que será entregado a los canales regionales, entidades bancarias y empresas de transporte intermunicipal.</p>	<p>Campaña intensiva de medios de comunicación, para promover la imagen de Barrancabermeja a nivel nacional</p>	
	<p>Definición de campañas específicas según la oferta de paquetes turísticos.</p>		
	<p>Aprovechar los espacios que brindan las ferias y eventos en el ámbito nacional relacionados con el turismo para promocionar a Barrancabermeja.</p>	<p>Elaboración y divulgación de la Guía Turística de Barrancabermeja</p>	
	<p>Continuar dentro del itinerario del Eco-desafío.</p>		
<p>Realizar contactos con universidades y entes educativos que posean interés</p>			



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

		en la historia y evolución de la industria petrolera nacional.	
		Crear la Guía Turística de Barrancabermeja	
Propiciar el entorno favorable a los turistas en términos de seguridad y acompañamiento informativo		Continuar con los programas de formación de agentes turísticos de la Policía Nacional para suministrar orientación y apoyo a los turistas que visiten la ciudad.	Convenio para formación de agentes turísticos de la Policía Nacional
		Con el apoyo de la Policía y el Ejército Nacional, formular y ejecutar planes de seguridad para garantizar al turista su estadía y el acceso a las bellezas naturales que se encuentran en áreas rurales de Barrancabermeja.	Plan de Seguridad turística de Barrancabermeja
		Crear acuerdos de cooperación con la Armada Nacional para el apoyo en los recorridos turísticos por el Río Magdalena.	
Implementar sistemas de seguimiento y monitoreo al plan turístico		Definir sistema de indicadores y medición cualitativos y cuantitativos.	Implementación a cargo de la Corporación Mixta de Turismo de un sistema de seguimiento y monitoreo de la actividad Turística y elaboración de informes a la Administración municipal sobre su comportamiento.
		Implementar normas de salud ocupacional para el desarrollo de las actividades de petroturismo y ecoturismo. La Corporación Mixta de Turismo velará por el cumplimiento de las mismas con el apoyo de la Alcaldía Municipal y la Policía Nacional.	
		Hacer seguimiento a los paquetes turísticos que ya cuentan con trayectoria para velar por su óptimo funcionamiento o determinar sus debilidades para contrarrestarlas y desarrollar labor similar con los nuevos proyectos que se generen a partir de la fecha de vigencia del Plan Municipal de Turismo.	
Institucionalizar todas las ferias, fiestas y eventos que puedan generar atractivo turístico.		Generar sistemas de información permanentes que suministren datos específicos a posibles inversionistas del sector y a las entidades comprometidas con este renglón económico.	
		Presentar ante el Concejo Municipal el proyecto de acuerdo correspondiente para institucionalizar el festival del dulce, Fiesta Nacional del Petróleo y eventos deportivos relacionados con las disciplinas de patinaje, esquí náutico, softbol y béisbol.	Acuerdo de institucionalización de eventos.
		Adecuar y mejorar los sitios que en la ciudad son escenarios tradicionales para los eventos: parque Camilo Torres,	Remodelación de mínimo dos lugares por año de cada una de estas infraestructuras para



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

49

		Bombonera (plazoleta cacique Pipatón), Parque de la Vida, Villa Olímpica, Parque Recreacional, Estación del Ferrocarril, Casa de la Cultura.	satisfacción de propios y visitantes.
	Realizar alianzas estratégicas con otros municipios para la oferta de paquetes turísticos regionales de los cuales Barrancabermeja sería el epicentro	<p>Visitas a los municipios cercanos con potencial turístico para establecer convenios para el desarrollo del turismo como estrategia de desarrollo regional.</p> <p>Establecer un inventario de los atractivos de los municipios y la infraestructura actual para definir proyectos de inversión en el sector.</p>	Realización de un inventario de Turismo municipal y regional
	Fortalecer las Pymes especializadas en servicios turísticos y apoyar la creación de nuevas organizaciones de esta naturaleza, con énfasis en Petroturismo, Ecoturismo y Acuaturismo	Realizar inventario de las Pymes que actualmente prestan servicios relacionados con el turismo (Hoteles, restaurantes, Agencias de Turismo).	Capacitación empresarial y de atención al cliente, mediante convenio con entidades educativas especializadas en el tema.
		Capacitación empresarial y de atención al cliente, mediante convenio con entidades educativas especializadas en el tema.	Asesoría para la formulación de proyectos, que permitan el acceso a créditos para la creación de nuevas Pymes de turismo.
		Asesoría para la formulación de proyectos, que permitan el acceso a créditos para la creación de nuevas Pymes de turismo.	Gestionar líneas de créditos especiales de fomento para el sector turismo.
		Gestionar líneas de créditos especiales de fomento para el sector turismo.	Construcción del complejo de Ranchería en el plano y puente del Llanito.
		Construcción del complejo de Ranchería en el plano y puente del Llanito.	Promoción del Museo del Petróleo en el Corregimiento de El Centro.
		Promoción del Museo del Petróleo en el Corregimiento de El Centro.	Formación y capacitación de guías urbanos y rurales especializados en petroturismo y ecoturismo
		Formación y capacitación de guías urbanos y rurales especializados en petroturismo y ecoturismo.	
Eje temático de respeto a la normatividad ambiental vigente	Establecer políticas de conservación y recuperación de los recursos hídricos de Barrancabermeja	Campañas de reforestación, delimitación y señalización de franjas protectoras	Campañas de reforestación, delimitación y señalización de franjas protectoras
		Determinar actividades permitidas en las áreas de Ecoturismo y petroturismo con el apoyo de la Secretaría de Medio Ambiente y la Corporación Autónoma de Santander, CAS.	Implementar un sistema de Seguimiento y monitoreo del impacto ambiental en el Municipio de Barrancabermeja.
		Realizar monitoreo y aplicar los correctivos para disminuir los impactos ambientales negativos en el medio natural.	Campañas de veda de la pesca



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

50

		Campañas de veda de la pesca.	
Eje temático de consolidación de una cultura ciudadana.	Propiciar el crecimiento profesional mediante la cualificación del factor humano en el sector servicios y turismo.	Crear un convenio de formación con el Sena y la Corporación Mixta de Turismo.	Formación y capacitación en servicios a las diferentes modalidades de turismo definidas para el municipio.
		Buscar alianzas con instituciones educativas que tengan experiencia en el sector.	Fortalecer las Escuelas Amigas del Turismo en los Colegios el Castillo y el Llanito.
		Fortalecer las Escuelas Amigas del Turismo (Colegios el Castillo y el Llanito).	Formación y capacitación de guías urbanos y rurales especializados en petroturismo y ecoturismo
		Formación y capacitación de guías urbanos y rurales especializados en petroturismo y ecoturismo.	
	Realizar una campaña de sensibilización ciudadana "Sentido de Pertenencia e Identidad cultural" para crear un compromiso cívico con el turismo que redunde en el mejoramiento de la calidad de vida de los Barranqueños.	Promover la participación ciudadana en los eventos propios de la ciudad.	Fortalecimiento al Laboratorio Experimental de Organizaciones Sociales LEOS
		Fortalecer el Laboratorio Experimental de Organizaciones Sociales LEOS.	Campaña de medios con el fin de concientizar y sensibilizar a los ciudadanos de Barrancabermeja con respecto al turismo para proyectar a los visitantes una cultura social, calidad y de entorno seguro
		Campaña de medios con el fin de concientizar y sensibilizar a los ciudadanos de Barrancabermeja con respecto al turismo para proyectar a los visitantes una cultura social, calidad y de entorno seguro.	Capacitación sobre atención al público y servicio al cliente, dirigidas a los taxistas y comerciantes de la ciudad que podrían tener contacto con los turistas que arriben a Barrancabermeja.
		Desarrollar, con el apoyo del Sena, la Cámara de Comercio y las empresas de transporte, jornadas de capacitación sobre atención al público y servicio al cliente, dirigidas a los taxistas y comerciantes de la ciudad que podrían tener contacto con los turistas que arriben a Barrancabermeja.	Campaña intensiva de medios para sensibilización ciudadana "Sentido de pertenencia e identidad cultural"

Tabla 13: resumen Plan Municipal de Turismo. (Elaboración propia)

Otros documentos relevantes

Con el fin de garantizar que para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio se tuviesen en cuenta los esfuerzos en los que Barrancabermeja ha considerado el turismo como una opción de desarrollo, se revisaron los documentos de varios ejercicios entre los que se encuentran:



- ✓ **Visión prospectiva Barrancabermeja 2032: Puerto de Paz y Epicentro de Oportunidades**⁴⁹.

En un ejercicio participativo, liderado por el Centro de Estudios Regionales de Barrancabermeja, realizado en el año 2017 con representantes del sector público, sector privado, organizaciones de la sociedad civil, sector académico y comunidad en general, con el objetivo de plantear escenarios permitieran señalar la ruta estratégica del municipio y estos fueron:

- Escenario 1: "Más riqueza, menos equidad"
- Escenario 2: "Barrancabermeja plataforma logística de transformaciones sociales"
- **Escenario 3: "Barrancabermeja, la ciudad del turismo y del oro negro"**: en este, se identifica sector de hidrocarburos y el sector turístico como fuentes significativas al valor agregado del municipio y del departamento, además se entiende el turismo como una oportunidad para atraer inversión y generar empleo en la ciudad.
- Escenario 4: "Barrancabermeja puerto de paz y epicentro de oportunidades"
- Escenario 5: "Barrancabermeja ritmo de machín"
- Escenario 6: "Barrancabermeja en su zona de confort"

Entre las líneas estratégicas definidas para alcanzar la visión prospectiva propuesta para el año 2032, se destacan aquellas iniciativas que generarían impacto en el desarrollo turístico de Barrancabermeja:

- **Línea Estratégica No 1: Transformación Productiva:** dentro de esta línea estratégica se plantea el programa para la "creación un plan de desarrollo turístico con un enfoque de municipio-región", con el objetivo de "Consolidar a la ciudad como un destino turístico competitivo y sostenible a través de la creación de paquetes turísticos atractivos, marketing de ciudad, análisis de capacidad de carga de los recursos eco - sistémicos y un sistema de información turística, que permitan posicionar este sector en Barrancabermeja favoreciendo la diversificación económica local", todo esto realizando la siguientes acciones:
 - ✓ Crear paquetes turísticos competitivos
 - ✓ Visibilizar a Barrancabermeja como destino turístico del país (promoción del destino).
 - ✓ Elaborar e implementar un análisis de capacidad de carga para el uso de los recursos ecosistémicos dispuestos para la oferta turística y los atractivos naturales del territorio, que permita una adecuada gestión para la comercialización y su sostenibilidad en el largo plazo; involucrando al turista como parte de la conservación.
 - ✓ Generar las condiciones necesarias que garanticen la participación activa de la comunidad local en el desarrollo sostenible del destino, a través de la formación y capacitación, el fortalecimiento a emprendimientos e iniciativas

⁴⁹ CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES. "Visión prospectiva Barrancabermeja 2032: Puerto de Paz y Epicentro de Oportunidades" Barrancabermeja 2015



empresariales turísticas y la protección de los recursos culturales y naturales del territorio.

- ✓ Implementar un sistema de información turística de la región del Magdalena Medio - SITURMM, que permita conocer indicadores como la generación de empleo en la región, el aumento del turismo doméstico y receptivo, el perfil del turista y la satisfacción de la experiencia en el territorio, segmentado por territorios; que promueva la investigación e innovación en torno a productos y servicios turísticos.

52

- Línea Estratégica No 2: Gobernanza Territorial
- **Línea Estratégica No 3: Ordenamiento Territorial y Sostenibilidad Ambiental:** para la conservación del medio ambiente se conciben dos programas claves para ello: gestión integral de pasivos ambientales y gestión Integral de los recursos naturales.
- **Línea estratégica No 4. Bienestar Social:** dentro de esta línea estratégica se propone como acción "diseñar e implementar un plan de educación con enfoque en bilingüismo, medioambiente y turismo, que se desarrolle a través del uso de tecnologías digitales y sea transversal a los contenidos programáticos de los PEI institucionales", la cual fortalece el recurso humano del municipio de Barrancabermeja.
- Línea estratégica No 5: Conectividad Regional

✓ **Plan de acción de Barrancabermeja**

Es importante resaltar documentos como el Plan de Acción de Barrancabermeja, el cual tuvo como objetivo presentar los resultados de un proceso de planificación desarrollado en el marco del programa Ciudades Emblemáticas, liderado por FINDETER durante los años 2015 y 2016, donde además se presentan los principales desafíos y acciones que contribuyen al desarrollo sostenible del municipio.

En ese ejercicio se plantearon proyectos que impactarían de manera directa el desarrollo turístico del municipio:

Proyecto 1:	Distrito del Malecón
Objetivo:	Renovación urbana del centro histórico a través de la consolidación de un espacio de encuentro, ocio y actividades relacionadas con el turismo con énfasis en la mejora y adecuación del frente fluvial sobre el Río Magdalena y la Ciénaga Miramar.
Acciones específicas con impacto al sector turístico	
Formulación y adopción del Plan Parcial de Renovación Urbana Centro Histórico	
Proyecto Malecón río Grande La Magdalena	
Formulación de un Plan de Estacionamientos	
Parque lineal a través de la orilla Norte y Este de la ciénaga de Miramar	



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Proyecto 2:	Barrancabermeja Plus
Objetivo:	Desarrollo de una plataforma logística multimodal que aproveche las ventajas competitivas de la ciudad para estas actividades.
Proyecto 3:	Ecociudad del agua y la energía
Objetivo:	Desarrollar un ámbito singular en la acogida de espacios para la innovación y el conocimiento en los campos de la energía y la gestión del agua.
Proyecto 4:	Ecobulevar del Ferrocarril
Objetivo:	Mejorar la conectividad exterior y la intermodalidad de las nuevas infraestructuras evitando impactos sobre el espacio urbano.
Proyecto 5:	Recuperación de humedales
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Garantizar la recuperación de los humedales de Barrancabermeja contribuyendo con esto a restablecer su equilibrio ecológico. ▪ Delimitación de las zonas de protección, identificación y restricción de usos buscando minimizar los riesgos tanto de pérdidas de estas áreas estratégicas y de vidas humanas. ▪ Disminuir el alto grado de degradación y contaminación de los humedales que rodean la ciudad. ▪ Establecimiento de zonas de protección de los diferentes tipos de humedales con los que cuenta la ciudad, buscando su recuperación y conservación. ▪ Recuperar la función ecológica, turística y de recreación de los humedales de la ciudad. ▪ Puesta en valor de los activos ambientales de la ciudad como elementos integrales parte del



	sistema de espacio público de la ciudad.
Acciones claves	
Conservación y protección del humedal San Silvestre	
Delimitación, Recuperación y Conservación de los humedales El Llanito, Palotal, Miramar, Juan Esteban, Opón, San Rafael de Chucurí y humedal El Castillo.	

Tabla 14: Proyecto del PDA, 2018 (Elaboración propia)

✓ Proyecto Estratégico Eje Ribereño

En un ejercicio realizado con actores estratégicos de los municipios que componen el Magdalena Medio, liderado por el Ministerio de Vivienda y operado por la Universidad de la Sabana durante el año 2018, se identificaron las principales problemáticas, construyó una visión y se plantearon las posibles soluciones a través de la priorización de proyectos.

A continuación se nombran los principales resultados:

Plan Estratégico Eje Ribereño	
Año	2018
Visión	
En el año 2035, el Eje Ribereño del Magdalena Medio Colombiano se consolidará como un espacio articulador de desarrollo nacional en términos de rutas y nodos de desarrollo, de logística multimodal con responsabilidad social y disminución de las brechas sociales entre aglomeraciones urbanas y rurales. Convertido en el principal conector de comunicación del país a través de sus vías férreas, aéreas, terrestres y fluviales, el eje permite el desarrollo de los sectores logístico, agrícola, ganadero, turístico y comercial en beneficio de las comunidades ribereñas del Magdalena.	
Incluye el turismo como prioridad Sí	
Problemáticas identificadas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deterioro de los sistemas naturales ▪ Grandes distancias entre los diferentes municipios del eje ribereño ▪ Desarticulación entre los proyectos de vías nacionales y regionales ▪ Inexistencia de vías secundarias y terciarias ▪ Dificultades para la interrelación y la articulación entre los sistemas de transporte disponibles ▪ Desarticulación al interior del Eje
Componentes estratégicos de la visión 2035	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visión sostenible y crecimiento verde ▪ Conectividad: ▪ Mejora en la calidad de vida y formación de capital humano y uso eficiente de los programas para el postconflicto: ▪ Fortalecimiento y adecuación institucional ▪ Productividad: aprovechamiento del Río Magdalena para el fortalecimiento y diversificación de la oferta turística.
Proyectos priorizados	
1. Recuperación del bosque húmedo tropical: Recuperar el bosque húmedo tropical, sus coberturas y servicios ecosistémicos.	



2. **Áreas aisladas conectadas, un motor para el desarrollo del eje Ribereño:** Crear una estrategia de conectividad centrada en la interconectividad de los centros poblados rurales y los nodos que conforman el eje ribereño.
3. **Creación de una ruta turística para aprovechar los recursos productivos, naturales y culturales de los municipios que comprenden el Eje:** Aumentar exploración y aprovechamiento de los recursos turísticos, gastronómicos y culturales de los municipios que comprenden el Eje Ribereño.

55

La consultoría para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de Barrancabermeja también tuvo en cuenta los siguientes documentos, cuyos aspectos más relevantes se consideran dentro del análisis de la cadena de valor del destino:

Otros documentos consultados		
Nombre	Autor	Objetivo
Síntesis del sector Turismo en Barrancabermeja	Cámara de Comercio de Barrancabermeja	Generar herramientas para, a través del turismo, aportar a la reactivación económica del Municipio
Mapeo de potencialidades de Barrancabermeja y prospectiva sectorial Prospectiva del sector turístico	Cluster Development	Mostrar las características y datos principales y de acuerdo a esto se plantean los principales retos y oportunidades del sector turístico.
Propuesta para la Gestión de Productos Turísticos Competitivos	Centro de Estudios Regionales del Magdalena Medio (CER)	Identificar los productos turísticos potenciales de desarrollo del sector turístico en el municipio de Barrancabermeja.
Estudio de identificación de sectores estratégicos en la generación rápida de empleo y encadenamientos productivos.	Centro de Estudios Regionales del Magdalena Medio (CER)	Mostrar la importancia del turismo como sector emergente que genera encadenamientos productivos.
Perfil competitivo de la industria de hoteles y restaurantes de Barrancabermeja	Cámara de Comercio de Barrancabermeja	Describir el perfil competitivo de los prestadores de servicios del municipio para contar con una línea de base para la identificación de acciones encaminadas a fortalecer el sector
Magdalena Travesía Mágica	Recovecos Turismo	Diseñar un producto turístico alrededor del río Magdalena para municipios de departamentos entre los que se encuentra Barrancabermeja en Santander

Tabla 15: Otros documentos consultados. 2018 (Elaboración propia)

2.2.4. Inversión para el desarrollo turístico



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Para el desarrollo turístico del sector, desde el año 2012 al 2018 la mayor inversión en Barrancabermeja vino del Estado.

Se presenta a continuación una relación de los proyectos ejecutados y en curso con recursos FONTUR en Santander y se señalan aquellos en los que se incluye al municipio.

56

	Línea	Nombre del proyecto	Santander	Incluye Barrancabermeja	
Competitividad	Competitivo desde las regiones	Actualización del inventario turístico de los municipios que conforman los 12 corredores turísticos	\$ 210.817.228	X	
		Guiones temáticos, descriptivos e interpretativos a partir de los productos de alto valor de los 12 corredores turísticos	\$ 39.751.024	X	
		Plan de desarrollo turístico de Barrancabermeja	\$ 160.000.000	X	
		Proyecto de Apoyo de iniciativas para el impulso del turismo comunitario	\$ 28.846.153		
	Educativo y capacitado		Asistencia técnica de soporte y mejoramiento a 113 instituciones educativas que forman parte del programa Colegios Amigos del Turismo.	\$ 59.560.935	X
			Asistencia técnica a 72 instituciones educativas para que sean parte de la Red Colegios Amigos del Turismo y se adelante el inventario de instituciones de educación media relacionadas con el turismo	\$ 50.444.444	
			Asistencia técnica a 50 instituciones educativas para que sean parte de la Red Colegios Amigos del Turismo	\$ 30.793.050	
			Becas a la excelencia en turismo		
			Capacitación en Bilingüismo para Corredores Turísticos, III fase	\$ 62.970.000	
			Programa de formadores extranjeros para la enseñanza del inglés, II Fase	\$ 64.353.885	
			Programa de formadores extranjeros para la enseñanza del inglés, I Fase	\$ 109.090.309	
			Programa Nacional de Servicio al Cliente	\$ 61.057.340	
			Capacitación Cotelco 2018-2020 Fase I	\$ 51.407.581	



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

	Con calidad	Implementación de la norma NTS-TS-001-1 "Destino turístico - Área turística. Requisitos de sostenibilidad"	\$ 320.000.000	
		Certificación y mantenimiento de la certificación bajo la NTS-TS-001-1 en cinco destinos turísticos pertenecientes a los doce corredores turísticos	\$ 51.676.099	
		Apoyo a la implementación de las NTS de turismo de aventura en 150 agencias de viajes que operan actividades de turismo de aventura en Colombia, en una de las NTS de Turismo de Aventura que le aplique	\$ 149.595.130	
		Apoyo a 200 guías de turismo en la implementación de nueve NTS de GT (NTS GT005, 006, 007, 008, 009, 010, 011, 012 y 013)	\$ 16.380.000	
		Sub total	\$ 1.466.743.178	
Infraestructura	Con más infraestructura	Fase II Centro de Convenciones de Bucaramanga (Neomundo)	\$ 40.000.000.000	
		Estudios y diseños del parque temático lineal y el monumento alusivo a la Batalla del Pientá en el Municipio de Charalá	\$ 504.402.239	
		Construcción Alameda de Las Nieves, Girón	\$ 5.091.841.479	
		Diseño arquitectónico de La Casona de San Gil	\$ 680.000.000	
		- Señalización Red de Pueblos Patrimonio (Fase II) del Municipio: El Socorro	\$ 56.000.000	
		Centro de Convenciones, Eventos y Ferias, Barrancabermeja	\$ 2.635.393.757	X
		Señalización Red Pueblos Patrimonio (Fase I)	\$ 80.000.000	
		Reconstrucción del Teatro Santander de Bucaramanga	\$ 3.325.000.000	
		Restauración II Fase de los Caminos de Lengerke de los Municipios de Barichara - Cabrera	\$ 2.320.000.000	
		Estudios y diseños de la alameda de Las Nieves de San Juan Girón	\$ 465.000.000	

57



		Mejoramiento y adecuación parque El Gallineral de San Gil	\$ 5.251.000.000	
		Restauración I Fase de los Caminos de Lengerke de los Municipios de Barichara – Zapatoca	\$ 710.000.000	
		Obras de reconstrucción del muelle de embarque de canotaje de San Gil	\$ 140.000.000	
		Obras de recuperación del Punto de Información Turística de Barichara	\$ 392.000.000	
		Construcción del sendero ecológico a orillas de la quebrada Curifí, Parque del Fique	\$ 384.000.000	
		Desembarcadero para canotaje en el malecón turístico sobre el río Fonce en el Municipio de San Gil	\$ 255.942.540	
		Sub total	\$ 62.290.580.015	
Promoción	Promoción	Plan de Promoción Turística para Bucaramanga 2014	\$ 175.455.547	
		Pueblos Patrimonio	1.650.450.462	
		Vitrina Turística de Anato 2018	\$ 59.569.000	X
		Vitrina Turística 2017-2014 (Aproximado)	\$ 200.000.000	X
		Sub total	\$ 1.910.019.462	
		TOTAL	\$ 65.667.342.655	

Tabla 16: Inversión para el desarrollo turístico. (Datos tomados de: MINCIT⁵⁰) (Elaboración propia)

Como se puede observar, la línea a la que se ha destinado el mayor número de proyectos, está relacionada con la apuesta de hacer más competitivo el destino. El 30% de lo que se ha definido en inversión para el departamento incluye al Municipio de Barrancabermeja.

En la línea de infraestructura, el Centro de Eventos y Convenciones de Barrancabermeja, es uno de los proyectos de mayor envergadura en el departamento, después de la inversión establecida para el Centro de Convenciones de la ciudad de Bucaramanga.

En el área de promoción, los esfuerzos se han concentrado en los pueblos patrimonio y en los principales atractivos del departamento. Las acciones adelantadas para financiar la participación en ferias como ANATO, se ha convertido también en un apoyo para el municipio

⁵⁰ MINCIT – Grupo de Corredores Turísticos. "Informe Santander". Diciembre de 2018



✓ Inversión Municipal

El desarrollo del sector turístico desde la Alcaldía Municipal no aparece como una línea prioritaria en la destinación de recursos.

Los programas para el fortalecimiento se enmarcan en el Plan de Desarrollo Municipal dentro del programa "Destino Barrancabermeja" cuyo objetivo es: Posicionar a Barrancabermeja como destino turístico sostenible y sustentable reconocido en los mercados regionales, nacionales e internacionales por su diversidad natural y cultural con oferta altamente competitiva que incluya el ecoturismo, agroturismo, gastronomía, ferias, fiestas, eventos y el legado del patrimonio etnocultural, como potenciador del desarrollo regional y constructor de paz.

En los años 2017 y 2018 se han destinado alrededor de 200.000.000 de pesos invertidos en actividades de promoción y en la contrapartida de 40.000.000 de pesos para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de Barrancabermeja⁵¹.

Para el año 2019⁵², el programa tiene prevista la actividad: Proyecto Fortalecimiento y Apoyo al sector turístico del Municipio de Barrancabermeja, Santander, Centro Oriente, y hay prevista una destinación de 437.000.000 de pesos que se infiere pueda ser utilizada para avanzar en la implementación del Plan de Desarrollo Turístico.

Proyecto Fortalecimiento y Apoyo al Sector Turístico del Municipio de Barrancabermeja, Santander, Centro Oriente	Recursos Propios	General	437.000.000,00
--	------------------	---------	----------------

Imagen B: inversión municipal (Tomada de: Decreto 547, Alcaldía de Barrancabermeja)

Resulta relevantes destacar también que el presupuesto del Municipio, comprende adicionalmente los recursos de lo que han denominado: Programa de gestión y conservación de los ecosistemas naturales por 18.316.284.571,18

El objetivo del programa es garantizar la sostenibilidad y conservación de los Ecosistemas Naturales, durante el cuatrienio en el Municipio de Barrancabermeja conservando el patrimonio etnocultural y la territorialidad ancestral y/o asentamiento comunitario.

Si bien esta destinación no está directamente relacionada con la actividad turística puede contribuir al alistamiento de los atractivos del destino, en especial:

⁵¹ Información recolectada en entrevistas con la Secretaría de Hacienda del Municipio y la Secretaría de Desarrollo Económico

⁵² ALCALDÍA MUNICIPAL, Decreto 547 por medio del cual se dicta el decreto de liquidación del presupuesto general de rentas y gastos del municipio de Barrancabermeja para la vigencia fiscal del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Restauración de las funciones hidráulicas de las ciénagas la Cira y Juan Esteban en el municipio de Barrancabermeja	SGP Ribereños	SGP	537.589.305,00
Restauración de las funciones hidráulicas de las ciénagas la Cira y Juan Esteban en el municipio de Barrancabermeja	Rendimientos Financieros SGP- Ribereños	SGP	41.839.928,00
Restauración de las funciones hidráulicas de las ciénagas la Cira y Juan Esteban en el municipio de Barrancabermeja	Ribereños Recursos del Balance	SGP	250.000.000,00

Imagen 9: Inversión municipal 2(Tomada de: Decreto 547, Alcaldía de Barrancabermeja)

Finalmente, a través del programa Identidad Cultural se definió la asignación de 11.771.253.656,94 de pesos. El objetivo es apoyar, estimular y fortalecer las expresiones artísticas, culturales del municipio de Barrancabermeja, teniendo en cuenta el enfoque diferencial y etno-cultural.

Aunque las actividades se centran en la realización de eventos, como se puede ver en la siguiente tabla, también se tienen en cuenta acciones para el fortalecimiento y la conservación de patrimonio y la identidad cultural.

Estas acciones sin duda aportan a la construcción y consolidación de un destino que tiene en la riqueza cultural uno de sus principales activos.

Proyecto Apoyo De Eventos, Expresiones Artísticas Y Culturales En El Municipio De Barrancabermeja, Santander Centro Oriente	SGP P.G Cultura	SGP	50.000.000,00
Proyecto Apoyo De Eventos, Expresiones Artísticas Y Culturales En El Municipio De Barrancabermeja, Santander Centro Oriente	Estampilla Pro-Cultura	General	939.700.993,19
Proyecto Apoyo De Eventos, Expresiones Artísticas Y Culturales En El Municipio De Barrancabermeja, Santander Centro Oriente	Rendimientos financieros SGP Cultura Recursos del balance	SGP	7.574.536,00
Proyecto Apoyo De Eventos, Expresiones Artísticas Y Culturales En El Municipio De Barrancabermeja, Santander Centro Oriente	SGP Cultura Recursos del balance	SGP	57.120.466,00
Proyecto Apoyo De Eventos, Expresiones Artísticas Y Culturales En El Municipio De Barrancabermeja, Santander Centro Oriente	Rendimientos Financieros SGP- Cultura	SGP	4.882.928,96
Proyecto Apoyo De Eventos, Expresiones Artísticas Y Culturales En El Municipio De Barrancabermeja, Santander Centro Oriente(Seguridad Social del creador y gestor (10%) Acuerdo 016/12)	Estampilla Pro-Cultura	General	328.770.599,89
Proyecto Apoyo De Eventos, Expresiones Artísticas Y Culturales En El Municipio De Barrancabermeja, Santander Centro Oriente(Seguridad Social del creador y gestor (10%) Acuerdo 016/12)	Estampilla Pro-Cultura - Recursos del Balance	General	3.410.717.198,72

Imagen 10: inversión municipal 3(Tomada de: Decreto 547, Alcaldía de Barrancabermeja)



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Apoyo al Programa de Identidad y Conservación del Patrimonio Cultural y Bienes de Interés Cultural del Municipio de Barrancabermeja	SGP P.G Cultura	SGP	250.000.000,00
Apoyo al Programa de Identidad y Conservación del Patrimonio Cultural y Bienes de Interés Cultural del Municipio de Barrancabermeja	Estampilla Pro-Cultura	General	150.000.000,00
Fortalecimiento del Patrimonio de Barrancabermeja Santander	Estampilla Pro-Cultura	General	120.000.000,00

Imagen 11: inversión municipal 4 (Tomada de: Decreto 547, Alcaldía de Barrancabermeja)

✓ **Inversiones proyectadas**

En el año 2015, se hizo en la ciudad de Barrancabermeja un ejercicio de planeación en el marco del Programa: "Ciudades Emblemáticas"⁵³; en él, con base en el estado del arte del municipio y los objetivos de desarrollo planteados, se definieron por un lado proyectos integrales urbanos y por otro, acciones transversales para el cumplimiento de los objetivos.

Las inversiones propuestas que podrían impactar el desarrollo del turismo en la ciudad se sintetizan en el siguiente cuadro:

Plan de Acción	
Proyectos	
Proyecto 1:	Distrito del Malecón
Acciones	PreInversión/Inversión
Formulación y adopción del Plan Parcial de Renovación Urbana Centro Histórico	PreInversión: \$300.000.000 COP
Proyecto Malecón río Grande La Magdalena	Inversión: \$150.000.000.000 COP
Formulación de un Plan de Estacionamientos	PreInversión: \$150.000.000 COP Inversión: \$4.000.000.000 COP
Parque lineal a través de la orilla Norte y Este de la ciénaga de Miramar	PreInversión: \$500.000.000 COP Inversión: \$3.700.000.000 COP
Proyecto 5:	Recuperación de humedales
Acciones claves	PreInversión/Inversión
Conservación y protección del humedal San Silvestre	Inversión: \$2.000.000.000
Delimitación, Recuperación y Conservación de los humedales El Llanito, Palotal, Miramar, Juan Esteban, Opón, San Rafael de Chucurí y humedal El Castillo.	PreInversión: \$1.600.000.000 COP Inversión: \$6.600.000.000 COP

⁵³ FINDEITER. "Plan de Acción Barrancabermeja". Colombia 2015



Líneas estratégicas	
Línea:	Competitividad
Acción clave	Consolidación del clúster estratégico
Acciones	PreInversión/Inversión
Consolidación de una entidad encargada de dirigir toda la oferta turística de la ciudad.	Inversión: \$200.000.000 COP
Mapeo del sector turístico del Municipio.	Inversión: \$200.000.000 COP
Elaboración del Plan Zonal del Cúster Turístico	Preinversión: \$250.000.000 COP Inversión: Por definir
Desarrollo de estrategias de promoción del turismo	Preinversión: \$150.000.000 COP Inversión: Por definir

Tabla 17: Inversión del PDA, 2018 (Elaboración propia)

Es necesario mencionar que no se identificó disponibilidad presupuestal para la ejecución de estas iniciativas en el corto plazo

✓ Inversión privada

En cuanto a la inversión privada, la información más precisa se obtiene de datos que ha trabajado la Cámara de Comercio de Barrancabermeja.

En un estudio de prospectiva que hizo sobre el sector, resalta el crecimiento positivo del 7,8% entre los años 2015 y 2016, después de una caída importante del 70% entre los años 2013 y 2015 que también se vio reflejada en el resto de los sectores económicos de la ciudad.

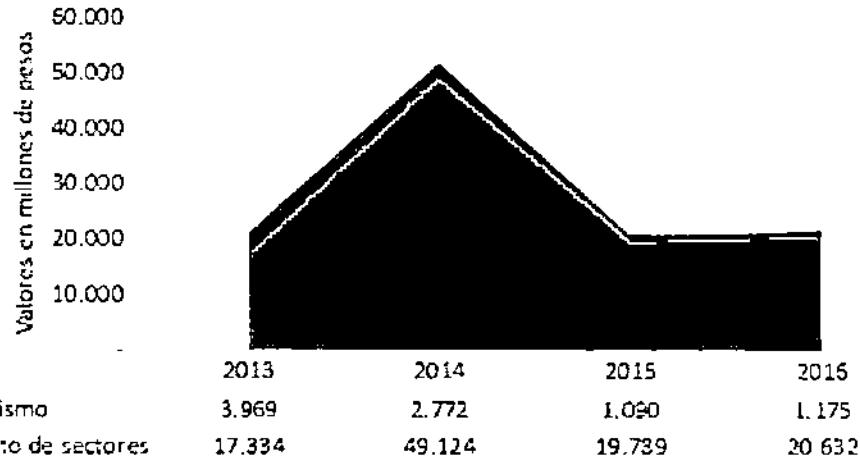


Imagen 12: Inversión privada (Tomada de: Síntesis del sector turismo – Cámara de Comercio de Barrancabermeja⁵⁴)

2.3. El turismo desde la oferta y la demanda

Este componente del diagnóstico aborda una caracterización de la situación actual del sistema turístico desde la óptica de la oferta, la demanda y analiza los actores directamente involucrados en el sector que propenden por su desarrollo y fortalecimiento.

Para la revisión de la oferta, se parte del concepto de cadena de valor que, bajo el parámetro de la realización de un viaje, permite tener una visión integral del funcionamiento del sector. Para su caracterización, se tuvo en cuenta el estudio de documentos secundarios, visitas de valoración técnica, la realización de entrevistas y la aplicación de encuestas a prestadores de servicios, así como el recaudo de información en talleres con los actores del sector. En este aparte se incluye la elaboración de inventarios turísticos siguiendo la metodología aportada por el Viceministerio de Turismo.

Para la demanda, se identifican las estadísticas del comportamiento nacional, regional y local y su relación con las motivaciones, intereses y tendencias de viaje; su análisis parte de los datos recaudados en fuentes secundarias, la aplicación de encuestas al mercado actual y la relación con las tendencias nacionales e internacionales expuestas en estudios técnicos del sector.

Se presentará también un mapa de actores que se trabajó con los resultados obtenidos en talleres con la comunidad, el trabajo en campo y las entrevistas realizadas.

A continuación, los principales hallazgos:

⁵⁴ CENTRO DE ESTUDIOS, INVESTIGACIONES Y PROYECTOS PARA LA COMPETITIVIDAD DE BARRANCABERMEJA. "Síntesis del sector turismo". Barrancabermeja, 2017. Pp 10



2.3.1. Desde la oferta - Cadena de valor del sector turístico

La cadena de valor integra 6 variables que permiten sintetizar el proceso de viaje

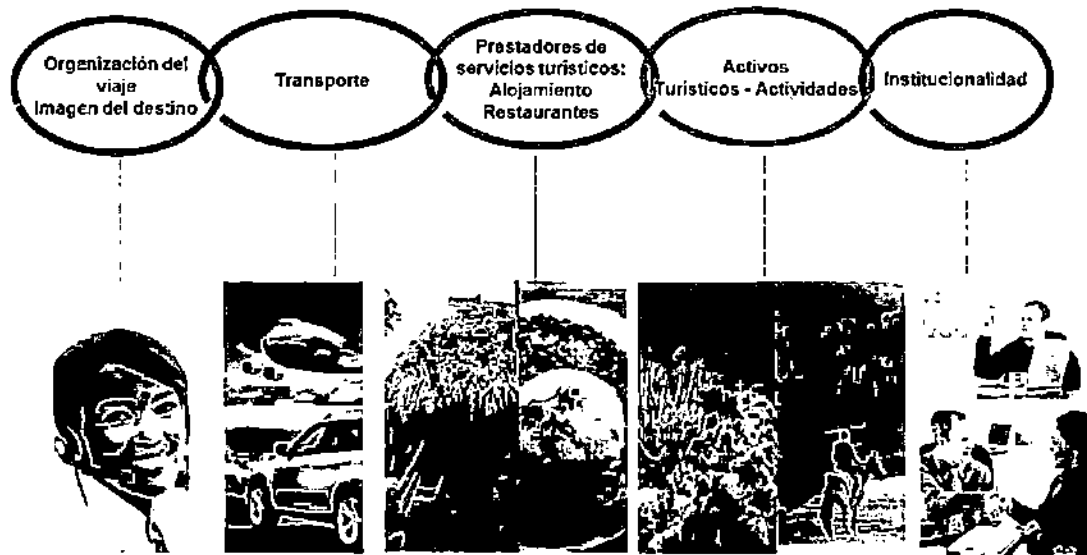


Imagen 13: Eslabones de la cadena de valor, AviaExport y T&L

Cada uno de los eslabones de la cadena de valor turística se estudia en detalle. El proceso de análisis se hizo partiendo de la revisión de fuentes secundarias y se complementó con el trabajo de campo, los talleres y las entrevistas realizadas por el equipo consultor.

El estudio de fuentes secundarias consideró:

- Revisión de documentos de planificación territorial (planes, programas y estrategias).
- Revisión de bases de datos facilitadas por las entidades de registro (Cámaras de Comercio y Ministerio de Comercio Industria y Turismo)
- Revisión de guías de viaje internacional y oficiales nacionales pertinentes para el área de estudio
- Revisión de herramientas de búsqueda y reserva en internet.

El trabajo de campo realizado por el equipo tuvo en cuenta tres actividades:

- Aplicación de la guía de observación de destino para el análisis de la percepción preliminar, expuesta en el Anexo 1.
- Realización de entrevistas semi-estructuradas a actores representativos del sector.
- Aplicación de 140 encuestas y diálogo directo con prestadores de servicios turísticos. Aplicación de 166 encuesta y diálogo directo con visitantes en el área de estudio. Observación directa de la dinámica turística del sector y visita técnica a los principales atractivos turísticos de la zona de estudio, que resulta en el diligenciamiento de las fichas de observación de destino y en la



elaboración del inventario turístico siguiendo la metodología del Viceministerio de Turismo.

En el desarrollo de cada apartado se traerá a colación los elementos que se consideren pertinentes respecto al trabajo realizado y presentará en su cierre un análisis de debilidades y fortalezas por eslabón.

La imagen del destino, el acceso y transporte, servicios complementarios y de soporte se evalúan desde dos perspectivas: La oferta existente y la percepción de calidad percibida por los visitantes al destino⁵⁵.

Para el análisis de atractivos, se referencia lo identificado en fuentes secundarias (guías del destino, inventario turístico oficial, páginas web de municipios) y la visita técnica del equipo consultor.

Con respecto al eslabón de institucionalidad, se relacionan los resultados del trabajo en campo, entrevistas, así como las principales consideraciones frente al taller de los actores en el sector.

2.3.1.1. Imagen y organización del viaje

Este eslabón hace referencia a la capacidad que tiene el destino para facilitar la consecución de información y las herramientas para organizar su viaje. Tiene en cuenta el posicionamiento del destino, la presencia web, el uso de herramientas de reserva, presencia en canales comerciales y las facilidades de información turística en el destino.

El posicionamiento relaciona la imagen promocionada y/o percibida del territorio y su grado de reconocimiento como destino turístico. Para poder tener un acercamiento, el equipo consultor evaluó:

- Presencia en guías de viaje internacional
- Presencia en catálogos internacionales de viajeros
- Presencia en guía oficial de Colombia y las departamentales
- Presencia en buscadores y herramientas de reserva
- Presencia en ofertas de agencias mayoristas nacionales
- Facilidad de acceso a información en el destino

Para conocer la información que sobre el destino se encuentra disponible en el mercado para que los turistas organicen y desarrollen su visita en Barrancabermeja, se realizó el análisis de las siguientes fuentes:

⁵⁵ Para establecer un parámetro de percepción, se aplicaron 166 encuestas a visitantes del destino entre los meses de noviembre y diciembre de 2018.



2.3.1.2.2. 2.3.1.1.1. Ferias nacionales de turismo

El equipo consultor, visitó la principal feria de promoción del país, la Vitrina Turística de ANATO en la ciudad de Bogotá en febrero del 2018 y Colombia Travel Expo, realizada por COTELCO en la ciudad de Medellín en septiembre de 2018. En ellas se recopiló el material disponible con el que se presentaron los diferentes departamentos y municipios del país.

Se revisó también la información disponible en la feria de ANATO en su versión del 2014 para garantizar el mantenimiento en el tiempo de la promoción del destino.

En el caso de Barrancabermeja no se identificó promoción en el 2014, mientras en el 2018 se identificó una agencia con oferta para el municipio.

Año 2018	
Prestador - Oferente	Atractivos/Producto
Cosmos tours – Agencia de viajes y turismo (Operadora de Santander)	La capital petrolera de Colombia es el puerto más importante sobre el Magdalena Medio y posee numerosos atractivos como el Cristo Petrolero, una de las refinerías más grande de Colombia y el Museo del Petróleo.

Tabla 18: oferta de Barrancabermeja en ANATO 2018, 2018 (Elaboración propia)

En Colombia Travel Expo 2018 no se encontró oferta relacionada con el municipio.

2.3.1.2.3.

2.3.1.2.4. 2.3.1.1.2. Agencias de viajes

Se hizo una revisión de la información disponible de un grupo importante de agencias de viajes mayoristas internacionales, nacionales y agencias de viajes locales del municipio:

▪ Mayoristas Internacionales

Mayoristas Internacionales			
Nombre de la Agencia	Número de paquetes ofertados hacia Colombia	Destinos nacionales incluidos en paquetes vendidos por mayoristas	Municipios de Santander incluidos en la oferta de la agencia
Travel viajes México Fuente: (http://travelviajes.com.mx/)	16	Cali	La agencia dentro de su portafolio de servicios no presenta ninguna oferta del
		Medellín	
		Cartagena	
		Bogotá	



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

		Eje cafetero	Departamento de Santander
		Santa Marta (Tayrona)	
		San Andrés	
		Barú	
Panamericana de Turismo Chile Fuente (http://www.panamericanaaturismo.cl/Destinos/?/Buscador/Sudamerica/)	3	Bogotá	La agencia dentro de su portafolio de servicios no presenta ninguna oferta del Departamento de Santander
		Cartagena	
		Barú	
		San Andrés	
Travel Shop México Fuente: (http://www.travelshop.com.mx/)	15	Medellín	La agencia dentro de su portafolio de servicios no presenta ninguna oferta del Departamento de Santander
		Cartagena	
		San Andrés	
		Bogotá	
		Barranquilla	
		Santa Marta	
		Cali	
		Bogotá	Barichara
		Cali	
		Zipaquirá	
		Cartagena	Bucaramanga
		Medellín	
		Islas del Rosario	
		Santa Marta	Socorro
		Bucaramanga	Pinchote
		Barichara	
		Socorro	Curiti
		Pinchote	
		San Gil	San Gil
		Curiti	
		Leticia	
		Cafío Cristales	
		Pereira	
		Cali	Barichara
		Cartagena	
		Santa Marta	
		Bogotá	
HDP Ecuador Fuente: (https://www.hdp.com.ec/)	8		



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

68

		Medellín	
		Barichara	
Condor Travel Perú Fuente: (https://www.condortravel.com/es)	15	Cartagena	Bucaramanga
		San Andrés	
		Medellín	
		Zona Cafetera	
		Santa Marta PNN Tayrona	
		Cali	
		Bucaramanga	
		Bogotá	
		Bogotá	
San Andrés			
Cartagena			
Santa Marta			
Medellín			
TUI España Fuente (https://es.tui.com/es/Viajes/Listado?DestinacionNumber=3&CountryNumber=76)	2	Bogotá	La agencia dentro de su portafolio de servicios no presenta ninguna oferta del Departamento de Santander
		Cartagena	
		Zipaquirá	
		Santa Marta	
		San Andrés	

Tabla 19: oferta mayoristas internacionales, 2018, (Elaboración propia)

Como se observa en el cuadro anterior, existen tres empresas, de las agencias de viajes mayoristas internacionales analizadas que cuenta con una oferta del Departamento de Santander, sin embargo, ninguna de ellas ofrece programas en el municipio de Barrancabermeja.

▪ **Mayoristas nacionales**

Mayoristas nacionales				
Nombre de la Agencia	Oferta por Departamento	Oferta por ciudad	Descripción oferta en municipios del Departamento de Santander	Descripción oferta en Barrancabermeja
L'Alianza	Sucre	Tolú y Coveñas	La oferta principal considera: Recorrido por Bucaramanga "Ciudad Bonita": principales parques, iglesias, museos, Zona Rosa	La agencia dentro de su portafolio de servicios no presenta ninguna oferta de Barrancabermeja
	Caldas, Risaralda y Quindío	Salento, Armenia y Pereira		
	Antioquia	Puerto Triunfo		



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

69

	Santander	Barichara y Bucaramanga		
	Bolívar	Cartagena		
	Meta	Puerto López, Acacías, Restrepo, San Martín, Guamal y Cumaral		
	Boyacá	Duitama, Sogamoso, Nobsa, Tibasosa, Topaga, Paipa, Monguí, Tunja, Ráquira, Villa Leyva y Chiquinquirá		
	Chocó	Nuquí y Capurganá		
	Amazonas	Leticia		
	Magdalena	Santa Marta		
	Valle del Cauca, Nariño y Cauca	Pasto, Ipiales, Cali y Popayán		
Universal de Turismo	Bolívar	Cartagena	Oferta conformada por 4 paquetes Paquete No 1 duración 4 días: • Visita a Floridablanca • Visita al Mercado campesino en La Mesa de los Santos • Visita y recorrido por Curtií "fábrica de artesanías en lique eco fibras" • Visitas y recorridos turísticos por Barichara y sus Iglesias Paquete No 2 duración 2 días: • City tour nocturno por Bucaramanga	La agencia dentro de su portafolio de servicios no presenta ninguna oferta de Barrancabermeja
	Sucre	Covenas		
	Caldas, Risaralda y Quindío	Armenia y Pereira		
	Magdalena	Santa Marta		
	Santander	Bucaramanga, San Gil, Barichara, Zapatoca, Socorro, Curtií y Pinchote		
	Amazonas	Leticia		



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

70

	Guajira	Cabo de la Vela	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a Girón • Visita a Floridablanca • Tour por el Chicamocha y La Mesa de Los Santos Paquete No 3 duración 4 días: • City tour por Bucaramanga • Visita a Girón • Visita a Floridablanca • Visita y recorrido por Curití "fábrica de artesanías en flaque eco fibras" • Visitas y recorridos turísticos por Barichara y sus iglesias Paquete No 4 duración 2 días • Tour a Barichara • Tour al Gallineral en San Gil • Tour a Curití y Pinchote • Tour al Valle de San José 	
Omnitour	Amazonas	Leticia	La oferta no está constituida por paquetes, en su lugar se presentan 12 actividades en los 4 destinos del Departamento <ul style="list-style-type: none"> • Canotaje en río Fonce • Caverna del Indio • Caverna de La Vaca • Tour por Barichara y Guane • Carrinata Juan Curí • Parapente en Curití • San Gil y Cañón del Chicamocha • City tour por Bucaramanga 	La agencia dentro de su portafolio de servicios no presenta ninguna oferta de Barrancabermeja
	Cauca	Popayán		
	Antioquia	Medellín		
	Tolima	Ibagué		
	Bolívar	Cartagena y Mompox		
	Eje Cafetero	Caldas, Risaralda y Quindío		
	Magdalena	Santa Marta		
	San Andrés	San Andrés y Providencia		
	Guajira	Riohacha		
	Boyacá	Paipa y Villa de Leyva		
	Valle del Cauca	Calí y Buga		
	Chocó	Bahía Solano y Capurganá		
	Santander	Barichara, Bucaramanga, Curití y San Gil		
Sucre	Coveñas			
Meta	Caño Cristales y Villavicencio			
All Reps	Amazonas	Leticia	La agencia dentro de su portafolio no incluye Santander	La agencia dentro de su portafolio de
	Cundinamarca	Bogotá		



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

71

	Boyacá	Chiquinquirá, Ráquira, Villa de Leyva, Nobsa, Monguí, Sogomoso, Tota, Iza, Tibasosa y Puente Boyacá		servicios no presenta ninguna oferta de Barrancabermeja
	Chocó	Bahía Solano y Nuquí		
	Meta	Caño Cristales		
	Bolívar	Cartagena		
	Sucre	Coveñas		
	Antioquia	Medellín		
	Nariño	Pasto		
	San Andrés	San Andrés y Providencia		
	Huila	San Agustín		
	Magdalena	Santa Marta		
	Valle del Cauca	Cali		
	Zona cafetera	Salento, Armenia y Pereira		
Viajes América	Quindío	Armenia	Oferta confirmada por 1 paquete Paquete No 1 duración 4 días: <ul style="list-style-type: none"> • Visita a Socorro • Barichara • Municipio de Paramo y caminata hasta el Santuario de la Virgen de la Salud • Canotaje por el río Fonce • Caminata a las Cascadas de Juan Curí • Parque Nacional del Chicamocha • Visita a Curití • Visita a Guadalupe 	La agencia dentro de su portafolio de servicios no presenta ninguna oferta de Barrancabermeja
	Boyacá	Chiquinquirá, Ráquira, Villa de Leyva y Paipa		
	Chocó	Capurganá		
	Guajira	Cabo de la Vela		
	Nariño	Pasto		
	Huila	Nelva - San Agustín		
	Antioquia	Medellín		
	Santander	San Gil		
	Caldas	Manizales		
	Meta	Villavicencio		
Sucre	Tolú - Coveñas			
Panameicana	Cundinamarca	Bogotá	La agencia dentro de su portafolio no incluye Santander	La agencia dentro de su portafolio de servicios no presenta ninguna oferta de Barrancabermeja
	Antioquia	Medellín		
	Valle del Cauca	Cali		
	Bolívar	Cartagena		
	Atlántico	Barranquilla		
	Boyacá	Villa de Leyva		
Magdalena	Santa Marta			



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Aviatur	Bolívar	Cartagena - Mompox	La oferta conformada por 6 paquetes	La agencia dentro de su portafolio de servicios no presenta ninguna oferta de Barrancabermeja
	Magdalena	Santa Marta	Paquete No 1 duración 3 días	
	Huila	Neiva - San Agustín	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a Girón Monumento Nacional, degustación de bebida exótica. • Visita a Floridablanca, degustación de oblea. • Recorrido nocturno por Bucaramanga. 	
	Guainía	Inírida	<ul style="list-style-type: none"> • Recorrido Cruzando El Cañón del Chicamocha • Visita al pueblito Mi Colombia Querida y Mercado Campesino en la Mesa de los Santos. • Recorrido por Bucaramanga 	
	San Andrés	San Andrés y Providencia	Paquete No 2 duración 4 días	
	Valle del Cauca	Cali	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a Girón Monumento Nacional y degustación de bebida exótica. • Visita a Floridablanca y degustación de típica oblea. • Recorrido nocturno por Bucaramanga. 	
	Amazonas	Leticia	<ul style="list-style-type: none"> • Recorrido Cruzando El Cañón del Chicamocha (Salida: 7:45 am Lobby del Hotel, Transporte permanente, Guía Turístico y Seguro de Viaje. • Visita al pueblito Mi Colombia Querida y Mercado Campesino en la Mesa de los Santos 	
	Atlántico	Barranquilla	<ul style="list-style-type: none"> • Visita e ingreso al Parque Natural El Gallineral. • Recorrido Turístico "LA CIUDAD LEVÍTICA" en Bucaramanga 	
	Casanare	Yopal	Paquete No 3 duración 6 días	
	Guajira	Cabo de la Vela	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a Girón Monumento Nacional y degustación de bebida exótica. • Recorrido Cruzando El Cañón del Chicamocha por la Estación "Plazuela". • Visita e ingreso al Parque Natural El Gallineral. • Visita y recorrido por Curiti. • Visitas y recorridos turísticos por Barichara y sus iglesias. • Recorrido Turístico por SOCORRO • Recorrido Turístico por PINCHOTE tierra de Antonia Santos 	
	Antioquia	Medellín		
	Quindío	Armenia		
	Boyacá	Paipa, Villa de Leyva y Tota		
	Tolima	Melgar, Honda		
	Cundinamarca	Bogotá, Tocancipá, Suesca, Tena, La Mesa, Fúquene, Cachipay, Neusa		
	Chocó	Nuquí, Capurganá y Bahía Solano		
	Sucre	Tolú - Coveñas		
	Meta	Villavicencio - La Macarena		
	Santander	Bucaramanga, Barichara San Gil		
Norte de Santander	Cúcuta			



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

73

		<ul style="list-style-type: none"> • Recorrido Turístico por VALLE DE SAN JOSÉ Paquete No 4 duración 6 días • Visita a Girón Monumento Nacional y degustación de bebida exótica. • Visita a Floridablanca y degustación de típica oblea. • Recorrido Cruzando El Cañón del Chicamocha • Visita al pueblito Mi Colombia Querida y Mercado Campesino en la Mesa de los Santos • Visita e ingreso al Parque Natural El Gallineral. • Visita y recorrido por Curití. • Visitas y recorridos turísticos por Barichara y sus iglesias. • Recorrido Turístico por Socorro • Recorrido Turístico por Pinchote tierra de Antonia Santos • Recorrido Turístico por Valle de San José • Visita al "Mirador Guane". • Visita al "Campo Santo y Tumba De Geo Von Lengerke". • Visita a la "Cueva del Nitro". Paquete No 5 duración 2 días • Recorrido Cruzando El Cañón del Chicamocha • Visita al pueblito Mi Colombia Querida y Mercado Campesino en la Mesa de los Santos • Visita e ingreso al Parque Natural El Gallineral. • Visita y recorrido por Curití. Paquete No 6 duración 2 días • Recorrido por Girón, Floridablanca y Bucaramanga • Visita a Girón Monumento Nacional, degustación de bebida exótica. • Visita a Floridablanca, degustación de típica oblea. • Recorrido nocturno por Bucaramanga. • Recorrido Cruzando El Cañón del Chicamocha • Visita al pueblito Mi Colombia Querida y Mercado Campesino en la Mesa de los Santos. 	
--	--	--	--



Tabla 20: Oferta mayoristas nacionales, 2018. (Elaboración propia)

En las agencias de viajes mayoristas nacionales analizadas, existen cinco que cuenta con una oferta del Departamento de Santander, pero al igual que las mayoristas internacionales, ninguna cuenta con oferta del municipio de Barrancabermeja. No obstante, es importante resaltar que las agencias consultadas están en capacidad de coordinar la prestación de servicios turísticos en el Municipio como respuesta a demanda específica.



Agencias de viajes locales

74

Agencia	Oferta
<p style="text-align: center;">Turismo tropical</p> 	<p>Las agencias identificadas con oferta en el municipio trabajan en el marco de ASOAVIBA (Asociación de Agencias de Viajes y Turismo de Barrancabermeja):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ City Tour Río Grande de la Magdalena: <ul style="list-style-type: none"> - Historia del Río Magdalena (transporte en lancha) - Refrigerio gastronómico - Tour mi Barrancabermeja - Almuerzo típico – El Llanito - Hidratación - Seguro de viaje - Guía <p>Valor: \$70.000 x persona</p>
<p style="text-align: center;">Global Tour</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pasadía Latoca del Magdalena <ul style="list-style-type: none"> - Tour mi Barrancabermeja - Refrigerio gastronómico - Visita al Museo del Petróleo - Club de Golf - Piscina - Hidratación - Almuerzo típico - Seguro de viaje - Guía <p>Valor: \$75.000 x persona</p>



75



<p>Funny Days</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pasadía El Mohán – Corregimiento El Llanito - Paseo por el río hasta el Llanito en lancha (historia de la industria a orillas del Río Magdalena) - Cultura de avistamiento de aves - Refrigerio gastronómico - Almuerzo típico - Seguro de viaje - Guía
<p>World Travel</p> 	

Tabla 21: Oferta de agencias de viajes locales. 2018 (Elaboración propia)

2.3.1.2.5.

2.3.1.2.6. 2.3.1.1.3. Presencia en guías turísticas

Como segundo ejercicio para el análisis de la imagen y la organización del destino, se realizó la revisión de guías turísticas oficiales a nivel nacional y las principales internacionales, con el objetivo de conocer la información disponible del municipio, las guías y resultados encontrados se explican a continuación:

▪ **Guías virtuales**

Colombia.travel, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Procolombia



Resultados:

Guías virtuales	
Fecha de consulta	10/2018
	Colombia.travel
Guía	
Oferta de atractivos/actividades	Visita el Museo Nacional del Petróleo: los visitantes pueden conocer los procesos de extracción, tratamiento y distribución del petróleo. Allí, se exhiben cerca de 450 piezas, entre ellas fotografías y mapas, que ayudan a explicar los fundamentos de esta industria.

Tabla 22: oferta de actividades y atractivos en guías virtuales, 2018 (Elaboración propia)

▪ **Guías internacionales**

Como parte de la investigación se consultaron las siguientes publicaciones por el nivel de influencia que ejercen sobre los viajeros:

Guía Turística Moon, realizada por Avalon Travel un miembro de Perseus Books Group, 2015.

Guía Turística National Geographic Traveler, publicada por National Geographic Society, 2016.

Guía Turística Rough Guide, realizada por Daniel Jacobs y Stephen Keeling, 2015.

Guía Turística Lonely Planet Colombia, Alex Egerton, Tom Masters, Kevin Raub; 2015.

Resultado:

Dentro de la búsqueda de información en las guías internacionales analizadas no se encontró información acerca del municipio de Barrancabermeja.

- **Guías nacionales:**

En el nivel nacional, se revisaron las siguientes publicaciones:

- Guía Turística de Colombia, realizada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el año 2015.
- Guía de Turismo de Naturaleza, realizada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el año 2009.
- Guía de Turismo Termal, realizada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y FONTUR en el año 2010.
- Guía de Turismo Religioso, realizada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y FONTUR.

77

Resultados

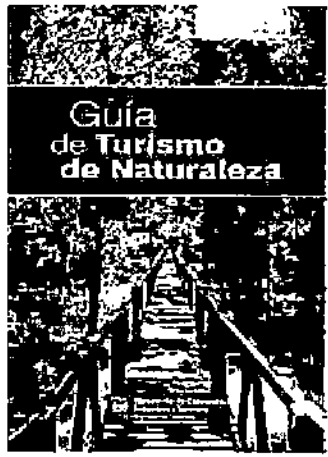
Guías nacionales	
Fecha de consulta	10/2018
Guía	Guía de Turismo de Naturaleza
	
Oferta de atractivos/actividades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ciénaga de El Llanito ▪ Ciénaga El Opón ▪ Ciénaga El Tigre ▪ Ciénaga San Silvestre ▪ Río Magdalena ▪ Río Opón ▪ Río Sogamoso ▪ Museo Nacional del Petróleo ▪ Complejo Industrial – Ecopetrol ▪ Paseo Yuma

Tabla 23: oferta de actividades y atractivos en guías nacionales, 2018 (Elaboración propia)



Guías departamentales

Guía Turística de Santander, realizada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

78


Guías departamentales	
Fecha de consulta	10/2018
	Guía turística de Santander
Guía	
Oferta de atractivos/actividades	Naturaleza: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ciénaga San Silvestre ▪ Ciénaga de El Llanito
	Cultura: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Refinería de Ecopetrol ▪ Malecón del Cristo Petrolero ▪ Museo Nacional del Petróleo ▪ Paseo Yuma, Paseo de la Cultura ▪ Haciendas bufaleras
	Festividades y eventos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Festival de Bandas y Acordeones del Río Grande de la Magdalena ▪ Festival de Tamboras ▪ Festival de Bandas y Bollo ▪ Reinado Nacional del Petróleo ▪ Festival Vallenato
	Ruta 03: Bucaramanga - Girón - Lebrija - Barrancabermeja

Tabla 24: Oferta de actividades y atractivos en guías departamentales, 2018 (Elaboración propia)



Como se puede observar, al destino se hace referencia en publicaciones del orden nacional y departamental en las que se destacan los atractivos de naturaleza alrededor de las ciénagas, y los relacionados con la industria petrolera como principales motivadores de visitantes al destino.

2.3.1.2.7. 2.3.1.1.4. Presencia en buscadores y herramientas de reserva

Para poder tener un panorama integral de los hallazgos en internet frente a la oferta del destino y el posicionamiento, se hace una búsqueda a tres niveles: 1. se identificaron las motivaciones de búsqueda en que aparece la palabra Barrancabermeja, 2. aquellas relacionadas con turismo, y 3. las que se centran en los principales atractivos de la zona en especial El Cristo Petrolero, El Museo del Petróleo, La Ciénaga de San Silvestre y el Llanito.

Para hacerlo se usó la herramienta Google Trends, que permite identificar los temas más populares en el principal buscador de internet, así como las búsquedas relacionadas a las palabras claves consultadas.

De acuerdo con la herramienta utilizada, las consultas que involucran búsquedas del Municipio de Barrancabermeja se dan en:

Imagen 14: Mapa de destinos que consultan Barrancabermeja. (Tomada de: Google Trends)

Colombia es el país con el mayor número búsquedas principalmente desde los Departamento de Santander, seguido de Norte de Santander, Casanare, Cesar y Cauca.

Entre las personas que usaron el término Barrancabermeja para sus búsquedas, se identifica que también hicieron consultas sobre: Derrame petrolero Barrancabermeja y



Plan de Desarrollo Turística Barrancabermeja

algunas relacionadas con actividades que pueden relacionarse con turismo como: Cootramagdalena Barrancabermeja, Club Miramar, Hotel Elite Barrancabermeja.

Al hacer una indagación sobre el término "Turismo Barrancabermeja", el resultado que arroja se observa en la siguiente figura.

80

Turismo barrancabermeja + Comparar

Todo el mundo Últimos 12 meses Todas las categorías Búsqueda web

In eres a lo largo del tiempo

Tu búsqueda no tiene suficientes datos para mostrar resultados

Si quieres que aparezcan resultados en tu búsqueda, intenta con palabras más generales.

Imagen 15: Búsqueda turismo en Barrancabermeja, (Tomada de: Google Treds)

Esta imagen permite observar que, durante el 2018, el comportamiento de los usuarios de la web demostró interés casi nulo por inspirarse alrededor de las opciones de turismo en el municipio, pese a que, la frase "Turismo en Barrancabermeja", ofrece más de 8300 resultados y "Turismo Barrancabermeja" 1450 en el buscador.

Al incluir en el análisis el monumento al Cristo Petrolero, se identifica que el 100% de las búsquedas en 2018 se originaron en Colombia y; al interior del país, el 100% se hicieron desde el Departamento de Santander.

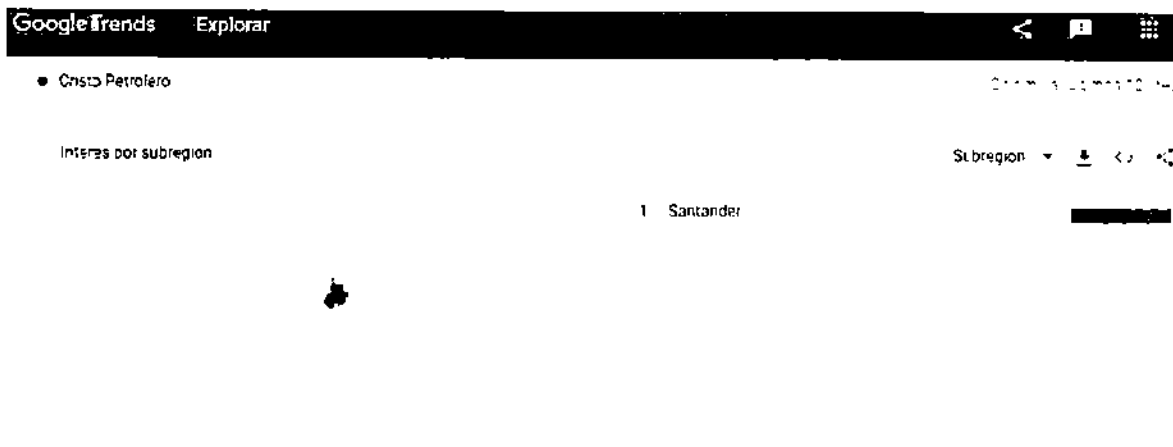


Imagen 16: Búsqueda Cristo Petrolero, (Tomada de: Google Treds)



El Museo Nacional del Petróleo, así como las Ciénagas de San Silvestre y el Llanito no presentan datos por ser insuficientes para mostrar resultados.

2.3.1.1.5. Facilidad acceso a información del destino

En el Municipio no se encontraron puntos de información, ni instrumento alguno para compartir lo que Barrancabermeja tiene para ofrecer. Los principales atractivos turísticos no se aprovechan para promover la riqueza del municipio y no se encontró ni en los hoteles, restaurantes o en el aeropuerto iniciativas para divulgar información.

Tampoco se identifica cuentas en redes sociales creadas para promover el turismo en la ciudad.

Al indagar entre los 166 visitantes que fueron entrevistados para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de Barrancabermeja frente a la percepción en el acceso a información del destino los resultados obtenidos fueron:

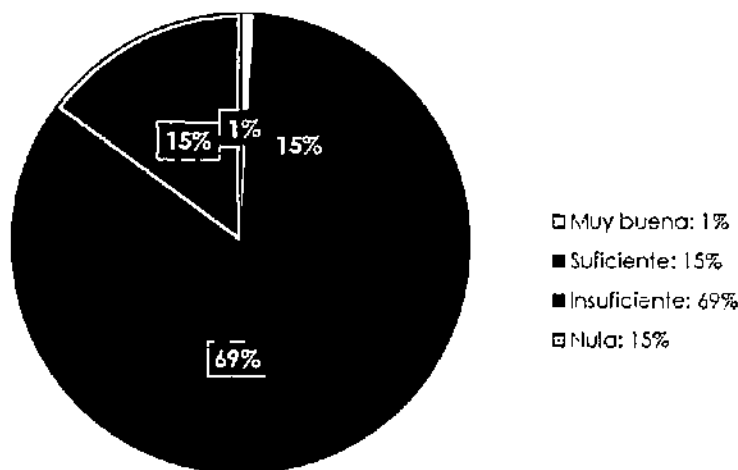


Gráfico 11: Información sobre los atractivos, 2018 (Elaboración propia)

El 69% de los encuestados considera que la información es insuficiente, el 15% cree que es nula, mientras que otro 15% la califica como suficiente y tan solo el 1% como muy buena.

Es importante señalar también, que se indagó a los visitantes del territorio frente a la fuente de información predominante para la realización del viaje. Los resultados obtenidos exponen que el 59% no tienen necesidad de acudir a ninguna fuente porque la empresa para la que trabaja se encarga de todo, el 26% acude a un amigo o familiar, el 14% lo hace a través de internet y el 1% con una agencia de viajes.



82

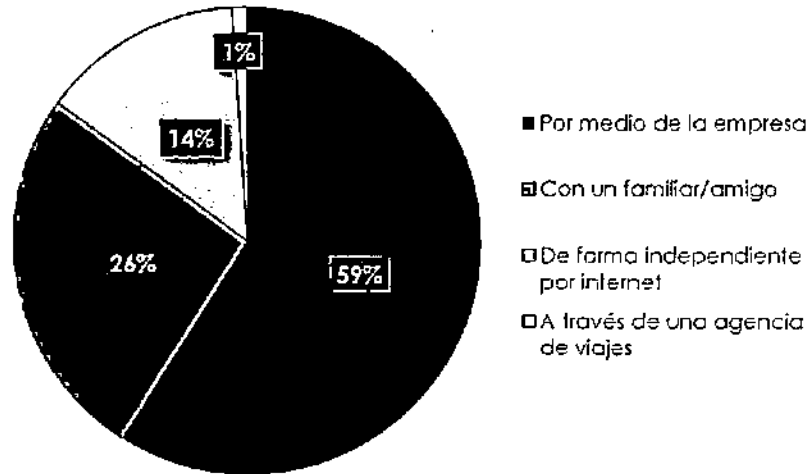


Gráfico 12: realización del viaje turistas encuestados, 2018 (Elaboración propia)

2.3.1.1.6. Percepción actores frente a la imagen del destino

Como resultado de los talleres comunitarios, en especial en un ejercicio de auto-observación realizado en pro de construir participativamente la visión turística del territorio, entrevistas semiestructuradas con actores del municipio y talleres participativos, en dónde manera directa e indirecta se indagó sobre tres preguntas, ¿Qué es Barrancabermeja? ¿Qué tiene Barrancabermeja? Y ¿Qué ofrece Barrancabermeja?, algunas de las respuestas dadas a estas interrogantes en la región se traen a consideración en el eslabón de imagen, pues es la forma en como los actores reconocen y quieren que sea su territorio turísticamente:

Barrancabermeja	
¿Qué es?	<ul style="list-style-type: none"> • Un territorio industrial en un entorno natural • Un municipio petrolero • Un municipio bañado por el río Magdalena • Una tierra pujante que contribuye de manera importante al desarrollo del Departamento y del país
¿Qué tiene?	<ul style="list-style-type: none"> • Riqueza hídrica, Ciénagas • Diversidad de flora y fauna, Cultura ribereña • Industria petrolera. Historia y actualidad • Refinería • Museo para conocer el proceso del petróleo • Cultura, música, vallenato • Infraestructura turística de calidad • Escenarios para la práctica de actividades deportivas
¿Qué ofrece?	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad, tranquilidad, paisaje natural, biodiversidad, diversidad de cultura, atractivos eco-turísticos, gastronomía • Oportunidad de conocer la historia, dinámica y usos del petróleo • Actividades en contacto con el agua • Avistamiento de flora y fauna

Tabla 25: Resultados taller participativo, 2018 (Elaboración propia)



En conversaciones con los actores del municipio, se resaltó constantemente la ausencia de una marca reconocida en el territorio como destino turístico y campañas promocionales estructuradas para llegar los diferentes segmentos de mercado. Si bien se habla del municipio como un Distrito Turístico, este concepto no se ha apropiado, ni compartido.

83

2.3.1.1.7. Percepción imagen de Barrancabermeja – Turistas

Entre las encuestas realizadas a los turistas en el Municipio, se hizo la siguiente pregunta: Si le proponen pasar vacaciones en Barrancabermeja ¿En qué es lo primero que piensa? Lo anterior con el fin de hacer una aproximación al imaginario que hay de la ciudad como destino turístico.

El mayor número de personas respondió con la palabra "Calor", el 16% mencionó la oferta gastronómica como su referencia en Barranca, un 13%, manifestó que no podía pensar en algo diferente al petróleo cuando le hablaban de Barrancabermeja, el 11% relacionó la ciudad con trabajo, 10% con amigos y familia y el 5% con el Río Magdalena

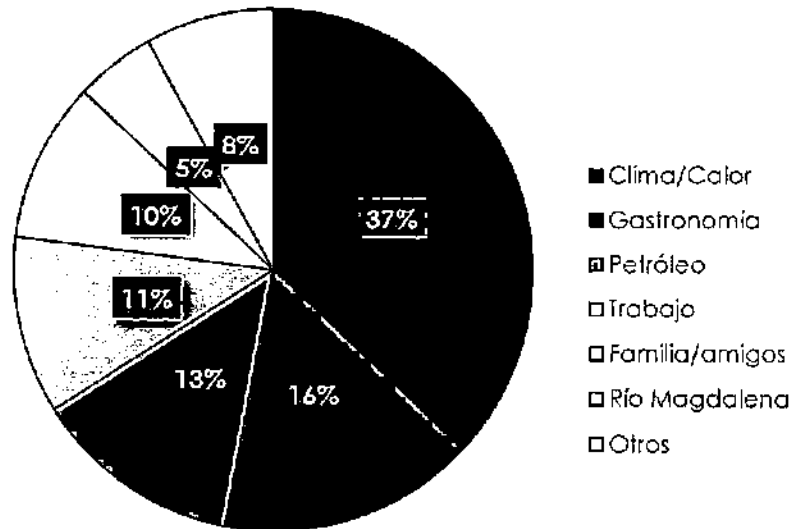


Gráfico 13: percepción sobre Barrancabermeja turistas encuestados, 2018 (Elaboración propia)

Para finalizar la encuesta, se hizo a los participantes la pregunta: ¿Recomendaría a sus amigos o familiares la ciudad de Barrancabermeja para hacer turismo?, a lo que el 66% declaró que no recomendaría a Barrancabermeja con conocidos/familiares/amigos, mientras que un 34% sí lo haría.



84

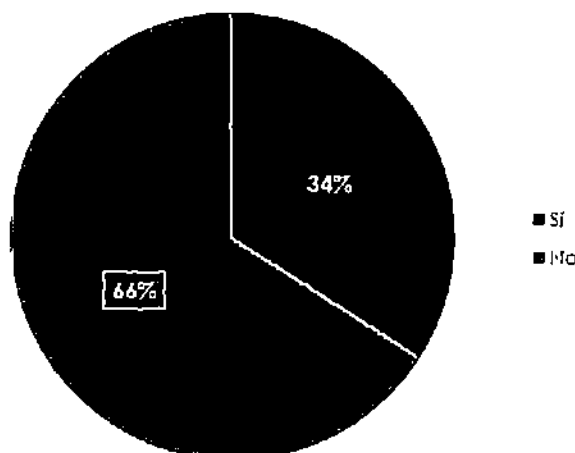


Gráfico 14: recomendaría a Barrancabermeja - turistas encuestados, 2018 (Elaboración propia)

2.3.1.1.8. Debilidades y fortalezas del eslabón

A continuación, se presenta los principales debilidades y fortalezas encontradas por equipo consultor; se recoge los resultados de la revisión documental, el ejercicio técnico del eslabón y se adicionan los elementos expuestos por los actores del sector tanto en entrevistas de campo, como en los talleres participativos.

Eslabón imagen y organización del viaje	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Existe un reconocimiento del municipio por el petróleo. - Identidad cultural (riveraña). – Nota: Esta no la identifican los terceros - Llegan al destino nacionales y extranjeros por temas laborales, principalmente relacionados a la industria petrolera - Esfuerzo de las entidades regionales por incluirlo en estrategias nacionales como la Ruta del Río Magdalena (Magdalena Travesía Mágica). - Esfuerzos por aprovechar espacios de promoción en eventos nacionales como ANATO, en donde participa como parte del Departamento de Santander. - Se identifican iniciativas dentro de la asociación de viajes del Municipio AVIVA, por tener a disposición oferta que permita disfrutar el destino. - Barrancabermeja hace parte de la información que se comparte a través de Colombia.travel 	<ul style="list-style-type: none"> - No existe un imaginario del municipio a nivel turístico. - No se cuenta con un sitio web para la promoción del municipio. - No se incluye en las principales webs de referencia turística - No se encuentra relacionado en las guías de viajeros internacionales como destino turístico - No se encuentra relacionado como destino turístico en la guía oficial de Colombia. - Las agencias de viaje mayoristas no incluyen el destino en su portafolio. Solo lo operan por solicitud específica de la demanda - Los terceros no perciben la industria petrolera en su relación con las posibilidades de turismo - Las búsquedas en internet del término "Turismo Barrancabermeja" son casi nulas - La búsqueda relacionada al término "Barrancabermeja", de mayor crecimiento es: Derrame Petrolero - La información turística en el municipio es deficiente, no se encuentra en los sitios más representativos



<ul style="list-style-type: none"> - La guía de turismo de naturaleza de Colombia referencia al municipio principalmente por su riqueza hídrica. - La guía departamental de turismo de Santander relaciona la oferta de atractivos y actividades que aprovechan la riqueza cultural y natural del municipio 	<ul style="list-style-type: none"> - No se identifica material promocional de Barrancabermeja - No hay punto de información turística - No se encontraron cuentas en redes sociales destinadas a dar a conocer la riqueza natural y cultural del municipio - Los turistas perciben que la información turística del municipio es nula o insuficiente - No hay una marca que aporte al imaginario turístico del destino.
---	--

Tabla 26: debilidades y fortalezas del eslabón imagen y organización del viaje, 2018 (Elaboración propia)

85

2.3.1.2. Acceso y transporte

En este eslabón de la cadena de valor del sector turístico, siguiendo la secuencia operativa del viaje, se caracteriza tanto la facilidad de acceso al destino (aérea, terrestre, fluvial) como las opciones de desplazamientos internos.

2.3.1.2.1. Terrestre:

En la ciudad hacen presencia empresas como Expreso Brasilia, Copetran y Omega, las cuales cuentan con rutas hacia los principales destinos como: Bucaramanga, Bogotá, Medellín, Cúcuta, Cartagena, Barranquilla, entre otros.

Desde el municipio de Bucaramanga existen cerca 7 empresas de transporte terrestre que operan la ruta Bucaramanga – Barrancabermeja, entre las que se encuentran: Copetran, CootransMagdalena, Cootaxi, Extra Rápido Los Motilones, Contra San Gil, Coopmotilón, Cotranal, entre otras. Que cuentan con rutas desde las 03:00 am hasta 08:00 pm con salidas cada hora y los precios van desde \$16.000 pesos.

Desde Bogotá, por la vía Honda – La Dorada – Puerto Boyacá desde la Terminal Salitre, existen cuatro empresas que cubren la ruta Bogotá-Barrancabermeja y Barrancabermeja – Bogotá: Autoboy S.A., Expreso Brasilia S.A., Omega y Copetran. Las tarifas que operan están alrededor de \$60.000 pesos.

En Medellín, desde la Terminal de Transporte Norte, las empresas de transporte Copetrán, Rápido Ochoa, Expreso Brasilia y Omega realizan la ruta Medellín – Barrancabermeja y Barrancabermeja – Medellín por un costo de \$50.000 pesos.

Las distancias por carretera desde las principales ciudades son:



Origen - Destino	Barrancabermeja	Duración (aprox)
Bucaramanga	114,5 km	2.h 30 min
Medellín	303,9 km	6 h 30 min
Bogotá	425 km	8 h 30 min
Santa María	559 km	9 h
Cúcuta	305 km	7 h 30 min
Cañ	673 km	13 h
Peretta	467,3 km	10 h 30 min

Tabla 27: distancia por carretera desde ciudades principales, 2018 (Elaboración propia)

Es necesario mencionar que Barrancabermeja no cuenta con una terminal de transporte terrestre, aunque ha sido un tema recurrente en varias administraciones y se ha planteado en diferentes ejercicios de planeación del municipio, la que hoy hace sus veces es percibida por usuarios y prestadores de servicios como "improvisada". Actualmente, cada empresa prestadora del servicio cuenta con un punto de venta y zona de parqueo independiente para el abordaje y llegada pasajeros y carga.

Dentro de la jurisdicción del municipio hay tres vías que hacen parte de la red de infraestructura vial de la nación⁵⁶, Barrancabermeja – Bucaramanga, la Troncal Magdalena Medio y la Gran Vía Yuma (proyección).

Es importante resaltar el proyecto de vías 4G que se promueve en la zona por el positivo impacto que tendrá para la movilidad y la oportunidad de mejora en la conectividad para el municipio de estudio. Se trata de "Bucaramanga – Barrancabermeja – Yondó" que tiene como objetivo conectar la capital del Departamento de Santander y el occidente, así como a Barrancabermeja con la concesión Ruta del Sol II, que une el centro con el norte del país.

Las vías de segundo orden, se encuentran en un estado aceptable; sin embargo, algunas de ellas requieren mantenimiento y reparación.

⁵⁶ ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA. "Plan de Desarrollo 2016 – 2019". Barrancabermeja 2016. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo> Consultado en octubre de 2013.



En cuanto al desplazamiento interno, en el municipio de Barrancabermeja se cuenta con el servicio de taxis y buses intermunicipales, además de mototaxis, servicio que se presta de manera informal.

87

2.3.1.2.2. Fluvial:

El municipio cuenta con la Terminal Fluvial Yuma, la cual, a través de las empresas Cooatruviales Unidos y Transportadora San Pablo permiten la navegabilidad del Río Magdalena hacia puerto intermedios en los siguientes horarios y destinos:

Transporte fluvial	
Horario	Destinos
06:00 am	P. Wilches, C.Gallo, San Pablo, Vijagual, Banco, Armenia, Pinillos y Magangué.
06:30 am	P. Wilches, C.Gallo y San Pablo
08:00 am	P. Wilches, C.Gallo y San Pablo
09:30 am	P. Wilches, C.Gallo y San Pablo
11:00 am	P. Wilches, C.Gallo y San Pablo
01:00 pm	P. Wilches, C.Gallo y San Pablo
04:00 pm	P. Wilches, C.Gallo y San Pablo
05:00 pm	P. Wilches, C.Gallo y San Pablo

Tabla 28: Rutas y horarios de transporte fluvial, 2018 (Elaboración propia)

Asimismo, para el transporte fluvial turístico existe la empresa Zamorena, la cual opera los fines de semana y en temporada alta en un recorrido por el Río Magdalena de 15 a 20 minutos con un costo de \$5.000 pesos.

Acceso a los corregimientos del municipio:

Para el corregimiento de El Centro, existen dos rutas de buses (Coochoferes y Cooatruviales) que tiene una frecuencia cada 12 minutos aproximadamente con un costo de \$2.800 y opera entre las 04:30 a.m y las 08:00 p.m. También se puede acceder en taxi por un costo de \$27.600 pesos.

Al corregimiento El Llanito, se accede en transporte terrestre tanto en buses (frecuencia de 30 minutos) operada por la empresa Coochoferes con un costo de \$2.800 en un horario de 05:00 a.m. y 06:50 p.m. como en taxis, el cual tiene un costo



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

de \$21.000. En transporte fluvial se puede llegar desde la Ciénaga de San Silvestre pero el servicio debe ser contrato de forma particular.

Al San Rafael de Chucurí se llega por vía fluvial por medio del Río Magdalena, este servicio es prestado por las empresas Cootrafluviales con un costo de \$16.000 en dos horarios 06:30 am y 04:00 p.m.

Para acceder al corregimiento de La Fortuna se puede utilizar taxi, que tiene un costo de \$40.000, las empresas de transporte que van hacia el municipio de Bucaramanga pasan por este corregimiento, por lo que se puede llegar en bus.

A Ciénaga del Opón el transporte es por vía fluvial.

2.3.1.2.3. Aéreo:

El Aeropuerto Yariguíes se encuentra ubicado aproximadamente a 8km y 15 minutos del municipio de Barrancabermeja.

Así como en el Departamento de Santander, el aeropuerto de Barrancabermeja, está concesionado a Aeropuertos de Oriente S.A.S

La aerolínea que opera es Avianca con aeronaves A318, A 319 y A 320 que cubren la ruta que conecta con la capital del país en dos frecuencias diarias y una el día domingo, para un total de 13 a la semana. Hasta el 2016 hacía presencia también la aerolínea Easyfly.

Entre el 2012 y el 2018 se reportan 1.201.363 pasajeros que han llegado a la ciudad de Barrancabermeja por el aeropuerto Yariguíes.⁵⁷

2018 Sep		2017		2016		2015		2014		2013		2012	
Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas
47.434	45.838	64.728	64.585	77.984	76.728	91.129	92.417	113.237	110.746	107.741	104.952	102.784	101.060

Imagen 17: Llegado y salidas aeropuerto Yariguíes entre 2012 y 2018, 2018 (Tomada de Boletín estadístico tráfico aeropuertos – Aeronáutica Civil)

Con el correr de los años la tendencia ha sido decreciente, de 203.844 pasajeros en el 2012 el 2017 cerró con 129.313, lo que significa una disminución del 36,63%.

La participación con respecto al total nacional también ha disminuido.

⁵⁷ AERONÁUTICA CIVIL. "Boletín estadístico tráfico aeropuertos" 2012-sept 2018



Participación pasajeros Barrancabermeja en el total nacional 2012 - 2018

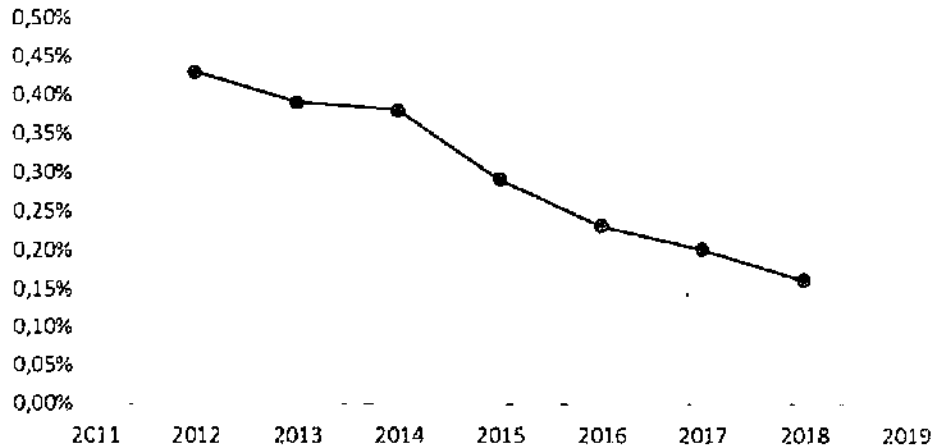


Gráfico 15: Participación pasajeros Barrancabermeja entre 2011 y 2018, 2018 (Datos Tomados de Boletín estadístico tráfico aeropuertos - Aeronáutica Civil) [Elaboración propia]

2.3.1.2.4. Formalización del sector

De acuerdo con la base de datos del Registro Nacional de Turismo, a corte de agosto de 2018, el municipio de Barrancabermeja cuenta con cuatro empresas de transporte turístico inscritas y activas, las cuales generan un total de 46 empleos.

Nombre comercial	No. empleados
Cotsem Barrancabermeja	15
Viaja Colombia S.A.S.	14
Translamy	2
Tlresandes Ltda Transporte De Turismo Especiales De Los Andes	15

Tabla 29: empresas de transporte en RNT, 2018 (Elaboración propia)

2.3.1.2.5. Encuestas

Como parte de la encuesta aplicada a turistas del municipio de Barrancabermeja se hicieron las siguientes preguntas para evaluar el tipo de transporte que usan en el territorio y su percepción sobre el mismo.

- **Medio de transporte utilizado para llegar al municipio:** Entre las personas consultadas el transporte aéreo se identificó como el medio más utilizado por los turistas que llegan al municipio, especialmente los de negocios/corporativos con un 45%, seguido por el transporte terrestre particular con 31% y finalmente el transporte terrestre público con 24%. Es necesario recordar que una parte importante del proceso de acercamiento a los turistas se realizó en el mes de diciembre, fue en este momento en que se presentó la mayor cantidad de personas que



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

manifestaron usar el transporte terrestre como opción para llegar a Barrancabermeja, considerando que su lugar de origen era el Departamento de Santander y Norte de Santander y, su motivación visita a familiares y amigos para celebrar las fiestas.

En el mes de noviembre, la tendencia fue diferente porque los visitantes del municipio se encontraban en el segmento de viajeros corporativos principalmente, por lo que cerca del 83% de los entrevistados manifestó usar el transporte aéreo como principal medio de llegada

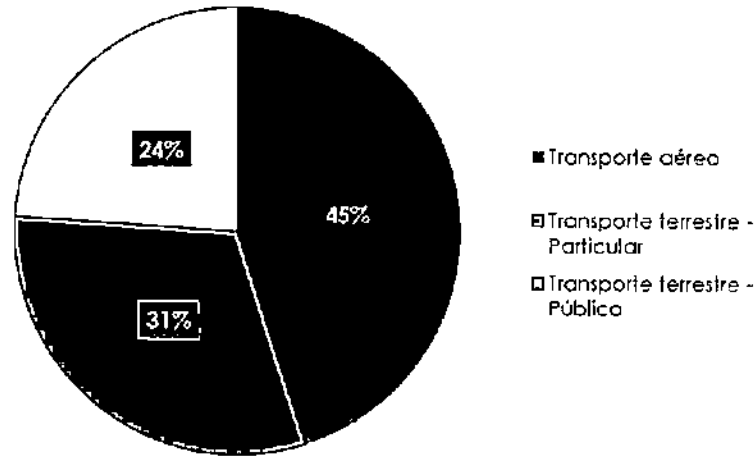


Gráfico 16: Medio de transporte para llegar a Barrancabermeja, 2018 (Elaboración propia)

- Medio de transporte utilizado para el desplazamiento dentro del municipio:** el transporte particular y el transporte público son utilizados por los turistas en un porcentaje muy similar. Los trabajadores de las empresas petroleras son los usuarios principales del transporte particular. Cuando se hace referencia al transporte público, se considera principalmente el taxi para los desplazamientos.

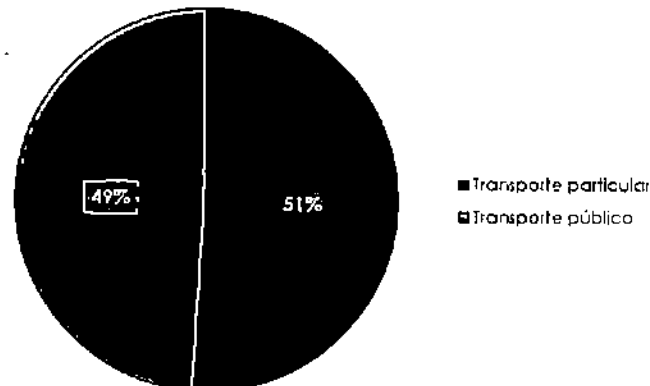


Gráfico 17: Medio de transporte para desplazarse en Barrancabermeja, 2018 (Elaboración propia)



▪ **Percepción de calidad del servicio de transporte público:**

Los turistas encuestados considerando en 48% que los servicios de transporte en el municipio de Barrancabermeja son buenos, mientras que 13% lo califica como regulares. Solo el 1% tiene una percepción negativa sobre el servicio.

Un número importante de los encuestados, el 37%, manifestó que no sabe o no conoce los servicios de transporte, por ser turistas corporativos/negocios, a quienes las empresas le asignan transporte particular y no han tenido ninguna oportunidad de usar otro medio para movilizarse en la ciudad.

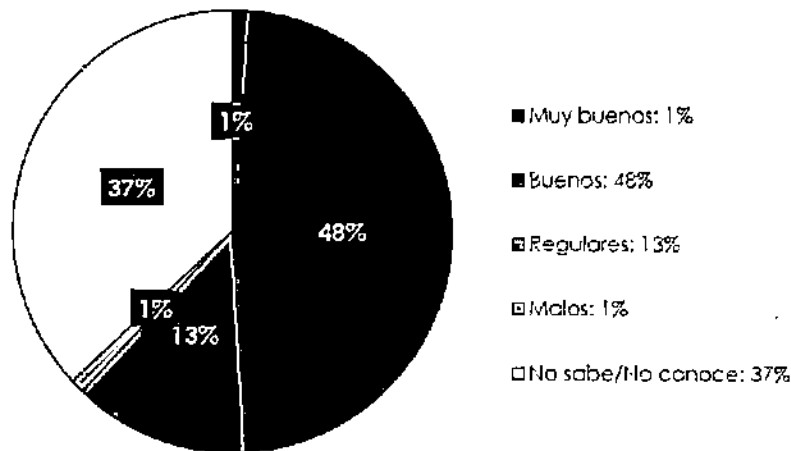


Gráfico 18: Percepción de calidad servicios de transporte, 2018 (Elaboración propia)

2.3.1.2.6. Debilidades y fortalezas del eslabón

A continuación, se presenta en una matriz con los principales hallazgos del equipo consultor sobre este eslabón, se recoge los resultados de la revisión documental, el ejercicio técnico y se adicionan los elementos expuestos por los actores del sector tanto en entrevistas de campo, como en los talleres participativos.

Eslabón acceso y transporte	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Aeropuerto Yariguies en el que opera la aerolínea Avianca con 13 vuelos semanales que conectan a Barrancabermeja con la capital del país - Adecuado estado de las vías de acceso al municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conectividad aérea solo con Bogotá - Solo una aerolínea opera a Barrancabermeja (Avianca) - Falta de estandarización de precios en los servicios de transporte. - Deterioro de algunas vías de acceso a las zonas rurales del municipio.



<p>- Diversificados medios de transporte para el acceso al municipio (terrestre, aéreo y fluvial).</p> <p>- Presencia de empresas de transporte que cubren las rutas de Barrancabermeja a las principales ciudades del país.</p> <p>- Cercanía a la capital del Departamento</p> <p>- Alto nivel de disponibilidad de empresas y frecuencias que conectan con la capital del departamento.</p> <p>- Servicios de transporte para el desplazamiento en el municipio.</p> <p>- Ubicación estratégica del municipio, se encuentra en el camino que de Bogotá conduce a la Costa Caribe del país</p> <p>- Vía Bucaramanga – Barrancabermeja – Yondó, que mejora la conectividad con Bucaramanga y conecta al municipio con la concesión Ruta del Sol que une al centro con el norte del país.</p> <p>- Disponibilidad de empresas y rutas que conectan el municipio con sus corregimientos y municipios vecinos</p> <p>- Cuatro empresas del municipio cuentan con Registro Nacional de Turismo activo</p> <p>- Según la encuesta aplicada, la mayoría de los turistas considera que los servicios de transporte en el Municipio de Barrancabermeja son buenos</p>	<p>- El Municipio no cuenta con una terminal de transporte terrestre</p>
--	--

Tabla 30: Debilidades y fortalezas del eslabón acceso y transporte, 2018 (Elaboración propia)

2.3.1.3. Atractivos y productos turísticos

Para el análisis de los atractivos y actividades turísticas en el municipio de Barrancabermeja, se tuvieron en cuenta las siguientes variables:

- I. Información de guías internacionales, nacionales y departamentales
- II. Visitas de campo
- III. Talleres participativos
- IV. Encuestas



2.3.1.3.1. Recursos y Atractivos

- Inventario turístico

93

Para tener un panorama sobre la oferta de atractivos turísticos del territorio, el equipo consultor recaudó información que resultó en un listado de bienes de patrimonio cultural, natural, inmaterial, así como festividades y eventos que compartió con el Consejo Municipal de Turismo. Bajo la metodología del Ministerio de Comercio Industria y Turismo procedió a realizar un proceso de inventario sistematizado en fichas que hacen parte integral de este documento y se encuentra en el link: https://www.dropbox.com/s/uyjhkut85o2az91/BA_Fichas%20Inventario.xlsx?dl=0

El trabajo de consulta para la identificación de recursos y atractivos se visualiza en la siguiente tabla:

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

94

ATRACTIVO O RECURSO	Guía Nacional	Guía departamental	Guía de turismo de naturaleza	ARATO 2018		Colombia In-avel	Guía 1 Lonely Planet	Guía 2 Moon	Guía 3 National Geographic	Guía 4 Rough Guide	Página web oficial de) municipio	TripAdvisor	AV Nacional Operadora (AVIATUR)	AV Nacional Mayorista (AVIATUR)	AV Mayoristas Internacionales				Revistas especializadas			Mapas y planos GOOGLE MAPS		
				Local	Regional										Condor Travel	El Cone Inglés	TUI	Mexicana pendiente	AVIANCA en revista	NEXOS American Airlines	Revista Volar SATENA			
Centro Recreacional Calaba																								
Ciénaga de El Llano																								
Ciénaga El Opón																								
Ciénaga El Tigre																								
Ciénaga San Sveste																								
Club infantiles																								
Escultura de Cristo Petrolero																								
Festival de Bandas y Bolo																								
Festival de Tambores																								
Festival Valenato																								
Haciendas bulevaras																								
Iglesia de Nuestra Señora del Carmen																								
Iglesia la Inmaculada																								
Maldón del Cristo Petrolero																								
Muelle																								
Museo Nacional del Petróleo																								
Parque de la vida																								
Paseo de la Cultura																								
Paseo Yuma																								
Patódromo																								
Puerta Guillermo Gaviria Correa																								
Puerto Petrolero																								
Rafinería de Escopetro																								
Resado Nacional del Petróleo																								
Represa de Topocero																								
Río Magdalena																								
Río Opón																								
Sede Campestre del Club Miramar																								
Yanacué																								

Imagen 18: listado de atractivos inventario turístico, 2018 (Elaboración propia)



Fichas adicionales se hicieron para los recursos y atractivos relevantes para el territorio que se encontraron en las visitas de campo y no estaban en la lista. Entre ellos se encuentran:

95

- Bosque Unipaz
- Ciénaga Sábalo
- Mirador Lizama
- Aguas Negras Chucurí
- Rodeo Chucurí
- Caño El Deseo
- Río Sogamoso
- Mirador Campo 45
- Cuatro Bocas
- Ciénaga Mangos
- Caño Zarzal
- Estación Piscícola San Silvestre
- Infanta 1
- Infanta 2
- Monumento El Machín
- Palacio Municipal
- Villa Olímpica
- Calle de la Campana
- Hotel Pi patón
- Colegio de la USO
- Monumento al obrero petrolero
- Cementerio de los Gringos
- Centro recreacional Cofaba
- Club infantas
- Club Miramar
- Club Internacional
- Club de Mares
- Centro de eventos y exposiciones: Expoeventos
- Museo peatonal
- Huevos de pescado
- Preparaciones de Bochachico y Bagre

Adicionalmente y considerando que en los corregimientos la identificación de recursos y atractivos turísticos no está referenciada y se ha identificado un especial interés por generar productos diferenciados aprovechando la riqueza natural del territorio, la consultoría analizó e estado actual de cada uno, aplicando una ficha de observación que se comparte a continuación.

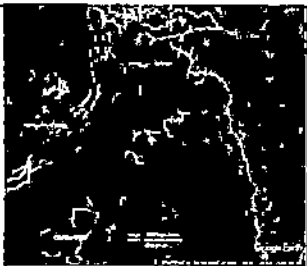
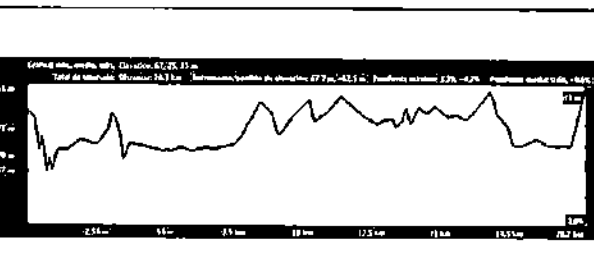


FICHA TÉCNICA CIÉNAGA DEL OPÓN

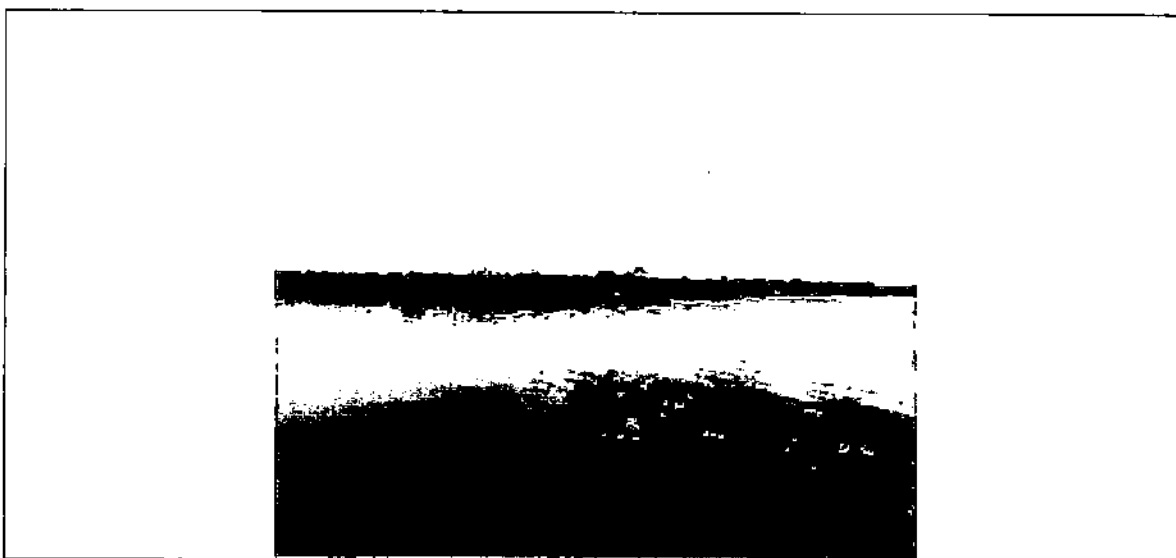
LOGO 1

LOGO 2

Ciénaga del Opón:
ingresar por el río Magdalena remontar el río Opón hasta la llegada a la Ciénaga y al Cacerío.

96



DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO

Longitud del recorrido	Aprox 20 km navegados
Altitud máxima	83 m.s.n.m.
Altitud media	75 m.s.n.m.
Diferencia altitudinal	16 m
Pendiente máxima	N/A
Pendiente mínima	N/A
Nivel de técnica requerida	Bajo. Recorrido siempre en lancha
Tiempo de recorrido	Desde el casco urbano hasta la Ciénaga 1 hora. Recorrido dentro de la Ciénaga 2 horas
Tipo de circuito	N/A

DESCRIPCIÓN ACTUAL DEL ATRACTIVO (USO ACTUAL, APROVECHAMIENTO, TIPOS DE TURISMO ACTUAL)

Este destino, compuesto por el Río Opón y la Ciénaga del Opón, actualmente el destino no tiene mayor explotación turística. Eventualmente algunos grupos que salen desde Barrancabermeja se dirigen en busca de zonas aptas para el baño y los paseos de "Sancocho de Río". Únicamente turismo local. El corregimiento no cuenta con servicios asociados al turismo; solamente en una tienda prestan servicio de restaurante por encargo. Los pescadores de la Ciénaga prestan servicio de transporte en lancha.

POSIBILIDADES DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL ATRACTIVO (ACTIVIDADES VIABLES A REALIZAR)

La Ciénaga posee un alto potencial en Ecoturismo para el avistamiento de aves, ya que cuenta con las características propicias para el arribo de aves migratorias y endémicas, tales como zonas de



vegetación acuática donde encuentran alimentos o grandes árboles ribereños del Río Opón donde realizan su nidificación. Además, sobre el Río también es posible el avistamiento de primates como el mono aullador y el mono cariblanco. El corregimiento y las fincas tienen potencial para la construcción de cabañas para el alojamiento de visitantes y de torres miradores para el aviturismo. También existen oportunidades para el etnoturismo de acompañamiento a pescadores con técnica artesanal, lance de atarraya y pesca con nylon.

INTERVENCIÓNES SUGERIDAS PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO (INFRAESTRUCTURA)

Para el aviturismo es necesario construir torres miradores que faciliten el avistamiento de las aves; así mismo, será necesario construir un tipo de muelle para realizar el desembarco de la forma más segura y acceder a esas torres. También, será necesario realizar la identificación e inventario de aves presentes en la ciénaga y diseñar la guía de aves. En ciertas zonas sería conveniente instalar señalización acerca de los cuidados de la Ciénaga para la conservación de los peces y las aves. Debe haber capacitación para los habitantes locales que deseen desempeñarse como guías locales para el acompañamiento de grupos de visitantes. También cursos para la prestación de servicios ecoturísticos asociados (alimentación, hospedaje y transporte).

DESCRIPCIÓN	BIÓTICA	DEL	ÁREA	DEL	ATRACTIVO.
-------------	---------	-----	------	-----	------------

La Ciénaga del Opón posee un ecosistema propio de cuerpos de agua y zonas inundables en tiempo de lluvias. Las especies predominantes asociadas a los cuerpos de agua, ya sea en forma flotante o sumergida son: buchón de agua (<i>Eichhornia crassipes</i>), Junco (<i>Eleocharis palustris</i>), Pasto Elefante (<i>Pennisetum purpureum</i>), Bijao (<i>Calathea lutea</i>), Oreja de Elefante (<i>Caladium sculentum</i>), Canutillo (<i>Hymenachne complexicaulis</i>) y lenteja de agua (<i>Lemna minor</i>). En cuanto a las aves, las de mayor avistamiento son la Garza Morena, Cara Cara (<i>Caracara cheriway</i>), bichofue (<i>Pitangus sulphuratus</i>), tangaras (<i>Trogon chrysolaus</i>), Sirirí (<i>Tyrannus melancholicus</i>), loros (<i>Forpus conspicillatus</i>), garrapateros (<i>Crotophaga major</i>) y cucaracheros (<i>Campylorhynchus griseus</i>).
--

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ATRACTIVO

La Ciénaga del Opón es un cuerpo de agua de aproximadamente 920 hectáreas, con una altitud promedio de 75 msnm a la que se accede en lancha por el río Opón o por medio de una carretera en muy mal estado que solamente es transitable durante la temporada seca. Por tratarse del Magdalena Medio, el clima es muy caluroso, especialmente la intensidad del brillo solar en horas cercanas al medio día, las temperaturas pueden superar los 35 grados centígrados. Se recomienda navegar el cuerpo de agua a tempranas horas para disminuir los efectos de la insolación, pero además para obtener mayores y mejores avistamientos de aves. No se recomienda navegar durante lluvias ya que los vientos pueden ocasionar malas experiencias de viaje.

El corregimiento de Ciénaga del Opón no posee mayores atractivos o recursos turísticos para los visitantes. No se cuenta con restaurantes u hospedajes, por lo que las visitas deben planearse de ida y regreso en el mismo día. Existe posibilidad de encontrar abarrotes y bebidas en la tienda del centro del pueblo, también almuerzos por encargo. No hay agua de buena calidad por lo que los visitantes deberán llevar su propia agua desde Barrancabermeja.

LIMITACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO (PROPIEDAD DEL PREDIO, ACCESOS, ETC.)

La principal limitante para el desarrollo actual del turismo en la Ciénaga del Opón es la poca o nula infraestructura turística presente en el sector. Por una parte, la carretera de acceso al corregimiento está en muy mal estado, lo que deja casi que como única opción el acceso por vía fluvial. Además, la ausencia de alojamientos exige que los visitantes deban partir desde Barrancabermeja lo que implica casi una hora de viaje antes de llegar al destino y por ende el aviturista pierde los avistamientos de aves del amanecer. Así mismo, deberán partir rumbo a la ciudad antes de presenciar los avistamientos del atardecer; justo los dos momentos más importantes del día para el aviturismo. Por otra parte, el corregimiento no cuenta con puesto de salud o profesionales médicos, lo que impediría la atención inmediata de algún accidente con los visitantes. En cuanto a los pobladores locales quienes serían los primeros prestadores de servicios turísticos, no cuentan con las condiciones mínimas de seguridad para la navegación con turistas y tampoco con calidad en el servicio al cliente para el disfrute de la experiencia de viaje. Se hace necesario desarrollar el inventario de aves de la región para ampliar la orientación que se le puede ofrecer a los visitantes, así mismo para diseñar un guion turístico del recorrido acuático y algún tipo de señalización con información relevante del lugar.

Tabla 31: Ficha ciénaga del Opón – Inventario turístico, 2018 (Elaboración propia)

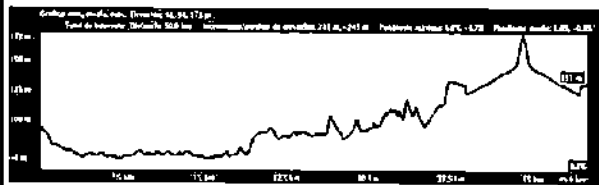
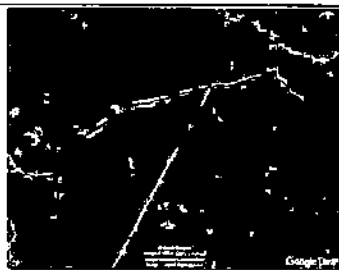
97



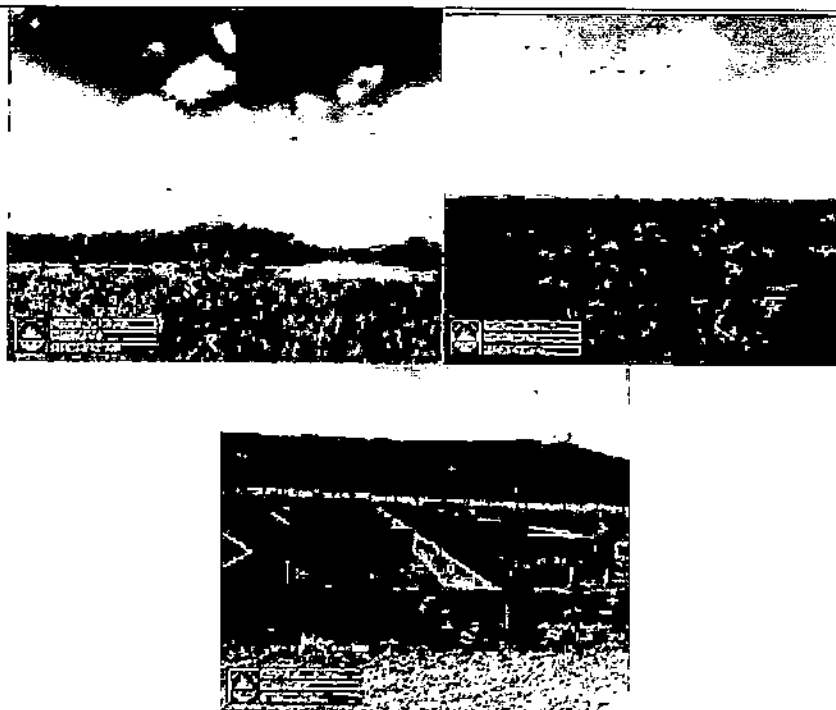
FICHA TÉCNICA MESETA-LA FORTUNA

LOGO 1

LOGO 2



98



DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO

Longitud del recorrido	aprox 50 km en carretera
Altitud máxima	343 msnm
Altitud media	98 msnm
Diferencia altitudinal	280
Pendiente máxima	N/A
Pendiente mínima	N/A
Nivel de técnica requerida	Fácil si se realiza el recorrido en camioneta. Moderado si se realiza el sendero desde las cabeceras de la Q. Lizama
Tiempo de recorrido	desde el caso urbano hasta el alto 2 horas
Tipo de circuito	N/A

DESCRIPCIÓN ACTUAL DEL ATRACTIVO (USO ACTUAL, APROVECHAMIENTO, TIPOS DE TURISMO ACTUAL)

El recorrido en los sectores de la Meseta - La Fortuna incluye: Bosques de Unipaz, Ciénaga del



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

Zábalo, mirador de la Lizama y zoológico de Babillas. Actualmente ninguno de los puntos tiene algún tipo de uso turístico. Para el caso de los Bosques de Unipaz y la Ciénaga del Zábalo, dada su cercanía a la universidad de la Paz, se realizan recorridos de estudiantes por senderos estrechos del bosque. Al mirador de la Lizama suelen subir grupos de ciclomontañistas a tempranas horas del día, pero el lugar no cuenta con ningún tipo de infraestructura o servicio turístico. Y el zoológico de Babillas no recibe visitantes salvo cuando se realiza el trámite de ingreso con anticipación.

POSIBILIDADES DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL ATRACTIVO (ACTIVIDADES VIABLES A REALIZAR)

Dentro de las posibilidades de aprovechamiento turísticos se encuentran el aviturismo, ecoturismo, educación e interpretación ambiental y deporte. Los Bosques de Unipaz tienen un alto potencial para la educación ambiental sobre la importancia de los bosques primarios del Magdalena Medio para la conformación del corredor del Jaguar. La carretera al mirador de la Lizama tiene potencial para los deportes como el ciclomontañismo o el trekking, y es posible desarrollar senderos o recorridos turísticos que desciendan desde la cuchilla hacia el río Sogamoso. Y el zoológico de Babillas podría ser de interés para el turismo si la granja adelanta algún programa explicativo sobre ese tipo de industria.

INTERVENCIONES SUGERIDAS PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO (INFRAESTRUCTURA)

los diferentes sitios de este recorrido Meseta-La Fortuna requieren de intervenciones o infraestructura para el desarrollo de la actividad turística. Los Bosques de Unipaz requieren varios tipos de construcciones livianas que faciliten el tránsito de visitantes por el bosque; dichos elementos son puentes, pasarelas, barandas y señalización, todas diseñadas con criterios de mínimo impacto y con materiales orgánicos y armónicos con el paisaje del lugar. También es necesario diseñar el guión interpretativo y su respectiva señalización. En cuanto al mirador de la Lizama y sus posibles recorridos o senderos a pie para el trekking, será necesario realizar la identificación del trazado óptimo y posteriormente las intervenciones de infraestructura que sean necesarias para minimizar los impactos sobre el ecosistema y mejorar la seguridad de los visitantes. El zoológico ya cuenta con infraestructura para esa actividad productiva, sin embargo, será necesario adecuar ciertas zonas para la recepción y atención de visitantes según los intereses de la granja.

DESCRIPCIÓN BIÓTICA DEL ÁREA DEL ATRACTIVO

El sitio con mejor estado biológico es el Bosque de Unipaz ya que se trata de un predio privado dedicado a la conservación. Se trata de Cobertura constituida por una comunidad vegetal dominada por elementos típicamente arbóreos regularmente distribuidos, los cuales forman un estrato de copas (dosel) discontinuo, con altura del dosel superior a 15 m, cuya área de cobertura arbórea representa entre el 30% y 70% del área total de la unidad y que se encuentra localizada en zonas que no presenta procesos de inundación periódicos. La Ciénaga del Zábalo tiene flora y fauna característica de los cuerpos de agua y zonas inundables, con áreas circundantes de tierra firme predominantes en pastos mejorados para la ganadería bovina. Las cabeceras de la Quebrada La Lizama poseen bosques secundarios con áreas cubiertas por vegetación principalmente arbórea con dosel irregular y presencia ocasional de arbustos, palmas y enredaderas, que corresponde a los estados intermedios de la sucesión vegetal.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ATRACTIVO

El recorrido por los sectores de Meseta-La Fortuna posee una topografía quebrada y montañosa, con ascensos y descensos prolongados y empinados. La mayor parte del recorrido se realiza por carretera, al principio pavimentada por la vía a Bucaramanga, pero luego por una carretera terciaria en regular estado que presenta altas pendientes en la parte alta del mirador de la Lizama. Tanto a la Ciénaga del Zábalo como al mirador solo es posible transitar con camioneta 4x4, en temporada seca y extremando precauciones por el alto riesgo de accidente debido a las fallas en la banca de la carretera, en días de lluvia o temporadas húmedas, no se recomienda transitar estas carreteras destapadas por el riesgo de atasco en tramos fangosos. El clima de la región es muy seco y cauroso, llegando a altas temperaturas de casi los 40 grados centígrados, con marcadas temporadas de lluvias en las que la sensación térmica disminuye, pero la humedad relativa aumenta, generando sensación de "bochorno" en los visitantes.

ANÁLISIS DEL SITIO (EN EL MARCO ECONÓMICO (TURISMO) Y SOCIAL)

Los sectores de Mesetas-La Fortuna no poseen mayor desarrollo turístico actual. En el sitio conocido como La Fortuna, existe un paradero de carretera donde se encuentran algunos servicios para los visitantes, especialmente de comidas y bebidas. Sin embargo, la comunidad local no reconoce el sector como destino turístico más allá de ser un paradero de carretera para los viajeros entre



100

Barrancabermeja y Bucaramanga. El sector basa su economía en la industria petrolera y esta ha generado graves impactos en las condiciones biológicas de las quebradas, especialmente la Quebrada La Lizama que es conocida a nivel nacional como escenario del gran desastre petrolero de derrame de crudo. Los pobladores no tienen expectativas con el negocio turístico por lo que solamente se realizan actividades de educación ambiental o deportes de ciclismo de manera particular e independiente sin la intervención de agencias tour operadoras. Para lograr el desarrollo turístico del sector, se requiere una gran apropiación del lugar como destino y efectuar programas de capacitación y fomento de proyectos turísticos. Además de un gran cambio de consciencia entre los habitantes que solamente ven la industria petrolera como opción de vida.

LIMITACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO (PROPIEDAD DEL PREDIO, ACCESOS, ETC.)

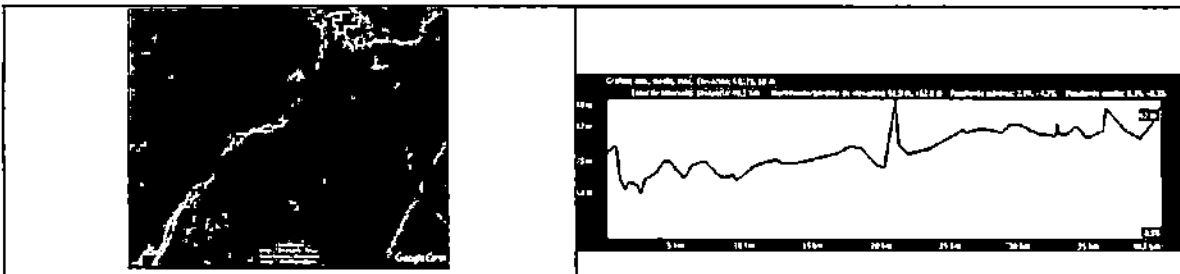
En primera instancia, la mayor limitante para el desarrollo turístico del sector Mesetas-La Fortuna es la ausencia de un atractivo característico y especial que motive la frecuencia de visitantes, razón por la cual no existe infraestructura y servicios turísticos. En el sector de La Meseta, el desarrollo turístico podrá estar jalonado por la Universidad de La Paz, por lo que se podrían presentar limitaciones debido a la propiedad privada donde se localizan los bosques mejor conservados. Sin embargo, una adecuada gestión con las autoridades e instituciones podría convertir la limitante en oportunidad para el adecuado manejo del destino. Así mismo, habrá que realizar una adecuada gestión con los propietarios de los predios aledaños a las cabeceras de la Quebrada La Lizama por donde transitarían los visitantes rumbo al río Sogamoso, pero para los ciclomontañistas no existe limitación ya que el recorrido se realiza siempre por una vía pública. En cuanto a los accesos, la gran limitante es el regular estado de las carreteras que exigen transporte 4x4 aún en temporada seca y que en días de lluvia son imposibles de transitar por las zonas de barro y pendiente alta.

Tabla 32: ficha meseta - la fortuna - inventario turístico (Elaboración propia)

FICHA TÉCNICA CIÉNAGA DE CHUCURÍ

LOGO 1

LOGO 2



DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO

Longitud del sendero	Aprox 40 km
Altitud máxima	88 msnm
Altitud media	78 msnm



Diferencia altitudinal	20 m
Pendiente máxima	N/A
Pendiente mínima	N/A
Nivel de técnica requerida	Bajo ya que todo el recorrido se realiza en lancha
Tiempo de recorrido	Desde el casco urbano a la Ciénaga 1,5 horas. Recorrido en la Ciénaga 2 horas.
Tipo de circuito	N/A

DESCRIPCIÓN ACTUAL DEL ATRACTIVO (USO ACTUAL, APROVECHAMIENTO, TIPOS DE TURISMO ACTUAL)

El recorrido por la Ciénaga de Chucurí está compuesto por tres atractivos turísticos que son Aguas Negras, Finca el Rodeo y el Caño Chucurí. Cuenta con leve uso turístico desarrollado por la Finca El Rodeo, donde una familia antioqueña dispone de espacios para el alojamiento de visitantes y tiene en proyecto la instalación de un área de camping con zonas comunes para BBQ. Dada la lejanía de la Ciénaga respecto a Barrancabermeja, el lugar no es utilizado para "paseos de olla" ni "Sancochos de orilla", razón por la cual tampoco cuenta con visitas de habitantes locales. Es importante resaltar que varios habitantes locales del sector están recibiendo capacitaciones del SENA acerca de servicios ecoturísticos relacionados con la atención al cliente y manejo de alimentos y bebidas. Por su parte, el Corregimiento de Chucurí cuenta con un pequeño poblado de dos calles y al menos 200 familias donde es posible encontrar un par de restaurantes por encargo y varias tiendas con bebidas y abarrotes. Es importante comentar que anualmente se realiza una caravana de motociclistas que arriban a la Ciénaga, pero al costado que es territorio de Puerto Parra, y durante su visita realizan almuerzos y sancochos de orilla junto con nado y recreación en las aguas.

POSIBILIDADES DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL ATRACTIVO (ACTIVIDADES VIABLES A REALIZAR)

Dadas las condiciones y calidad del agua en la ciénaga, en ambos sectores de Aguas Negras y Aguas Blancas, existe un alto potencial para los deportes náuticos y actividades recreativas acuáticas como el kayak o el balsaje. Así mismo, en las zonas circundantes al cuerpo de agua existe un alto potencial para el avistamiento de aves, aprovechando que en cercanías ya se cuenta con una opción de hospedaje, lo que permitiría que los visitantes podrán iniciar la navegación desde muy temprano en la mañana o en los últimos momentos del atardecer cuando hay mayor cantidad de aves disponibles para ver. También, durante el recorrido en lancha por el caño desde el río Magdalena hasta la Ciénaga, existe un alto potencial para el avistamiento de primates debido a la presencia de comunidades de Mono Aullador y Mono Cariblanco.

INTERVENCIONES SUGERIDAS PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO (INFRAESTRUCTURA)

Para el desarrollo turístico de la Ciénaga de Chucurí es necesario implementar infraestructura para los servicios que puedan ser requeridos por los visitantes, especialmente lo relacionado al alojamiento y comidas/bebidas. Así mismo, deberán continuarse y ampliar las capacitaciones y apoyo para los proyectos productivos asociados al turismo, lo que repercutiría en el aumento y mejoramiento de la oferta turística de la Ciénaga y del corregimiento de Chucurí. Para el aviturismo es necesario construir torres miradores que faciliten el avistamiento de las aves; así mismo, será necesario construir un tipo de muelle para realizar el desembarco de la forma más segura y acceder a esas torres. También, será necesario realizar la identificación e inventario de aves presentes en la ciénaga y diseñar la guía de aves. En ciertas zonas sería conveniente instalar señalización acerca de los cuidados de la Ciénaga para la conservación de los peces y las aves.

DESCRIPCIÓN BIÓTICA DEL ÁREA DEL ATRACTIVO.

La Ciénaga de Chucurí posee un ecosistema propio de cuerpos de agua y zonas inundables en tiempo de lluvias. Las especies predominantes asociadas a los cuerpos de agua, ya sea en forma flotante o sumergida son: buchón de agua (*Eichhornia crassipes*), Junco (*Eleocharis palustris*), Pasto Elefante (*Pennisetum purpureum*), Bijao (*Calathea lutea*), Oreja de Elefante (*Caladium sculentum*), Canutillo (*Hymenachne amplexicaulis*) y lenteja de agua (*Lemna minor*). En cuanto a las aves, las de mayor avistamiento son la Garza Morena, Cara Cara (*Caracara cheriway*), bichofue (*Pitangus sulphuratus*), tangaras (*Tangara conspicillatus*), Sirirí (*Tyrannus melancholicus*), loros (*Forpus conspicillatus*), garrapateros (*Crotophaga major*) y cucaracheros (*Campylorhynchus griseus*).



102

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ATRACTIVO

La Ciénaga de Chucurí es un cuerpo de agua de aproximadamente 920 hectáreas localizada a 40 kilómetros aproximadamente desde el puerto de Barrancabermeja. Posee acceso por vía fluvial por medio del río Magdalena o por vía terrestre a través de carreteras veredales en regular estado que comunican con los sectores de Las Montoyas y el municipio de Puerto Parra. Por tratarse del Magdalena Medio, el clima es muy caluroso, especialmente la intensidad del brillo solar en horas cercanas al medio día, las temperaturas pueden superar los 35 grados centígrados. Se recomienda navegar el cuerpo de agua a tempranas horas para disminuir los efectos de la insolación, pero además para obtener mayores y mejores avistamientos de aves. No se recomienda navegar durante lluvias ya que los vientos pueden ocasionar malas experiencias de viaje. El corregimiento de San Rafael de Chucurí cuenta con tiendas y un restaurante para la atención de visitantes, pero no posee puesto de salud ni profesionales para la atención médica. El transporte se realiza habitualmente por servicio público de Chalupa que parte con un viaje diario desde Barrancabermeja y desde Puerto Berrio.

ANÁLISIS DEL SITIO (EN EL MARCO ECONÓMICO (TURISMO) Y SOCIAL)

La mayor importancia para el desarrollo turístico del Corregimiento San Rafael de Chucurí y la Ciénaga de Chucurí es el autorreconocimiento como sitio de interés turístico, que la comunidad local ya está teniendo. El hecho que varios pobladores se hayan interesado en tomar las capacitaciones del SENA, así como el emprendimiento de proyectos para el alojamiento de visitantes, hacen que el sector turístico ya haya nacido en esta zona de Barrancabermeja. Actualmente la Finca El Rodeo ya está recibiendo visitantes por lo que la actividad turística es una realidad; así que es de vital importancia que la Administración municipal dirija esfuerzos para la planificación y la buena gestión del turismo de tal manera que se prevengan o mitiguen los impactos ambientales que genera el turismo mal controlado.

LIMITACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO (PROPIEDAD DEL PREDIO, ACCESOS, ETC.)

La mayor limitante para el desarrollo turístico del Corregimiento San Rafael de Chucurí es la larga distancia que lo separa del casco urbano de Barrancabermeja y las escasas opciones de transporte que tiene. Existe solamente un servicio de lancha pública que parte a las 6 am y que retorna a las 4 pm, lo que implica que los visitantes estarán obligados a pasar todo el día en la Ciénaga sin tener mayores actividades turísticas, y en muchos casos ese tipo de programas no convienen a los visitantes que viajan con el tiempo medido, especialmente los extranjeros o las agencias turísticas. Así mismo, otra limitante es la escasa cantidad de actividades turísticas que se pueden adelantar allí; existen opciones de navegar la Ciénaga, acompañamiento de pescadores o alojamiento de descanso.

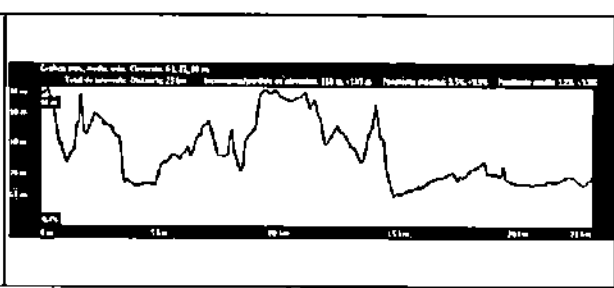
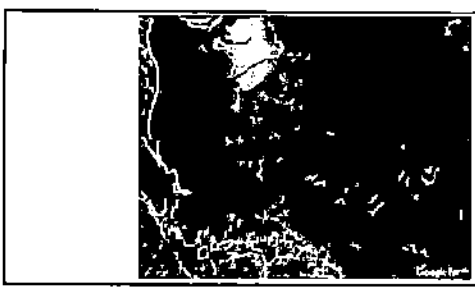
Tabla 33: ficha Ciénaga de Chucurí- inventario turístico (Elaboración propia)



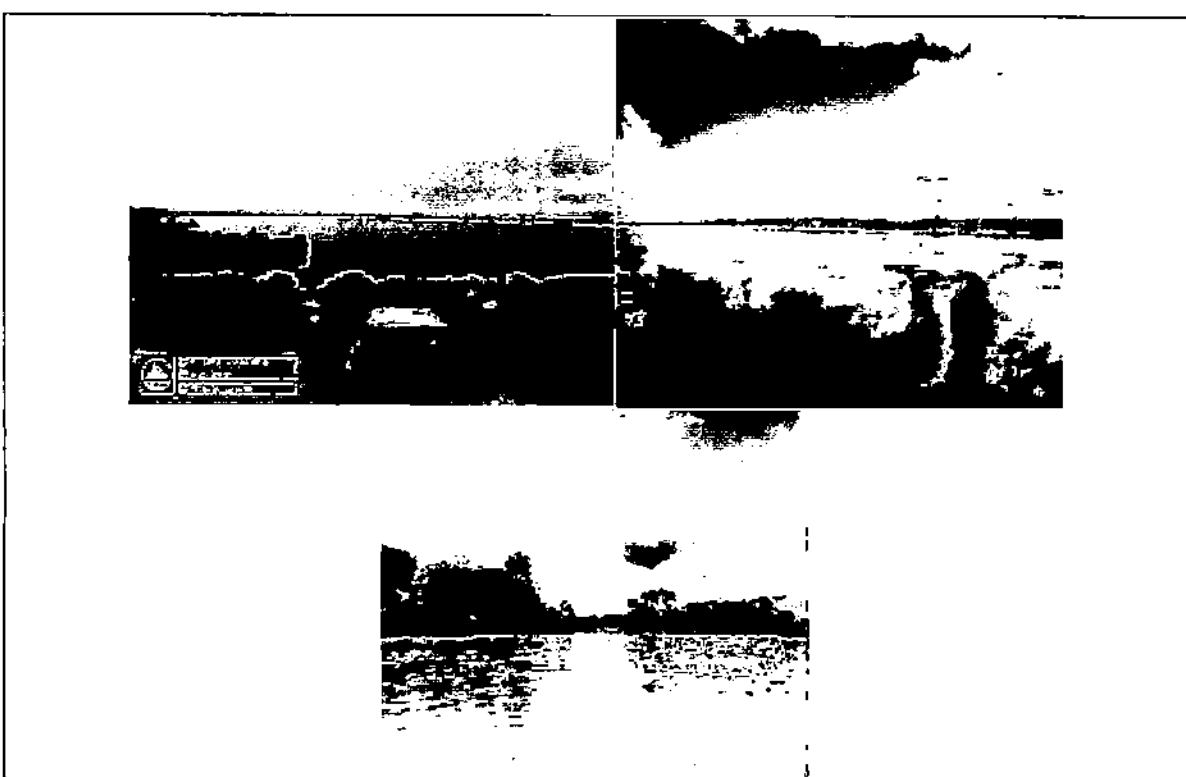
FICHA TÉCNICA CIÉNAGA DE LLANITO

LOGO 1

LOGO 2



103



DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO

Longitud del sendero	20 km aproximadamente
Altitud máxima	98 msnm
Altitud media	77 msnm
Diferencia altitudinal	25 m
Pendiente máxima	N/A
Pendiente mínima	N/A
Nivel de técnica requerida	Bajo parque todo el recorrido se realiza en lancha
Tiempo de recorrido	Desde el casco urbano 30 minutos por tierra y luego 1.5 horas de navegación hasta la salida al río Sogamoso.
Tipo de circuito	N/A



104

DESCRIPCIÓN ACTUAL DEL ATRACTIVO (USO ACTUAL, APROVECHAMIENTO, TIPOS DE TURISMO ACTUAL)

Este recorrido turístico, compuesto por la Ciénaga Llanito, Caño El Deseo y la desembocadura al Río Sogamoso, actualmente tiene un moderado uso turístico, ya que dada la cercanía con Barrancabermeja y las facilidades de acceso y transporte, el turismo local la emplea para "paseos de olla" o como escenario paisajístico para algunos restaurantes del Corregimiento. También existen algunas agencias tour operadoras locales que ofrecen planes turísticos en esta ciénaga para turistas nacionales y extranjeros, ofreciendo como atractivo principal la navegación hasta la salida al río Sogamoso donde es posible que en temporadas secas se formen playones aptos para la recreación de visitantes. Este lugar es visitado por extranjeros para el avistamiento de aves y primates, y por nacionales para la recreación acuática y paseos de diversión. Por otra parte, el Colegio del Corregimiento realiza actividades de educación e interpretación ambiental en la Ciénaga, dado que el énfasis del Colegio está relacionado con la información y orientación turística.

POSIBILIDADES DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL ATRACTIVO (ACTIVIDADES VIABLES A REALIZAR)

Debido a la cercanía con el casco urbano y a las facilidades de acceso, esta ciénaga tiene mucho potencial para adelantar recorridos de avistamiento de aves y primates, especialmente en el trayecto entre el Caño El Deseo y la desembocadura al Río Sogamoso ya que existen bosques ribereños que favorecen la conservación de las comunidades de fauna. Así mismo, existen reportes de avistamiento de Manatíes, aunque el avistamiento de este tipo de animales es muy difícil como para ser ofrecida en programas turísticos. Por otra parte, la Ciénaga Llanito tiene facilidades para la práctica de actividades de recreación acuática como el kayak o el balsaje, ya que cuenta con carretera y puntos de acceso al cuerpo de agua, así como infraestructura de servicios para los deportistas y visitantes. Aprovechando la presencia del Colegio y los estudiantes con interés en el sector turístico, es posible desarrollar un buen programa de interpretación ambiental para los recorridos con grupos de estudiantes y/o visitantes con interés en la educación ambiental.

INTERVENCIONES SUGERIDAS PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO (INFRAESTRUCTURA)

Ya que el lugar es empleado como escenario paisajístico para restaurantes y bares, se hace necesario ampliar y mejorar la infraestructura de acceso a las zonas de comidas. Es importante que el Puente Elevado se mantenga en buen estado tanto en pisos como en techo para garantizar la seguridad de los visitantes y brindar una grata experiencia. Así mismo, los restaurantes deben mejorar la calidad de las estructuras para generar mayor afluencia de comensales y visitantes. Para el aviturismo es necesario construir torres miradoras que faciliten el avistamiento de las aves; así mismo, será necesario construir un tipo de muelle para realizar el desembarco de la forma más segura y acceder a esas torres. También, será necesario realizar la identificación e inventario de aves presentes en la ciénaga y diseñar la guía de aves. En ciertas zonas sería conveniente instalar señalización acerca de los cuidados de la Ciénaga para la conservación de los peces y las aves. Debe haber capacitación para los habitantes locales que deseen desempeñarse como guías locales para el acompañamiento de grupos de visitantes. También cursos para la prestación de servicios ecoturísticos asociados (alimentación, hospedaje y transporte).

DESCRIPCIÓN BIÓTICA DEL ÁREA DEL ATRACTIVO.

La Ciénaga de Llanito posee un ecosistema propio de cuerpos de agua y zonas inundables en tiempo de lluvias. Las especies predominantes asociadas a los cuerpos de agua, ya sea en forma flotante o sumergida son: buchón de agua (*Eichhornia crassipes*), Junco (*Eleocharis palustris*), Pasto Elefante (*Pennisetum purpureum*), Bijao (*Calathea lutea*), Oreja de Elefante (*Caladium sculentum*), Canutillo (*Hymenachne amplexicaulis*) y lenteja de agua (*Lemna minor*). En cuanto a las aves, las de mayor avistamiento son la Garza Morena, Cara Cara (*Caracara cheriway*), bichofue (*Pitangus sulphuratus*), tangaras (*Tarpus conspicillatus*), Sirirí (*Tyrannus melancholicus*), loros (*Forpus conspicillatus*), garrapateros (*Crotophaga major*) y cucaracheros (*Campylorhynchus griseus*).

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ATRACTIVO

La Ciénaga de Llanito es un cuerpo de agua de aproximadamente 1200 hectáreas, con una altitud promedio de 65 msnm a la que se accede en lancha desde la Ciénaga de San Silvestre o por medio de una carretera pavimentada y en buen estado que conduce al corregimiento de Llanito. Por tratarse del Magdalena Medio, el clima es muy caluroso, especialmente la intensidad del brillo solar



en horas cercanas al medio día, las temperaturas pueden superar los 35 grados centígrados. Se recomienda navegar el cuerpo de agua a tempranas horas para disminuir los efectos de la insolación, pero además para obtener mayores y mejores avistamientos de aves. No se recomienda navegar durante lluvias ya que los vientos pueden ocasionar malas experiencias de viaje. El corregimiento de Llanito posee algunos atractivos o recursos turísticos para los visitantes asociados al expedido de bebidas y restaurantes localizados sobre la margen de un puente elevado sobre el nivel del agua el sector del puerto o embarcadero. Existe posibilidad de encontrar abarrotes y bebidas en las tiendas del poblado, también almuerzos por encargo.

ANÁLISIS DEL SITIO (EN EL MARCO ECONÓMICO (TURISMO) Y SOCIAL)

El corregimiento de Llanito tiene una reconocida tradición turística en torno a los restaurantes y bebederos frente al cuerpo de agua. En épocas recientes, allí existían un par de restaurantes muy famosos y conocidos por los pobladores de Barrancabermeja a donde las familias y grupos de amigos acudían para tomar el almuerzo o pasar ratos de diversión con la vista de la Ciénaga como paisaje. Sin embargo, la dinámica social de la región cambió la situación de varios de esos restaurantes y ya hoy no están en funcionamiento. Aun así, Llanito es reconocido como destino turístico gastronómico y de bares.

LIMITACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO (PROPIEDAD DEL PREDIO, ACCESOS, ETC.)

La Ciénaga de Llanito no posee mayores limitaciones para el desarrollo turístico, pues cuenta con varias de los principales beneficios como la cercanía a Barrancabermeja, la facilidad de acceso y buen estado de la carretera, y la existencia de infraestructura asociada a la prestación de servicios turísticos. Por tal razón, Llanito es uno de los lugares prioritarios para iniciar ejercicios de planificación turística y para fomentar los emprendimientos ecoturísticos.

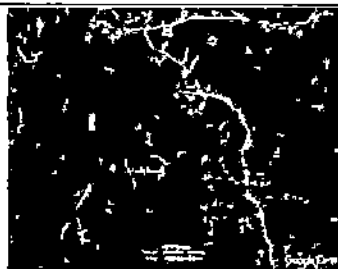
Tabla 34: Ficha Ciénaga de El Llanito – inventario turístico (Elaboración propia)



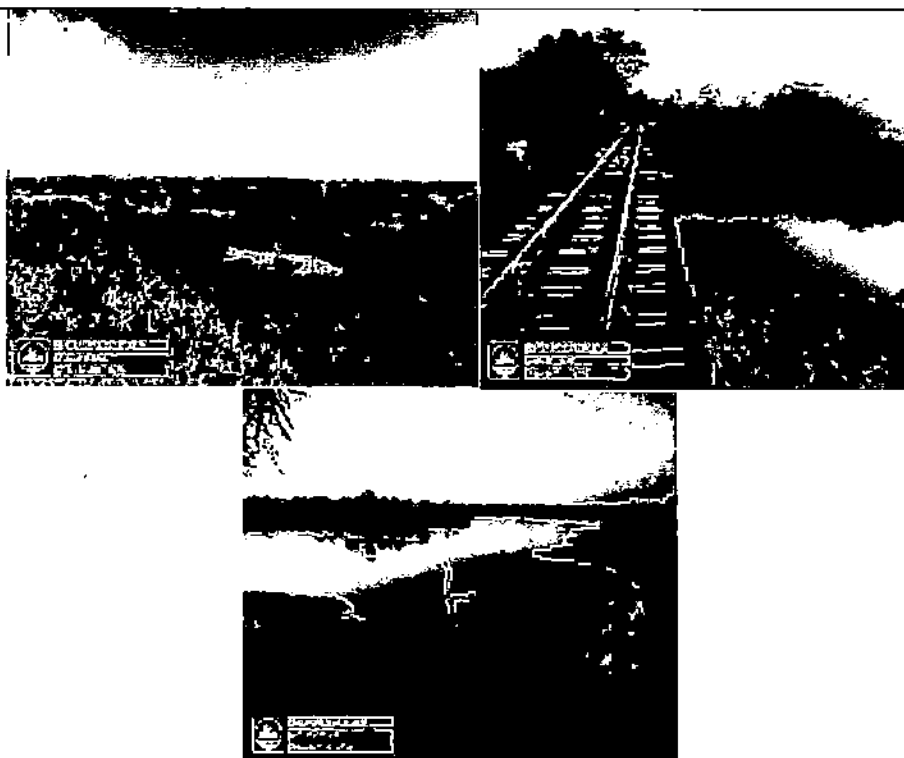
FICHA TÉCNICA EL CENTRO

LOGO 1

LOGO 2



106



DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO

Longitud del sendero	20 km aproximadamente
Altitud máxima	132 msnm
Altitud media	104 msnm
Diferencia altitudinal	60 m
Pendiente máxima	N/A
Pendiente mínima	N/A
Nivel de técnica requerida	Facil porque se realiza en carro y un tramo caminando por la carrilera.
Tiempo de recorrido	Desde el caso urbano hasta el mirador 1.0 horas, el recorrido a pie tarda 2 horas.
Tipo de circuito	N/A



107

DESCRIPCIÓN ACTUAL DEL ATRACTIVO (USO ACTUAL, APROVECHAMIENTO, TIPOS DE TURISMO ACTUAL)

Durante el recorrido por el Corregimiento El Centro se visitaron los recursos turísticos recomendados por habitantes locales que acompañaron el inventario: Mirador Campo 45, Cuatro Bocas y Ciénaga Los Mangos. Actualmente el Corregimiento El Centro no posee uso para el turismo de naturaleza, únicamente el turismo cultural asociado al museo y la actividad industrial del petróleo. Por tal razón, el mirador del 45, Cuatro Bocas y la Ciénaga de Los Mangos no reciben visitantes actualmente. Tampoco cuentan con servicios turísticos ni con personal disponible para la atención de visitantes. El uso actual de las zonas que podrían ser turísticas es el de explotación petrolera y ganadería con haciendas bufaleras.

POSIBILIDADES DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL ATRACTIVO (ACTIVIDADES VIABLES A REALIZAR)

Debido al alto grado de intervención antrópica de este corregimiento las posibilidades de aprovechamiento para el turismo de naturaleza son muy reducidas, por lo tanto, las actividades viables a realizar son aquellas relacionadas con la visita de lugares empleados por la industria petrolera. Adicionalmente a esto, podría explorarse la posibilidad de organizar visitas a las haciendas bufaleras que se localizan sobre la margen de la vía férrea en dirección a la Ciénaga Los Mangos.

INTERVENCIONES SUGERIDAS PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO (INFRAESTRUCTURA)

Dada la reducida posibilidad de realizar actividades de turismo de naturaleza, las intervenciones necesarias son principalmente en definir una ruta precisa para la visita de lugares de interés y establecer la señalización correspondiente al programa de interpretación ambiental que se cree al respecto. También se deberá mejorar la infraestructura de servicios al visitante, especialmente de alimentos y bebidas o de lugares de descanso y sombra.

DESCRIPCIÓN BIÓTICA DEL ÁREA DEL ATRACTIVO.

El ecosistema de este corregimiento está fuertemente alterado por la actividad petrolera predominante. El tipo de biota que aún se conserva se trata de Bosque secundario bajo con pastos limpios para la ganadería y algunas áreas de pastos enmalezados. En cuanto al bosque secundario se trata de aquellas áreas cubiertas por vegetación principalmente arbustiva y herbácea con dosel irregular y presencia ocasional de árboles y enredaderas, que corresponde a los estados iniciales de la sucesión vegetal después de presentarse un proceso de deforestación de los bosques o aforestación de los pastizales. Se desarrolla posterior a la intervención original. La vegetación secundaria comúnmente corresponde a una vegetación de tipo arbustivo, herbácea de ciclo corto, con alturas que no superan los 5 m y de cobertura densa.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ATRACTIVO

El Corregimiento El Centro posee una geomorfología de lomerío con alturas entre los 70 y 200 msnm y pendientes promedio del 12%. El clima es seco con temperaturas que pueden superar los 40 grados centígrados durante la temporada menos lluviosa del año. Ya que cuenta con gran número de pozos y otras infraestructuras petroleras, el corregimiento tiene numerosas vías de acceso a través de vías terciarias sin pavimento. También tiene una línea férrea por la que la población local se desplaza hacia el casco urbano de Barrancabermeja haciendo uso de un medio de transporte no convencional que consiste en una plataforma de madera puesta sobre los rieles y que es impulsada con la tracción mecánica de una motocicleta adaptada. Sin embargo, dado el alto riesgo de accidente y el carácter ilegal, este sistema de transporte no debe ser empleado para desplazamiento de los visitantes. Las Ciénagas Cira y Los Mangos se encuentran en alto grado de invasión por vegetación acuática llamada localmente como "Taruya", por lo que el ingreso a través de la navegación es muy difícil.

ANÁLISIS DEL SITIO (EN EL MARCO ECONÓMICO (TURISMO) Y SOCIAL)

El corregimiento El Centro y su infraestructura petrolera, se comporta como uno de los principales atractivos turísticos de Barrancabermeja; las visitas al Museo y la observación de los pozos y máquinas son actividades frecuentes entre los visitantes de la región. Sin embargo, en cuanto a turismo de naturaleza y otros atractivos alternativos, no se desarrollan actividades ni se están organizando destinos. Sin embargo, los pobladores locales muestran un gran interés por convertirse en destino turístico y demuestran un buen nivel de organización local.

LIMITACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO (PROPIEDAD DEL PREDIO, ACCESOS, ETC.)

El desarrollo turístico de este corregimiento está basado en las visitas al Centro de Ecopetrol y la observación del sistema productivo petrolero, pero otros tipos de turismo más enfocados al



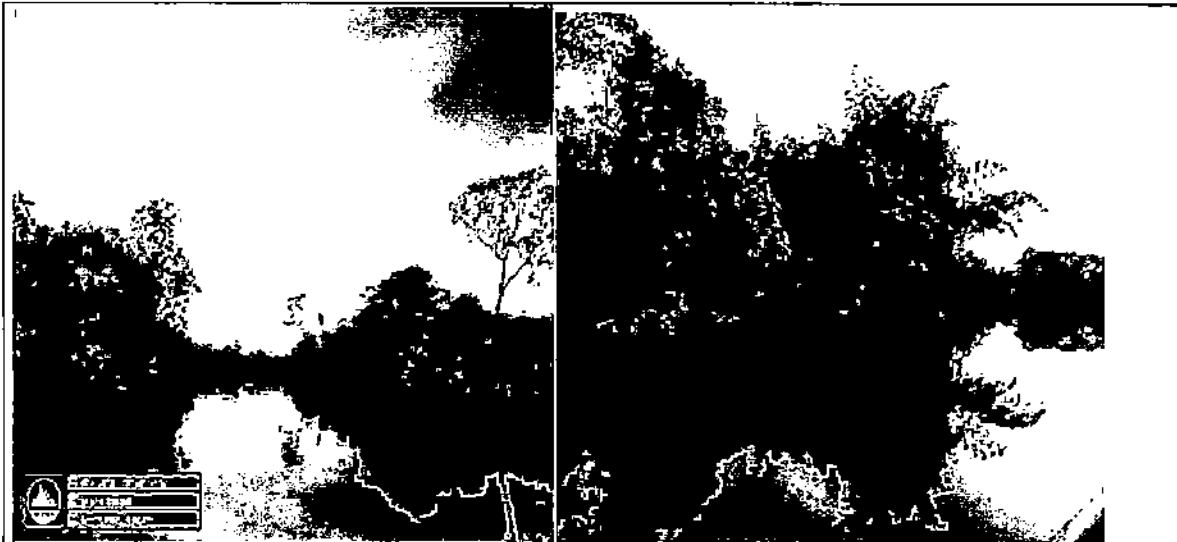
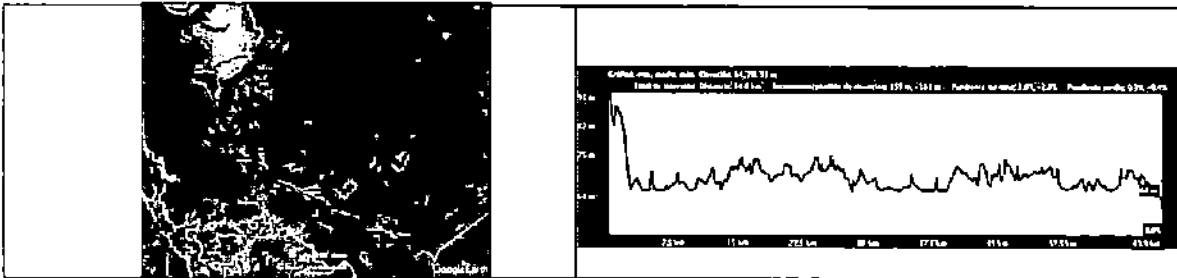
patrimonio natural tienen limitaciones dadas por el alto grado de intervención antrópica de la región, lo que causa que sean muy reducidos los espacios donde el visitante pueda encontrar naturaleza o vida silvestre. Además de ser escasos los lugares de naturaleza, aquellos identificados con algún potencial como las Ciénagas La Cira y Los Mangos, tienen una limitación de acceso dada por la invasión de vegetación acuática o porque los predios adenaños al cuerpo de agua son privados y empleados como fincas ganaderas o de recreo. También se convierte en limitante el medio de transporte para acceder a los destinos de turismo de naturaleza, ya que las carreteras existentes se dirigen a los pozos y campos petroleros, pero no facilitan el acceso a las Ciénagas más allá de las fincas privadas. El uso de la "motocarrucha" se desaconseja para la movilización de visitantes.

Tabla 35: Ficha El Centro – inventario turístico (Elaboración propia)

FICHA TÉCNICA PÁRAMO DE LOS CURÍES

LOGO 1

LOGO 2



DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO

Longitud del recorrido	64 km aprox
Altitud máxima	90 msnm
Altitud media	70 msnm
Diferencia altitudinal	30 msnm
Pendiente máxima	N/A
Pendiente mínima	N/A
Nivel de técnica requerida	Fácil porque se realiza todo el recorrido navegando



Tiempo de recorrido	recorrido completo 3 horas
Tipo de circuito	N/A
DESCRIPCIÓN ACTUAL DEL ATRACTIVO (USO ACTUAL, APROVECHAMIENTO, TIPOS DE TURISMO ACTUAL)	
<p>Este recorrido compuesto por el Caño El Zarzal y la Ciénaga y Caño de San Silvestre, actualmente es explotado turísticamente según la demanda del mercado, por algunos operadores turísticos del municipio de Barrancabermeja. El principal visitante interesado en este tipo de recorridos son los extranjeros, aunque últimamente un segmento de visitantes nacionales les interesa el avistamiento de aves y de primates. Por otra parte, la Ciénaga de San Silvestre tiene un amplio uso turístico dado por los centros recreativos y náuticos localizados en los predios aledaños al cuerpo de agua. También es aprovechada como paisaje para locales restaurantes de borde de carretera.</p>	
POSIBILIDADES DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL ATRACTIVO (ACTIVIDADES VIABLES A REALIZAR)	
<p>Dentro de las posibilidades de aprovechamiento turístico se encuentran el aviturismo, ecoturismo, educación e interpretación ambiental y recreación con deportes náuticos. La visita al Caño que comunica con la Ciénaga de Llanito y al Río Sogamoso posee un gran potencial para el avistamiento de aves y de primates debido a la presencia de bosques ribereños y vegetación propia de humedales que facilitan la permanencia de comunidades de fauna. También podría darse el avistamiento de manatíes, aunque este tipo de fauna es de extrema dificultad para observar y no conviene generar falsas expectativas en los visitantes. Por otra parte, dada la cercanía y facilidad de acceso a la carretera desde Barrancabermeja, la Ciénaga de San Silvestre tiene posibilidades de ser escenario para eventos de deportes náuticos, tipo competencias y festivales.</p>	
INTERVENCIONES SUGERIDAS PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO (INFRAESTRUCTURA)	
<p>Para garantizar la seguridad de los visitantes y brindar facilidad al embarque y desembarque, es necesario construir un tipo de muelle sobre la Ciénaga de San Silvestre, ya que actualmente no existe un punto determinado para que los turistas aborden la lancha. Posteriormente se debe establecer claramente el recorrido ya que en este sector es posible visitar varios puntos, después se debe hacer un guion interpretativo con enfoque ambiental y de preservación; aunado a ello se deben contar con topoguías o información escrita para los turistas. Capacitación a guías turísticos de la zona en temas relacionados con ecoturismo (historia, concepto, tipología, señalización, afectaciones medioambientales, etc.). Por otra parte, se debe fortalecer la infraestructura asociada a los servicios turísticos de alimentos y bebidas, y quizás comunitariamente puntos de artesanías y/o productos de producción local.</p>	
DESCRIPCIÓN	BIÓTICA DEL ÁREA DEL ATRACTIVO.
<p>La Ciénaga de San Silvestre posee un ecosistema propio de cuerpos de agua y zonas inundables en tiempo de lluvias. Las especies predominantes asociadas a los cuerpos de agua, ya sea en forma flotante o sumergida son: buchón de agua (<i>Eichhornia crassipes</i>), Junco (<i>Eleocharis palustris</i>), Pasto Elefante (<i>Pennisetum purpureum</i>), Bijao (<i>Calathea lutea</i>), Oreja de Elefante (<i>Caladium sculentum</i>), Canutillo (<i>Hymenachne amplexicaulis</i>) y lenteja de agua (<i>Lemna minor</i>). En cuanto a las aves, las de mayor avistamiento son la Garza Morena, Cara Cara (<i>Caracara cheriway</i>), bichofue (<i>Pitangus sulphuratus</i>), tangaras (<i>Trogon chrysolaus</i>), Sirirí (<i>Tyrannus melancholicus</i>), loros (<i>Forpus conspicillatus</i>), garrapateros (<i>Crotophaga major</i>) y cucaracheros (<i>Campylorhynchus griseus</i>).</p>	

DESCRIPCIÓN	TÉCNICA DEL ATRACTIVO
<p>La Ciénaga de San Silvestre es un cuerpo de agua de aproximadamente 1100 hectáreas, con una altitud promedio de 65 msnm a la que se accede en lancha desde la Ciénaga de Llanito o por medio de una carretera pavimentada y en buen estado que conduce al corregimiento de Llanito. Por tratarse del Magdalena Medio, el clima es muy caluroso, especialmente la intensidad del brillo solar en horas cercanas al medio día, las temperaturas pueden superar los 35 grados centígrados. Se recomienda navegar el cuerpo de agua a tempranas horas para disminuir los efectos de la insolación, pero además para obtener mayores y mejores avistamientos de aves. No se recomienda navegar durante lluvias ya que los vientos pueden ocasionar malas experiencias de viaje. Sobre la carretera que conduce al corregimiento de Llanito se pueden encontrar algunos atractivos o recursos turísticos para los visitantes asociados al expendio de bebidas y restaurantes localizados</p>	



sobre la margen de la carretera. También sobre esta ruta de acceso, se localizan varios de los centros recreativos y centros náuticos más conocidos y empleados de Barrancabermeja.

ANÁLISIS DEL SITIO (EN EL MARCO ECONÓMICO (TURISMO) Y SOCIAL)

El turismo en la Ciénaga de San Silvestre, así como en la de Llanito, el turismo ocupa un importante lugar en la economía local, aunque por el momento solo el turismo recreativo y relacionado con bares y restaurantes. Socialmente el turismo es muy aceptado y los pobladores locales ven en esta opción un ingreso económico alternativo. Existen pescadores que algunos días remplazan sus faenas pesqueras por el transporte de turistas, llegando a realizar un excelente trabajo en la conducción de grupos y en la interpretación de los valores naturales durante el recorrido, especialmente lo relacionado con el avistamiento de fauna silvestre y la identificación de especies de flora. Es importante resaltar que las Ciénagas de San Silvestre y Llanito, así como los caños que las comunican con el río Sogamoso son corredores de fauna silvestre para especies tan importantes como el manatí, razón por la cual, se debe contar con suficiente información biológica para establecer rutas y horarios de recorrido que no afecten las estaciones de fauna. Así mismo, establecer acuerdos con los pescadores para que las lanchas del turismo no interfieran con las jornadas de pesca.

LIMITACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO (PROPIEDAD DEL PREDIO, ACCESOS, ETC.)

Realmente las limitaciones para el desarrollo turístico de la Ciénaga de San Silvestre son pocas ya que este atractivo turístico cuenta con buenas rutas de acceso y con facilidades para el disfrute de los visitantes. Los Lugares aptos y abiertos para que los visitantes aborden las lanchas de transporte son pocos ya que la mayoría de los predios sobre la margen del cuerpo de agua son privados. La inexistencia de una ruta definida, la falta de un guion temático para el atractivo (en especial para que pueda ser usado como aula ambiental), que incluya fauna y flora existente en el área, es también un limitante. Y, por último, la escasa formación en atención de visitantes, calidad de servicio y en manejo de alimentos y bebidas por parte de los habitantes locales que se están dedicando al turismo se convierte en una gran limitante en el desarrollo de la Ciénaga como un destino de alta calidad turística.

Tabla 36: Ficha Páramo de los Curies- inventario turístico (Elaboración propia)

- **Reconocimiento turístico de atractivos para incluir a experiencias turísticas**

Una vez relacionados los recursos y atractivos del municipio, se hace necesario identificar cuáles de esos escenarios son reconocidos actualmente, la percepción que se tiene de ellos y el potencial para ser incluido en un producto turístico, para eso se realizaron tres tipos de actividades:

1. Taller con actores del sector
2. Encuesta a turistas
3. Visita de campo de expertos nacionales e internacionales

Talleres participativos

Los primeros días de octubre de 2018 se realizaron tres talleres participativos con representantes del sector privado, entes gubernamentales, sector académico y comunidad en general (ver anexo 9- Listados de asistencia), siguiendo los lineamientos de la metodología **Design Thinking** - o pensamiento de diseño, como enfoque creativo que ayuda a desarrollar soluciones innovadoras a problemas específicos atendiendo las necesidades del usuario o del segmento de mercado de interés, se les pidió a los asistentes diseñar un folleto promocional de los productos turísticos que se podrían desarrollar en el Municipio.



El progreso
es de todos.

Mincomericio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

Inicialmente se solicitó a los participantes definir el mercado para el cual se desarrollaría el producto, con el fin de abarcar la primera fase del Design Thinking que se enfoca en la necesidad de pararse en los zapatos del usuario.

Sobre esa base, se definieron los lineamientos que debía cumplir la oferta para proceder a la etapa de ideación que permitiera combinar, de la mejor forma posible los atractivos, actividades y servicios turísticos que suplirían las necesidades.

111

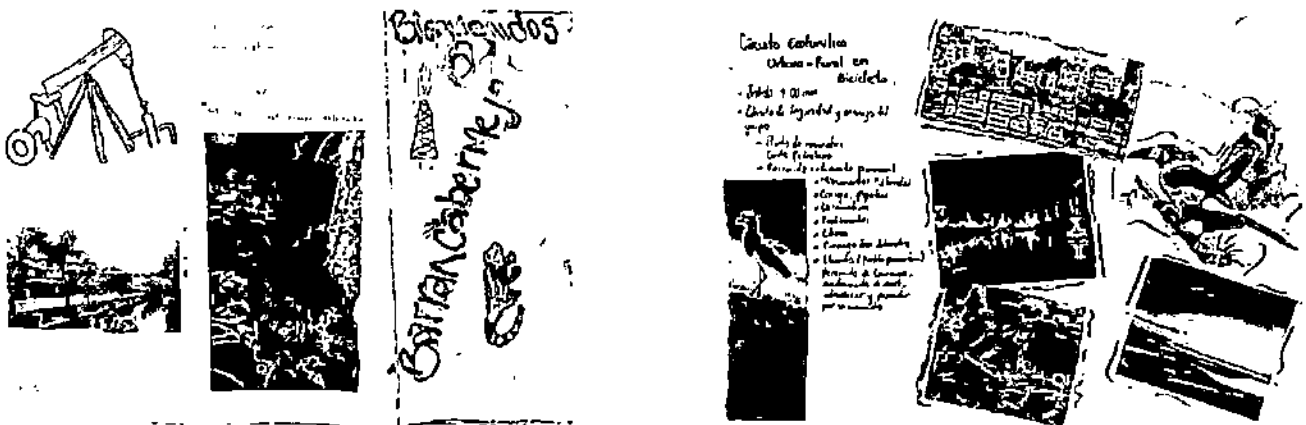


Imagen 19: Fases metodología Design Thinking (Tomada de: Design Thinking) (Elaboración propia)

Finalmente, el folleto se convertiría en una opción de prototipado rápido que permitiría a la consultoría identificar:

- El público objetivo que la comunidad quisiera recibir en su municipio
- Los atractivos que la comunidad quisiera compartir con los visitantes
- Las actividades que consideran atractivas para el disfrute turístico de los visitantes
- La vocación turística que la comunidad reconoce sobre su municipio
- El enfoque de destino turístico que la comunidad prioriza

En el Municipio se expresaron los resultados en materiales visuales como los que se reseñan a continuación:



Imágenes 20 y 21: resultados taller participativo, 2018 (Elaboración propia)

En el marco de este ejercicio los atractivos que consideraban de especial interés para el desarrollo turístico del municipio son los siguientes:



112

Taller participativo
Atractivos
Atractivos culturales
Club Náutico
Club Infantas
Cristo petrolero
El Muelle
Museo Nacional del Petróleo
Monumento al Cacique Pipatón
Monumento a la Pollera Colorá
Parque de la Vida
Paseo Cultural
Puente Guillermo Gaviria Correa - "Puente Yondo"
Atractivos naturales
Río Magdalena
Ciénaga de San Silvestre
Ciénaga del Llanito
Ciénaga de Miramar
Actividades
Paseo por el Río Magdalena
Muestras culturales (bailes y música)
Avistamiento de flora y fauna
Avistamiento de atardeceres
Conocer el proceso productivo del petróleo

Tabla 37: Atractivos identificados primeros talleres participativos, 2018 (Elaboración propia)

Encuestas Turistas

Con el objetivo de saber el nivel de reconocimiento que tienen los turistas acerca de los atractivos culturales y naturales del municipio de Barrancabermeja se incluyeron las siguientes dos preguntas en la encuesta realizada a 166 turistas

- **Información sobre los atractivos:** El 69% de las encuestas considera que la información es insuficiente, el 15% cree que es nula; lo anterior porque manifiestan no haber encontrado ningún tipo de material promocional, señalización o referencia a los sitios turísticos de Barrancabermeja. El 15% indica que la información es suficiente y tan solo el 1% como muy buena.



113

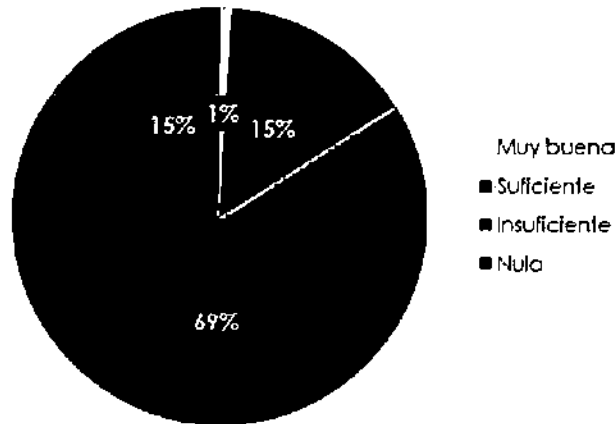


Gráfico 19: Información sobre los atractivos, 2018 (Elaboración propia)

- **Atractivos escuchados y visitados:** El atractivo con el mayor grado de reconocimiento y visita de los turistas es El Muelle, ya que un 78% lo ha escuchado y el 70% lo ha visitado; esto puede ser atribuido a la gran cantidad de establecimientos de gastronomía típica que se encuentra en la zona y que es frecuentado, en horas del mediodía, por los visitantes que llegan a Barrancabermeja para almorzar. El Cristo Petrolero fue reconocido 58% encuestados que lo han escuchado y 50% que lo ha visitado. Luego se ubica la Ciénaga de El Llanito con un 42% de turistas que saben que existe, pero tan solo un 26% lo ha visitado. En menores porcentajes se encuentran el Monumento a la Pollera Colorá (35% escuchado y 25% visita), el Museo Nacional del Petróleo (24% escuchado y 12% ha visitado), Paseo Cultural (20% escuchado y 17% visitado) y finalmente, se encuentran la Ciénaga de San Silvestre, Avenida del Ferrocarril y Monumento al Cacique Pipatón que menos del 10% de los encuestados los han visitado.

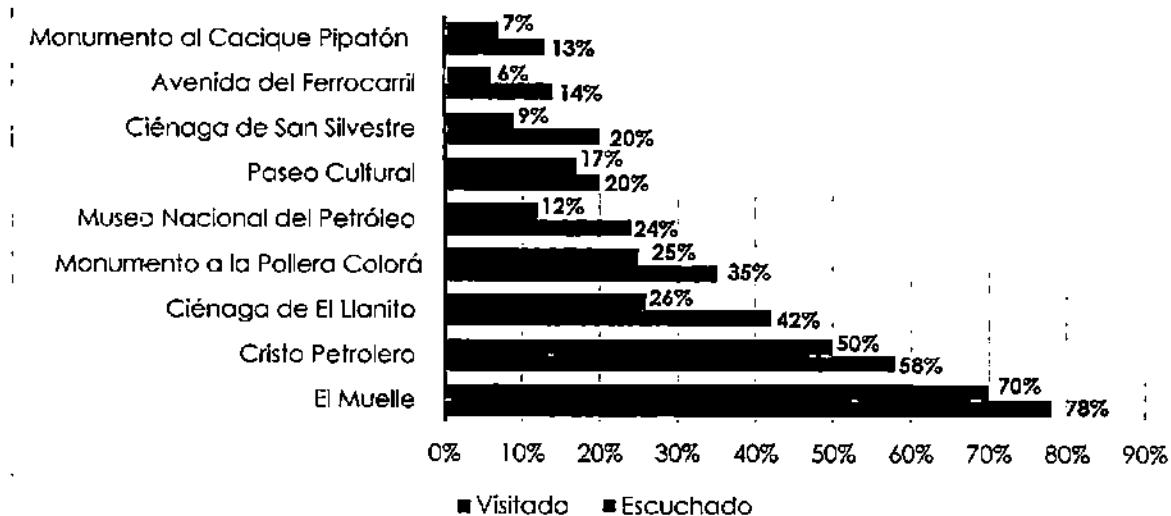


Gráfico 20: atractivos escuchado y visitados, 2018 (Elaboración propia)



Buscadores

Frente a la presencia en buscadores que relacionan actividades o sitios de interés, se revisó la información presente en dos de las principales herramientas disponibles para este fin, TripAdvisor (12 resultados) y mi nube (7).

A continuación, los resultados:

114


Buscadores	
Fecha de consulta	10/2018
	TripAdvisor
Buscador	 tripadvisor
Atractivos/actividades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Iglesia la Inmaculada ▪ San Silvestre Centro Comercial ▪ Muelle Barrancabermeja ▪ Cristo Petrolero ▪ Puente Guillermo Gaviria Correa ▪ Letrero de Barrancabermeja ▪ La Cervecería Barranca ▪ Iglesia de Nuestra Señora del Carmen ▪ Cable Wake Park Santander ▪ El Llanito ▪ Parque Santander ▪ Museo Nacional del Petróleo

Tabla 38: oferta de atractivos/actividad en TripAdvisor, 2018 (Elaboración propia)


Buscadores	
Fecha de consulta	10/2018
	Minube
Buscador	 minube
Atractivos/actividades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Río Magdalena ▪ El Muelle del Río Magdalena ▪ Ciénaga de San Silvestre ▪ Cristo Petrolero ▪ Municipio de Barrancabermeja ▪ Parque Infantil ▪ Pesca en la Ciénaga de San Silvestre

Tabla 39: oferta de atractivos/actividad en Minube, 2018 (Elaboración propia)



El progreso es de todos Mincomercio



BARRANCABERMEJA POSIBLE

De acuerdo con los resultados obtenidos, se resalta el atractivo del Cristo Petrolero por encontrarse en estos dos buscadores.

▪ Cristo Petrolero:

115

En TripAdvisor este atractivo se encuentra con una puntuación 3,5/5 de 38 opiniones donde cerca del 70% de los usuarios lo califica como excelente y muy bueno, el 15% como regular y el 15% restante como malo y pésimo.



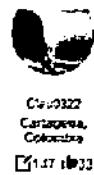
Escrito una opinión el 10 de enero de 2018

Cristo Petrolero

Una muy bonita escultura de un Cristo hecho con material y metalurgia del complejo industrial de Ecopetrol. El tema es que sobre la Calle 52 no hay Parquadero y es una Via principal por lo que hay que tener en cuenta esto. Pero el paisaje... Más



Fecha de la experiencia: enero de 2018



Escrito una opinión el 26 de octubre de 2017

Buena Vista

El Cristo Petrolero esta ubicado dentro del Agua al lado de otras 2 Esculturas y de Fondo se observa la Refinería. Un Paseo Peatonal lo rodea



Fecha de la experiencia: octubre de 2017

Imagen 22: comentario sobre el Cristo Petrolero, 2018 (Tomada de TripAdvisor)

En el buscador Minube, este atractivo se encuentra calificado con 5/5 de 2 opiniones.

El Cristo Petrolero

El Cristo Petrolero es un monumento que se encuentra en Barrancabermeja, Colombia.




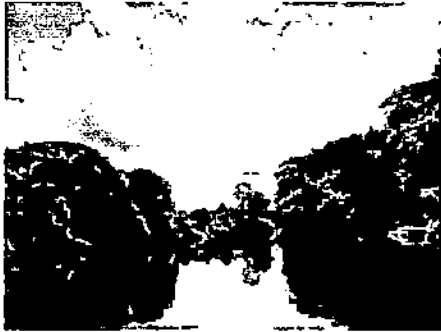

Imagen 23: Comentario sobre el Cristo Petrolero, 2018 (Tomada de TripAdvisor)



Visitas de campo

Finalmente, y con el fin de constatar de primera mano el nivel de los atractivos identificados susceptibles de ser incluidos en experiencias turísticas en el corto plazo, expertos nacionales e internacionales del equipo consultor hicieron una visita de campo a los principales atractivos del municipio de Barrancabermeja, entre los que se encuentran:

116

Visitas de campo	
Atractivo	Imagen
Río Magdalena	
Ciénaga San Silvestre	
Ciénaga El Llanito	



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR 60
COLOMBIA



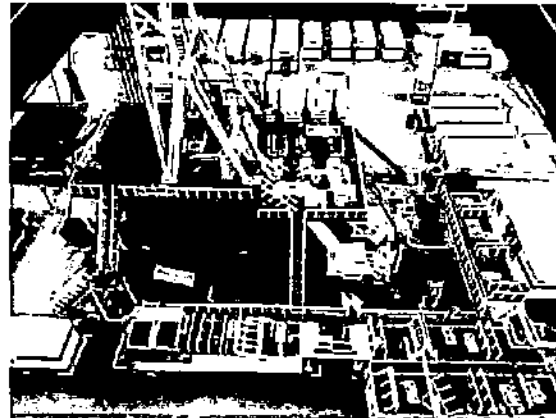
BARRANCABERMEJA
POSIBLE
CON FONTEUR CAS 87-01

117

Cristo Petrolero



Museo Nacional del
Petróleo



Monumento a la
Pollera Colorá







<p>Monumento al Cacique Pipatón – siempre y cuando se haga mantenimiento</p>	
<p>Avenida Ferrocarril – siempre y cuando se facilite espacios de acceso para el recorrido (En principio sería visita panorámica)</p>	

Tabla 40: Atractivos visitados por equipo consultor, 2018 (Elaboración propia)

2.3.1.3.2. Productos turísticos

Un producto turístico es la asociación de atractivos, infraestructura y planta turística, que puestos en el mercado con un precio satisfacen necesidades y motivaciones de los turistas. Esta articulación de oferta se constituye como un mecanismo que permite empaquetar una actividad o varias en el destino.

En las visitas de campo y el recaudo de la información para Barrancabermeja se identificaron los productos turísticos que tienen oferta activa y/o empaquetamientos comercializados en el destino; adicionalmente se incluyen, desde fuentes secundarias, la relación de los productos sobre los cuales se está haciendo esfuerzos para volverlos parte de la oferta turística del área de estudio.

- Oferta activa

Con el fin de analizar las experiencias turísticas que hoy se ofrecen en el destino se acudió a los operadores de viaje locales que, como se mencionó en el análisis del eslabón de imagen y organización del viaje en el destino, a través de la Asociación de agencias de viaje ASOAVIBA hoy las Agencias tienen en su portafolio:



El progreso
es de todos

Mincomercio



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

- **City Tour Río Grande de la Magdalena:**
 - Historia del Río Magdalena (transporte en lancha)
 - Refrigerio gastronómico
 - Tour mi Barrancabermeja
 - Almuerzo típico – El Llanito
 - Hidratación
 - Seguro de viaje
 - Guía

Valor: \$70.000 x persona

- **Pasadía Latoca del Magdalena**
 - Tour mi Barrancabermeja
 - Refrigerio gastronómico
 - Visita al Museo del Petróleo
 - Club de Golf
 - Piscina
 - Hidratación
 - Almuerzo típico
 - Seguro de viaje
 - Guía

Valor \$75.000 x persona

- **Pasadía El Mohán – Corregimiento El Llanito**
 - Paseo por el río hasta el Llanito en lancha (historia de la industria a orillas del Río Magdalena)
 - Cultura de avistamiento de aves
 - Refrigerio gastronómico
 - Almuerzo típico
 - Seguro de viaje
 - Guía

Corregimiento El Centro – Turismo cultural – industrial

En el corregimiento El Centro, en especial para estudiantes de carreras relacionadas al sector petrolero, hay una oferta disponible que tiene los siguientes elementos. Sitios de la operación petrolera (previa coordinación de operador local – agencia - Ecopetrol):

- Primeros pozos de exploración
- Estación de filtrado
- Clúster con sistemas de levantamiento (varios machines juntos)

Sitios de uso del personal de petróleo:

- Club Internacional (punto de almuerzo y descanso en la ruta)
- Plaza Centenario
- Casino (usado como biblioteca)
- Teatro (abandonado)
- Museo del Petróleo
- Tarde libre en Barranca para centros comerciales
- Actividad nocturna en "chiva" – Disfrute de la gastronomía

- Ejercicios de planificación

Adicionalmente, se tuvieron en cuenta ejercicios realizados por el municipio desde la planificación para estructurar productos turísticos



Centro de Estudios Regionales

A partir del trabajo realizado por el Centro de Estudios Regionales del Magdalena Medio, "Propuesta para la gestión de productos turísticos", con el fin de identificar los productos turísticos potenciales en el municipio de Barrancabermeja se establecieron tres iniciativas cuya conceptualización, descripción y segmento de mercado, se describe a continuación:

120

Producto	Conceptualización	Descripción	Segmento
Festival del dulce	Recrear un ambiente gastronómico tradicional especializado en dulces y granos, que comprenda gran variedad de insumos tropicales, naturales, sin químicos y preservantes para deleite del paladar de propios y extraños en semana santa, a través de una variada programación artística y cultural; en la que las experiencias del visitante estén mediadas por el intercambio con las mujeres dulceras y sus familias que contribuyan a generar una imagen de autenticidad, barranqueñidad, calidad, cordialidad y sostenibilidad del producto en respuesta a un mercado nacional e internacional.	Este producto está enfocado en la muestra, elaboración y realización interactiva de dulces tradiciones de la región. Además de disfrutar de un show musical.	<p>Mercado interno: divertido Mercado extranjero: el cultural Estilo de vida: nichos específicos.</p> <p>Para este producto no se describen limitaciones físicas para la participación de algún tipo de público.</p>
Paseo ribereño	Activar los sentidos y conectar con el entorno, durante el recorrido por el paisaje natural y la exuberante vegetación que comprende el río Magdalena que se encuentra con la historia, el territorio y sus personajes de gran connotación local, regional, nacional e internacional. A través de la contemplación, donde la experiencia del grupo de turistas, intercambian con la comunidad local proyectando una imagen auténtica, de tradición, cultura petrolera y ribereña hacia la sostenibilidad del producto.	En este se incluyen atractivos como: Río Magdalena, Puente Guillermo Gaviria, Hotel Pipatón, Cristo Petrolero, Paseo Cultural y se resalta la gastronomía tradicional del municipio.	<p>Según experiencia: cliente multitemático Mercado interno: el cliente conocedor Mercado extranjero: naturaleza Estilo de vida: el cliente de responsabilidad y sostenibilidad e inclusivo.</p> <p>Para este producto se restringe el paseo al Río para personas con alguna discapacidad o limitación física.</p>
Ruta del oro negro	Viajar en el tiempo ante los innumerables hitos históricos que permitieron el desarrollo de la industria petrolera en Barrancabermeja, contribuir al conocimiento develando la cultura del territorio, su gente, su pujanza, su fuerza, el arraigo por lo propio incluidos los extraños que se quedaron; a través de la visita a	Se incluyen los siguientes atractivos alrededor de la industria petrolera: Monumento al Obrero, Máquinas, Museo del Petróleo, Casa Loma, Iglesia, Colegio, Cristo Petrolero, entre otros.	<p>Mercado interno: el cliente conocedor Mercado extranjero: el cultural Cientes con estilos de vida: tecnológicos, especializados, exclusivos e inclusivos</p>



121

	<p>lugares patrimoniales y con contenido histórico donde toda la comunidad interactúa desde sus saberes con el visitante y en espacios físicos la impronta transmite la importancia de este territorio como experiencia, proyectando una imagen auténtica, de tradición, cultura petrolera que reverdece en el contexto local, nacional e internacional.</p>		<p>Para este producto no se describen limitaciones para la participación de algún tipo de público.</p>
--	--	--	--

Tabla 41: Conceptualización de producto turístico, 2018 (Tomada de CER)

Cámara de Comercio de Barrancabermeja

Con el apoyo de Cluster Development, la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, llevó a cabo un estudio para establecer las potencialidades de la ciudad en la que se definieron 3 sectores como jalonadores del desarrollo: Agro – Integración piscicultura y pesca, logística y turismo.

De cada uno de ellos se hizo un ejercicio de mapeo en el que para turismo se identificó un clúster y un microcluster

Clúster turístico Río Magdalena

Productos: espacios únicos, ciénagas, avistamiento de fauna, Río Magdalena

SEGMENTO: Cluster Turístico Río Magdalena

<p>DIMENSIÓN DEL MERCADO</p>	<p>En 2016 aproximadamente 20 millones de Colombianos recorrieron el país. Los productos de naturaleza y aventura fueron los segundos más vendidos por las agencias en el 2016 tanto para turismo nacional como internacional. Casi el 80% del turismo internacional es vacacional.</p>
<p>CRECIMIENTO MERCADO</p>	<p>El mercado internacional se mantiene en crecimiento a tasas de dos dígitos, en el 2016 hubo un incremento de 13,3% respecto al 2015 en el número de turistas extranjeros no residentes y en el periodo enero a septiembre de 2017 se evidenció un crecimiento de 21,37% respecto al mismo periodo de 2016.</p>
<p>MASA CRÍTICA Y EXISTENCIA DE OFERTA (POTENCIAL) POR SECTOR ESTRATÉGICO DE NEGOCIO</p>	<p>Cuenta con la infraestructura hotelera y de restaurantes así como con los atractivos (ciénagas, río Magdalena, fauna, Puma Serranía de los Valguiles...), sin embargo no están desarrollados. Existen alrededor de 20 agencias de viajes, pero tan sólo 3 de ellas son tanto emisoras como receptoras. Lo que se ofrece actualmente son pasadías, no existe una oferta de paquetes estructurada.</p>
<p>VENTAJAS COMPETITIVAS Y DIFERENCIACIÓN (FACTIBILIDAD)</p>	<p>Atractivos naturales como el río Magdalena, alrededores de 14 ciénagas, avistamiento de maratis.</p>
<p>NIVEL DE COORDINACIÓN ACTUAL DE LOS AGENTES Y DE LOS PRODUCTOS (FACTIBILIDAD)</p>	<p>El turismo de naturaleza y aventura es un sector priorizado desde el MTCIT, de modo que existen iniciativas de apoyo. A nivel local el turismo se ha priorizado dentro del Plan de Desarrollo Municipal por lo que también se cuenta con estrategias para desarrollarlo partiendo del objetivo de diversificación de la economía del municipio</p>
<p>RECEPTIVIDAD Y LIDERAZGO DE LOS AGENTES DE LA CADENA DE VALOR</p>	<p>Existe un buen nivel de liderazgo desde el sector hotelero para dinamizar el turismo en la región, se debe desarrollar más el encadenamiento con los operadores, que es uno de los eslabones más importantes en la cadena y con mayor debilidad.</p>

Imagen 24: Productos turísticos, 2018 (Tomada de: Cluster Development - Cámara de Comercio de Barrancabermeja)



• **Micro clúster turístico cultura y petróleo**

Productos: Folclore musical, cultura del río, indígena, gastronomía

SEGMENTO: Microclúster Turístico Cultura y Petróleo

122

DIMENSIÓN DEL MERCADO	En 2016 aproximadamente 20 millones de Colombianos recorrieron el país. El producto de cultura fue el tercer producto más vendido por las agencias en el 2016 para turismo nacional y el primero para turismo internacional. Casi el 80% del turismo internacional es vacacional.
CRECIMIENTO MERCADO	El mercado internacional se mantiene en crecimiento a tasas de dos dígitos, en el 2016 hubo un incremento de 18,3% respecto al 2015 en el número de turistas extranjeros no residentes y en el periodo enero a septiembre de 2017 se evidenció un crecimiento de 21,57% respecto al mismo periodo de 2016.
MASA CRÍTICA Y DISTINCIÓN DE OFERTA (POTENCIAL) POR SECTOR ESTRATÉGICO DE NEGOCIO	Cuenta con la infraestructura hotelera y de restaurantes así como con los atractivos (Refinería de Barrancabermeja, cultura del río, folclore musical...), sin embargo no están desarrollados. Existen alrededor de 20 agencias de viajes, pero tan solo 3 de ellas son tanto emisoras como receptoras. Lo que se ofrece actualmente son pasadías. No existe una oferta de paquetes estructurada.
VENTAJA COMPETITIVA Y DIFERENCIACIÓN (FACTIBILIDAD)	Atractivos como la refinería de Barrancabermeja, cultura ancestral del río, folclore musical...
NIVEL DE COORDINACIÓN ACTUAL DE LOS AGENTES Y DE LOS PRODUCTOS (FACTIBILIDAD)	A nivel local el turismo se ha priorizado dentro del Plan de Desarrollo Municipal por lo que también se cuenta con estrategias para desarrollarlo partiendo del objetivo de diversificación de la economía del municipio
RECEPTIVIDAD Y LIDERAZGO DE LOS AGENTES DE LA CADENA DE VALOR	Existe un buen nivel de liderazgo desde el sector hotelero para dinamizar el turismo en la región, se debe desarrollar más el encadenamiento con los operadores, que es uno de los eslabones más importantes en la cadena y con mayor debilidad.

Imagen 25: Productos turísticos. 2018 (Tomada de: Cluster Development - Cámara de Comercio de Barrancabermeja)

Otro ejercicio relevante para la ciudad, fue el realizado por Confecámeras en alianza con las Cámaras de Comercio de Barrancabermeja, el Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, Honda, La Dorada, Girardot, Sur y Oriente del Tolima, Ibagué y Neiva para diseñar un producto turístico alrededor del río Magdalena.

Producto turístico ⁵⁸	
Nombre	Magdalena Travesía Mágica
Objetivo:	Promover el desarrollo turístico en la región del Magdalena Alto y Medio (7 Departamentos - 21 municipios)
Actores involucrados:	Confecámeras, Cámaras de Comercio de Barrancabermeja, el Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, Honda, La Dorada, Girardot, Sur y Oriente del Tolima, Ibagué y Neiva
Acciones realizadas:	- Caracterización de la oferta turística - Identificación de los principales atractivos - Definición de actores

⁵⁸ RECOVECOS. "Magdalena Travesía Mágica" - Diseño de Producto Turístico. Julio 2014, Colombia. Disponible en: <http://magdalentravesiamagica.com/boletines/> Consultado en enero de 2019



	RETOS Factores de soporte: - Las vías de comunicación: 3 - Falta de infraestructura Factores de producción: - La necesidad de capacitación: 3 - Falta de conocimiento en turismo - Sector desorganizado Factores de gestión: - El apoyo institucional: 3 - Falta de voluntad política - Apoyo institucional que contemple la inversión - Falta de compromiso de los entes gubernamentales - Falta de apoyo institucional - Poca inversión al turismo - Falta de promoción - Falta de visión perimetral hacia otros sectores diferentes del petróleo	ACCIONES A EMPRENDER Factores de atracción: - Producto turístico - Diseño de producto turístico Factores de soporte: - Inversión en infraestructura: 2 - Acondicionar el entorno (vías, hoteles, restaurantes) - Arreglo de vías de acceso - Infraestructura de servicios Factores de producción: - Capacitación de los actores de la cadena turística: 2 - Sensibilización turística - Organización del sector Factores de gestión: - Apoyo institucional: 4 - Desarrollar proyectos turísticos - Inventarios de atractivos turísticos - Campañas de cultura, valoración y conocimiento de lo nuestro - Promoción del destino
Itinerario propuesto:	Día 1 Recorrido Safari Chucurí Almuerzo en cazuela Excursión palotal salvaje Noche de alojamiento Barranca Día 2 Salida a San Vicente de Chucurí Excursión a la cueca de los aviones Noche de alojamiento San Vicente de Chucurí Día 3 Día de campo en finca cacaotera Excursión Serranía de los Yariguies Noche de alojamiento San Vicente de Chucurí Día 4 Salida para Barranca	
Operadores	Funny Days Turismo Tropical Nakuma Travel	

Tabla 42: producto turístico. Datos tomados: Magdalena Travesía Mágica. Desarrollo Turístico en el río Magdalena. 2014. (Elaboración propia)



- Análisis de los productos del municipio

Con base en la información recopilada y los ejercicios hechos durante la fase de diagnóstico en el Municipio de Barrancabermeja la consultoría evaluó, asignando puntajes, los productos turísticos del territorio teniendo en cuenta los siguientes criterios.

- Importancia que le otorgan los prestadores de servicios turísticos, los actores del sector y los visitantes al municipio
- El nivel de preparación de la oferta, según la observación de los consultores y el análisis de entrevistas y ejercicios realizados con los prestadores de servicios turísticos y actores del sector. Se tuvo en cuenta la opinión de los visitantes del municipio
- Desempeño comercial, considerando la oferta disponible y reconocida para el producto.
- Relación del producto con el reconocimiento que hay del destino, con base en entrevistas, encuestas y análisis de la percepción del destino

Los resultados se condensan en la siguiente tabla:

Eje	Importancia	Preparación de la oferta	Desempeño comercial	Reconocimiento del destino	Promedio
Turismo industrial	4,5	3,5	2	5	3,75
Turismo gastronómico	4	3	3	4	3,50
Navegación en ciénagas y ríos	4	2	3	2	2,75
Turismo urbano	4	2	3,5	1	2,63
Avistamiento de fauna y flora	4,5	2	1,5	0	2,00
Avistamiento de aves	4,5	1	1,5	0	1,75
Deportes náuticos	4	1	0,5	1	1,63
Festividades y eventos	4	1,5	0	1,5	1,75
Pesca artesanal	3	1,5	0	0	1,13
Turismo MICE	2	1	0,5	1	1,13
Turismo musical	2	0,5	0	1,5	1,00
Turismo científico	1	2	1	0	1,00
Cruceros y navegación	1,5	1	0,5	0	0,75
Agroturismo	1,5	1	0,5	0	0,75
Turismo religioso	0	0	0	0	0,00
Turismo de compras	0	0	0	0	0,00
Turismo de bienestar	0	0	0	0	0,00
Etnoturismo	0	0	0	0	0,00

Tabla 43: Análisis productos turísticos 2018 (Elaboración propia)

Los mejores resultados lo consiguieron tres productos: Turismo industrial, principalmente por el reconocimiento que tiene el municipio gracias a la relación con el sector petrolero y al potencial que los prestadores de servicios turísticos manifiestan para el desarrollo de una oferta en el territorio. La comercialización tiene la calificación más baja porque, aunque hay experiencias en el pasado de esfuerzos en este sentido, actualmente no fueron identificados.

La gastronomía como producto turístico se reconoce por ser la manifestación del elemento diferenciador que da la cultura ribereña a la cocina de Barrancabermeja y es una de las actividades que más disfrutan los visitantes.

Finalmente se encuentra la navegación en ríos y ciénagas, así como el avistamiento de flora y fauna que se consideran importantes y varios son los esfuerzos para mejorar la oferta, pero aún necesitan un importante trabajo en comercialización.



Con base en el resultado del análisis, es importante destacar que en Barrancabermeja los productos turísticos, se encuentran en una etapa de desarrollo incipiente. A pesar de tener conceptualizados algunos productos turísticos, no se evidencian experiencias comercializables exitosas.

125

Por un lado, los actores manifiestan que no hay interés de la demanda y por el otro que existe un desconocimiento sobre el potencial del municipio para el desarrollo turístico

Cabe resaltar que a pesar de que los inventarios turísticos dan valor a los recursos culturales de la zona, especialmente arquitectónicos estos no se vinculan en ninguna de las ofertas turísticas existentes.

El Plan de Desarrollo Turístico en su componente estratégico, hará recomendaciones que, con base en el mercado, defina productos turísticos que generen motivación de viaje.

2.3.1.3.3. Determinación de la vocación turística

Considerando la información recolectada para Barrancabermeja a través del trabajo hecho con los prestadores de servicios turísticos, los actores del sector, los visitantes y la revisión de fuentes secundarias y la observación de campo, se pudieron identificar los principales temas que diferencian a la región:

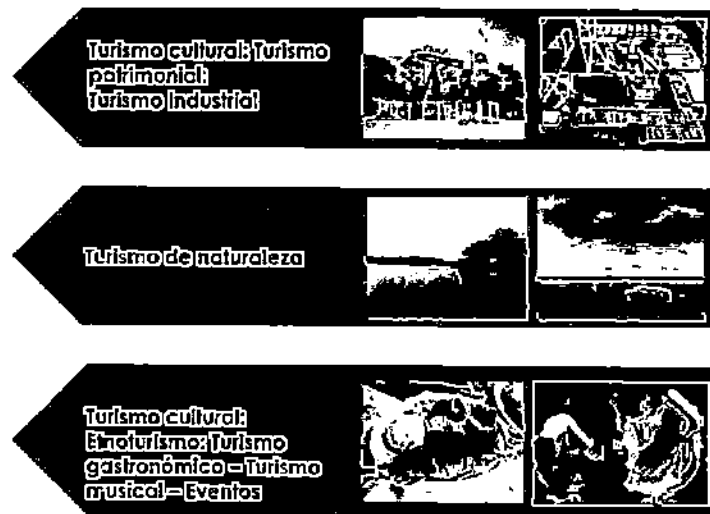


Imagen 26: Vocación del destino, 2019 (Elaboración propia)

El factor que se destaca en el Municipio de Barrancabermeja como destino turístico es la oportunidad de conocer la historia y actualidad del principal sector generador de crecimiento económico en el país: La industria petrolera, y disfrutar de las riquezas naturales dadas por los cuerpos de agua, en especial el Río Magdalena y el complejo de humedales, en un entorno cultural ribereño.



2.3.1.3.4. Análisis de la competencia

Teniendo en cuenta los componentes principales de la oferta turística de Barrancabermeja, Turismo industrial centrado en la industria petrolera y el Turismo de Naturaleza alrededor del Río Magdalena, así como los mercados que llegan al municipio se identificaron los siguientes destinos competidores:

Destino competidor	Competencia x oferta	Competencia por mercado	Competencia x ubicación geográfica
Golfo de Morrosquillo - Coveñas	<p>Principalmente en el Municipio de Coveñas, converge la actividad industrial relacionada con la industria petrolera con las opciones de disfrute de naturaleza, en especial del ecoturismo alrededor de las ciénagas y manglares destacándose el atractivo conocido como La Caimanera. Vecinos de fácil acceso como los municipios San Antero, con la Bahía de Cispatá y Tolú con la Ciénaga de la Leche complementan la oferta que se destaca por los esfuerzos de conservación de la flora y la fauna.</p> <p>La actividad petrolera en la zona se centra en las actividades portuarias y de transporte y no es permitido el acceso al público.</p> <p>Hay que resaltar que el destino tiene en las cálidas y tranquilas playas su principal atractivo y que se complementa con las expresiones culturales de sus habitantes, resaltando la relacionada con los Zenú y las comunidades afro.</p> <p>Cuenta con variada y adecuada infraestructura turística.</p>	<p>Especialmente los municipios de Tolú y Coveñas son destino de uno de los principales mercados emisivos nacionales: El Departamento de Antioquia.</p>	
Casanare - Tauramena	<p>Tauramena comparte con Barrancabermeja la relación con la industria petrolera, especialmente por el referente internacional que representa Cusiana como uno de los grandes campos petroleros descubiertos en el siglo XX. El municipio se caracteriza también por su riqueza hídrica representada en ríos y caños que desembocan en el Orinoco.</p> <p>En general el Departamento del Casanare ha venido haciendo un importante esfuerzo por hacer del turismo una alternativa de desarrollo y se ha centrado en motivar visitas basadas en su potencial para el turismo de naturaleza. Desde hace más de 4 años vienen trabajando en la figura de clúster para</p>	<p>Los grupos de estudiantes especializados en la industria petrolera, que fueron identificados como un mercado potencial para Barrancabermeja, pueden encontrar en el Departamento del Casanare y en el Municipio de Tauramena una opción que</p>	



	<p>apalancar el sector y cuentan con el apoyo del gobierno nacional para posicionarlo como destino de naturaleza. Lo anterior, aunque de manera aún incipiente, está siendo aprovechado por el Municipio de Tauramena.</p>	<p>compite con la oferta de santandereana.</p>	
<p>127</p> <p>Antioquia - Puerto Triunfo</p>	<p>A orillas del Río Magdalena el Municipio de Puerto Triunfo es un destino que permite disfrutar de una gran riqueza hídrica y de actividades de aventura que se puede compartir en familia. Si bien no son los ecosistemas de ciénaga lo que se resalta de esta zona, las actividades de navegación por el río, avistamiento de flora y fauna y disfrute de la cultura ribereña hace parte de una oferta que ha venido madurando en el territorio y que hoy cuenta con prestadores de servicios que trabajan con calidad y ofertas comerciales consolidadas. El Cañón de Río Claro es un atractivo reconocido y valorado en la zona. Complementado con opciones como la que brinda Hacienda Nápoles hace del destino una opción relevante a la hora de decidir vacaciones en contacto con la naturaleza para disfrutar de cuerpos de agua</p>	<p>Es un destino ideal para familias nacionales, que es el segmento que se espera atraer al Municipio de Barrancabermeja en el mediano plazo</p>	<p>La distancia entre los dos municipios es de tres horas. Es más cerca para los Antioqueños y los habitantes de la capital del país</p>
<p>Neiva - Girardot - Honda</p>	<p>Por el esfuerzo que han venido haciendo los municipios por consolidar una oferta turística que aproveche el río Magdalena y su navegación, en el marco de la iniciativa Magdalena Travesía Mágica, y el mayor nivel de preparación y reconocimiento como destinos turísticos que tienen Honda, Girardot, Neiva y otros que se han venido integrando como Ambalema y Guaduas, se consideran competencia de Barrancabermeja. La oferta la complementan principalmente con la visita a sus centros históricos que en el caso de Honda, hace parte de los pueblos patrimonio del país</p>	<p>El segmento de familias nacionales y los extranjeros interesados en turismo de naturaleza son el público al que apunta la oferta</p>	
<p>San Vicente de Chucurí - Santander</p>	<p>Entre los municipios del Departamento de Santander se destaca San Vicente de Chucurí, especialmente por la actividad ecoturística que se puede disfrutar, aprovechando las iniciativas alrededor de la ruta de las aguas, el Parque Yariquíes y el Camino Lenguerke, complementado con el reconocimiento que tiene como capital cacaotera. Se reconoce el crecimiento del sector y la mejora en la oferta y calidad de la infraestructura turística.</p>	<p>El segmento de familias nacionales y los extranjeros interesados en turismo de naturaleza son el público al que apunta la oferta</p>	<p>Al ser un municipio del departamento no solo se convierte en un competidor frente a los principales mercados emisores de Antioquia y Bogotá, sino también en un fuerte jugador a</p>



	<p>Es importante destacar que es uno de los principales municipios previstos para el turismo de naturaleza y turismo náutico alrededor de la represa de Topocoro.</p> <p>San Vicente de Chucurí hace parte de la oferta que, en el marco de Magdalena Travesía Mágica, se integra en el programa Encanto Yarigüles con el Municipio de Barrancabermeja.</p>		<p>la hora de que los santandereanos tomen la decisión de escoger un destino para el disfrute de sus vacaciones</p>
--	---	--	---

Tabla 44: Análisis de la competencia (Elaboración propia)

2.3.1.3.5. Matriz de fortalezas y debilidades del eslabón:

Matriz de fortalezas y debilidades - Eslabón atractivos		
	Fortalezas	Debilidades
Barrancabermeja	<p>Riqueza hídrica manifiesta en el Río Magdalena y su complejo cenagoso</p> <p>Oportunidades para el desarrollo turístico en los corregimientos de Barrancabermeja</p> <p>Oferta desarrollada alrededor de la gastronomía en el Corregimiento El Llanito</p> <p>Esfuerzos por el aprovechamiento de la navegación en ciénagas especialmente alrededor de la Ciénaga de San Silvestre y El Llanito.</p> <p>Oportunidad para el avsitamiento de flora y fauna de los ecosistemas de ciénagas</p> <p>Experiencias ecoturísticas diferenciadas alrededor de los bosques de Unipaz relacionadas con el jaguar</p> <p>Barrancabermeja es la tierra que inspiró la composición La Pollera Colorá. Hay un monumento en su nombre</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se puede entender el proceso de petróleo en el Museo del Petróleo - El corregimiento El Centro es un parque temático vivo de la historia de la explotación petrolera en Colombia y su funcionamiento actual - Con materiales del petróleo y aprovechando la infraestructura existente como la Refinería se han creado monumentos que son íconos del municipio como el Cristo Petrolero. - Diversidad de fauna y flora en los recursos naturales del municipio. - Esfuerzo de las agencias de viaje locales por el desarrollo de productos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasa información sobre los atractivos turísticos con que cuenta el municipio. - Oferta turística poco visible para los visitantes que hoy llegan a Barrancabermeja - Limitado aprovechamiento de los recursos naturales del municipio como parte de la oferta turística - Incipiente infraestructura turística para el disfrute de los atractivos en los corregimientos de Barrancabermeja - Falta de conservación de los atractivos culturales (Monumento al Cacique Pipatón, Paso, Homenaje a la Pollera Colorá, Cristo Petrolero) - No se cuenta con guiones para los recorridos turísticos del municipio. - No se cuenta con una oferta de actividades turísticas. - Falta de reconocimiento e inventario de la fauna y flora del municipio. - Falta apropiación por parte de los ciudadanos de sus atractivos turísticos. No se reconoce su importancia para el turismo - Eventos identificados, tanto de tipo deportivo como de carácter cultural, no son constantes en el tiempo, no existe la certeza de que se realicen año a año. - No se cuenta con señalización de los atractivos turísticos del municipio.



	<ul style="list-style-type: none"> - Oferta disponible para visitar El Llanito, recorrer el municipio y navegar por el río Magdalena. - Esfuerzos de planificación para estructurar productos turísticos alrededor de la Industria petrolera y el aprovechamiento de los recursos hídricos - Compromisos de actores como la Cámara de Comercio de Barrancabermeja y el Centro de Estudios Regionales por aportarle al desarrollo de la oferta turística de la región. - Barrancabermeja como parte de la iniciativa nacional: Magdalena Travesía Mágica - Se identifica diversidad de eventos culturales y deportivos en el municipio. Ejem: Fiestas del petróleo, festival de bandas y mundiales de patinaje, etc 	
--	---	--

Tabla 45: Matriz de debilidades y fortalezas. (Elaboración propia)

2.3.1.4. Prestadores de servicio turístico

Conforme a la Ley General de Turismo de Colombia, se define a los prestadores de servicio turístico como toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directo o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el Registro Nacional de Turismo. A continuación, se nombran las categorías de PST:

- Agencias de viajes y turismo
- Agencias mayoristas y operadores de turismo
- Establecimientos de alojamiento y hospedaje
- Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones
- Arrendadores de vehículos
- Oficinas de representación turística
- Usuarios operadores
- Desarrolladores e industrias en zonas francas turísticas
- Empresas promotoras y comercializadora de proyectos de tiempo compartido multipropiedad
- Establecimiento de gastronomía, bares y negocios similares calificados por el gremio respectivo como establecimientos de interés turístico
- Guías de turismo



- Las empresas captadoras de ahorro para viajes de empresas de servicios los pre-pagados
- Los establecimientos que ofrecen servicios de turismo de interés social, entre otros que la nación designe. (Ley 300 de 1996).

130

Para su operación y adecuado monitoreo el Ministerio de Comercio de Industria y Turismo creó el del Registro Nacional de Turismo, como un requisito obligatorio para la prestación del servicio en el sector, que aplica para todos los prestadores con excepción del de restaurantes.

Con el objetivo de tener un acercamiento al tamaño de la oferta de prestadores de servicios y sus principales particularidades en calidad, acceso a tecnología y servicio, se presenta la información en dos partes: La primera que busca cuantificar la oferta y la segunda con el objetivo de aproximarse a una caracterización del servicio en el sector.

Se realizaron las siguientes actividades:

- Revisión de la documentación secundaria existente, tanto de planes, bases de datos e investigaciones realizadas.
- Se solicitó y revisó las bases de registro empresarial y Registro Nacional de Turismo.
- Se realizaron visitas a los prestadores y se aplicaron encuestas de caracterización de a una muestra significativa de alojamientos con RNT activo (56), restaurantes (73) y Agencias de Viajes (11).
- Se aplicó encuesta de percepción de calidad del servicio a 166 visitantes seleccionados al azar.
- Se hizo entrevistas personales a prestadores representativos del territorio.

Cuantificación de prestadores de servicios turísticos

El equipo consultor con el interés de identificar la oferta de servicios vinculados a la actividad turística y el grado de cumplimiento del marco definido por la Ley, solicitó las bases de datos de prestadores de servicios en la Cámara de Comercio y al Ministerio de Comercio Industria y Turismo a la vez que revisó la información secundaria existente.

La cuantificación de prestadores por servicio, según información de la Cámara de Comercio, por actividad registrada es de: 112 establecimientos de alojamiento, 17 agencias de viaje y 114 restaurantes.

Teniendo en cuenta que para efectos del desarrollo turístico el marco normativo establecido por la Ley de Turismo señala como formales aquellos que cuenten con el Registro Nacional de Turismo, se presenta a continuación la distribución por tipo de prestadores con registro en el RNT.



Prestadores de servicio turístico activos	
Categoría	No. de establecimientos
Establecimiento de alojamiento y hospedaje	68
Agencias de viajes	17
Empresas de transporte terrestre	4
Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones	4
Oficina de representación turística	1
Arendadores de vehículos para turismo	1
TOTAL	95

Tabla 46: Prestadores de servicio turístico activos en la base de datos RNT, 2018 (Elaboración propia)

Es importante destacar que adicional a los 95 prestadores de servicios turísticos con RNT, hay 7 establecimientos que tienen el registro suspendido, 1 pendiente de actualización y 1 anulado. Por otro lado, es claro que ningún establecimiento de gastronomía, bares y negocios similares se encuentra inscrito ante RNT por no llegar en ventas a los topes exigidos por la ley.

Caracterización de prestadores de servicios turísticos

Para el proceso de caracterización, el equipo consultor seleccionó y definió criterios, que permiten tener una lectura transversal frente a la prestación del servicio, la implementación de procesos administrativos y comerciales, y el uso y aprovechamiento de la tecnología.

Para cumplir con el objetivo se adelantaron cuatro actividades:

- Revisión de los estudios existentes en la región sobre el sector
- Consulta de bases de datos
- Consulta de información disponible en internet
- Visita los establecimientos por parte de expertos nacionales e internacionales

Como parte del trabajo de campo, los consultores se hospedaron, entre los meses de octubre y diciembre, en 17 hoteles de la ciudad y comieron en 15 restaurantes, con el fin de hacer un acercamiento de primera mano a los servicios y el funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos.

- Encuesta de percepción a turistas en Barrancabermeja
- Encuestas a prestadores de servicios turísticos

Sobre las encuestas a prestadores turísticos, es necesario compartir que se diseñaron tres instrumentos, uno para restaurantes, uno para alojamientos y uno para agencias



y/o operadores de turismo receptivo⁵⁹ que fueron aplicados a 140 prestadores de servicios en el área de estudio, teniendo una representatividad frente al número de prestadores con RNT activo estimada de del 78,2 %, lo que facilita el acercamiento a las características de la oferta en el destino.

	Total RNT	Total Observados
Servicio de Alojamiento	68	56
Servicio de restaurantes	114*	73
Agencias/operadores	17	11

Tabla 47: Relación de prestadores turísticos con RNT y encuestados, 2018 (Elaboración propia)

*Se toma como referencia el número de establecimientos en la base de datos de la Cámara de Comercio.

Es necesario mencionar que el acercamiento para la aplicación de las encuestas se hizo a 62 establecimientos de alojamiento, no obstante, 6 de ellos no estuvieron dispuestos a compartir información.

Con respecto a las agencias, no fueron consultadas 6 de las que se encuentran en la base de datos por no contar con una sede física y presentar dificultades para contacto virtual.

Los restaurantes fueron seleccionados al azar garantizando representatividad en las principales zonas de concentración gastronómica de la ciudad.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos por tipo de servicio, exponiendo cada categoría de establecimiento.

2.3.1.4.1. Alojamiento

En este aparte se analiza la capacidad de los servicios de acogida del Municipio de Barrancabermeja y la percepción sobre este tipo de prestador de servicios turísticos

Alojamiento en cifras

De acuerdo a la información suministrada por la Cámara de Comercio de Barrancabermeja en el municipio hay 112 establecimientos de alojamiento distribuidos así:

⁵⁹ Anexo 3, 4 y 5



Establecimientos de alojamiento - Cámara de Comercio	
Categoría	No. de establecimientos
Hoteles	82
Otros tipos de alojamiento no clasificados	25
Alojamiento en aparta - hoteles	4
Alojamiento en centros vacacionales	1
TOTAL	112

Tabla 48: Establecimientos de alojamiento en Cámara de Comercio, 2018 (Elaboración propia)

Si comparamos esta cifra con la información de los establecimientos con RNT, 68, se puede observar que hay un nivel de informalidad que asciende a 39%.

Los 68 hoteles que cuentan con RNT⁶⁰ en la región permiten que Barrancabermeja tenga 1668 habitaciones y 2061 camas, lo que se constituye en la capacidad de acogida del destino.

De esos 68 hoteles, 12 hacen parte de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia - Cotelco capítulo Barrancabermeja. Ellos son:

Hoteles afiliados a COTELCO
Club Internacional
Hotel Barrancabermeja Plaza
Hotel Millenium
Hotel Olga Lucía
Hotel San Carlos
Hotel San Silvestre Suite
Hotel Súper Estrellas
Hotel y Centro de Convenciones Bachue
Hotel y Centro de Convenciones Pipatón
Park Inn by Radisson Barrancabermeja

Tabla 49: Establecimientos de alojamiento afiliados a Cotelco, 2018 (Elaboración propia)

Los hoteles del municipio, según datos de Cotelco tienen un promedio de ocupación hotelera por encima del 30%. Este valor es menor que el del Departamento de Santander que en 2018 fue del 45%

⁶⁰ El Anexo 7 contiene la base de datos de los hoteles que tienen Registro Nacional de Turismo

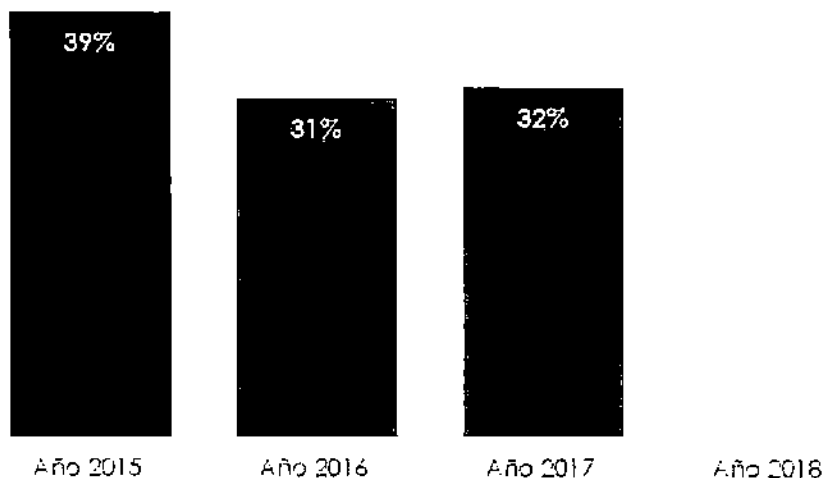


Gráfico 21: Porcentaje promedio de ocupación años 2015, 2016, 2017 y 2018 (Datos suministrados por COTELCO capítulo Barrancabermeja) (Elaboración propia)

Es necesario relacionar que, al hacer el análisis detallado por hotel, hay un establecimiento que presenta cifras superiores al 80% de ocupación (Hotel Club internacional el Centro) por tener como misión el alojamiento de larga estadia de trabajadores de las empresas petroleras; esta realidad jalona positivamente el promedio del municipio en un porcentaje importante. Solo dos hoteles más se encuentran en niveles superiores al 30%; ellos son el hotel San Silvestre y el Park Inn by Radisson Barrancabermeja.

Considerando datos del documento de prospectiva del sector turístico para los años 2012 y 2017⁶¹, resulta importante llamar la atención sobre la diferencia de los porcentajes de ocupación, en días de semana y en fines de semana.

Mientras que, en el año 2017, el porcentaje entre semana fue del 35%, el fin de semana baja al 10%; esto se entiende por el segmento de mercado que llega al municipio: Turismo corporativo/negocios. En el año 2012, la ocupación entre semana era de del 60% frente al 15% los fines de semana.

Caracterización como resultado de la encuesta y visitas técnicas

De los 68 establecimientos formales del municipio, fueron consultados 56⁶² con el fin de entender el perfil de los prestadores de servicios turísticos de alojamiento en Barrancabermeja.

⁶¹ CLUSTER DEVELOPMENT DE COLOMBIA "Documento de prospectiva del sector turístico Barrancabermeja". Colombia 2016

⁶² La lista de los establecimientos de alojamiento encuestados se encuentra en el anexo 8



El mayor porcentaje corresponde a la categoría de hoteles, 49, aunque también se encuestaron 6 apartahoteles y un hostel.

El total de habitaciones que suman los alojamientos encuestados es 1428 y el número de camas 2061, lo que corresponde al 87% del total del municipio.

Los resultados se presentan a continuación:

135



mágenes 27 y 28: Realización de encuestas a establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)

✓ Servicios prestados:

El primer criterio evaluado para alojamientos permite identificar los servicios que complementan la actividad y generan un valor adicional al establecimiento.

La gran mayoría de los hoteles relacionó el wifi (98%) como un servicio prioritario, considerando sobre todo que el segmento de viajeros de negocios/corporativo es el que tiene un porcentaje más alto de estadía y requiere contar con esta herramienta.

Por el tipo de turista, un número importante de hoteles manifiesta que no es necesario contar con servicios como piscinas, zonas húmedas, gimnasio o restaurantes. Los primeros porque el segmento no dispone del tiempo suficiente para disfrutarlo, y en el caso de los restaurantes los establecimientos prefieren hacer alianzas con restaurantes cercanos que presten el servicio. Manifiestan que al ser Barrancabermeja reconocido por su oferta gastronómica los turistas tienen mayor interés en recorrer el municipio.

Con respecto al vínculo entre el sector de alojamiento y la oferta turística del destino, se resalta que solo el 7% de los encuestados reconocen hacer algún tipo de acción para promover actividades turísticas en el municipio. No obstante, estas no se realizan de forma proactiva, sino contra demanda, caso en el cual ponen en contacto al turista con algún operador aliado de la región o dan información básica sobre los principales atractivos turísticos.

Como parte del trabajo de campo, el equipo consultor hizo el ejercicio de preguntar en los hoteles que se hospedó sobre actividades organizadas para visitar los



atractivos turísticos del municipio. No encontró material promocional ni oferta organizada; en la totalidad de los hoteles la información se centró en mencionar atractivos como el Cristo Petrolero y el Mueso del Petróleo, así como recomendaciones gastronómicas.

So o se identificó un hotel con actividad cultural para los huéspedes que destaca la cultura y las tradiciones de Barrancabermeja a través de la música y la danza.

136

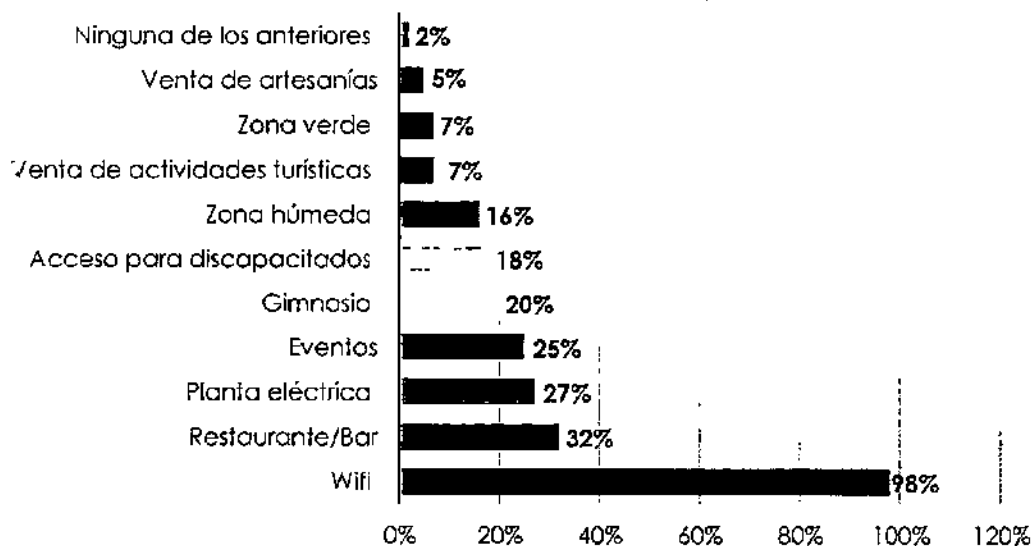


Gráfico 22: Servicios prestados por establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)

✓ Tarifas:

El rango de tarifas que se presenta mayoritariamente en el municipio de Barrancabermeja está entre los \$50.000 y \$80.000 (39%), seguido de aquellos alojamientos que ofrecen habitaciones por menos de 50.000.

En esta categoría el segmento que más reciben es el de turistas que llegan al territorio para participar en eventos deportivos o visitar familiares y amigos. Así mismo, cuentan con una oferta para trabajadores de la industria petrolera que optan por el servicio de larga estadía con tarifas preferenciales.



137

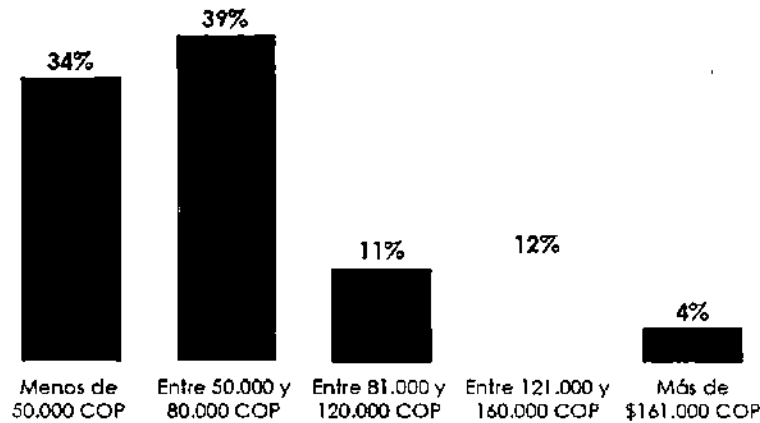


Gráfico 23: Rango de tarifas de los establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)

Los hoteles de precios de 80.000 en adelante indican que su principal segmento son los trabajadores de niveles medio y alto de las empresas petroleras, así como comerciantes y funcionarios de entidades públicas del orden nacional.

El 90% de los establecimientos agremiados en Cotelco, 12, tienen sus tarifas en esta última categoría.

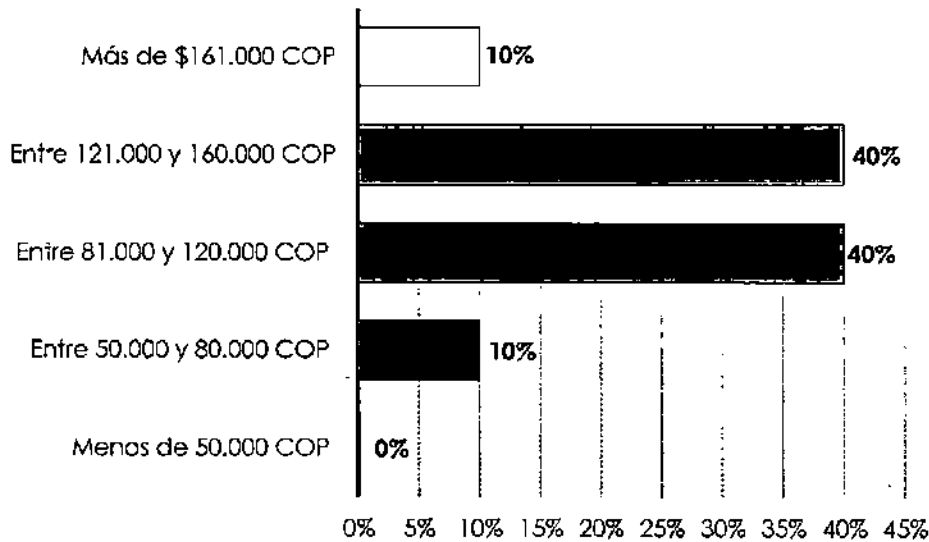


Gráfico 24: Rango de tarifas establecimientos de alojamiento afiliados a COTELCO, 2018 (Datos tomados de información suministrada por COTELCO) (Elaboración propia)

El 70% de los establecimientos de alojamiento cobra por habitación; mientras que el 30% lo hace por persona.

✓ **Acceso a la tecnología:**

Las tecnologías de la información y comunicación se han consolidado en el turismo como un instrumento de alto impacto para la gestión comercial, la relación con los



clientes y como parte fundamental del servicio. En este contexto la encuesta aplicada a los prestadores permite identificar el aprovechamiento de las redes sociales y portales de búsqueda, así como el acceso a la tecnología en el establecimiento.

El 98% de los establecimientos de alojamiento cuenta con acceso a internet, el 82% maneja un ERP especial para reservas, el 46% tiene datáfono, el 45% cuenta con software contable, el 41% tiene algún software especial para el manejo de datos y un 39% posee un sitio web.

138

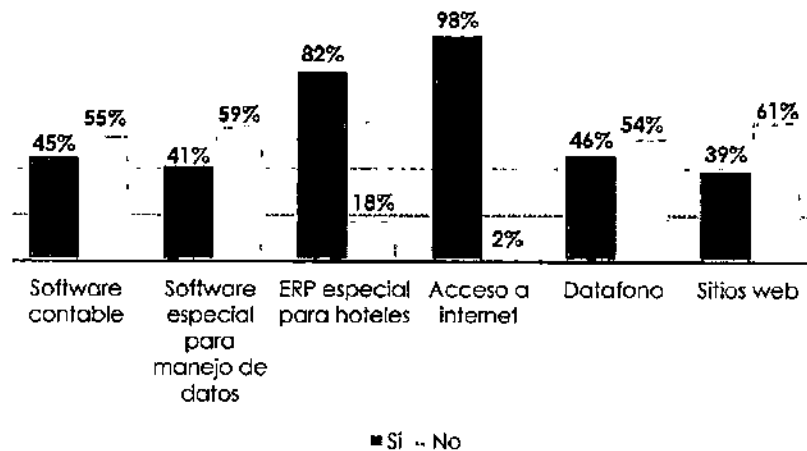


Gráfico 25: acceso a la tecnología de establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)

✓ Mercadeo y comercialización:

En lo concerniente al proceso comercial de las empresas del sector de alojamiento, este estudio buscaba identificar los canales, acciones y estrategias operativas en la comercialización que realizan. Los resultados generales obtenidos son:

En su mayoría los establecimientos de alojamiento cuentan que su principal medio de promoción, 75%, es el material impreso, un 65% usa redes sociales (especialmente Facebook, Instagram), el 40% pauta en internet, no obstante, muchos de los hoteles confunden la presencia en redes sociales y buscadores con la pauta publicitaria.

El 34% tiene estrategias para aparecer en periódicos/revistas regionales, el 23% de los establecimientos realiza pautas en medios masivos regionales y en un mismo porcentaje manifiesta haber participado en ferias promocionales de turismo. Tan solo el 5% indica hacer presencia en guías de turismo especialmente de carácter regional.

El 68% de los establecimientos indica que uno de los espacios más importantes para hacer promoción es tener presencia en los buscadores digitales como Tripadvisor.

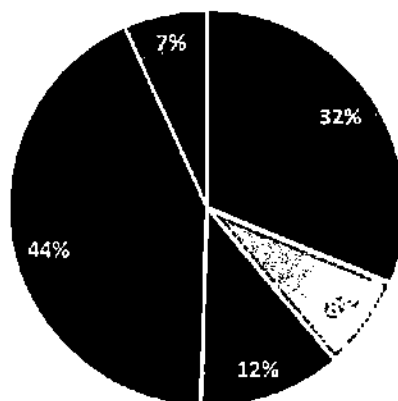


139



Gráfico 26: Herramientas de mercadeo de establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)

Frente a los canales que usan los establecimientos de alojamiento para sus ventas, se destaca que un número importante manifestó tener convenios con empresas que hacen directamente las reservas. 32% referenció la importancia de las Agencias de Viajes en Línea para sus ventas, así como las agencias de viaje tradicionales por medio de las cuales llegan viajeros de negocios. En esta pregunta los hoteles podían escoger más de una opción.



▪ OTA ▪ Web del hotel ▪ Agencias de viaje ▪ Convenios empresas ▪ En recepción

Gráfico 27: canales de comercialización, 2018 (Elaboración propia)

Considerando la importante que los alojamientos le dan al canal de las agencias de viaje en línea (OTA), tanto para la promoción como para la venta, así como la presencia en internet, la consultoría hizo una revisión de la presencia que tienen los hoteles en la web.



En primera instancia, se usó la herramienta Google Trends, que permite identificar los temas más populares en el principal buscador de internet y compararlo con los pcrs.

Así las cosas, se obtuvieron los siguientes resultados para los principales hoteles de la región:

140

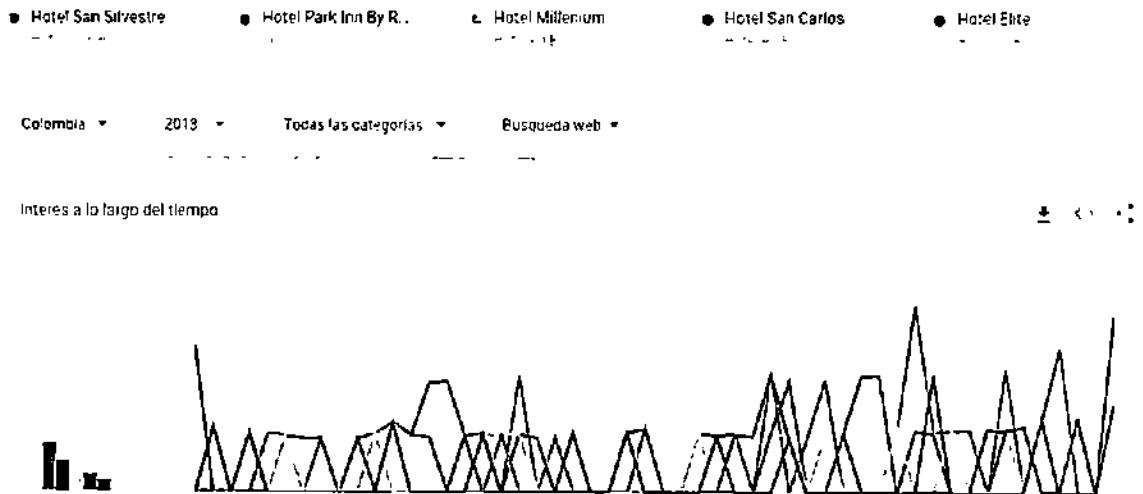


Imagen 29: Búsquedas por alojamiento, 2018 (Tomada de Google Trends)

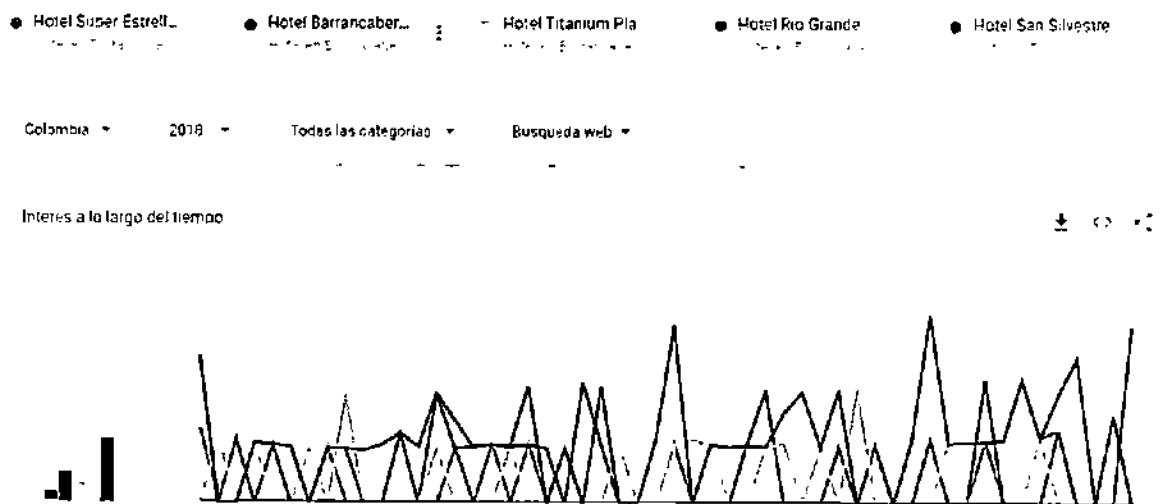


Imagen 30: búsquedas por alojamiento, 2018 (Tomada de Google Trends)

Debido a que esta herramienta solo deja tomar cuatro establecimientos, la comparación se realiza teniendo como referencia el hotel San Silvestre.

El gráfico permite observar la preferencia de los hoteles San Silvestre, Park inn y San Carlos entre los buscadores de opciones de alojamiento en Barrancabermeja.



Así mismo, se consultaron los hoteles con presencia en los principales buscadores.

En total se obtuvieron 152 resultados; el buscador con mayor número de oferta es Airbnb con 42; sin embargo, es importante resaltar que un número importante de los establecimientos que se encuentran en esta plataforma aún no cuentan con RNT. En segundo lugar, está TripAdvisor con 27 opciones, seguido de Trivago y Kayak con 20 cada uno, Booking con 17, Despegar con 14 y Expedia con 12 prestadores.

141

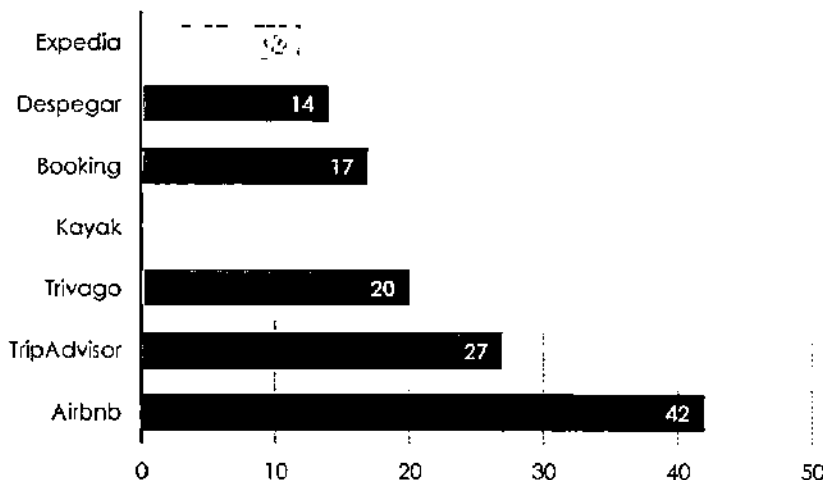


Gráfico 28: Establecimientos de alojamiento en buscadores, 2018 (Elaboración propia)

✓ **Análisis de la percepción sobre los establecimientos de alojamiento.**

Con el fin de conocer la forma en que los establecimientos de alojamiento son percibidos por los turistas que hacen uso de ellos, la consultoría realizó dos tipos de actividades.

- Identificación de información en buscadores como Booking y TripAdvisor
- Encuestas a turistas en destino

Los establecimientos con mejores calificaciones en TripAdvisor, considerando también el número de los comentarios, son:

Tabla de mejor calificados – TripAdvisor		
Posición	Nombre	Calificación
1	Park Inn By Radisson	4,5/5
2	Hotel Millenium	4,0/5
3	Hotel San Silvestre	4,5/5



142

4	Hotel Pipatón (actualmente cerrado)	4,0/5
5	Hotel Titanium Plaza	4,5/5
6	Hotel La Ciudad	4,0/5
7	Hotel Barrancabermeja Plaza	4,0/5
8	Hotel San Gabriel	4,5/5
9	Hotel Vizcaya Plaza	4,5/5
10	Hotel Elite	3,5/5

Tabla 50: Mejores calificados de TripAdvisor, 2018. (Elaboración propia)

1. **Park Inn by Radisson Barrancabermeja:** calificación 4,5/4 de 62 comentarios de usuarios desde el 25 de septiembre de 2016.

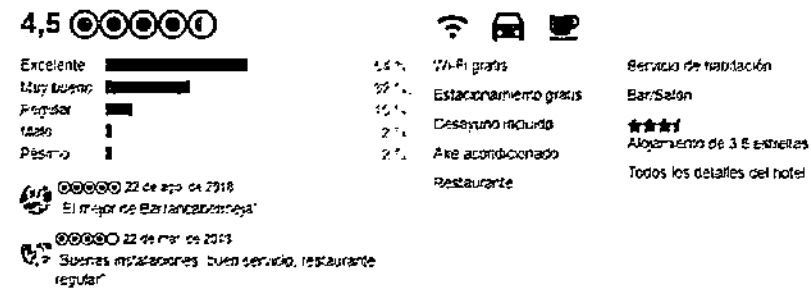


Imagen 31: Calificación hotel Park Inn by Radisson Barrancabermeja, 2018 (Tomada de TripAdvisor)

2. **Hotel Millenium:** calificación 4,0/5 de 231 comentarios de usuarios desde 22 de abril de 2013.

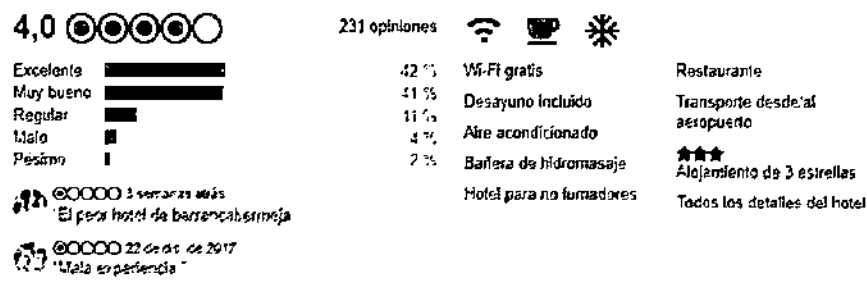


Imagen 32: Calificación Hotel Millenium, 2018 (Tomada de TripAdvisor)



3. **Hotel San Silvestre:** calificado con 4,5/5 de 55 comentarios de usuarios desde el 28 de abril de 2012.

Resumen

143

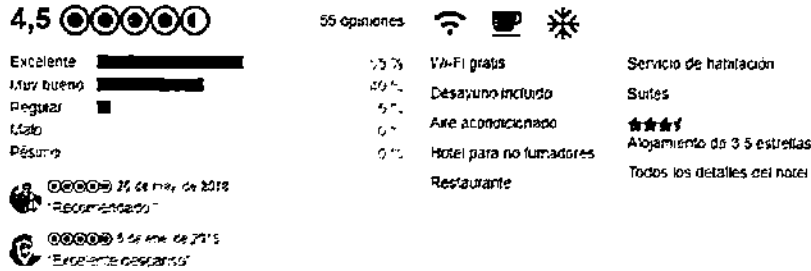


Imagen 33: Calificación Hotel San Silvestre, 2018 (Tomada de TripAdvisor)

Para analizar la percepción de los usuarios, Booking se constituye también en una herramienta importante que consolida la opinión de los visitantes frente a los diferentes prestadores de servicios, allí se resalta además el clima cálido, los negocios y la gente amable como las principales razones para visitar Barrancabermeja. Los establecimientos mejor calificados en Booking son:

1. **Hotel Park Inn By Radisson:** Calificación de 9,1/10 con 401 comentarios. El 8% son de turistas internacionales de países como Estados Unidos, Argentina y España.

El motivo principal de viaje que reportan los turistas es: Viajes de negocio.

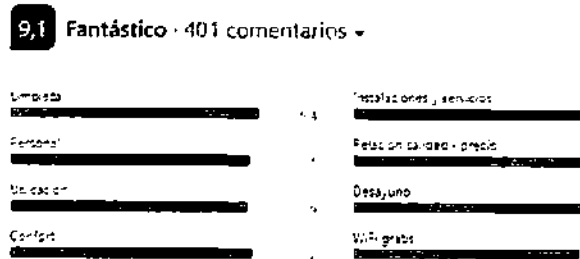
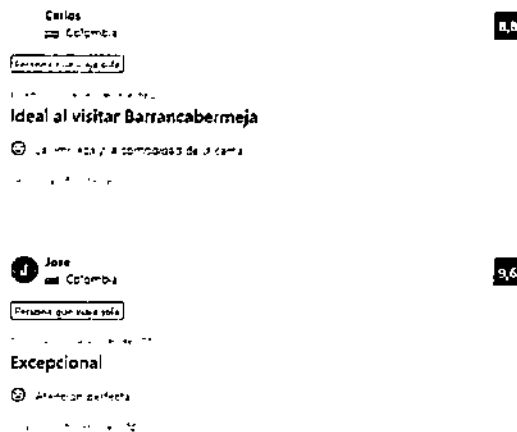


Imagen 34: Calificación hotel Park Inn by Radisson Barrancabermeja, 2018 (Tomada de Booking)



El progreso es de todos Mincomercio



144

Imagen 35: Comentarios hotel Park Inn by Radisson Barrancabermeja, 2018 (Tomada de Booking)

Como principal fortaleza se destaca la limpieza, el confort y el personal. El hotel se encuentra en esta plataforma desde el 08 de agosto de 2016.

2. **Hotel San Silvestre:** Calificación de 9,0/10 con 164 comentarios, de los cuáles, 17 provienen de turistas internacionales de países como Argentina, Guatemala y España. Las principales fortalezas identificadas son la ubicación, la limpieza y la atención del personal. Se encuentra en esta plataforma desde el 6 de noviembre de 2012.

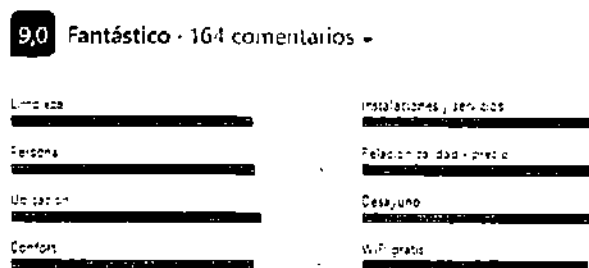


Imagen 36: Calificación Hotel San Silvestre, 2018 (Tomada de Booking)



145

G Gerardo
Colombia
9,6

Comentarios: 1

Excepcional

- ⊕ instalaciones muy amplias y excelente ubicación.
- ⊕ No tiene piscina y el jacuzzi no estaba en servicio.

Fecha de publicación: 21/03/2018

R Rosvivi
Colombia
10

Comentarios: 1

Estadía Hotel San Silvestre

- ⊕ Comida
- ⊕ ...

Imagen 37: Comentarios Hotel San Silvestre, 2018 (Tomada de Booking)

3. **Hotel San Gabriel:** calificación de 9,0/10 con 126 comentarios de los cuales tres son de turistas extranjeros de los siguientes destinos: Estados Unidos, Francia y Malasia. La motivación de viaje del 72% de los usuarios es negocios. Las principales fortalezas son el personal, la limpieza, el confort y sus instalaciones y servicios. Se encuentra en esta plataforma desde el 14 de marzo de 2014.

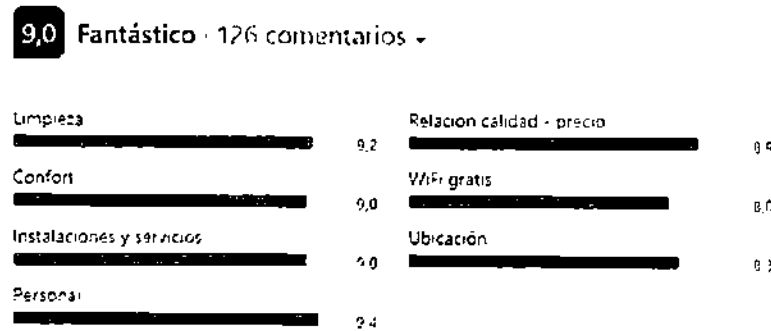


Imagen 38: Calificación Hotel San Gabriel, 2018 (Tomada de Booking)

✓ **Encuestas a turistas en destino:**

Dentro de la encuesta realizada a 166 turistas que se encontraban en el Municipio de Barrancabermeja, se investigó sobre la percepción de los establecimientos alojamiento:



146

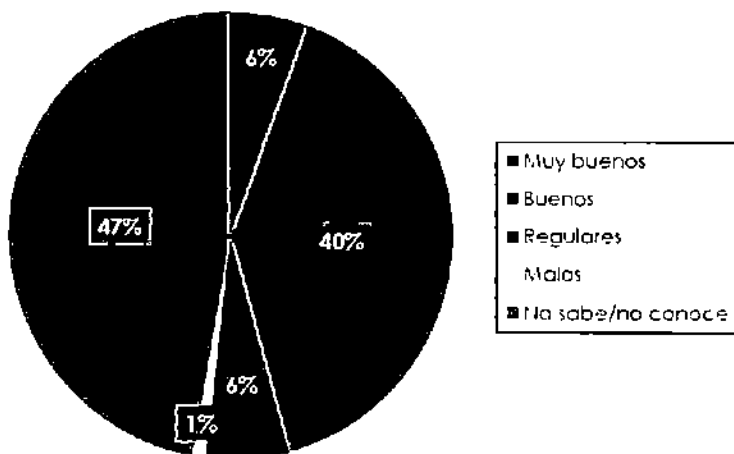


Gráfico 29: Percepción de calidad de los establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)

De los turistas que usaron los servicios de alojamiento, el 87% manifestó que los consideraba buenos o muy buenos. Solo el 13% opinó lo contrario.

El gráfico muestra una alta proporción de viajeros que no conocen los servicios porque pertenecen a las siguientes categorías: 1. Son viajeros de negocios que llegan en la mañana y regresan el mismo día a sus ciudades, 2. Son viajeros de negocios que se hospedan en apartamentos rentados por las empresas para las que trabajan por ser visitantes en larga estadía, 3. Viajeros encuestados en navidades que se hospedan en casa de familiares o amigos.

Finalmente, para complementar el componente de análisis de percepción de los establecimientos de alojamiento, el equipo consultor realizó una evaluación sobre variables como la imagen del establecimiento, el estado de la infraestructura y el estado del entorno en el que se encuentra el establecimiento. Los resultados se muestran a continuación:

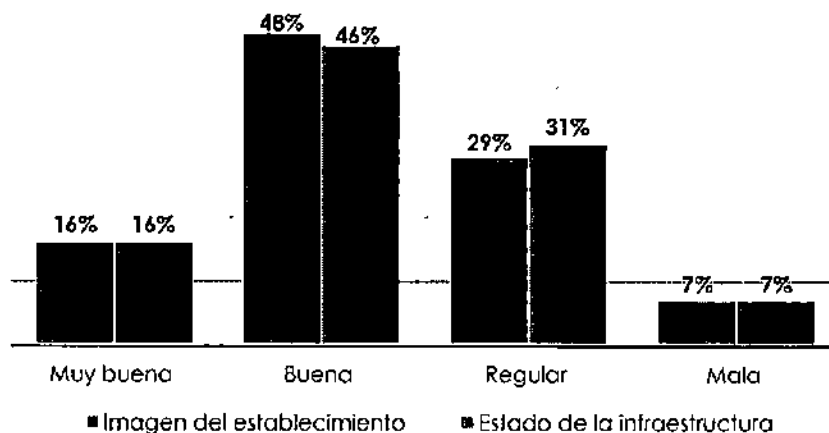


Gráfico 30: Evaluación de establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)



La imagen, considera elementos como presentación del personal, uso de materiales gráficos, logos, colores y otros elementos que aporten visualmente al establecimiento.

La calificación más alta la alcanzaron 2 de los establecimientos indagados, quienes han hecho un esfuerzo importante por el mantenimiento físico de los establecimientos, uniformar de manera idónea su personal, equipar con infraestructura adecuada el establecimiento, contar con señalización acorde y estética, entre otros. Aunque se otorga una percepción positiva por el esfuerzo de la mayoría de los hoteles, se destacan varios elementos que se deben subsanar, especialmente en términos de infraestructura, imagen corporativa y señalización.

El estado de la infraestructura considera el mantenimiento que se hace a los establecimientos, la ornamentación y las habitaciones.

✓ **Procesos de calidad:**

En el Municipio de Barrancabermeja hay solo un establecimiento de alojamiento certificado en Sostenibilidad NTS TS 002 que es el Hotel San Silvestre y en Calidad Turística NTSH 006 el Hotel Bachué.

Si bien el cumplimiento de la Norma Técnica de Sostenibilidad es obligatorio para renovar el Registro Nacional de Turismo, los hoteles en su mayoría manifestaron estar en el 60% de cumplimiento con la fase de implementación.

El 44% de los hoteles indicaron que contaban con una política de calidad para el funcionamiento del hotel y el 77% expresó que su alojamiento cumplía protocolos de servicio al cliente.

✓ **Componente administrativo**

El 93% de los establecimientos encuestados manifiesta que cuenta con procesos administrativos comerciales, operativos y/o financieros de forma documental/manual. Por otro lado, el 96% indica que tiene un protocolo de servicio al cliente y el 91% cuenta con manual de funciones, actividades y responsabilidades.



148

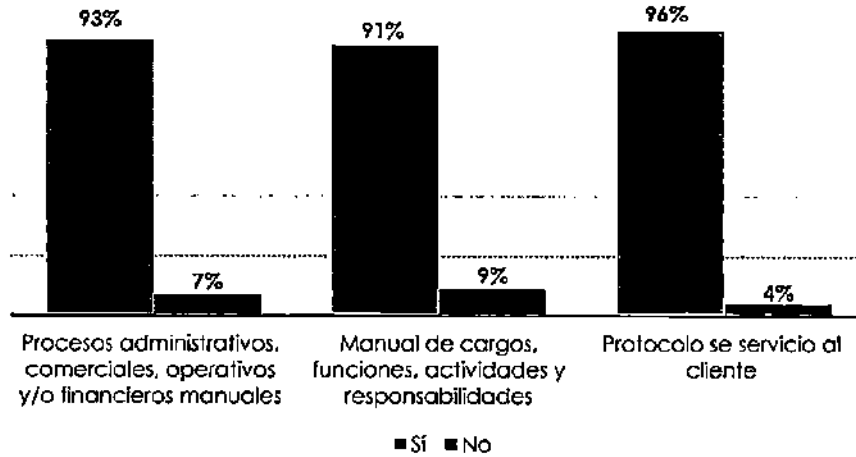


Gráfico 31: Procesos administrativos de establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)

✓ **Recurso humano**

Con el fin de caracterizar el recurso humano que trabaja en los establecimientos de alojamiento, se consultó la base de datos del RNT, que da cuenta de 356 empleados.

Para entender su rol dentro del sector, se definieron una serie de preguntas como parte fundamental de las encuestas realizadas por el equipo consultor a 56 de los 68 hoteles formales de la ciudad.

De acuerdo a las respuestas obtenidas en la encuesta, se identificó que la mayoría de los hoteles tienen una planta de personal limitada que se encuentra en la categoría entre 1 a 5 empleados (71%).

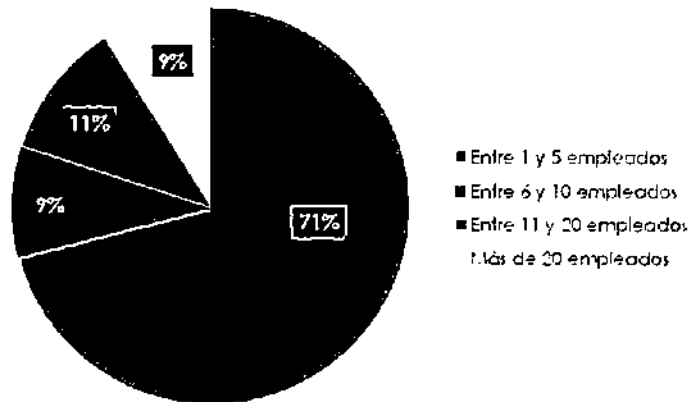


Gráfico 32: Números de empleados de establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)



Rango de edad de los empleados: El 90% de los empleados en el sector hotelero se encuentra entre los 25 y los 44 años. El 9% tienen entre 45 y 65 años y regularmente ocupa los cargos directivos de los establecimientos consultados.

149

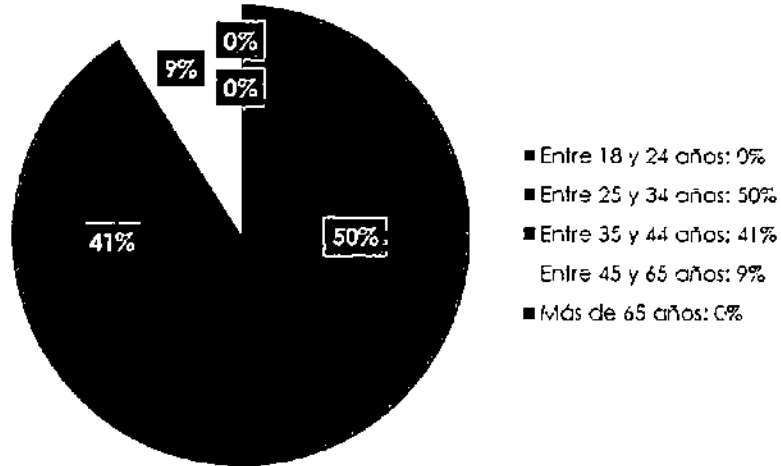


Gráfico 33: Rango de edad de empleados de establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)

Nivel de formación de empleados: la mayoría el personal de los establecimientos de alojamiento cuentan con formación básica - bachiller (59%), el 25% tiene formación técnica - tecnológica, donde se destacan los auxiliares administrativos y contables; y el 16% cuenta con formación profesional (especialmente en administración y contabilidad).

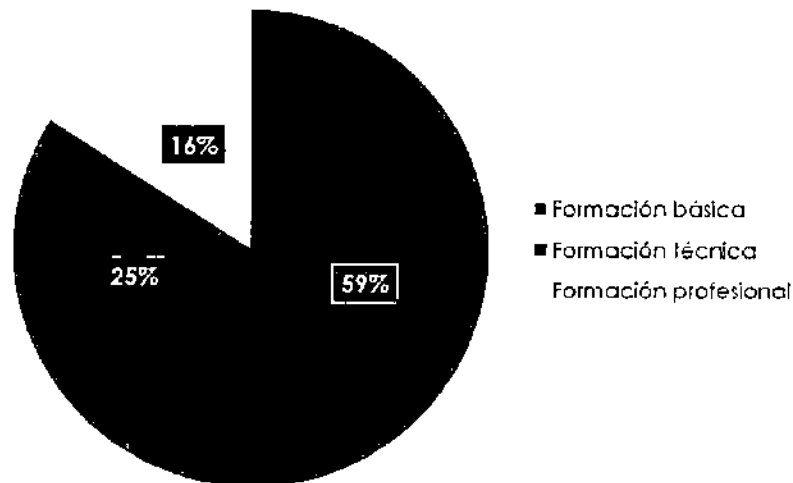


Gráfico 34: Nivel de formación de empleados de establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)



La encuesta indagó también por el número de empleados bilingües de los establecimientos de alojamientos y solo en 4 de los 56 se obtuvo respuesta positiva.

El 82% de los alojamientos encuestados manifiesta tener iniciativas que promueven la formación constante en servicio al cliente para sus empleados, siendo el tema en que hacen mayor énfasis a la hora de implementar iniciativas que promuevan la capacitación de su personal.

150

Nivel de rotación de los empleados: el 71% de los establecimientos encuestados manifiestan que el nivel de rotación de los empleados es bajo (más de un año de duración), el 15% considera que es alto (rotan 2 veces al año) y un 14% piensa que es medio (una vez al año).

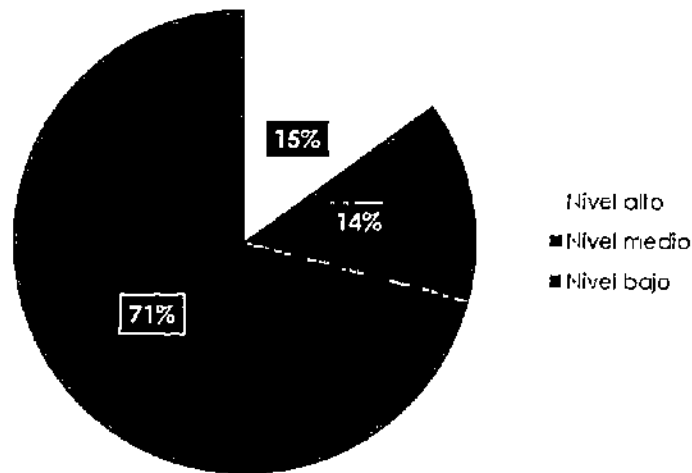


Gráfico 35: Nivel de rotación de empleados de establecimientos de alojamiento, 2018 (Elaboración propia)

La tendencia en los niveles de rotación, según los hoteleros, ha cambiado con la crisis de la industria petrolera; antes del 2014, trabajar en un establecimiento de alojamiento era visto como una opción que aprovechar mientras se presentaba una oportunidad mejor en el sector industrial. Aunque la aspiración no ha cambiado, los niveles de estabilidad han aumentado, la mayor complejidad está en el personal de recepción que busca otras oportunidades con mayor frecuencia y rota entre los establecimientos de la ciudad.

Rango del salario de empleados: el salario promedio de los empleados en cargos operativos se encuentra en un S.M.M.L.V (95%), el promedio para los cargos administrativos es de dos a tres salarios mínimos.

Cargos: A las preguntas ¿cuál/cuáles son los cargos más fáciles de suplir con el RRHH del municipio?



Aproximadamente el 57% respondió que son las camareras o amas de llaves, el 35% considera que es el personal de oficios varios y mantenimiento y el 8% piensa que son los recepcionistas, aunque estos son los que presentan mayores niveles de rotación.

Se preguntó también en qué área tenían los empresarios la mayor dificultad para suplir vacantes. El 63% de los alojamientos encuestados manifestó que son cargos administrativos como contadores, administradores y auditores nocturnos y el 37% cree que son los recepcionistas bilingües y con conocimientos en el sector turístico.

151

2.3.4.1.2. Restaurantes

Para tener un panorama frente a la prestación de servicios de alimentación se encuestó el 65% de los establecimientos de la ciudad, buscando acercarse a su perfil de oferta, la variedad, los servicios complementarios, tarifas, manejo administrativo y recurso humano.

Según datos de la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, la ciudad cuenta con 114 restaurantes que generan 252 empleos.

Ninguno de ellos tiene Registro Nacional de Turismo, porque no llega al valor exigido en ventas para que la condición sea obligatoria.

Diez establecimientos se encuentran asociados en ARUBA y 16 conformaron el pasado mes de noviembre el capítulo regional del gremio de carácter nacional ACODRES.



Imágenes 39 y 40: Realización de encuestas restaurantes, 2018 (Elaboración propia)

✓ Servicios

Servicios prestados: De los establecimientos gastronómicos encuestados, un 89% manifiesta que en su menú se incluyen platos típicos de la región, principalmente por la preparación de la carne, sancochos y la tradicional comida de río como el arroz con coco y pescados (bagre, bocachico, mojarra,



entre otros). No se reconoce un plato tradicional que se convierta en motivación de consumo y que represente especialmente al municipio. Si bien se identifica el bocachico frito sudado como especialidad del municipio, este no es relacionado por los restaurantes como especialidad.

El 48% tienen menú del día y el 46% cuenta con platos a la carta, el 8% tiene servicios de bar.

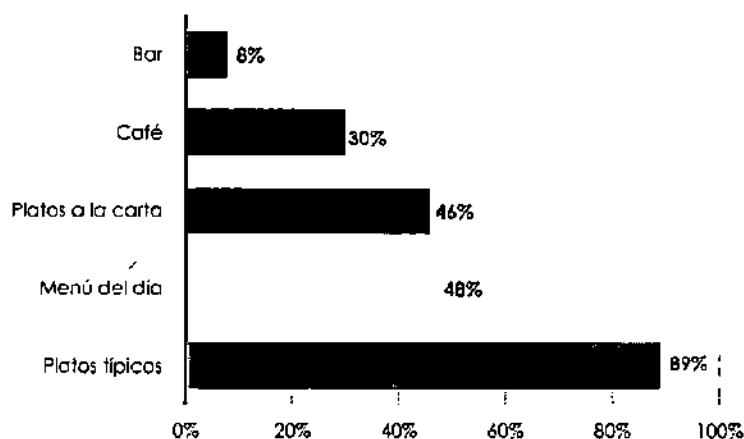


Gráfico 36: Servicios prestados por establecimientos gastronómicos, 2018 (Elaboración propia)

Servicios complementarios: Con el fin de establecer los servicios complementarios a la actividad que ofrecen los restaurantes para agregar valor se obtuvo que el 55% cuenta con internet, 25% con parqueaderos y un 33% indicó tener condiciones básicas para el acceso de discapacitados.

Para garantizar el buen funcionamiento del restaurante el 44% manifestó que dispone planta eléctrica y el 92% cuenta con agua potable.

Aunque el 13% dice contar con información turística sobre el municipio en sus instalaciones, la afirmación se debe principalmente a que el personal responde a preguntas sobre atractivos de la ciudad cuando son indagados por los visitantes. No se identificaron folletos o algún mecanismo de promoción en los restaurantes visitados.



153

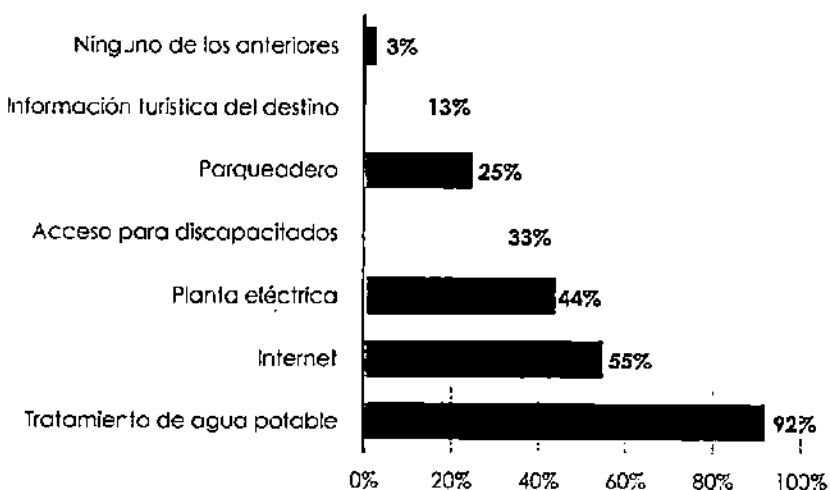


Gráfico 37: Servicios complementarios de establecimientos gastronómicos, 2018 (Elaboración propia)

Horarios de atención: en su mayoría, los establecimientos encuestados se encuentran abiertos al público durante todo el día (55%), el 14% abre para el desayuno y almuerzo, el 12% lo hace en el almuerzo y la cena; 11% solo ofrece el servicio en el almuerzo y 8% solo en la noche para la cena.

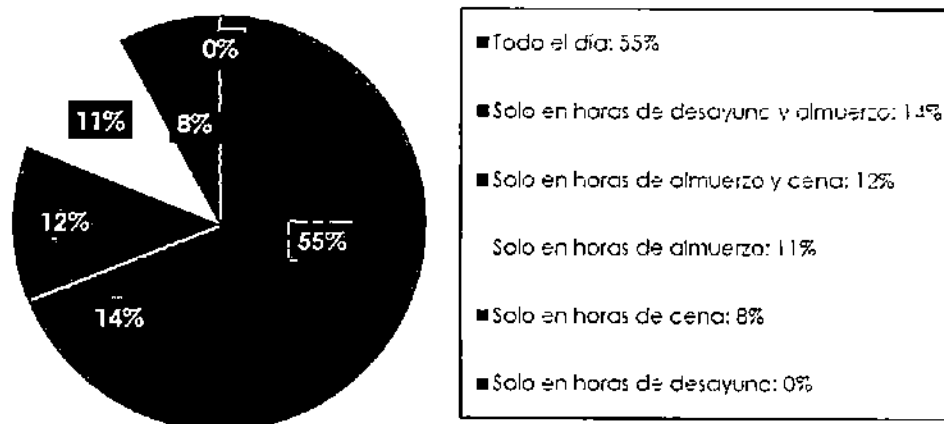


Gráfico 38: Horario de atención de establecimientos gastronómicos, 2018 (Elaboración propia)

Rango de tarifas: el valor por plato en Barrancabermeja, según la información suministrada por los establecimientos, se encuentra entre \$10.000 y \$20.000 en un 71%, seguida por el 26% de los platos que cuestan entre \$21.000 y \$30.000 y el 3% de los platos que tienen una tarifa que oscila entre \$31.000 y \$50.000.

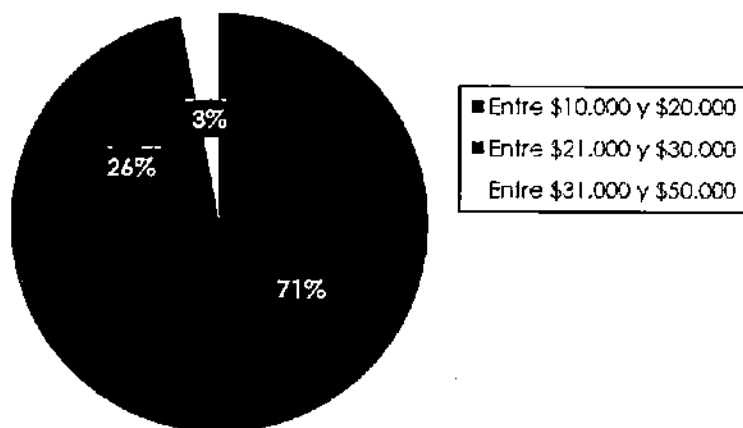


Gráfico 39: rango de tarifas por plato, 2018 (Elaboración propia)

Procesos comerciales: el 63% de los encuestados cuenta con material impreso promocional, un 30% realiza alianzas con empresas, el 23% hace promoción en redes sociales, el 12% hace pautas en internet, un 5% realiza alianzas con hoteles y el 4% maneja comisión a taxistas.

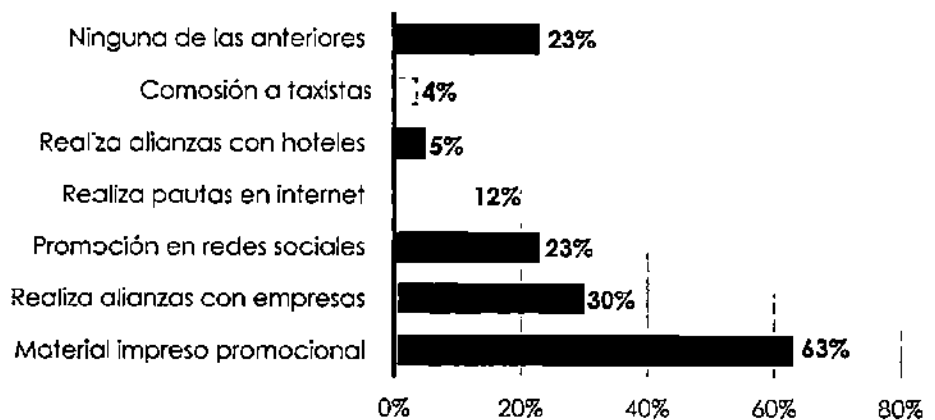


Gráfico 40: Procesos comerciales de establecimientos gastronómicos, 2018 (Elaboración propia)

✓ Análisis de la percepción sobre los establecimientos gastronómicos.

Con el fin de conocer la forma en que los establecimientos de alojamiento son percibidos por los turistas que hacen uso de ellos, la consultoría realizó dos tipos de actividades.

- Identificación de información en TripAdvisor
- Encuestas a turistas en destino

La oferta de establecimientos gastronómicos que se encuentra en tripadvisor es de 38. Los mejores calificados son:



Tabla de mejor calificadas - TripAdvisor		
Posición	Nombre	Calificación
1	Restaurante La Cazuela	4,0/5
2	Bufalo Senta'o	4,5/5
3	Nueve 20 Gourmet	4,5/5
4	Restaurante Barbacoas	4,5/5
5	Pa'l Caminito	5,0/0
6	Panino's	4,0/5
7	La maison Francaise	4,5/5
8	Cocina Verde	5,0/5
9	Lacasetta	4,5/5
10	El Buitron	4,0/5

Tabla 51: Mejores calificadas de TripAdvisor, 2018. [Elaboración propia]

1. **Restaurante La Cazuela:** calificado con 4,0/5 de 84 comentarios de usuarios desde el 23 de mayo de 2013.



Imagen 41: Calificación Restaurante La Cazuela, 2018 (Tomada de TripAdvisor)



11 143

Se escribió una opinión el 16 de octubre de 2018 mediante dispositivo móvil

Visita Barranca

El servicio estuvo un poco demorado, los cubiertos, bebidas y acompañamientos de las cazuelas tardaron en llegar. Los precios son un poco elevados para la cantidad de comida. El pago rojo en salsa de mariscos nos encantó.

Fecha de la visita: agosto de 2018



13 149

Se escribió una opinión el 27 de septiembre de 2018 mediante dispositivo móvil

Cena romantica

Un buen sitio para visitar en la zona céntrica de Barrancabermeja. Buena atención, platos muy bien decorados y muy buena sazón para pasar una cena romántica que nunca olvidaras.

Fecha de la visita: septiembre de 2018

Imagen 42: Comentarios Restaurante La Cazuela, 2018 (Tomada de TripAdvisor)

Encuesta turistas en destino

Dentro de la encuesta realizada a turistas que se encontraban en el Municipio de Barrancabermeja, se investigó sobre la percepción de los establecimientos gastronómicos, a lo que los encuestados respondieron:

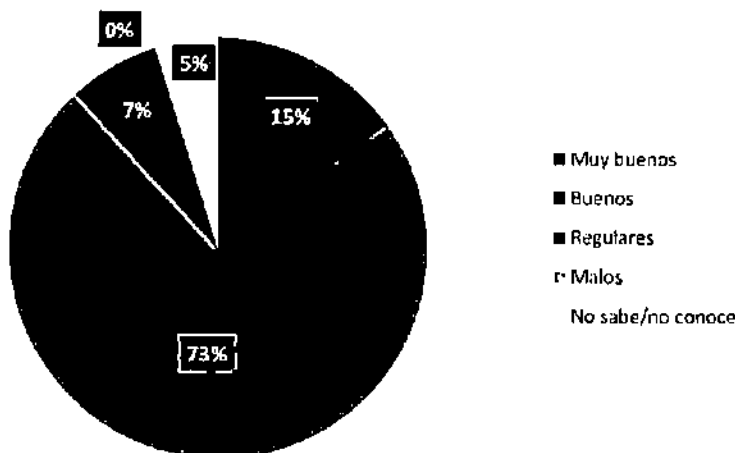


Gráfico 41: Percepción de calidad de los turistas sobre los establecimientos gastronómicos, 2018 (Elaboración propia)

La percepción de los turistas sobre los servicios gastronómicos del municipio es positiva ya que un 73% de los encuestados califica estos servicios como buenos y el 15% como muy buenos; mientras que el 7% dice que son regulares. Hay que resaltar que la oferta gastronómica de Barrancabermeja es uno de los elementos que más destacan los visitantes.

Para complementar el componente de análisis de percepción, el equipo consultor realizó una evaluación sobre variables como la imagen del



establecimiento, el estado de la infraestructura y el estado del entorno en el que se encuentra el establecimiento. Los resultados se muestran a continuación:

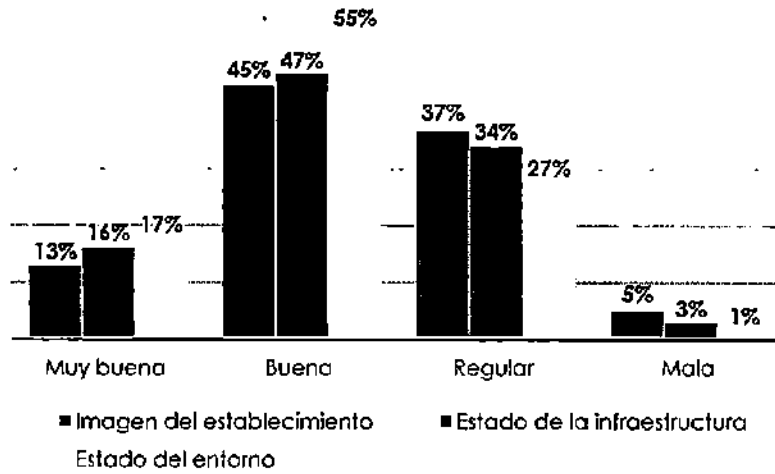


Gráfico 42: Evaluación de establecimientos gastronómicos. 2018 (Elaboración propia)

✓ **Recurso humano**

Para caracterizar el recurso humano, el equipo consultor estableció una serie de preguntas que hicieron parte importante de las encuestas realizadas a 65 restaurantes

Número de empleados: el 64% de las empresas manifestó contar con entre 1 y 5 empleados, el 13% con entre 6 y 10 empleados y el 3% tienen más de 10 empleados.

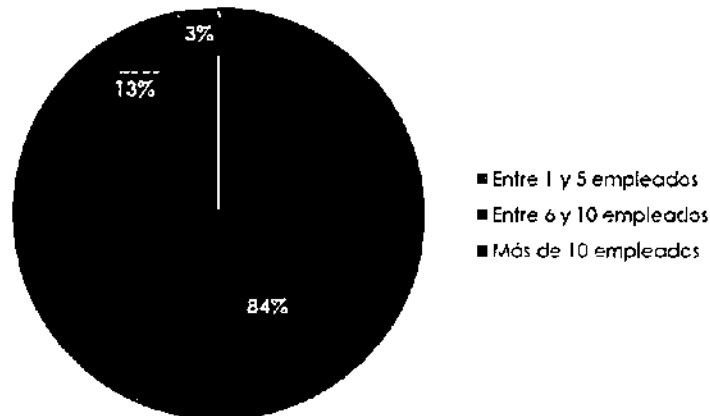


Gráfico 43: Números de empleados de establecimientos gastronómicos. 2018 (Elaboración propia)



Como se mencionó anteriormente, de acuerdo con la base de datos de la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, los establecimientos gastronómicos del municipio generan 252 empleos. Sin embargo, teniendo en cuenta los resultados de la encuesta, se observó que el número es mayor al registrado, especialmente por el personal que se integra a establecimientos como los que se encuentran en el Muelle en los momentos de alta demanda. Los 73 restaurantes consultados reportaron emplear 311 personas.

Rango de edad de los empleados: en su mayoría los empleados se encuentran en el rango entre 25 y 34 años (66%), seguido por el rango entre 35 y 44 años (24%), entre 18 y 24 años se encuentra el 7% de los empleados, El 3% corresponde a personal que tiene entre 45 y 65 años, en el que principalmente se encuentra el personal directivo.

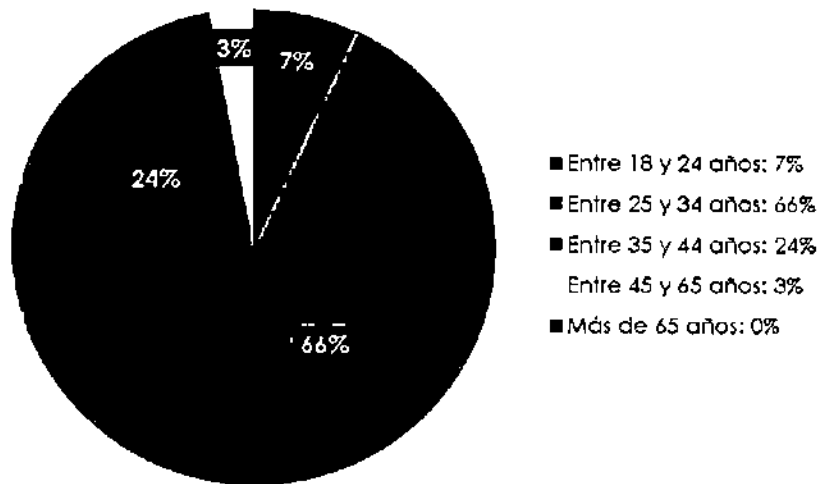


Gráfico 44: Rango de edad de empleados de establecimientos gastronómicos, 2018 (Elaboración propia)

Nivel de formación de empleados: el 76% de empleados cuenta con formación básica, seguido por los empleados con formación técnica (17%) entre los que se destacan las áreas relacionadas con la gastronomía y administración y finalmente, el 7% de los empleados son profesionales donde se priorizan las áreas administrativas.

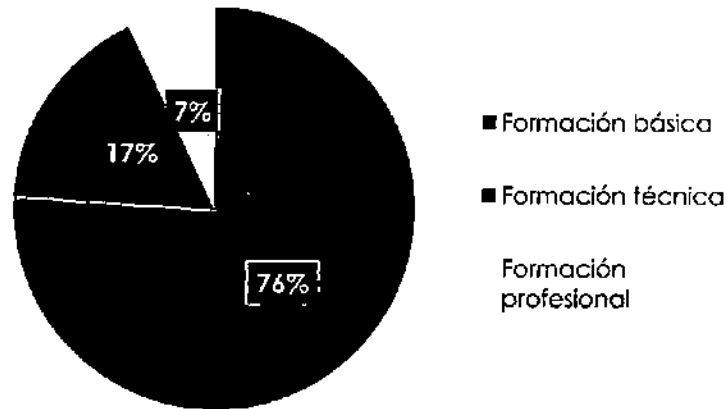


Gráfico 45: Nivel de formación de empleados de establecimientos gastronómicos, 2018 (Elaboración propia)

La encuesta quiso también indagar acerca del número de empleados bilingües a lo que solo 3 establecimientos respondieron que cuentan con 1 empleado con estos conocimientos.

Con la encuesta se evidenció que el proceso de formación continua que realizan los establecimientos gastronómicos se da en el área de manipulación de alimentos ya que su certificación es un requisito básico para la operación. El 67% manifiesta promover la formación en servicio al cliente.

Nivel de rotación de los empleados: el nivel de rotación de los empleados se encuentra entre medio – bajo, ya que el 40% de los encuestados manifiesta que sus empleados duran más de un año (nivel bajo), el 38% dice que rotan una vez al año (nivel medio); mientras que el 22% declara que rotan dos veces al año (nivel alto), especialmente en el puesto de meseros.

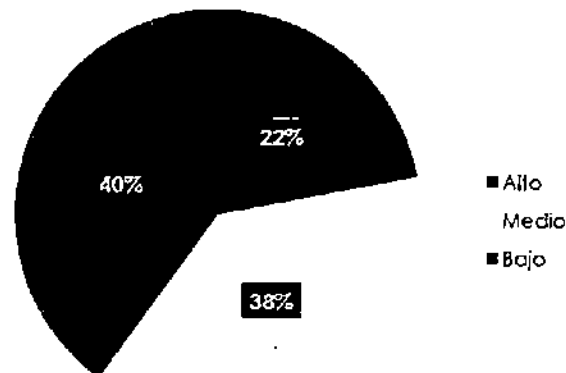


Gráfico 46: nivel de rotación de empleados de establecimientos gastronómicos, 2018 (Elaboración propia)



Rango del salario de empleados: el salario promedio de los empleados en cargos operativos se encuentra en un S.M.M.L.V (95%), el promedio para los cargos administrativos es de dos a tres salarios mínimos.

Cargos: a las preguntas ¿cuál/cuales son los cargos más fáciles de suplir con el RRHH del municipio? Cerca del 83% considera que son los meseros y el 17% cree que son los auxiliares de cocina.

La vacante más difícil de suplir según un 78% de los encuestados son los jefes de cocina, el 15% cree que son los administradores y el 7% piensa que con el RRHH del municipio ninguna vacante es difícil.

✓ Aspectos administrativos

El 61% de los establecimientos encuestados dice que cuenta con un protocolo de servicio al cliente, en un porcentaje cercano se encuentra los que disponen de un manual de cargos, funciones, actividades y responsabilidades (60%) y por último el 47% manifiesta que cuenta con manuales que dan cuenta de los procesos administrativos, comerciales, operativos y financieros.

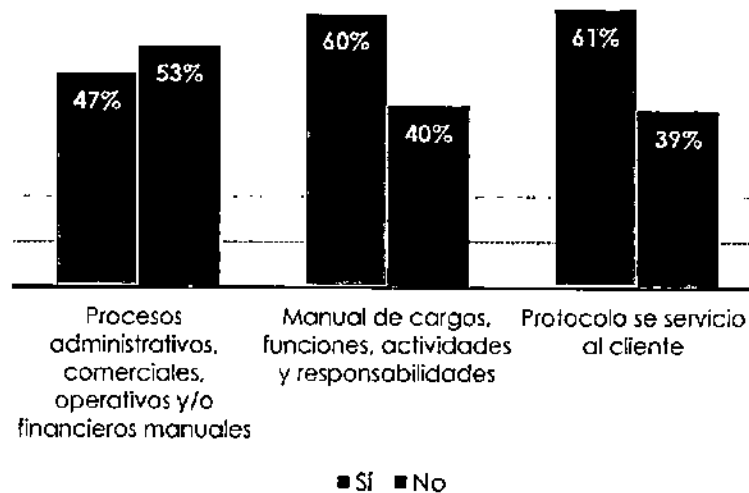
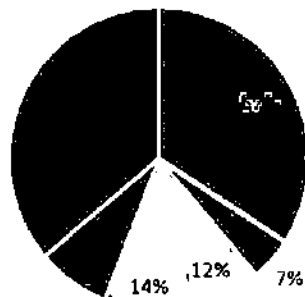


Gráfico 47: Procesos administrativos de establecimientos gastronómicos. 2018 (Elaboración propia)

✓ Acceso a la tecnología para la operación

El 55% de los establecimientos gastronómicos cuenta con el servicio de wifi, el 22% tiene datafono, el 14% y 12% cuentan con un software contable y software especial para el manejo de datos. Solo el 7% manifiesta tener una página web.



- Ninguno de los anteriores
- Software para el manejo de datos
- Software contable
- Datáfono
- Página web
- Acceso a internet

Gráfico 43: Acceso a la tecnología de establecimientos gastronómicos, 2018 (Elaboración propia)

2.3.4.1.3. Agencias de viajes

Once agencias⁶³ de viajes fueron encuestadas para obtener información que permitiera caracterizar a este grupo de prestadores de servicios turísticos. Aunque el Registro Nacional de Turismo, da cuenta de 17 agencias, 6 de ellas no tienen sede física o contacto disponible para responder las preguntas.



Imágenes 43 y 44: Realización de encuestas agencias de viajes, 2018 (Elaboración propia)

Es importante mencionar que, de las agencias de viaje de Barrancabermeja, 4 hacen parte de un grupo asociativo (ASOAVIBA) creado hace 2 años para fortalecer la competitividad del sector y contar con la representatividad que se necesita para liderar acciones ante el Consejo Municipal de Turismo, ellas son: Funny Days, Turismo Tropical, Proyectos Tour y World Travel.

⁶³ En el Anexo 8 se encuentra la base de datos de las agencias encuestadas



La base de datos de ANATO, hace referencia a una agencia del municipio que conforma el gremio: Agencia de Viajes Horizonte.

✓ Servicios

162

La mayoría de las agencias de viajes encuestadas (82%) son emisoras y resaltan entre sus productos más vendidos destinos regionales como San Gil, Barichara, Girón, Cañón de Chicamocha, nacionales como San Andrés, Santa Marta y Eje Cafetero e internacionales Cacún, Isla Margarita, Panamá, Punta Cana, Estados Unidos y Europa. El 18% son agencias de viajes mayoristas.

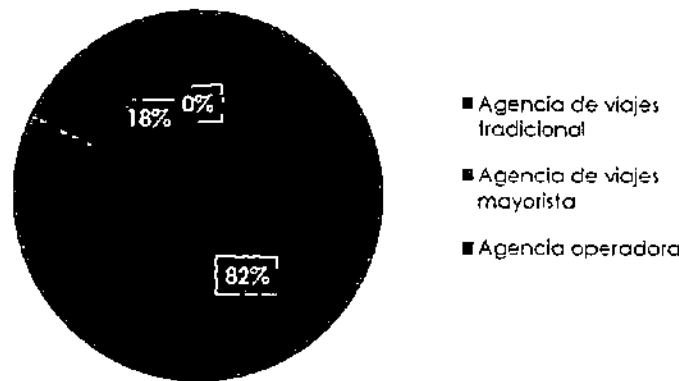


Gráfico 49: Tipo de agencia de viajes, 2018 (Elaboración propia)

Programas: El 44% de las agencias de viajes manifiesta contar con programas receptivos en Barrancabermeja, principalmente de recorridos en la ciudad como la visita al Cristo Petrolero, Muelle, paseo por Río Magdalena y algunas tienen planes para la Ciénaga de El Llanito. Sin embargo, ninguna de las agencias promociona de manera proactiva estos programas, ya que manifiestan poco interés de los turistas.

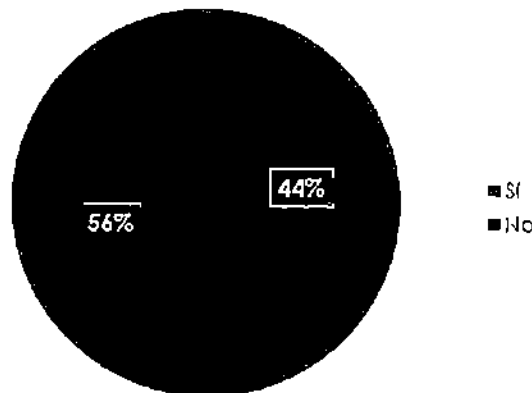


Gráfico 50: Oferta receptiva, 2018 (Elaboración propia)



163

- ✓ **Procesos comerciales:** se resalta la presencia de las agencias de viajes en redes sociales (100%) especialmente en Facebook, Instagram. Resaltan la importancia de Whatsapp como medio de comunicación, el mantenimiento del material impreso para promocionarse (91%), así como la participación en ferias promocionales de turismo principalmente en la vitrina turística de ANATO.

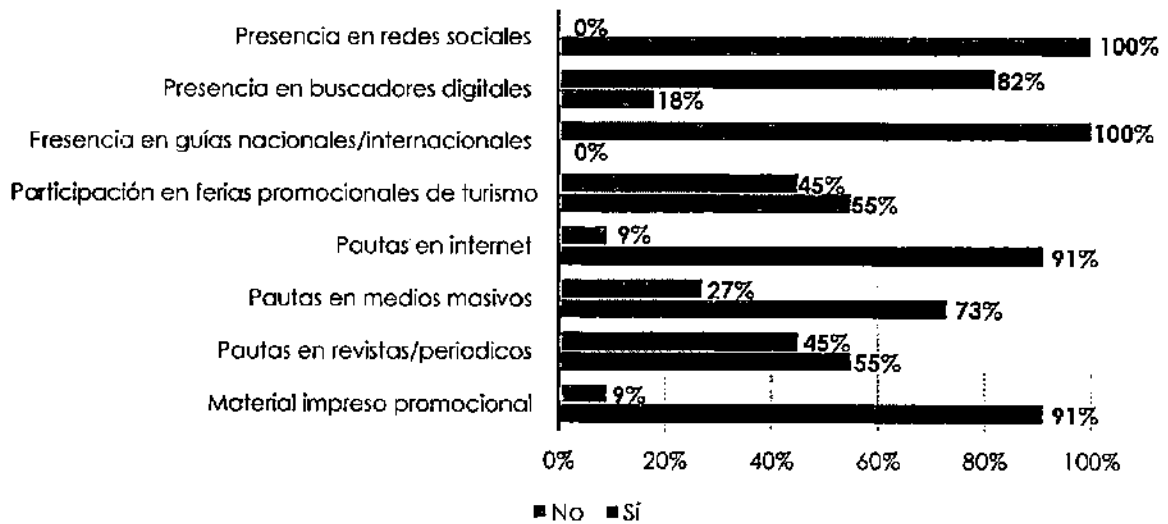


Gráfico 51: procesos comerciales de agencias de viajes, 2018 [Elaboración propia]

- ✓ **Recurso humano:**

Para caracterizar el recurso humano, se incluyó un grupo de preguntas dentro de la encuesta que se hizo a 11 agencias de viajes del municipio.

Número de empleados: Las agencias encuestadas manifestaron que generan 29 empleos, cifra muy cercana a la reportada por en la base de datos del Registro Nacional de Turismo en el que se identifican 27 empleos.

Rango de edad: el rango principal de los empleados se encuentra entre los 25 y 34 años con 46%, seguido por aquellos empleados que tienen entre 45 y 65 años con una participación del 36%



164

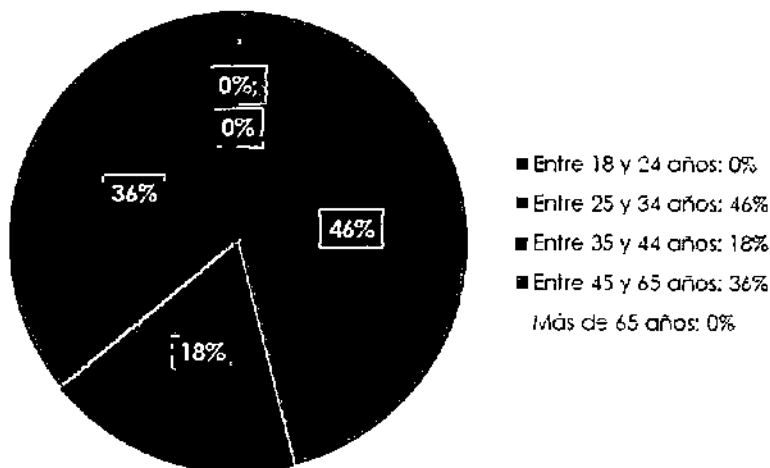


Gráfico 52: Rango de edad de empleados en agencias de viajes, 2018 (Elaboración propia)

Nivel de formación: en su mayoría, el nivel de formación de los empleados es técnica (45%), resaltando los auxiliares contables y aquellos formados para trabajar en agencias de viaje o como guías turísticos, en un porcentaje similar se encuentra el nivel profesional con 41%, principalmente con formación en administración de empresas. Finalmente, el 14% cuenta con formación básica.

Es necesario resaltar que ninguna agencia de viajes encuestada manifestó tener empleados con el manejo en una segunda lengua.

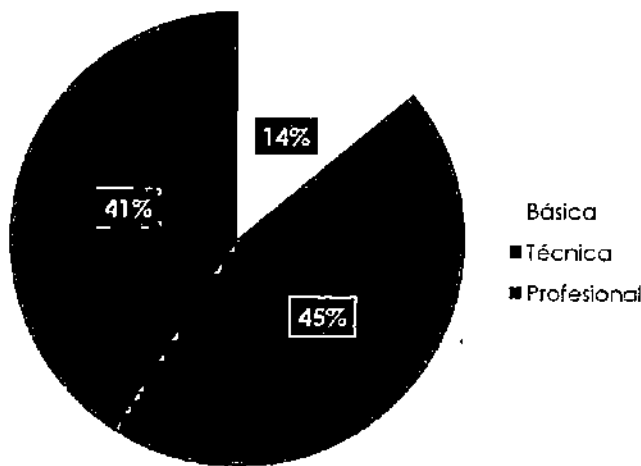


Gráfico 53: Nivel de formación de los empleados en agencias de viajes, 2018 (Elaboración propia)

Nivel de rotación: en el 91% de las agencias de viajes el nivel de rotación de los empleados es bajo, esto quiere decir que duran más de un año.



Cargos: a las preguntas ¿cuál/cuales son los cargos más fáciles de suplir con el RRHH del municipio? Los empresarios respondieron en más de 80% que son los cargos administrativos. El 18% considera que son los asesores comerciales/ventas.

La vacante más difícil de suplir según las agencias de viajes encuestadas son los guías turísticos certificados porque el Municipio de Barrancabermeja no cuenta con ellos.

165

✓ **Procesos administrativos:**

Todas las empresas manifestaron tener internet, un 82% cuenta software especial para el manejo de datos de sus clientes y el 64% tiene página web.

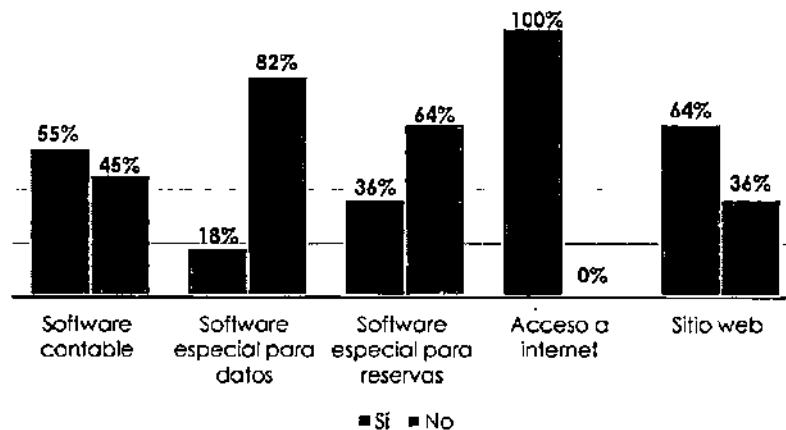


Gráfico 54: Acceso a la tecnología de agencias de viajes, 2018 (Elaboración propia)

El 82% de las agencias de viajes indica en la encuesta que tiene sistematizados sus procesos administrativos, comerciales, operativos y/o financieros. El 45% manifiesta tener manuales de cargos funciones, actividades y responsabilidades.

El 64% cuenta con un protocolo de servicio al cliente y trabaja en la implementación de políticas de calidad y sostenibilidad.

✓ **Imagen de los establecimientos**

El equipo consultor realizó una evaluación sobre variables como la imagen del establecimiento y el estado de la infraestructura. Un 55% de las agencias de viajes fueron calificadas con una imagen muy buena y buena, especialmente de los establecimientos que se encuentran en zonas comerciales de la ciudad o centros comerciales; mientras que en el 18% y 27% fueron calificados como regular y mala especialmente las que no cuentan con puntos de venta visibles al público.



166

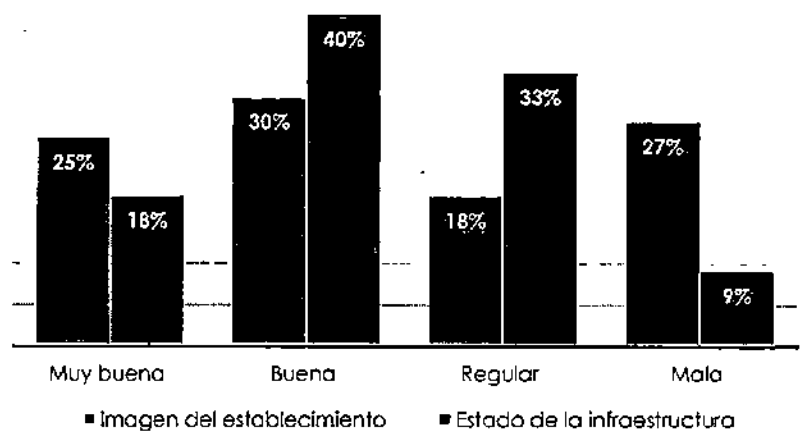


Gráfico 55: percepción de calidad en agencias de viajes, 2018 (Elaboración propia)

2.3.1.4.4. Guías de turismo

El municipio de Barrancabermeja no cuenta con guías que tengan Registro Nacional de Turismo. Sin embargo, existe personal capacitado como técnicos y cursos cortos en guianza turística pero están pendientes de cumplir con los requerimientos necesarios para acceder a la certificación.

2.3.1.4.5. Matriz de debilidades y fortalezas

Los principales hallazgos para el sector se encuentran en el siguiente cuadro:

Eslabón prestadores de servicios turísticos	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Amplia oferta de establecimientos de alojamiento, para diferentes presupuestos - Infraestructura adecuada para la prestación del servicio de alojamiento - Presencia de un hotel de cadena internacional Park inn Radisson - Percepción positiva de los viajeros que usan los servicios de alojamiento de Barrancabermeja - 12 establecimientos de alojamiento asociados a COTELCO. - Presencia de hoteles en Agencias de Viajes On line (OTA) - Presencia de hoteles y restaurantes en buscadores de viajes como Tripadvisor 	<ul style="list-style-type: none"> - Informalidad de establecimientos de alojamiento, especialmente de apartahoteles. - Oferta de alojamiento dirigida al turista de corporativo que no tienen en cuenta al segmento cuya motivación es el disfrute del municipio - Limitada oferta de servicios complementarios en hoteles como piscinas y espacios para el esparcimiento. - Ocupación hotelera por debajo del promedio departamental - Ocupación hotelera dependiente de la industria petrolera - El vínculo de los prestadores de servicios turísticos con las actividades para el disfrute del municipio es limitado



167

<ul style="list-style-type: none"> - Adecuada oferta de servicios gastronómicos, centrada en suplir principalmente las necesidades de los trabajadores de las empresas petroleras y el mercado local. - Percepción positiva de la oferta gastronómica de la ciudad - Percepción positiva frente a la calidad de servicio de los establecimientos gastronómico - Disponibilidad de platos típicos, especialmente los relacionados con la cultura ribereña. - El nivel de avance en la implementación de la norma técnica de sostenibilidad está por encima del 60% - Servicio al cliente es una de las áreas en que los prestadores de servicios turísticos ponen mayor énfasis en los procesos de formación de sus empleados - Bajo nivel de rotación de los empleados - Existencia de una asociación de agencias de viaje ASOAVIBA - Conformación de ACODRES capítulo Barrancabermeja 	<ul style="list-style-type: none"> - Limitado número de empresas operadoras de turismo que trabajen con turismo de receptivo. Es casi imperceptible la oferta local. - No se reconoce un plato tradicional que represente al municipio - Oferta de alojamiento en las zonas rurales del municipio casi inexistente. - Limitada oferta de guías turísticos. No cuentan con RNT
---	---

Tabla 52: Matriz de debilidades y fortalezas, 2018 (Elaboración propia)

2.3.1.5. Gobernanza – Gestión del destino

Con el análisis de la gobernanza, se busca identificar los actores principales del destino, su rol y percepción en el desarrollo turístico.

En la primera parte se relacionan los actores de manera transversal, tanto del orden nacional, regional y local que están presentes en todo el territorio, definiendo su rol en el sector y/o función y la presencia o incidencia identificada por el equipo consultor en el territorio. El listado, resulta de la revisión documental, el trabajo de entrevistas y se complementa con lo identificado en los talleres comunitarios.

Se presentan también los resultados de un ejercicio de percepción que se hizo con el Comité Gestor conformado para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico, con el fin de aportar en el análisis de cinco variables: Imagen, posición, grado compromiso, articulación y, desde la perspectiva del equipo consultor, el grado de incidencia.



2.3.1.5.1. Relación de actores

148

A partir de la revisión documental, y la referencia en talleres con los actores, se identificaron los siguientes actores clave para el Desarrollo del Turismo en el Municipio de Barrancabermeja:

Entidad Nacional	Rol/Función	Presencia o incidencia territorial relacionada al sector turístico
<p>Ministerio de Comercio Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo</p>	<p>El Viceministerio de Turismo desarrolla y ejecuta diversos proyectos, planes y programas cuyos objetivos están enfocados en el fortalecimiento del sector a través del posicionamiento de Colombia como un destino reconocido por su oferta multicultural y mega diversa, representada en productos y servicios altamente competitivos que potencien a las regiones. www.mincit.gov.co</p>	<p>Define los lineamientos que rigen las acciones para el desarrollo de turismo. En proceso de aprobación está el Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022</p> <p>El Ministerio ha incluido al municipio de Barrancabermeja en las actividades definidas dentro de la estrategia de corredores turísticos, especialmente en el Corredor Nororiental que incluye los Departamentos de Santander y Norte de Santander</p> <p>El MINCIT apoya los proyectos establecidos para Barrancabermeja en infraestructura con la construcción del Centro de Eventos y actualmente en la línea de competitividad apoya la elaboración de este Plan de Desarrollo Turístico</p>
<p>Ministerio de Medio Ambiente y desarrollo sostenible</p>	<p>"Ser la entidad pública encargada de definir la política Nacional Ambiental y promover la recuperación, conservación, protección, ordenamiento, manejo, uso y aprovechamiento de los recursos naturales renovables, a fin de asegurar el desarrollo sostenible y garantizar el derecho de todos los ciudadanos a gozar y heredar un ambiente sano". www.minambiente.gov.co</p> <p>El MADS se vincula a proyectos de conservación ambiental, uso y aprovechamiento de los recursos ecosistémicos.</p>	<p>No se identifica un proyecto de apoyo directo de este Ministerio; sin embargo, participa como financiador en los proyectos de las Corporaciones Autónomas, especialmente en la línea de aprovechamiento sostenible de los ecosistemas.</p>



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

<p>Ministerio de Cultura</p>	<p>"Es la entidad rectora del sector cultural colombiano y tiene como objetivo formular, coordinar, ejecutar y vigilar la política del Estado en materia cultural". www.mincultura.gov.co</p>	<p>Acompaña a través de la dirección de poblaciones a proyectos de fortalecimiento y salvaguarda de las expresiones culturales. Sobresalen programas en el Municipio como: Contenidos culturales generadores de paz, inclusión y participación.</p>
<p>ProColombia</p>	<p>"PROCOLOMBIA es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país". www.procolombia.co</p>	<p>Promueve ferias de negocios, promoción de destinos y preparación de la oferta.</p> <p>Aunque en la página Colombia.travel se menciona el Museo del Petróleo como una opción para conocer en el Municipio, aún no se considera que el destino tenga el nivel de preparación suficiente para la atención del mercado internacional. Esa es la principal razón por la que Barrancabermeja no está presente en las actividades de la entidad.</p>
<p>Fondo Nacional de Turismo</p>	<p>"Es el ente encargado de: recaudar, administrar y ejecutar los recursos de a). Contribución parafiscal para la promoción y competitividad del turismo. b). Los activos adquiridos con los recursos de la contribución parafiscal. c). Las donaciones. Provenientes de patrocinios y actividades comerciales. d). Derivados de la explotación económica de los activos que fueron de propiedad de la Corporación Nacional de Turismo. e). Asignados en el Presupuesto Nacional para la infraestructura turística. Promoción y la competitividad turística. f). Recauda del impuesto al turismo". www.fontur.com</p>	<p>Soporta financieramente la estrategia de promoción de ProColombia, responde a las estrategias de desarrollo que le plantea el Viceministerio de Turismo y apoya el desarrollo competitivo del turismo en las regiones.</p> <p>Para Barrancabermeja se identifican dos proyectos financiados con recursos del fondo: Centro de Convenciones y elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio, así como los de elaboración de inventario turístico y guiones que se desarrollan en el marco de la estrategia de Corredores Turísticos.</p>
<p>SENA</p>	<p>Líder nacional en la construcción del capital social a través de la formación profesional y técnica integral, apuntando a la capacitación para el empleo y al incremento de la productividad y de la competitividad del recurso humano y de las empresas colombianas. www.sena.edu.co.</p>	<p>Se reconoce la importancia de fortalecer el emprendimiento y la formación en turismo.</p> <p>Actualmente, hay dos instructores de planta con especialización en el sector.</p> <p>Durante el primer semestre se está haciendo un levantamiento de información para caracterizar las necesidades del sector. En el segundo semestre comienzan la fase de implementación.</p> <p>Han capacitador a los técnicos que hay en guianza turístico y tienen programas</p>

169



		especiales en corregimientos como San Rafael de Chucurí en el que sus habitantes se están preparando en diversas áreas que impactan el desarrollo turístico.
Gobernación de Santander Secretaría de Cultura y Turismo	La Secretaría de Cultura y Turismo trabaja en la promoción del turismo. Especialmente se centra en las apuestas establecidas para el departamento como son: Aventura, ecoturismo y turismo histórico	Sus actividades están principalmente enfocadas en: Capacitación y preparación a los prestadores de servicios turísticos para participar en feria promoción Apoyo a los CAT del departamento Fortalecimiento el turismo de reuniones en el Departamento
Cormagdalena	Lidera el desarrollo integral y sostenible del río Magdalena para el bienestar y la competitividad del país, buscando "la recuperación de la navegación y la actividad portuaria, la adecuación y conservación de tierras, la generación y distribución de energía así como el aprovechamiento sostenible y la preservación del medio ambiente, los recursos ictiológicos y demás recursos naturales renovables" http://www.cormagdalena.gov.co/	Uno de los principales proyectos para la reactivación del río Magdalena, se contempla en el Municipio de Barrancabermeja: Una unidad funcional de navegación. Así mismo, la entidad trabaja por la restauración hidrobiológica del río y la recuperación de la pesca artesanal. También ha avanzado en iniciativas relacionadas al aprovechamiento turístico, con investigaciones y publicaciones como "El Gran Río Magdalena – Gastronomía y sabores"
Municipio de Barrancabermeja Secretaría de Desarrollo Económico	La Secretaría, tiene como objetivo diseñar las políticas, programas, proyectos y actividades para promover el desarrollo económico y social del municipio. https://www.barrancabermeja.gov.co/nuestra-alcaldia/dependencias/secretar%C3%ADa-de-desarrollo-econ%C3%B3mico-y-social Dentro de la Secretaría hay un grupo de trabajo que tiene a su cargo el área de Cultura y Turismo.	La Secretaría de Desarrollo cuenta con un contratista y una persona del nivel técnico que tienen la responsabilidad de trabajar en las acciones que promuevan el sector turístico y apoyar otras labores de la Secretaría. Convoca y lidera el Consejo Municipal de Turismo. Actualmente acompaña la formulación del Plan de Desarrollo Turístico y las acciones de promoción del municipio, especialmente las del nivel nacional a través de la Vitrina Turística de ANATO



Corporturismo - Corporación Mixta de Promoción y Desarrollo Turístico de Barrancabermeja	Entidad de carácter mixto creada para apoyar el desarrollo turístico de Barrancabermeja, fortaleciendo la competitividad del sector empresarial y su relación con el sector público, con el fin de promover la identidad cultural del destino y dar a conocer su riqueza natural	La Corporación ha centrado sus actividades en el área de formación con la creación de un Instituto Técnico en el que se ofrece el programa de: Técnico Laboral en Agente de Viajes y Turismo, además de los programas Técnico laboral auxiliar de operaciones en la cadena de abastecimientos, marketing digital y redes sociales y mantenimiento residencial y empresarial. Es importante destacar que el Instituto tiene su sede en las instalaciones del Centro de Eventos, Ferias y Convenciones de Barrancabermeja
Consejo Municipal de Turismo	El Consejo Municipal de Turismo, es el ente consultivo de Barrancabermeja para la planificación, desarrollo y toma de decisiones que promuevan el sector turístico en el Municipio. Aunque fue creado y regulado por el los Acuerdos Municipales 094 de 2000, 019 de 2004, en el 2017 se le da un nuevo impulso y el decreto fue modificado.	Además de la Secretaría de Desarrollo Económico, hacen parte entidades como la Cámara de Comercio, Cotelco, representantes de las Agencias de Viajes, restaurantes, del sector académico, entre otros.
Policía Nacional – Policía de turismo	Grupo especializado de la policía Nacional cuyo objeto se vincula a la seguridad turística en el país, vela por el cumplimiento de la norma y la mitigación de riesgos de esta industria.	Tiene presencia activa en Barrancabermeja. Aporta a procesos de cuidado y monitoreo de la seguridad, participa en los consejos de seguridad turísticos y en acciones de formalización. El Municipio cuenta con un Policía de Turismo
Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (ACODRES)	Gremio que representa los intereses de la industria gastronómica del país. Cuenta con 14 capítulos regionales propenden por la competitividad del sector http://acodres.com.co/bogota/quienes-somos-2/	El capítulo Barrancabermeja se creó en noviembre del 2018 con 16 empresarios que buscan el fortalecimiento y mejora de sus establecimientos y el relacionamiento con actores y proveedores de la región
Asociación Hoteles y Turística de Colombia (Cotelco) –	Gremio de mayor relevancia en la representación de los establecimientos de alojamiento en el país. Propende por la mejora de la competitividad del sector y el desarrollo del turismo.	El capítulo Barrancabermeja, está conformado por 10 hoteles del municipio comprometidos con el fortalecimiento del sector y del turismo en la ciudad.



Capítulo Barrancabermeja		Participan activamente en los espacios que buscan promover el turismo en la región, entendiendo los cambios en la dinámica que se ha dado en la industria petrolera.
Asociación de Nacional de Agencias de viajes y turismo (ANATO)	Entidad gremial que "representa, defiende y promueve los intereses generales del turismo y de las Agencias de Viaje en Colombia". Creada en 1949. Cuenta con 9 capítulos. La región forma parte del Oriental que comprende los Departamentos de Santander y Norte de Santander. https://www.anato.org/es/content/quienes-somos	Una empresa del Municipio está agremiada en ANATO: Agencia de Viajes Horizonte.
Asociación de Agencias de Viajes y Turismo (ASOAVIVA)	La Asociación de Agencias de Viajes y Turismo de Barrancabermeja, fue creada aproximadamente hace dos años, con el objetivo de: Articular las agencias de viajes del municipio. Contar con un ente en representatividad de las agencias de viajes ante el Concejo Municipal de Turismo. Planear acciones para fortalecer el desarrollo turístico del municipio.	Actualmente la componen cuatro agencias de viajes del municipio: Funny Days, Turismo Tropical, Proyectos Tour y World Travel. Las actividades realizadas por la Asociación: En el año 2018 se realizó un Fam Trip con agencias de viajes del municipio de Bucaramanga. Capacitación del personal de las agencias de viajes en ventas y servicio al cliente.
Asociación de bares y restaurantes (ARUBA)	La Asociación se creó hace más de 10 años como resultado de un esfuerzo para organizar la proveeduría a Ecopetrol	Son 10 empresas que promueven el desarrollo gastronómico de la región. Actualmente se propende por una alianza con ACODRES capítulo Barrancabermeja
Prestadores de servicios turísticos no agremiados	Son los establecimientos de alojamiento que no pertenecen a Cotelco, y que representan el 80% de la oferta de Barrancabermeja. Las Agencias de viaje y los restaurantes	Estos empresarios que han apostado al turismo, tienen como prioridad la promoción y la búsqueda de clientes. Más allá de las agremiaciones existentes no se visualiza procesos de participación activa de los empresarios. No se identifican acciones para la promoción del turismo en la región
Guías de turismo	Personal capacitado como técnicos en guianza turística	El municipio no cuenta con guías de turismo que tengan RNT



173

Cámara de Comercio de Barrancabermeja	<p>La Cámara de Comercio promueve el desarrollo y fortalecimiento empresarial, a través de programas y proyectos que impacten positivamente la dinámica económica de la región, formación a los empresarios y la prestación de servicios de registros públicos y empresariales.</p> <p>http://www.ccbarranca.org.co/ccbar/mision-y-visionccb</p>	<p>La Cámara lidera iniciativas para promover el desarrollo del turismo en el municipio como Magdalena Travesía Mágica que busca el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales alrededor del río Magdalena para fomentar el Turismo en los municipios de Barrancabermeja y San Vicente de Chucurí.</p> <p>Hace estudios y participa en las actividades tanto del sector público como del privado con el fin de aportar a la competitividad del sector.</p>
Centro de Estudios Regionales (CER)	<p>Es una corporación que "genera y difunde conocimiento que orienta el desarrollo regional, articulado y sostenible del territorio y el país, a través de proyectos, consultorías e investigaciones, económicas, sociales y empresariales"</p> <p>http://cer.org.co/index.php/nosotros/misionvision</p>	<p>Son líderes en la investigación en pro del desarrollo del sector. Han aportado en procesos de planificación y prospección del turismo.</p>
Caja de Compensación Familiar de Barrancabermeja, CAFABA	<p>Es la caja de compensación del municipio, creada en agosto de 1965 para asumir funciones de seguridad social y atender al núcleo familiar de los trabajadores.</p> <p>Además de tener su sede principal en Barrancabermeja, tiene una sucursal en el Corregimiento El Centro</p> <p>http://www.cafaba.com.co/servicios/instituto-tecnico-cafaba.html</p>	<p>Su sede recreacional José Joaquín Bohórquez en la vía el Llanito es uno de los espacios más querido por los locales y se referencia como un atractivo turístico.</p>
Instituciones educativas	<p>Se refiere a las instituciones de educación básica o superior que ofrecen programas relacionados con las áreas de turismo en el Municipio de Barrancabermeja</p>	<p>Es importante mencionar que solo un Colegio del municipio pertenece a la red de Colegios Amigos del Turismo y se encuentra en el Corregimiento El Llanito.</p> <p>Con respecto a la educación superior, hay oferta en educación técnica, aunque los actores no consideran que sea suficiente y de la calidad requerida.</p> <p>Las instituciones manifiestan que no hay demanda suficiente para contar con una oferta mayor</p>
Juntas de Acción Comunal	<p>Mecanismo de participación ciudadana que representa áreas o grupos poblacionales específicos en los municipios.</p>	<p>Aunque las juntas de acción comunal no tienen un estrecho vínculo al sector turístico como organización, sus miembros o representantes, han hecho esfuerzos</p>



174

	<p>Se refiere principalmente a las JAC de los Corregimientos: El Centro, El Llanito, Ciénaga del Opón, Mesetas de San Rafael y San Rafael de Chucurí.</p>	<p>para el desarrollo del sector en sus territorios.</p> <p>Esta instancia tiene una participación activa en la veeduría ciudadana y buscan garantizar el interés colectivo ante las instancias gubernamentales.</p> <p>Se hace especial énfasis a la labor que con relación al turismo cumple el Corregimiento El Centro, principalmente en lo referente a las actividades relacionadas con la Industria Petrolera y el esfuerzo de San Rafael de Chucurí.</p>
<p>ECOPETROL</p>	<p>Es la principal empresa energética del país y tiene como objetivo "el desarrollo, en Colombia o en el exterior, de actividades comerciales, industriales correspondientes o relacionadas con la exploración, explotación, refinación, transporte, almacenamiento, distribución y comercialización de hidrocarburos, sus derivados y productos"</p> <p>https://www.ecopetrol.com.co/wps/portal/es/ecopetrol-wab/nuestra-empresa/quienes-somos/acercade-ecopetrol/nuestros-objetivos</p>	<p>La actividad petrolera está ligada a la cotidianidad de Barrancabermeja. Su infraestructura y la cultura alrededor de la industria se convierte en un patrimonio que motiva visitas.</p> <p>El Museo del Petróleo, a cargo de Ecopetrol, así como el Cristo Petrolero, se encuentran entre los principales atractivos del municipio.</p> <p>La opción de visitar la refinería y los atractivos del Corregimiento El Centro se trabaja de la mano de la empresa petrolera.</p> <p>Los clubes sociales, como Miramar, Mares y el Club internacional, se consideran dentro de los atractivos turísticos del municipio.</p>
<p>Empresarios comunidades rurales</p>	<p>Emprendimientos que se han constituido en la región para mejorar acceso a proyectos, apoyos y organización comunitaria.</p>	<p>Se refiere a los emprendimientos de los Corregimientos del municipio que de manera directa o indirecta realizan actividades relacionadas con el turismo</p> <p>Alguno de los retos que encuentra este grupo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> Planificación del negocio Concertación y cumplimiento de normas Procesos asociativos Acceso a recursos de financiación para mejorar equipos e instrumentos de trabajo. Capacitación en productos turísticos diferenciados. Procesos administrativos



		<p>Equilibrio de poderes y participación.</p> <p>Visión de corto plazo de la actividad.</p> <p>Promoción de sus actividades</p> <p>Intervenciones temporales sin acompañamiento</p> <p>Se hace especial énfasis en los emprendimientos de San Rafael de Chucurí en donde se identifica disposición para emprender actividades de turismo. En el Llanito se destacan esfuerzos importantes, especialmente en el área de alimentación.</p>
<p>Comunidad corregimiento</p>	<p>Se refiere a las comunidades de los Corregimientos de Barrancabermeja y su nivel de compromiso con el turismo</p>	<p>Se destaca la comunidad del Centro, cuya actividad cotidiana relacionada con la Industria Petrolera y contacto con personas de diferentes orígenes la ha preparado para el desarrollo turístico.</p> <p>La comunidad del Llanito, permeada por la llegada de visitantes los fines de semana y apoyada en la preparación de los niños que salen de la Institución Educativa San Marco, tiene reconocimiento en el Municipio.</p> <p>El compromiso con la iniciativa turística en San Rafael de Chucurí también se destaca entre los actores.</p>

Tabla 53: Actores claves para el desarrollo turístico, 2018 [Elaboración propia]

2.3.1.5.2. Rol de los actores en el territorio

Con el fin de identificar el rol de los actores para el desarrollo turístico es importante conocer: La imagen que se percibe de ellos, el grado de poder y/o acción que tienen para contribuir al sector, el nivel de relacionamiento y articulación con otros actores y el nivel de compromiso de sus acciones.

Para obtener la información, se hizo un ejercicio participativo desarrollado a través de un taller con los principales actores de la ciudad y se complementó con entrevistas e información secundaria.

El ejercicio participativo para poder identificar la matriz de percepción actor-actor se fundó en la metodología de elaboración de sociograma y su desarrollo tuvo tres momentos, a saber:

- Actores del sector: tras dividir en grupos a los participantes se entrega una ficha correspondiente a los actores identificado por el equipo consultor como aportantes al sector turístico en el municipio. La primera solicitud es complementar el listado, con el fin de trabajar sobre el total de actores del sector.



El ejercicio consistió en que cada grupo utilizando "post it" ordene los actores según su poder/acción y compromiso, para el desarrollo turístico. En un plano cartesiano, el eje X representa la posición del actor, si este es comprometido, indiferente o se percibe como una barrera para el sector; en el eje Y, se relaciona el poder de decisión o acción en categorías de alto, medio y bajo.

176

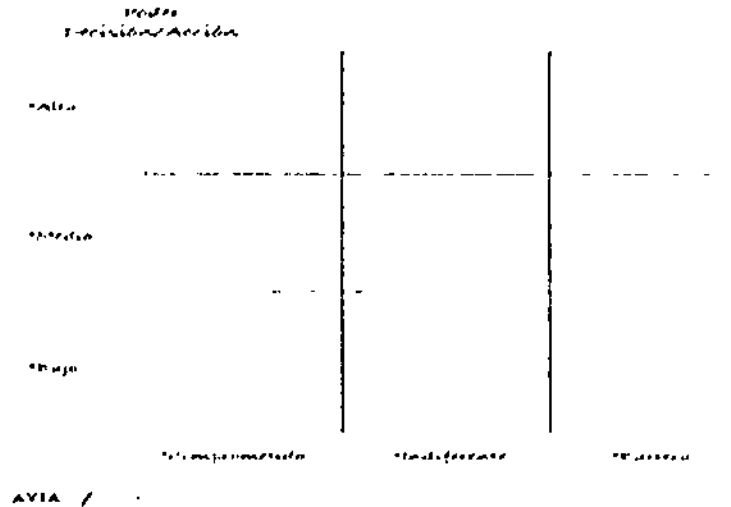


Imagen 45: Formato de actores, 2018 (Elaboración propia)

Percepción de imagen: al ubicar cada actor en el respectivo espacio del plano cartesiano, se pidió que, al lado de cada post it, se ubique una cara feliz o triste, según sea el caso. Una cara feliz con aquellos sobre los que su percepción por la labor que hacen, para apoyar el desarrollo del territorio aprovechando el turismo como herramienta, es positiva y una carita triste para aquellos sobre la que es negativa.

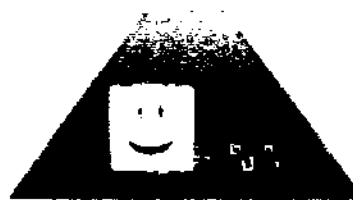


Imagen 46: Imagen metodológica, 2018 (Elaboración propia)

- Relaciones de actores: se pidió que, usando flechas, dentro de las matrices, se señale el tipo de relaciones que existen entre los actores, así:
 - Negra:** Para las relaciones fuertes
 - Roja:** Para las relaciones débiles

Los resultados se presentan a continuación:

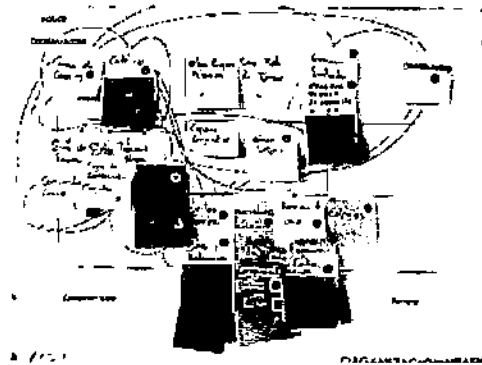
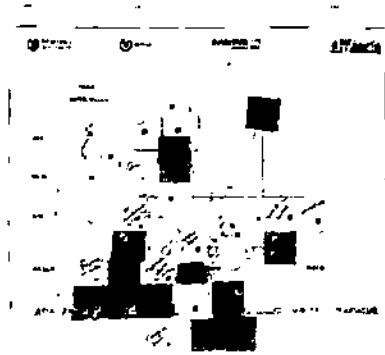


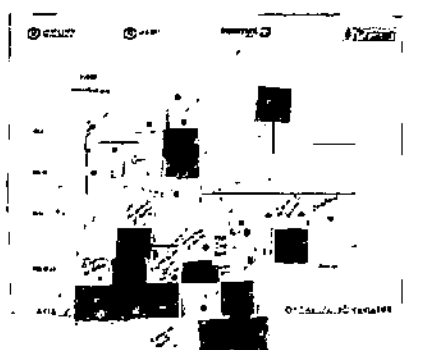
177



Imágenes 47, 48 y 49: Tercer taller participativo, 2018 (Elaboración propia)

La construcción colectiva permitió elaborar representaciones de los mapas de actores en cada municipio, algunos de los resultados se muestran en fotografías:





Imágenes 50, 51 y 52: Resultados tercer taller participativo, 2018 (Elaboración propia)

Las matrices sobre las que se trabajó permitieron ubicar la red de actores en un plano cartesiano representando: El grado de poder e incidencia, el grado de compromiso, la fortaleza de sus relaciones (fuerte: negra y débil: roja), y la percepción de imagen, ubicando caras felices o tristes de acuerdo a la consideración de los participantes en los talleres.

2.3.1.4.2. Digitalización y análisis de la información recaudada

Tras estos resultados, se avanzó en el proceso de digitalización y evaluación con los siguientes parámetros:

- Para las variables de **poder y postura**: El poder se evalúa con los criterios alto (3), medio (2) y bajo (1), en el caso de la postura, (3) comprometido, (2) indiferente y (1) barrera, plasmando estrictamente lo expresado en el taller con los actores.
- Con respecto al análisis de percepción de imagen de los actores entre la comunidad, la calificación varía entre positiva (3), media (2) y negativa (1), de acuerdo a las caras felices o tristes obtenidas. Aquel actor que cuente con al menos una cara positiva y una cara negativa se le da la calificación de medio, la calificación de positiva se da a quien reciba solo caras positivas y el de negativa, a quien únicamente reciba caras tristes. Se consideró también lo planteado por los participantes en las exposiciones que hicieron con los resultados de obtenidos en sus grupos de trabajo.
- Con el fin de analizar el grado de relacionamiento, se otorga también puntajes entre 1 y 3, representados en alta, media y baja, 3 cuando tiene la totalidad de líneas negras llegando o saliendo en el plano, 2 cuando tiene al menos una línea negra y una roja y 1 cuando la totalidad de sus líneas de llegada o salida son rojas. Se consideró también lo planteado por los participantes en las exposiciones que hicieron con los resultados de obtenidos en sus grupos de trabajo.
- Adicional a estas cuatro variables, el equipo consultor adicionó una denominada "incidencia en la gestión de proyectos" se toma como base los resultados de las entrevistas y la información suministrada por cada actor; también se usa la escala de 1 a 3 para evaluar. Se califica con 3 cuando se considera un actor con alta incidencia, 2 con incidencia media y 1 con baja. Para obtener estos resultados se tiene en cuenta tres elementos, el liderazgo de proyectos, su capacidad de



gestión y la posibilidad de financiar proyectos. En este contexto, una calificación de incidencia alta referencia un resultado positivo en las tres variables (3), un resultado medio cuando solo se cumplen dos variables (2) y bajo cuando se obtuvo respuesta positiva en tan solo uno de los tres elementos por lo que obtiene una calificación de 1.

Escala de calificación			
Variable	Calificación		
Poder acción	Alta (3)	Media (2)	Baja (1)
Postura	Proactivo (3)	Pasivo (2)	Barrera (1)
Imagen	Positiva (3)	Media (2)	Negativa (1)
Incidencia	Alta (3)	Media (2)	Baja (1)

Tabla 54: Escalas de calificación, 2018 (Elaboración propia)

Los resultados permiten al equipo consultor construir una matriz de relaciones que gráficamente facilita identificar los actores mejor calificados en cada municipio por su aporte y compromiso en el desarrollo del sector turístico.

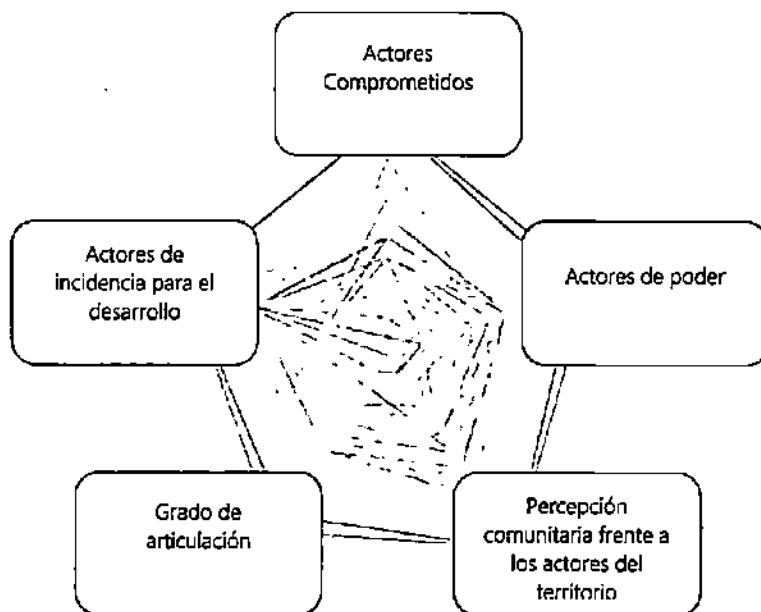


Imagen 53: Matriz de relaciones, 2018 (Elaboración propia)

A continuación se presentará los resultados en tres partes: La primera, un listado de actores con los respectivos resultados (alto, medio, bajo) obtenidos para cada variable de evaluación (Poder/Postura/Imagen/Incidencia); la segunda parte es la representación gráfica de los resultados obtenidos, que permiten la identificación de los actores con mayor compromiso, los actores de poder, los de incidencia para el desarrollo, el grado de articulación y la imagen; y para finalizar, unas consideraciones generales del equipo consultor.

<p>Los datos de identificación</p> <p>1. Nombre de la institución</p> <p>2. Dirección de la institución</p> <p>3. Ciudad y estado</p> <p>4. Fecha de emisión</p> <p>5. Nombre del beneficiario</p> <p>6. Número de identificación</p> <p>7. Tipo de documento</p> <p>8. Observaciones</p> <th data-bbox="308 138 606 1477"> <p>Descripción de los bienes</p> <p>1. Descripción de los bienes</p> <p>2. Cantidad</p> <p>3. Valor</p> <p>4. Observaciones</p> <th data-bbox="606 138 1032 1477"> <p>Características de los bienes</p> <p>1. Marca</p> <p>2. Modelo</p> <p>3. Año</p> <p>4. Observaciones</p> <th data-bbox="1032 138 1351 1477"> <p>Valoración de los bienes</p> <p>1. Valor</p> <p>2. Observaciones</p> <th data-bbox="1351 138 1989 1477"> <p>Observaciones</p> <p>1. Observaciones</p> <p>2. Observaciones</p> <p>3. Observaciones</p> <p>4. Observaciones</p> <p>5. Observaciones</p> <p>6. Observaciones</p> <p>7. Observaciones</p> <p>8. Observaciones</p> <p>9. Observaciones</p> <p>10. Observaciones</p> <p>11. Observaciones</p> <p>12. Observaciones</p> <p>13. Observaciones</p> <p>14. Observaciones</p> <p>15. Observaciones</p> <p>16. Observaciones</p> <p>17. Observaciones</p> <p>18. Observaciones</p> <p>19. Observaciones</p> <p>20. Observaciones</p> <p>21. Observaciones</p> <p>22. Observaciones</p> <p>23. Observaciones</p> <p>24. Observaciones</p> <p>25. Observaciones</p> <p>26. Observaciones</p> <p>27. Observaciones</p> <p>28. Observaciones</p> <p>29. Observaciones</p> <p>30. Observaciones</p> </th></th></th></th>	<p>Descripción de los bienes</p> <p>1. Descripción de los bienes</p> <p>2. Cantidad</p> <p>3. Valor</p> <p>4. Observaciones</p> <th data-bbox="606 138 1032 1477"> <p>Características de los bienes</p> <p>1. Marca</p> <p>2. Modelo</p> <p>3. Año</p> <p>4. Observaciones</p> <th data-bbox="1032 138 1351 1477"> <p>Valoración de los bienes</p> <p>1. Valor</p> <p>2. Observaciones</p> <th data-bbox="1351 138 1989 1477"> <p>Observaciones</p> <p>1. Observaciones</p> <p>2. Observaciones</p> <p>3. Observaciones</p> <p>4. Observaciones</p> <p>5. Observaciones</p> <p>6. Observaciones</p> <p>7. Observaciones</p> <p>8. Observaciones</p> <p>9. Observaciones</p> <p>10. Observaciones</p> <p>11. Observaciones</p> <p>12. Observaciones</p> <p>13. Observaciones</p> <p>14. Observaciones</p> <p>15. Observaciones</p> <p>16. Observaciones</p> <p>17. Observaciones</p> <p>18. Observaciones</p> <p>19. Observaciones</p> <p>20. Observaciones</p> <p>21. Observaciones</p> <p>22. Observaciones</p> <p>23. Observaciones</p> <p>24. Observaciones</p> <p>25. Observaciones</p> <p>26. Observaciones</p> <p>27. Observaciones</p> <p>28. Observaciones</p> <p>29. Observaciones</p> <p>30. Observaciones</p> </th></th></th>	<p>Características de los bienes</p> <p>1. Marca</p> <p>2. Modelo</p> <p>3. Año</p> <p>4. Observaciones</p> <th data-bbox="1032 138 1351 1477"> <p>Valoración de los bienes</p> <p>1. Valor</p> <p>2. Observaciones</p> <th data-bbox="1351 138 1989 1477"> <p>Observaciones</p> <p>1. Observaciones</p> <p>2. Observaciones</p> <p>3. Observaciones</p> <p>4. Observaciones</p> <p>5. Observaciones</p> <p>6. Observaciones</p> <p>7. Observaciones</p> <p>8. Observaciones</p> <p>9. Observaciones</p> <p>10. Observaciones</p> <p>11. Observaciones</p> <p>12. Observaciones</p> <p>13. Observaciones</p> <p>14. Observaciones</p> <p>15. Observaciones</p> <p>16. Observaciones</p> <p>17. Observaciones</p> <p>18. Observaciones</p> <p>19. Observaciones</p> <p>20. Observaciones</p> <p>21. Observaciones</p> <p>22. Observaciones</p> <p>23. Observaciones</p> <p>24. Observaciones</p> <p>25. Observaciones</p> <p>26. Observaciones</p> <p>27. Observaciones</p> <p>28. Observaciones</p> <p>29. Observaciones</p> <p>30. Observaciones</p> </th></th>	<p>Valoración de los bienes</p> <p>1. Valor</p> <p>2. Observaciones</p> <th data-bbox="1351 138 1989 1477"> <p>Observaciones</p> <p>1. Observaciones</p> <p>2. Observaciones</p> <p>3. Observaciones</p> <p>4. Observaciones</p> <p>5. Observaciones</p> <p>6. Observaciones</p> <p>7. Observaciones</p> <p>8. Observaciones</p> <p>9. Observaciones</p> <p>10. Observaciones</p> <p>11. Observaciones</p> <p>12. Observaciones</p> <p>13. Observaciones</p> <p>14. Observaciones</p> <p>15. Observaciones</p> <p>16. Observaciones</p> <p>17. Observaciones</p> <p>18. Observaciones</p> <p>19. Observaciones</p> <p>20. Observaciones</p> <p>21. Observaciones</p> <p>22. Observaciones</p> <p>23. Observaciones</p> <p>24. Observaciones</p> <p>25. Observaciones</p> <p>26. Observaciones</p> <p>27. Observaciones</p> <p>28. Observaciones</p> <p>29. Observaciones</p> <p>30. Observaciones</p> </th>	<p>Observaciones</p> <p>1. Observaciones</p> <p>2. Observaciones</p> <p>3. Observaciones</p> <p>4. Observaciones</p> <p>5. Observaciones</p> <p>6. Observaciones</p> <p>7. Observaciones</p> <p>8. Observaciones</p> <p>9. Observaciones</p> <p>10. Observaciones</p> <p>11. Observaciones</p> <p>12. Observaciones</p> <p>13. Observaciones</p> <p>14. Observaciones</p> <p>15. Observaciones</p> <p>16. Observaciones</p> <p>17. Observaciones</p> <p>18. Observaciones</p> <p>19. Observaciones</p> <p>20. Observaciones</p> <p>21. Observaciones</p> <p>22. Observaciones</p> <p>23. Observaciones</p> <p>24. Observaciones</p> <p>25. Observaciones</p> <p>26. Observaciones</p> <p>27. Observaciones</p> <p>28. Observaciones</p> <p>29. Observaciones</p> <p>30. Observaciones</p>
<p>1. Nombre de la institución</p> <p>2. Dirección de la institución</p> <p>3. Ciudad y estado</p> <p>4. Fecha de emisión</p> <p>5. Nombre del beneficiario</p> <p>6. Número de identificación</p> <p>7. Tipo de documento</p> <p>8. Observaciones</p>	<p>1. Descripción de los bienes</p> <p>2. Cantidad</p> <p>3. Valor</p> <p>4. Observaciones</p>	<p>1. Marca</p> <p>2. Modelo</p> <p>3. Año</p> <p>4. Observaciones</p>	<p>1. Valor</p> <p>2. Observaciones</p>	<p>1. Observaciones</p> <p>2. Observaciones</p> <p>3. Observaciones</p> <p>4. Observaciones</p> <p>5. Observaciones</p> <p>6. Observaciones</p> <p>7. Observaciones</p> <p>8. Observaciones</p> <p>9. Observaciones</p> <p>10. Observaciones</p> <p>11. Observaciones</p> <p>12. Observaciones</p> <p>13. Observaciones</p> <p>14. Observaciones</p> <p>15. Observaciones</p> <p>16. Observaciones</p> <p>17. Observaciones</p> <p>18. Observaciones</p> <p>19. Observaciones</p> <p>20. Observaciones</p> <p>21. Observaciones</p> <p>22. Observaciones</p> <p>23. Observaciones</p> <p>24. Observaciones</p> <p>25. Observaciones</p> <p>26. Observaciones</p> <p>27. Observaciones</p> <p>28. Observaciones</p> <p>29. Observaciones</p> <p>30. Observaciones</p> <p>31. Observaciones</p> <p>32. Observaciones</p> <p>33. Observaciones</p> <p>34. Observaciones</p> <p>35. Observaciones</p> <p>36. Observaciones</p> <p>37. Observaciones</p> <p>38. Observaciones</p> <p>39. Observaciones</p> <p>40. Observaciones</p> <p>41. Observaciones</p> <p>42. Observaciones</p> <p>43. Observaciones</p> <p>44. Observaciones</p> <p>45. Observaciones</p> <p>46. Observaciones</p> <p>47. Observaciones</p> <p>48. Observaciones</p> <p>49. Observaciones</p> <p>50. Observaciones</p>

Barrancabermeja	2019 - 2029	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Proyectos de productos turísticos	4,930,000,000						
Turismo Industrial	1,175,000,000						
Definición estratégica del producto turístico	30,000,000	30,000,000					
Propender por la competitividad del producto turístico - Elementos operativos	525,000,000	105,000,000	100,000,000	80,000,000	60,000,000	40,000,000	40,000,000
Contenidos y guiones del patrimonio industrial	53,000,000	20,000,000	10,000,000	5,000,000			8,000,000
Señalización	65,000,000	10,000,000	30,000,000			10,000,000	
Infraestructura de atractivos	177,000,000	60,000,000	60,000,000	30,000,000	10,000,000		5,000,000
Capacitación especializada	29,000,000	5,000,000	10,000,000	4,000,000	4,000,000		2,000,000
Fortalecimiento empresarial	23,000,000	5,000,000	10,000,000		2,000,000	2,000,000	
Definición de protocolos de emergencia	9,000,000	5,000,000		1,000,000			1,000,000
Diseñar e implementar el componente comercial del producto turístico	270,000,000						
Elaboración Plan	70,000,000		30,000,000				10,000,000
Implementación y ajustes	200,000,000		30,000,000	25,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
Conformar y poner en marcha el mecanismo de gestión	100,000,000	8,000,000	20,000,000	10,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000
Creación e implementación del encuentro Internacional de Turismo Industrial	250,000,000				250,000,000		
Turismo de naturaleza	1,535,000,000						
Definición estratégica del producto turístico	35,000,000	35,000,000					
Propender por la competitividad del producto turístico - Elementos operativos	1,000,000,000						
Contenidos y guiones del patrimonio natural	72,000,000		40,000,000	25,000,000		3,000,000	
Construcción y dotación de un centro interpretativo	130,000,000		20,000,000	50,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
Señalización	85,000,000		10,000,000	30,000,000	10,000,000	20,000,000	
Infraestructura de atractivos	480,000,000		80,000,000	80,000,000	120,000,000	100,000,000	40,000,000
Identificación de actividades náuticas	15,000,000	5,000,000		5,000,000		5,000,000	
Capacitación especializada	119,000,000	20,000,000	25,000,000	20,000,000	10,000,000	15,000,000	7,000,000
Fortalecimiento empresarial	90,000,000	10,000,000	20,000,000	10,000,000	15,000,000	10,000,000	5,000,000
Definición de protocolos de emergencia	9,000,000	5,000,000		1,000,000			1,000,000
Diseñar e implementar el componente comercial del producto turístico	400,000,000						
Elaboración Plan	90,000,000		40,000,000				20,000,000
Implementación y ajustes	310,000,000		20,000,000	50,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000
Conformar y poner en marcha el mecanismo de gestión	100,000,000	8,000,000	20,000,000	10,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000
Turismo cultural	2,220,000,000						
Definición estratégica del producto turístico	20,000,000	20,000,000					
Propender por la competitividad del producto turístico - Elementos operativos	1,800,000,000						
Contenidos y guiones del patrimonio cultural	160,000,000	30,000,000	40,000,000	20,000,000	20,000,000	30,000,000	
Señalización	150,000,000	40,000,000	40,000,000	30,000,000		10,000,000	
Infraestructura de atractivos	470,000,000	50,000,000	200,000,000	60,000,000	30,000,000	30,000,000	20,000,000
Capacitación especializada	170,000,000	20,000,000	50,000,000	30,000,000		20,000,000	
Fortalecimiento empresarial	230,000,000	20,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	20,000,000	20,000,000
Definición de protocolos de emergencia	10,000,000	5,000,000		2,000,000			1,000,000
Planes de salvaguardia	60,000,000		30,000,000	30,000,000			
Eventos culturales	550,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	50,000,000
Diseñar e implementar el componente comercial del producto turístico	300,000,000						
Elaboración Plan	50,000,000	30,000,000		10,000,000			10,000,000
Implementación y ajustes	250,000,000	25,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	25,000,000	25,000,000
Conformar y poner en marcha el mecanismo de gestión	100,000,000	8,000,000	20,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
Proyectos de mercado, comunicación y promoción	5,060,000,000	8,000,000	20,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
Marca turística	240,000,000						
Diseño de marca turística	60,000,000	60,000,000					
Apropiación de marca turística	60,000,000						
Formación de la autoridad local, empresarios y comunidad	30,000,000	15,000,000	15,000,000				
Evento de presentación	30,000,000	10,000,000	20,000,000				
Gestión de marca turística	120,000,000	10,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	10,000,000
Plan operativo de mercados de destino	2,440,000,000						
Diseño e implementación del Plan de Mercados	2,200,000,000						
Sinergia a campañas de turismo a nivel nacional	30,000,000	15,000,000			8,000,000		

Campañas en medios digitales	425,000,000	25,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	40,000,000
Campañas en medios masivos	950,000,000		100,000,000	200,000,000	100,000,000	200,000,000	100,000,000
Marketing directo	100,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
Ferias turísticas y ruedas de negocio	495,000,000	30,000,000	50,000,000	50,000,000	55,000,000	60,000,000	50,000,000
Organización de viajes de familiarización	100,000,000		20,000,000		20,000,000		20,000,000
Organización de viajes de prensa	100,000,000		20,000,000		20,000,000		20,000,000
Medición del Plan de Mercadeo	240,000,000	15,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000
Observatorio turístico	2,380,000,000						
Diseño e implementación del observatorio turístico	1,700,000,000						
Recolección sistemática de información mensual	1,000,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000
Consultas semestrales	100,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
Seguimiento información medios impresos	400,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000
Sistematización y distribución de información	200,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
Espacios de información turística	680,000,000						
Página web	280,000,000	100,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
Punto de información turística	400,000,000		80,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000
Proyectos de calidad y fortalecimiento empresarial	4,360,000,000						
Estándares de calidad	1,000,000,000						
Nivelación de estándares de calidad	500,000,000	10,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	50,000,000
Sellos de calidad y especialización	500,000,000	10,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	50,000,000
Capacitación para el turismo	500,000,000						
Procesos de formación	500,000,000	10,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	50,000,000
Fortalecimiento empresarial	2,860,000,000						
Incubadora de microempresarios	1,500,000,000						
Capital semilla	500,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000
Asistencia técnica	400,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000
Fondo cofinanciable	600,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
Fomento a la formalización empresarial	200,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
Integración productiva	160,000,000			20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
Innovación productiva	1,000,000,000		100,000,000	200,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000
Proyectos de sostenibilidad	2,830,000,000						
Sostenibilidad ambiental	550,000,000						
Plan de manejo turístico de ecosistemas	90,000,000	90,000,000					
Estudios de capacidad de carga	80,000,000	40,000,000	40,000,000				
Plan de monitoreo de impactos	240,000,000			30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000
Creación de la Red de Conservación de Ecosistemas	140,000,000			16,000,000	16,000,000	18,000,000	18,000,000
Turismo responsable	1,050,000,000						
Manuales de comportamiento y mitigación del riesgo	30,000,000		30,000,000				
Implementación de NIS	1,000,000,000	60,000,000	150,000,000	150,000,000	150,000,000	130,000,000	120,000,000
Plan Padrón para comunidades rurales	20,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
Conciencia turística	1,230,000,000						
Conciencia turística instituciones educativas	800,000,000	80,000,000	80,000,000	80,000,000	80,000,000	80,000,000	80,000,000
Conciencia turística para la cadena de valor	180,000,000	18,000,000	18,000,000	18,000,000	18,000,000	18,000,000	18,000,000
Conciencia turística para la comunidad	250,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000
Proyectos de gobernanza	1,680,000,000						
Institucionalidad turística	1,150,000,000						
Fortalecimiento liderazgo institucional (análisis reestructuración)	50,000,000	25,000,000	25,000,000				
Articulación público-privada-comunidad	100,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
Creación de OGD	1,000,000,000				250,000,000	200,000,000	100,000,000
Capacidades de gestión	530,000,000						
Capacitación en ordenamiento y planificación turística	30,000,000	20,000,000	10,000,000				
Unidad de Captación de recursos para el desarrollo turístico	500,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000
TOTAL PLAN	18,860,000,000	1,727,000,000	2,580,000,000	2,289,000,000	2,391,000,000	2,129,000,000	1,789,000,000

Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
40,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
	10,000,000	10,000,000	5,000,000
	5,000,000		7,000,000
2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
		1,000,000	1,000,000
			30,000,000
20,000,000	20,000,000	20,000,000	25,000,000
10,000,000	10,000,000	10,000,000	8,000,000
	2,000,000		2,000,000
10,000,000	10,000,000	5,000,000	5,000,000
	10,000,000		5,000,000
20,000,000	15,000,000	15,000,000	10,000,000
7,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
		1,000,000	1,000,000
			30,000,000
30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000
10,000,000	10,000,000	10,000,000	8,000,000
	10,000,000		10,000,000
10,000,000		10,000,000	10,000,000
20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
20,000,000		20,000,000	10,000,000
20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
		1,000,000	1,000,000
50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000
25,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000
8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000
10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
	7,000,000		

40,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000
70,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000
	20,000,000		20,000,000
	20,000,000		20,000,000
25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000

100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000
10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
40,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000
20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000

20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
40,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000

50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000
50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000

50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000
------------	------------	------------	------------

50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000
40,000,000	40,000,000	40,000,000	40,000,000
60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000

30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000
18,000,000	18,000,000	18,000,000	18,000,000

60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000

80,000,000	80,000,000	80,000,000	80,000,000
18,000,000	18,000,000	18,000,000	18,000,000
25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000

10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
100,000,000	150,000,000	100,000,000	100,000,000

50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000
1,583,000,000	1,645,000,000	1,549,000,000	1,654,000,000

ANEXOS



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Listado de actores y resultados:

Actor	Postura	Poder	Imagen	Articulación	Incidencia
Ministerio de Comercio Industria y Turismo	Proactivo	Alto	Positiva	Medio	Alto
Ministerio de Medio Ambiente	Proactivo	Medio	Media	Medio	Medio
Ministerio de Cultura	Proactivo	Medio	Media	Medio	Medio
Procolombia	Pasivo	Medio	Media	Bajo	Medio
Fontur	Proactivo	Alto	Positiva	Medio	Alto
SENA	Proactivo	Medio	Positiva	Alto	Medio
Policía Nacional - Policía de Turismo	Pasivo	Medio	Positiva	Medio	Medio
Gobernación de Santander, Secretaría de cultura y turismo	Pasivo	Alto	Negativa	Bajo	Medio
Alcaldía - Secretaría de desarrollo económico y social	Pasivo	Medio	Media	Medio	Medio
Consejo Municipal de Turismo	Proactivo	Medio	Alta	Alta	Media
CORMAGDALENA	Pasivo	Alto	Negativa	Bajo	Medio
Corporación mixta de turismo	Pasivo	Medio	Negativa	Bajo	Bajo
Cámara de comercio de Barrancabermeja	Proactivo	Medio	Positiva	Alto	Medio
PTS no agremiados	Pasivo	Bajo	Negativa	Bajo	Bajo
COTELCO	Proactivo	Medio	Positiva	Medio	Medio
ANATO	Pasivo	Bajo	Media	Bajo	Bajo
ACODRÉS	Pasiva	Bajo	Media	Bajo	Bajo
ASOAVIVA	Pasivo	Bajo	Negativa	Bajo	Bajo
ARUBA	Pasivo	Bajo	Negativa	Bajo	Bajo



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Guías de Turismo	Barrero	Bajo	Negativa	Bajo	Bajo
Caja de Compensación Familia - COFABA	Pasivo	Bajo	Positiva	Bajo	Bajo
Instituciones educativas - Colegios	Pasivo	Bajo	Media	Bajo	Bajo
Instituciones educativas Superior	Pasivo	Medio	Negativa	Bajo	Bajo
CER - Centro de Estudios Regionales	Pasivo	Bajo	Negativa	Bajo	Bajo
JAC Corregimientos	Pasivo	Bajo	Negativa	Bajo	Bajo
Empresarios corregimientos	Pasivo	Bajo	Media	Bajo	Bajo
Comunidad	Pasivo	Bajo	Negativa	Bajo	Bajo
ECOPETRÓL	Pasivo	Alto	Media	Medio	Alto
Otras empresas petroleras	Pasivo	Alto	Media	Bajo	Bajo

Tabla 55: listado de actores y resultados taller participativo, 2018 (Elaboración propia)

La representación gráfica del resultado se presenta a continuación:

AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



El progreso
es de todos
Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

El gráfico permite ver que, aunque en Barrancabermeja hacen presencia un número importante de actores con un nivel de poder alto, la mayoría tienen un comportamiento pasivo frente a la opción de liderar iniciativas que permitan aprovechar las oportunidades que podría generar el turismo en la región; esa es la razón por la cual se manifiesta también en el gráfico que el nivel de incidencia que tienen en el territorio es bajo.

La imagen que tienen entre sí los actores del destino es en muy pocos casos positiva. Llama especialmente la atención el componente "articulación" frente al que se reconoce que es casi inexistente.

AVIAEXPORT

ORGANIZACIÓN AVIATUR



Consideraciones generales.

Poder

En Barrancabermeja los actores que se perciben con el mayor nivel de poder para planificar e implementar acciones que conlleven al desarrollo del turismo son las entidades del orden nacional. Un componente importante de las iniciativas que se identifican en la región se espera que puedan ser lideradas y financiadas por ellas.

En el ámbito local se manifiesta el importante rol que tiene las empresas del sector petrolero, especialmente Ecopetrol y la capacidad para influir y apoyar los procesos que sean priorizados.

El Consejo Municipal de Turismo y la Cámara de Comercio de Bucaramanga se reconocen, además de la Secretaría responsable en la administración municipal del turismo, como las entidades que mayor nivel de injerencia pueden tener, así como el SENA y Cormagdalena. No obstante, se llama la atención sobre la necesidad de fortalecer liderazgo, especialmente en el rol de las entidades que regulan y velan por la protección de los recursos naturales.

Aunque se considera que la Gobernación cuenta con la mayor capacidad de decisión-acción, los participantes manifiestan la necesidad de que sus acciones se reflejen de manera más contundente en el municipio.

Postura

Frente a nivel de compromiso que tienen los actores para el fortalecimiento del turismo, se percibe que la mayoría tienen una actitud pasiva. Aunque reconocen la importancia de apostarle al turismo ante el cambio en la dinámica de la industria petrolera, las acciones demuestran que falta mayor nivel de compromiso.

Nuevamente se identifican las entidades del orden nacional como las de mayor compromiso por los proyectos que ha desarrollado en la zona. Se destaca a nivel regional el gremio de las empresas hoteleras, la Cámara de Comercio y el Consejo Municipal de Turismo por su nivel de proactividad.

En la mayoría de los actores, aunque se identifican actividades relacionadas con turismo, su rol se considera pasivo. En el caso de los guías de turismo, se señala como barrera al no contar el municipio con ningún guía que tenga Registro Nacional de Turismo

Imagen

Adicional a los actores que el municipio reconoce como líderes en las actividades que promueven el desarrollo del turismo, resalta la Caja de Compensación Familiar por la generación de espacios para el esparcimiento y el ocio.

El resultado de las instituciones educativas es precario porque se reconoce la necesidad de fortalecer la oferta. Aunque la institución que hace parte de la Red Colegios Amigos del Turismo es muy positiva, al ser promediado con las demás del municipio, generan la baja en la calificación.

Frente a los programas de educación superior se manifiesta inconformidad por la falta de oferta.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Los participantes a su vez manifestaron la necesidad de generar mayor nivel de apropiación y aclararon que la imagen negativa no necesariamente hacía alusión a la entidad, sino a su labor en pro del desarrollo del turismo

Articulación

El único actor de orden institucional que se percibe con una articulación alta es la Cámara de Comercio. En el municipio es característico que los resultados sean medios y bajos, denotando importantes espacios de mejora en la articulación entre los actores del sector.

Se resalta la labor del Consejo Municipal de Turismo como un esfuerzo encaminado a generar mecanismos de articulación entre el sector público, privado y las comunidades, pero se considera que por el corto tiempo que tiene de funcionamiento, es necesario dar un espacio mayor para que pueda verse la generación de cambios.

El resultado generado por los participantes en los talleres, así como en las actividades realizadas por el equipo consultor coincide en que uno de los mayores retos que tiene Barrancabermeja es el trabajo coordinado entre los diferentes actores.

Los espacios de diálogo son limitados y la percepción negativa de las acciones de los demás influye de manera relevante en la poca confianza que hay entre los actores, inhibiendo así las posibilidades de articulación.

Incidencia

Los actores que tienen el mayor nivel de incidencia son los que han promovido iniciativas en el territorio, principalmente los del orden nacional. Aunque se reconoce el rol de la Secretaría de Desarrollo Económico como entidad rectora del sector, se identifican debilidades por el nivel de prioridad que se le da al turismo, reflejado en la asignación de recursos físicos y económicos. Al sentir que la capacidad de acción es limitada, se califica con nivel medio la capacidad de injerencia.

Resalta el caso de la Cámara de Comercio por la incidencia que ha tenido gracias al proyecto que trabaja con otras cámaras de país alrededor del río Magdalena.

Si bien los actores de los corregimientos fueron calificados con nivel "bajo", sale de este parámetro el Corregimiento El Centro, ya que, por su representatividad en las actividades de la industria petrolera y el potencial turístico de ese destino, tienen un nivel de incidencia alto en el desarrollo del sector.

2.3.1.5.3. Matriz Debilidades y Fortalezas

A continuación, se sintetizan las fortalezas y debilidades de este componente:

Eslabón gobernanza – Gestión del destino	
Fortalezas	Debilidades
- Desde el más alto nivel se reconoce la importancia de diversificar la economía de la ciudad y el impacto positivo que podría tener el turismo.	- El turismo no se percibe como una prioridad - Los actores del sector no han percibido lineamientos claros para el desarrollo del sector a lo largo del tiempo.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

<ul style="list-style-type: none"> - El municipio cuenta con ejercicios de planificación para proyectar a Barrancabermeja en el largo plazo y se incluye el turismo como una oportunidad de desarrollo. - Se identifican acciones desde el Gobierno Nacional que incluyen a Barrancabermeja en sus prioridades. - Compromiso de la autoridad municipal en la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico para Barrancabermeja - Existencia y operatividad del Consejo Municipal de Turismo, que facilita la articulación entre el sector público y privado - Reconocimiento y disposición de entidades como el SENA para apoyar el desarrollo del sector turístico en la región - Compromiso de la Cámara de Comercio de Barrancabermeja con el sector y el desarrollo del sector turístico en la ciudad. - El municipio cuenta con buenos análisis sobre el sector turismo realizados por instituciones serias. - Se identifican esfuerzos asociativos entre los prestadores de servicios turísticos propios de la región (AVIVA, ARUBA) - Participación de prestadores de servicios turísticos en agremiaciones de carácter nacional (Cotelco, ANATO, ACODRES). - Líderes y comunidad de los corregimientos de Barrancabermeja comprometidos con la iniciativa de fortalecer el desarrollo a través del turismo - Presencia de empresas del sector petrolero con disposición a apoyar iniciativas que aporten a la diversificación de la economía. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dificultad para pasar de las propuestas a la acción - El sector turismo tiene una débil estructura organizacional en la administración municipal - Limitados recursos destinados al fortalecimiento del sector turístico - Falta de una dependencia directa en la alcaldía municipal para el sector turístico. - Bajos niveles de asociatividad en el sector privado - Percepción negativa por parte de los actores del sector del compromiso de las autoridades de nivel regional en el desarrollo del turismo en Barrancabermeja - Debilidades en los procesos de articulación entre el sector público, privado y la comunidad - Debilidades en la articulación entre los prestadores de servicios turísticos - Limitada confianza entre los actores del sector por percepción negativa de la actuación del otro en pro del desarrollo turístico - La comunidad identifica la importancia del turismo, pero no está empoderada.
--	--

Tabla 56: Debilidades y fortalezas eslabón de gobernanza y gestión de destino, 2018 (Elaboración propia)

2.3.2. Desde la demanda turística

El territorio ha estado, de forma permanente, activo en el ejercicio del turismo, especialmente centrado en la modalidad de negocios por la llegada de nacionales y extranjeros relacionados con la industria del petróleo. No obstante, desde comienzos del siglo XXI las discusiones por fortalecer el sector para que el municipio reciba visitas motivadas por el aprovechamiento del tiempo libre son recurrentes y los ejercicios de planificación e



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE
PROGRESANDO JUNTOS

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

identificación de potencial han buscado insertarse en los circuitos turísticos nacionales con prospectiva internacional con el objetivo de consolidarse y aportar al desarrollo de entorno de las comunidades que participan para mejorar su nivel de vida.

Aunque se reconoce la necesidad de:

- a) Pasar de los documentos a la ejecución en los procesos de planificación que se han estructurado.
- b) Fortalecer la institucionalidad y darle la relevancia que tiene el sector como factor de desarrollo económico en la zona.
- c) Trabajar en consolidar una oferta turística integral.
- d) Fortalecer los procesos asociativos
- e) Posicionar el municipio como un destino turístico

Hoy llega un número importante de visitantes nacionales y extranjeros.

Para entender quiénes están llegando, cuál es su motivación y expectativa del destino en Barrancabermeja el equipo consultor trabajó en: 1) Identificación de motivaciones y tendencias de viaje en el contexto internacional. 2) recopilación de información de fuentes nacionales y departamentales, especialmente la disponible en CITUR (Centro de Información Turística de Colombia), Aeronáutica Civil, ProColombia y Migración Colombia 3) La realización de encuestas a turistas 4) Taller con actores del territorio.

2.3.2.1. Tendencias del mercado

Las tendencias internacionales se analizaron desde dos enfoques, el primero que relaciona el perfil de viajero y sus motivaciones, y el segundo por consumo de productos turísticos. Para este objetivo, el equipo consultor revisó información secundaria y publicaciones de la OMT (Organización Mundial de Turismo) y estudios vigentes tanto nacionales como internacionales que exponen de manera acorde la información requerida.

Perfil de viajeros

Segmentación por edad

Los cambios sucesivos y rápidos del mundo moderno han generado entornos diversos e instituido barreras invisibles que han permitido a los teóricos del estudio social definir elementos comportamentales comunes entre los grupos sociales que hoy conforman la población.

Los análisis sociales en general que se fundan en Kotler han concluido en diferenciar 6 generaciones:

Los denominados tradicionales nacidas previo a 1945 que han pasado los 70 años, nacieron y crecieron en un entorno de conflicto mundial (primera, segunda guerra mundial y guerra fría), hoy son quienes disfrutan en su mayoría de la oportunidad de



una jubilación y constituyen el pilar de las generaciones presentes, buscando disfrutar en sus años de vejez las posibilidades que fueron casi inexistentes en sus juventudes.

Los nacidos entre 1945 y 1955, denominados Baby Boomers se han caracterizado por ser la generación de la protesta, de los ideales, de la reconstrucción pos-guerra, fueron el soporte de los cambios estructurales de las dinámicas mundiales, creadores de empresas globales, promotores del desarrollo de tecnologías y propagación de los medios de comunicación, entre otras, su gran cercanía a los procesos de globalización dio a esta generación un imaginario de cercanía del mundo.

La denominada generación X, de los nacidos entre 1960 e inicios de los años 80, son la base productiva, quizá la generación de las transformaciones, los primeros pasos con el internet, la ampliación de las posibilidades de la comunicación, el transporte y los flujos de la información, son la generación de la libertad de la ampliación de límites.

La generación Y o Millenials, son la generación nacida entre mediados de los años 80 y el año 2000, hoy son el nuevo mercado laboral, crecidos en un entorno de conectividad, cambios acelerados, consolidación del modelo económico, e innovación permanente.

La generación Z, que considera los nacidos en este milenio. Ha iniciado sus años de vida en el marco del concepto del terrorismo, entre las libertades y las limitaciones "sociales" (crisis financieras, zonas de conflicto, cambio climático, seguridad informática, autonomía, independencia, entre otras).

Ahora entra también en el mapa lo que se conoce como la generación Alpha. Son los niños nacidos a partir del 2010, principalmente hijos de los millenials que han crecido relacionándose de manera directa con la tecnología. Su influencia en las decisiones que toman sus padres y familia los convierten en un segmento importante a tener en cuenta

Estos grandes grupos poblacionales, que demarcan una historia de avances en la tecnología, cambios de paradigmas económicos, alianzas y reorganización geopolítica del planeta, han aportado los cimientos que hoy resultan en un mundo que 50 años atrás era casi inimaginable.

Se puede sintetizar que han sido partícipes entre otras muchas, de tres grandes transformaciones, la primera, relaciona *la consolidación del modelo económico global*, que permitió el consenso casi general, de un lenguaje común en el ejercicio mercantil. La segunda, *la movilidad internacional* que, soportada en los importantes avances del transporte, acercó el mundo; y la tercera, sobre *el uso de la información*, resultado de la innovación tecnológica prioriza en el que hacer, el "ahora".

Para tener un entendimiento general sobre los elementos comportamentales más representativas se reseña el planteamiento de la firma Keesie, que en el 2006 publicó su libro *Generación Einstein*, "más listas, más rápidos y más sociales", trayendo a colación un panorama de diferencias que distinguen a una generación de su precedente.



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE
MÁS ESPERANZA MÁS ESPERANZA

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Baby Boom		Generación X	Generación Einstein (Y-Z)
Elementos comportamentales			
1945-1955		1960-1985	1988 – 2010
Protesta		Negatividad	Optimismo
Reconstrucción de posguerra		Depresión económica	Crecimiento, estructuración y prosperidad
Muchísimos ideales		Vacío ideológico	Ideales tradicionales
Ninguna marca		Surgimiento de marcas	Marcas omnipresentes
Ardientes		Relativistas	serios
Otro futuro		Ningún futuro	Buen futuro
Búsqueda de personalidad		La personalidad es un concepto	La personalidad es algo real
La identidad es ser independiente de los padres y de la autoridad		La identidad equivale a pertenecer a un grupo	La identidad es ser sincero con uno mismo
Salir de la familia		Familia sin raíces	Deseo de familia
Grandes familias de padre y madre		Familias más pequeñas	Diversas formas de familia (monoparentales, reconstruidas)
Casi ausentes separaciones de parejas		Primeras separaciones	Separación más norma que excepción
Tener hijos hecho incuestionable		No existe deseo de tener hijos	Tener hijos fruto del amor
Educación estrictamente autoritaria		Las riendas más sueltas	Consulta y sintonía
Uso de internet			
Inicio	En edad avanzada	Como (jóvenes) adultos	Han crecido con la red
Función	Biblioteca	Biblioteca	Herramienta para socializarse
Actividad	Navegar y obtener información	Navegar, obtener información y publicación propia de libros	Chatear, intercambio de recursos
	No había MSN Messenger, redes sociales	Cada vez más	Continuamente

Tabla 57: Datos tomado de BOSHNA, Jeroe. "Generación Einstein, más listos, más rápidos y más sociales ". 2006 (Elaboración propia)⁴⁴

Sobre el tema de las generaciones, una serie de recientes investigaciones que hizo Amadeus con base en la metodología de encuestas en diferentes países destaca las siguientes generaciones como las de mayor impacto en la industria del turismo.

⁴⁴ BOSHNA, Jeroe. "Generación Einstein, más listos, más rápidos y más sociales ". 2006. Disponible en: https://www.anele.org/jornadas_tecnicas/generatie_einsteinspaans_jeroen.pdf consultado en noviembre de 2018



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja


<p>Adultos mayores activos⁶⁵</p> 	<p>Adultos con más de 50 años, viajeros frecuentes y con alto poder adquisitivo. Un porcentaje mayoritario del último criterio tiene más de 65 años Crecimiento del segmento del 122% entre 1980 y 2012. Este se da por el desarrollo evolutivo de la expectativa y calidad de vida Los motiva: Vivir la vida, sentir que dejan un legado En sus viajes necesitan: Servicios a la medida, sentir confianza, interacción cara cara, uso de la tecnología en el proceso de inspiración Debe considerarse: Van más allá del paquete de vacaciones, vacaciones según hobbies, necesidad de vivir la cultura local. Quieren hacer "la diferencia" en sus viajes, buscan compartir, estar con sus seres queridos. Hacen viajes multigeneracionales No les gusta sentirse presionados a la hora de tomar decisiones de compra de viajes Prefieren los canales de intermediación como las agencias de viajes o aquellos canales que les de tranquilidad y genere confianza de que "todo saldrá bien"</p>
<p>Viajera de próxima generación⁶⁶</p> 	<p>Es el viajero entre 18 y 30 años, asiduo usuario de internet y las redes sociales, viajero frecuente, estudiante universitario. No son turistas, son exploradores. Los costos deben ser transparentes, son clientes leales a las marcas si reciben buen servicio, requieren disponibilidad de soporte 7/24. Combinan la experiencia de dos mundos, quieren la conveniencia y rapidez de las compras en línea y la sensación de humanidad de los establecimientos físicos. Prefieren contactar directamente a sus prestadores de servicios turísticos, no intermediación Buscan inspiración, no que les digan lo que deben hacer, quieren experiencias locales y únicas que contribuyan en su camino para ser mejores personas Permanecen todo el tiempo conectados Las amistades son una el mayor influenciador, son susceptibles a las presiones sociales</p>

Tabla 58: Caracterización por generaciones. 2018 (Tomado de: Amadeus IT Group)

Motivaciones de viajeros

Los cambios en el contexto y formas de vida de las poblaciones, también han permitido identificar motivaciones, aportando a la consolidación de nuevos sub-segmentos de mercados de viajeros. Sobresale el estudio de Amadeus⁶⁷ que define las tribus de viajeros y sus tendencias, se reseñan los buscadores de lo simple, los viajeros éticos, los buscadores




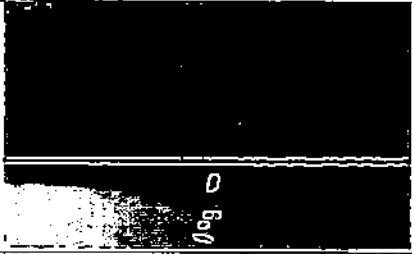


⁶⁵ AMADEUS IT GROUP. "Active senior traveler". Mayo 2018. Disponible en: <https://amadeus.com/en/insights/research-report/active-senior-traveller> Consultado en noviembre de 2018

⁶⁶ AMADEUS IT GRUP. "Next gen traveler". Junio de 2016 <https://amadeus.com/en/insights/research-report/nextgen-traveler>. Consultado en noviembre de 2018

⁶⁷ AMADEUS. "Future Traveller Tribes 2030". Disponible en: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/travel-repor-luture-traveller-tribes-2030.pdf> Consultado en noviembre de 2018

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

de recompensa, los buscadores de capital social, los puristas culturales y los viajeros por obligación. Se ha incluido la categoría buscadores de aventura, por considerar que un público creciente se interesa por este tipo de experiencias

	<p>Buscadores de capital social Gran necesidad de mantenerse activos socialmente, es importante para ellos dar a conocer sus hallazgos, aprendizajes y encuentros. Su prioridad es encontrar íconos que enuncien sus logros.</p>
	<p>Viajeros por obligación Movidos por sus responsabilidades laborales, su interés de consumo turístico es limitado y su acceso responde a las facilidades del visitante para obtenerlo.</p>
	<p>Buscadores de recompensas Movidos por la desconexión, son aquellos viajeros que buscan otorgarse un espacio de descanso y placer. Generalmente cuentan con muy poco tiempo y son muy exigentes en calidad y servicio.</p>
	<p>Buscadores de lo simple Son aquellos viajeros en donde lo sencillo, lo natural, lo contemplativo es más significativo, el valor se otorga a los significados. Son viajeros en donde el confort, el lujo y la calidad pasa a un segundo plano, estiman el buen servicio, la calidez y la cercanía.</p>
	<p>Puristas Culturales Son aquellos viajeros que buscan la inmersión, el descubrimiento. Involucrarse y aprender de las culturas locales son lo más importante para estos viajeros. Su tiempo de viaje es más extendido y la búsqueda principal son las culturas.</p>
	<p>Viajeros éticos Son aquellos cuya búsqueda en sus viajes se integra con el servir, el aportar, el dar. Se caracteriza por dar alto significado a la mejora de las condiciones de vida, la sostenibilidad, el medio ambiente y las máximas sociales.</p>



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja


	<p>Buscadores de aventura Quienes viajan en búsqueda de emociones fuertes, aquellos en los que el riesgo es un motivador, esperan superar retos, metas, hacer nuevos descubrimientos y ponerse un nuevo límite.</p>
---	--

Tabla 59: Tipos de viajeros. 2018 (Elaboración propia)

Amadeus, hizo también un estudio específico para el segmento del viajero corporativo. Por el nivel de importancia que tiene para Barrancabermeja este segmento se comparten las principales conclusiones.


<p>El viajero corporativo⁸⁸</p> 	<p>Viajeros que se trasladan al menos 3 veces por año con mínimo una noche de estadía en la ciudad de destino Ejecutivos de niveles medio y alto Trabajadores de empresas medianas y grandes Ven los viajes como un componente atractivo de su trabajo que les permite tener nuevas experiencias y salir de la rutina. Poco tiempo para actividades adicionales y altas posibilidades de cambio en las agendas de viaje Las tres principales necesidades de este segmento son: 1) Personalización: Aprecian que sus preferencias sean escuchadas y recordadas, así como algo de flexibilidad para adaptar su experiencia. 2) Eficiencia: Desde la perspectiva de tiempo y dinero. Prefieren las soluciones que ofrecen posibilidad de búsqueda, reserva y gestión en el mismo sitio 3) Consideración con las condiciones particulares familiares y aprovechar las posibilidades para incluir opciones de extensiones o acompañamiento de seres queridos</p>
--	---

Tabla 60: Caracterización del turista de negocios. 2018 (Tomada de: Amadeus II Group)

Tendencias por línea de producto:

De los estudios existentes en el país, el Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza puede aportar de manera importante a entender las tendencias por tipo de producto potencial para la región de estudio, considerando el interés que despierta el desarrollo de esta tipología en Barrancabermeja:

⁸⁸ AMADEUS II GROUP. "Corporate Citizen Traveller". Junio 2018. Disponible en: <https://amadeus.com/en/insights/research-report/corporate-citizen-traveller>. Consultado en octubre de 2018



El progreso
es de todos

Mincamerco

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE
MAYOR QUE NUESTRO PASADO

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Producto	Mercado
Ecoturismo	<p>El eco-turista tiende a ser culto, maduro y enfocado en el medioambiente, pero mantiene una conducta de compra con los criterios tradicionales (precio, confort, servicios, calidad, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 64 millones de eco turistas internacionales al año (OMT, 2007)
Avistamiento de aves	<ul style="list-style-type: none"> • El turista muestra tendencia creciente sobre la media del TN, con perfil hombre, mayor, gasto superior a la media, especialmente de EE.UU y Reino Unido. • EEUU: 44 millones de avistadores de aves – 9,8 millones se desplaza fuera del país (USFWS, 2009); Reino Unido: 20.000 reservas de viajes para la observación de aves / año (CBI, 2011) • El avistamiento de ballenas registra fuerte aumento en LATAM, con un perfil educado y familiar de alta conciencia ambiental
Avistamiento de ballenas	<ul style="list-style-type: none"> • 13 millones de turistas anuales con un valor económico de 1.6 billones (2003); crecimiento anual de 11,3% (1998 – 2006) en América Latina; 885.679 turistas en LATAM (2006)
Turismo Rural	<ul style="list-style-type: none"> • El Turismo Rural presenta conceptos distintos en LATAM, con visitantes de diferentes niveles económicos y donde se valora la recuperación del mundo de "campo". • 4 millones de viajeros en España (2007) con un gasto medio por turista rural durante un fin de semana de 169€; crecimiento del sector del 10 – 15% entre 1996 – 2006
Turismo de aventura	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo de aventura tiene un fuerte crecimiento mundial, con dos grandes segmentos, donde la aventura suave representa mayor oportunidad de negocio • 23 millones de turistas de aventura anuales; 89 billones valor global del mercado (ATA, 2009); un crecimiento anual del 15 – 20% (1994 – 2004) (OMT, 2005)
Buceo	<ul style="list-style-type: none"> • El buceo presenta segmentación tematizada del producto, para un perfil de alto nivel económico y educativo, con alta tasa de nuevos turistas, donde EE.UU. aparece como mercado principal. • En 2007 se estimó 7,3 millones de buceadores activos. En el 2011, PADI registra 20 millones de buceadores certificados, alrededor del mundo.

Tabla
61:

Tendencias por tipo de turismo. (Tomada de Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza, PTP, 2013 Fuente: PTP⁶⁹).

Lo anterior, se puede completar de manera efectiva con un estudio presentado por Deloitte para el diseño del plan de Marketing de Chile en el 2016, que permite tener una mirada integral frente a la dinámica de los productos turísticos a nivel internacional.

⁶⁹ PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA-PTP. "Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza – Presentación final". Colombia, 2013



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

	Tamaño del mercado (turistas/ viajes)	Gasto medio de viaje ¹	Crecimiento Internacional mercado	Principales tendencias a futuro
Astronomía	430 mil turistas en Chile, principal mercado de astroturismo (2014)	~ \$700	+20% CAGR 2000-07	Star parties, experiencias completas
Aviatura y deporte	299.9M en Europa y Américas	\$1.000-1200	+18% CAGR 2009-12	Experiencias personalizadas, incremento del gasto
Bienestar y termas	289M turistas en los 30 países industrializados (2012)	~ \$800-1000	+9.8% CAGR 2012-17	Bienestar mental, slow travel, experiencias auténticas
Cruceros y navegaciones	21.55M turistas (2014)	~ \$300-600	+5.8% CAGR pasajeros 2003-13	Cruceros temáticos, uso tecnología, Caribe
Cultura y patrimonio	160M viajes con componente cultural (20% total) (2011)	~ \$500	+15% CAGR anual	Mayor creatividad, artes, cultura omnívora, festivales
Lujo	46M turistas internacionales (2011)	\$3.020-4.000	+8% CAGR 2010-15	Experiencias únicas, wanderlust, tecnología aplicada
Naturaleza y ecoturismo	40-60% turistas toales interesados en naturaleza	~ \$600-700	+20% CAGR anual	Ecoturismo, voluntariado, preocupación por el medioambiente, aprendizaje
Negocios	\$225M participantes reuniones/comercios EEUU (2013)	~ \$800-1000	+10% CAGR hasta 2020	Uso de la tecnología, eficiencia de costes, congresos regionales
Etnoturismo	N/A	N/A	N/A	Colaboraciones público-privadas
Sol y playa	28% viajes sol y playa sobre total de viajes	~ \$300-400	+3.3% CAGR 2005-13	Destinos exóticos y long-haul, productos combinados
Vida urbana	20% viajes urbanos sobre total de viajes	~ \$500-600	+9.6% CAGR 2005-14	Influencia BRIC, más viajes y más cortos, experiencias intensas
Vino y gastronomía	39 M turistas estadounidenses (2012)	~ \$500-800	N/A	Foodies, personalización, glocalización

Imagen 54: Plan de Marketing de Chile, 2016 (Tomada de: DELOITTE)

2.3.2.2. Turismo en Colombia

En el proceso, se tuvo inicialmente en cuenta el número de viajeros internacionales que llegan al país y sus principales lugares de procedencia, lo cual permitiría identificar la participación del destino en el mercado turístico de Colombia.

Se toma como fuente la aproximación que ha hecho el Ministerio de Comercio Industria y Turismo con base en cifras de Migración Colombia, teniendo en cuenta el ajuste realizado a inicios del 2019 a la metodología para calcular la cifra de llegada de visitantes extranjeros al país. Lo anterior con el fin de reconocer que la inclusión de la estimación de viajeros extranjeros por fronteras se ve afectada al alza por la coyuntura política de Venezuela, sin que eso signifique un real aumento en el número de turistas.

Cálculos del MNCIT, estiman que el 2018 cerraría con 4.388.815 visitantes internacionales de los cuales 3.149.259 se registran directamente como extranjeros no residentes que visitan Colombia.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Turismo receptivo

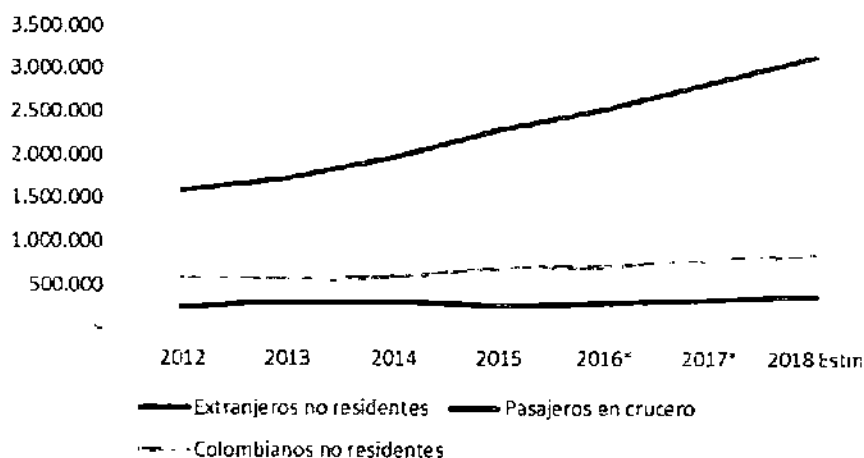


Gráfico 57: Llegada de viajeros internacionales a Colombia 2012 – 2018, 2018 (Datos tomado de MinCif) (Elaboración propia)

La cifra representa un crecimiento del 10,4% en el último año y una tendencia sostenida cercana a ese valor desde el 2014.

Lo anterior es importante, si se tiene en cuenta que el promedio del crecimiento mundial, según la Organización Mundial del Turismo estuvo en el 7%, llegando en el 2018 a 1.326.000.000. En la región "Américas" el crecimiento estuvo cercano al 5%⁷⁰.

Crecimiento mundo

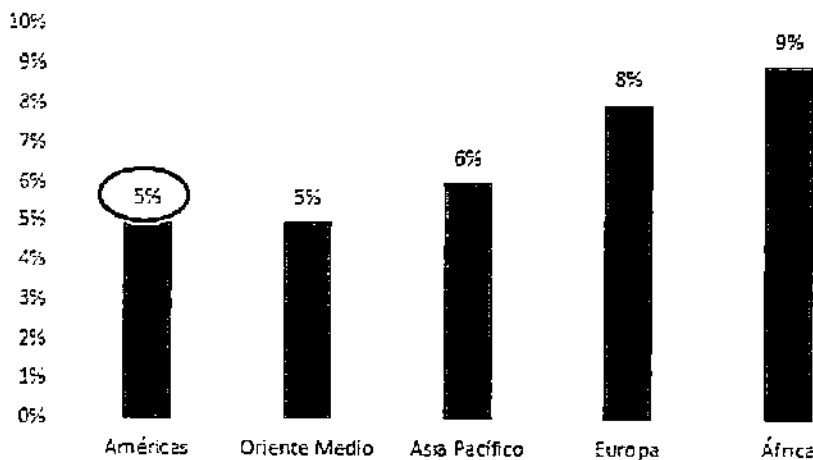


Gráfico 58: Barómetro, 2018(Datos tomados de OMT del Turismo Mundial) (Elaboración propia)

⁷⁰ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "Panorama OMT del turismo internacional 2018. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890> Consultado en enero del 2019



El progreso es de todos

Mincomercio



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Si bien, al interior de las Américas, Sur América es el que obtuvo el mayor porcentaje en aumento de llegadas, Colombia superó los niveles del promedio en la subregión y junto con Chile, Ecuador, y Paraguay lograron un crecimiento de dos dígitos.

Crecimiento Las Américas

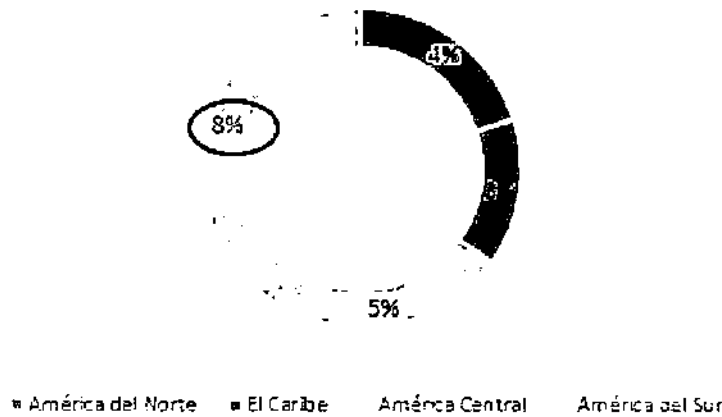


Gráfico 59: Crecimiento del turismo en Las Américas, 2018(Datos del Panorama Mundial - OMT del internacional) (Elaboración propia)

La información conseguida gracias a los datos que de Migración Colombia recopila Pro Colombia, da cuenta de la procedencia de los viajeros internacionales que llegan al país según región de origen.

Participación de visitantes extranjeros por región

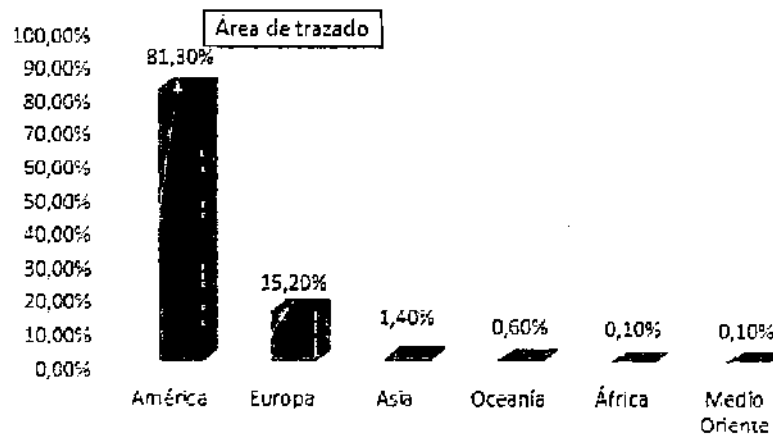


Gráfico 60: Participación de visitantes extranjeros por región, 2018(Datos tomados de ProColombia) (Elaboración propia)

Lo que demuestra el gráfico es la importante participación de viajeros del continente que visitan el país y su eminente liderazgo. Si bien el grupo principal está representado por los venezolanos, la participación de los ciudadanos de Estados Unidos (529.013), Brasil (2019.138), México (171.841)



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

y Argentina (185.891) es importante. De éste último, el crecimiento entre 2016 y 2017 fue del 37,5% y en el primer semestre del 2018 mantuvo la tendencia con un aumento del 25,9%⁷¹.

En el primer semestre de 2018 también debe resaltarse la variación positiva de los ciudadanos provenientes de Estados Unidos que creció en 22,8%.

Le siguen los ciudadanos de la Unión Europea con 491.372 visitantes, principalmente provenientes de Alemania, Francia, España y Reino Unido y los asiáticos con 46.293 llegadas; es muy importante en este continente observar cuidadosamente a China que, según proyecciones de Euromonitor⁷² ese mercado tendrá el mejor comportamiento de crecimiento en América Latina en el 2019, 33%.

La participación de viajeros proveniente de Oceanía, África y Medio Oriente aportan el 0.8% de los turistas internacionales.

Top 10 de países emisores de viajeros extranjeros no residentes a Colombia, 2016 – 2017.

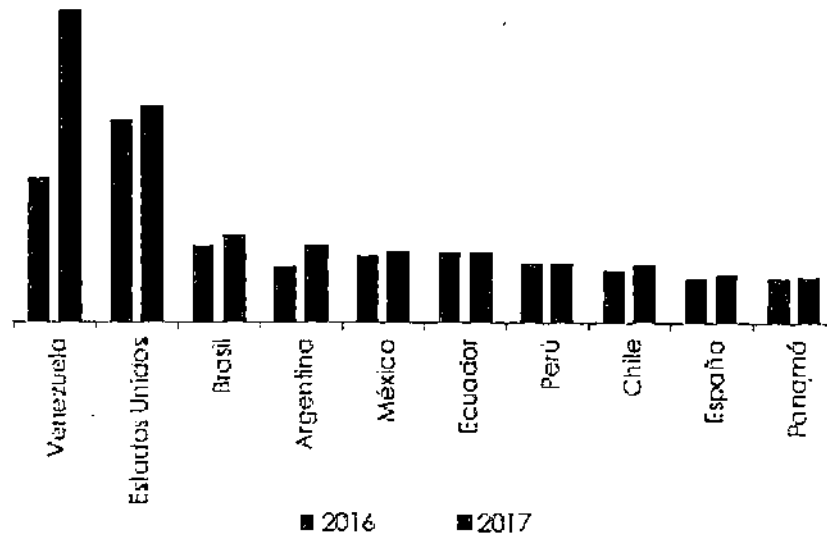


Imagen 55: Participación de visitantes extranjeros por región, 2018 (Tomada de Procolombia)

Ahora bien, conociendo quiénes son los viajeros que hoy están llegando a país, ProColombia ha identificado características importantes que deben tenerse en cuenta para satisfacer la demanda, basada en las motivaciones que tienen para venir a Colombia, edades, canales de comercialización turística y fechas en las que viajan.

Por considerarlo relevante para el análisis se presenta a continuación un resumen de esta información⁷³.

⁷¹ PROCOLOMBIA. "Colombia, destino para invertir en Infraestructura de hotelería y turismo". Abril 2018

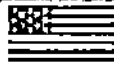
⁷² EUROMONITOR. "WTM Global Trade Report" 2014

⁷³ PROCOLOMBIA "Guías de oportunidades", Colombia 2014. Elaboración propia con criterios más relevantes para efectos de este estudio.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Viajeros de América del Norte:

 Estados Unidos	
3 ^{er} emisor de viajeros al mundo	
Motivo de viaje	Tomar un descanso Visitar amigos o familiares
Edad promedio	Mayores de 55 18-22
Búsqueda de información sobre el viaje	Internet Recomendación de amigos y/o familiares
Compra del viaje	Online Online y offline Offline
Actividades preferidas en el viaje	Vistas turísticas Compras Gastronomía
Épocas de viaje	Marzo - Abril Junio - Agosto Diciembre





 Canadá	
6 ^{er} emisor de viajeros al mundo	
Motivo del viaje	Entender o aprender culturas Viajar es parte importante de su vida
Edad promedio	45-54 35-44
Búsqueda de información	Amigos o familiares Páginas Web
Compra del viaje	Internet Agencias de viajes
Actividades preferidas en el viaje	Visitar amigos y familiares Descanso en una buena ciudad Sol y playa
Épocas de viaje	15 de junio - 15 de septiembre

Imagen 56: características de viajeros de América del Norte (Datos tomados de Procolombia) (Elaboración propia)

América Latina:

 Bra. I	
31 ^{er} emisor de viajeros al mundo	
Motivo de viaje	Entender diferentes culturas Es una parte importante de su vida
Edad promedio	25-44 35-44 45-54
Búsqueda de información sobre el viaje	Amigos y familiares Internet Agencias de viajes
Compra del viaje	Agencias de viajes Teléfono
Actividades preferidas en el viaje	Realizar tours Recorrer dos o más ciudades Sol y playa
Épocas de viaje	Diciembre a Febrero Julio

 Mexico	
14 ^{er} emisor de viajeros al mundo	
Motivo de viaje	aprovechar de las multitudes Visitar lugares emblemáticos y famosos Viajar a lugares que les ofrecen experiencias auténticas y que no pueden encontrar en su país
Edad promedio	18-24 25-34 35-44 45-54
Búsqueda de información sobre el viaje	Amigos y familiares Aviso en revista o periódico Internet
Compra del viaje	Internet Agencia de viajes
Actividades preferidas en el viaje	Visitar la belleza natural de lugar visitar lugares con historia y cultura
Épocas de viaje	Junio - Agosto Diciembre

 Chile	
49 ^{er} emisor de viajeros al mundo	
Motivo del viaje	Relaxar como es y vivir de turismo sostenible
Edad promedio	35-44 25-34
Épocas de viaje	Diciembre a febrero Julio

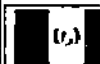
 Perú	
38 ^{er} emisor de viajeros al mundo	
Motivos de viaje	Visitar amigos y familiares Vacaciones todo incluido
Épocas de viaje	15 de diciembre - 15 de enero julio - agosto

Imagen 57: características de viajeros de América Latina (Datos tomados de Procolombia) (Elaboración propia)



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Europeos:

Francia	
1º lugar de viajeros al mundo	
Motivo del viaje	Visitar amigos y familiares Disfrutar de sol y la playa Viajes para apreciar la naturaleza
Edad promedio	21-34 35-44
Busqueda de información	Amigos o familiares Páginas Web Internet
Compra del viaje	Agencias de viajes Teléfono
Actividades preferidas en el viaje	Visitar amigos y familiares Vacaciones en la playa Descansar en el hotel
Épocas de viaje	Agosto - Junio (alta) Julio - Septiembre (media)

Alemania	
2º lugar de viajeros al mundo	
Motivo de viaje	Disfrutar el sol y la playa Apreciar la naturaleza Visitar amigos y familiares
Edad promedio	35-54 45-64
Busqueda de información	Internet Recomendación amigos y/o familiares
Compra del viaje	Internet Agencias de viaje offline
Actividades preferidas en el viaje	Visitar atractivos de naturaleza y atracciones culturales e históricas
Épocas de viaje	Mayo Septiembre Diciembre

Reino Unido	
Océano	
Motivo del viaje	Visitar amigos y familiares Viajes de negocios
Edad promedio	25-34
Busqueda de la información	Redes sociales Artículos en periódicos Brochure sobre destino Recomendación de amigos o familiares Agencias de viajes
Época del viaje	Julio Agosto Septiembre

España	
15º lugar de viajeros al mundo	
Motivo de viaje	Viajes culturales Turismo urbano Sol y playa
Edad promedio	25-44 45-54
Busqueda de información	Amigos y familiares Internet Agencias de viajes
Compra del viaje	Internet Agencias de viajes Teléfono
Épocas de viaje	15 de Junio - 15 de Septiembre

Imagen 58: características de viajeros de Europa (Datos tomados de Procolombia) (Elaboración propia)

La información resulta particularmente relevante, porque como se verá a continuación, los orígenes de estos viajeros coinciden de forma importante con los que hoy están visitando o potencialmente podrían visitar el municipio de Barrancabermeja.

Otro tema de estudio que se tuvo en cuenta, fueron las zonas del país que hoy registran mayor llegada de visitantes extranjeros a Colombia; estas son:



Mercado Nacional

Para lograr un acercamiento que permita conocer el mercado nacional, se consultó la información recopilada por la Aeronáutica Civil de pasajeros origen - destino del 2016, que es la última versión disponible, con base en los datos suministrados por las diferentes aerolíneas del país. Como aeropuerto destino se tomó Bucaramanga, porque las llegadas por el aeropuerto de Barrancabermeja tienen un aparte especial de análisis.

Durante el 2016, la llegada de viajeros nacionales a Santander provino principalmente de las siguientes ciudades:

Aeropuerto de origen	No de pasajeros
Bogotá	511.711
Cúcuta	34.310
Medellín	31.025
Rionegro - Antioquia	45.521
Cali	39.608
Cartagena	44.178
Barranquilla	24.135
San Andrés - Isla	18.829
Yopal	10.399
Arauca	13.805
Bahía Málaga	2.575
Santa Marta	10.731
Pereira	9.865
Montería	5.370
Valledupar	3.338
Armenia	3.672
Manizales	1.870
Neiva	2.229

Tabla 62: Principales destinos de llegada a Santander Año 2016, 2018 (Datos tomados de: Aeronáutica civil⁷⁷) (Elaboración propia)

Otra fuente que se aprovechó para entender los flujos del mercado nacional fueron los resultados de la última encuesta que hizo el DANE sobre personas que realizaron viajes de turismo, en los años 2014-2015⁷⁸.

⁷⁷ AERONAUTICA CIVIL. "Serie Histórica Anual de Pasajeros Origen Destino", 2002 - 2016

⁷⁸ DANE. "Encuesta de gasto en turismo interno". Febrero de 2016, disponible en https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encuesta_gastos_turismo_int_EGIT/Pres_EGIT_14_15.pdf Consultado en diciembre de 2018



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Ciudad de origen	Destinos principales dentro del país																														
	Armenia	Bogotá	Barrancabermeja	Duitama	Envigado	Cartago	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado	Envigado		
Naderín AM	80.3	0.2	0.2	5.8	0.2	2.8	-	-	0.5	2.8	2.1	0.9	0.3	1.4	0.7	-	0.2	2.2	2.0	1.2	5.0	0.2	3.0	4.2	-	0.2	-	-	-	-	
Barrancabermeja A.M	2.4	15.4	-	24.5	0.3	-	-	-	4.1	3.3	-	-	3.3	27.8	-	-	1.2	0.3	1.5	4.0	1.0	1.4	9.1	0.6	-	-	-	-	-	-	
Boyacá	2.2	1.4	36.4	3.0	0.4	1.7	0.5	0.4	0.5	0.5	-	3.0	0.3	3.0	10.5	0.3	0.5	2.1	0.5	4.4	0.6	15.4	1.4	-	-	0.3	-	-	-	-	
Cartagena	3.4	18.2	-	38.1	-	-	-	-	2.3	11.7	-	-	-	1.4	6.8	-	-	0.2	0.5	2.2	2.4	0.2	0.3	1.5	0.7	-	-	-	-	-	
Tunja	1.2	0.4	2.0	1.5	42.5	0.9	0.1	0.1	0.9	0.2	-	0.2	-	0.9	3.0	-	1.2	0.9	0.3	7.6	-	2.5	0.5	22.0	-	3.0	-	0.0	-	-	
Manizales AM	18.5	0.2	-	1.4	0.3	33.8	1.5	-	-	-	-	0.2	0.7	-	0.4	0.2	0.4	-	4.5	8.3	2.4	0.7	6.3	11.7	-	-	0.2	1.7	-	0.3	
Medellín	1.1	0.5	0.4	0.4	0.1	0.5	32.8	1.6	-	-	0.4	31.4	-	0.3	1.5	0.4	0.2	0.7	1.3	0.5	-	5.8	2.8	15.2	-	0.5	1.2	2.3	0.1	-	
Antioquia	3.1	-	2.7	0.2	0.4	0.7	8.4	33.4	-	-	-	3.3	-	0.7	-	0.7	-	8.1	-	3.6	1.4	0.4	-	0.7	35.4	8.1	-	5.2	0.5	0.5	
Colombia	1.9	17.1	-	5.8	0.3	-	-	0.2	21.8	1.2	-	-	16.2	20.7	0.7	-	1.6	0.2	1.7	0.5	0.7	1.7	7.0	-	-	0.2	-	-	-	-	
Madrid	1.6	5.5	-	8.1	0.1	-	-	1.6	40.1	0.3	0.2	-	0.2	2.7	-	0.3	1.2	0.3	0.2	0.3	3.7	0.1	1.0	5.4	-	-	-	-	-	-	
Cúcuta	43.6	1.0	-	0.4	-	-	-	8.6	0.1	0.2	0.1	39.4	-	-	0.5	0.1	1.9	0.5	1.0	2.2	-	0.2	-	3.5	4.7	-	-	0.2	-	-	
Tunja	2.2	6.8	2.5	1.6	1.1	0.7	0.1	1.6	-	0.2	-	125.5	0.2	0.4	0.8	0.3	-	1.2	0.8	3.3	0.2	0.1	2.6	29.1	-	0.7	0.5	0.6	-	-	
Rosario	2.3	20.1	0.5	5.4	-	0.3	-	-	12.3	1.6	-	0.4	131.3	13.4	0.1	-	0.5	-	0.2	1.0	0.8	0.1	-	3.5	3.1	-	-	0.1	-	-	
Santa Marta	3.1	22.3	0.2	11.8	-	-	-	-	8.4	2.7	-	-	8.4	22.8	0.5	0.2	1.1	0.2	-	3.8	0.9	0.4	0.2	7.3	-	0.5	-	0.7	-	-	-
Manizales	3.0	1.4	7.8	1.9	1.3	1.2	-	-	-	-	-	1.4	-	0.5	32.1	-	0.2	1.0	0.4	0.2	-	2.8	1.8	35.9	2.9	3.0	-	2.5	-	1.0	0.6
Perú	1.2	0.5	0.1	0.6	-	0.7	0.3	3.7	-	-	0.3	0.3	0.2	0.4	0.7	0.4	0.7	0.5	0.5	0.8	0.4	0.9	12.3	3.4	-	0.1	5.5	0.1	-	-	
Cúcuta AM	3.1	0.4	0.8	-	1.0	-	-	-	6.0	-	-	-	-	3.2	0.7	-	43.4	-	1.0	19.0	-	0.6	2.9	15.5	0.8	-	-	-	-	-	-
Armenia	6.3	-	1.3	1.5	0.9	6.9	1.3	1.1	-	0.2	0.6	2.5	0.1	1.0	0.3	0.2	-	21.8	0.2	0.8	-	4.9	27.4	10.5	0.3	-	-	0.6	-	-	-
Pereira AM	13.7	-	-	3.2	-	14.4	-	1.6	-	-	0.6	0.3	-	0.3	0.3	1.4	-	7.4	12.7	0.6	0.7	2.2	24.7	12.0	-	-	-	4.1	-	-	-
Bucaramanga A.	2.3	1.1	-	3.1	2.5	0.7	-	0.2	0.6	-	-	0.2	1.4	0.4	0.4	-	7.8	-	0.2	0.8	-	0.6	-	0.6	1.0	-	-	1.2	-	-	-
Santiago	8.5	10.8	-	15.4	-	-	0.2	-	-	16.8	0.3	-	0.4	2.6	-	-	0.3	-	-	0.2	36.7	-	0.5	3.7	-	-	0.2	-	-	0.2	-
Bogotá	4.4	0.6	5.5	0.9	3.4	2.7	0.6	0.6	0.7	-	0.3	5.9	-	1.9	1.1	0.1	0.1	0.4	3.7	1.3	0.5	-	33.8	3.1	25.2	-	0.5	0.3	1.2	0.2	-
Caracas	8.7	0.1	0.7	1.3	0.4	1.0	0.2	14.4	-	-	0.1	0.1	1.7	-	0.9	0.4	3.3	0.2	4.0	3.8	0.7	0.1	1.8	55.4	4.5	-	0.1	-	1.3	-	-
Santander	16.1	18.1	-	22.3	0.5	1.6	-	-	0.3	-	-	-	0.4	-	0.5	-	0.4	2.8	-	0.8	0.8	9.2	24.3	-	-	0.5	1.4	-	-	-	-

Fuente: Encuesta EGIT 2014-2015

Imagen 60: Realización de viajes por ciudades 2014 - 2015, 2018 (Tomada de DANE?)

Como puede observarse, el Departamento de Santander recibe turistas de los municipios de su área administrativa que deciden recorrer los pueblos vecinos. Es el tercer departamento después del Valle del Cauca y Antioquia en ser receptores de turismo regional.

Procedentes de Cúcuta, Tunja, Bogotá y Cartagena llegan también los viajeros nacionales que deciden explorar turísticamente el departamento.

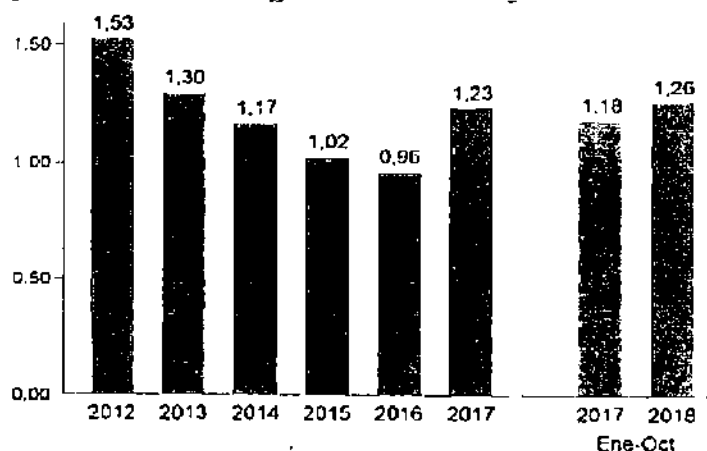
2.3.1.4.3. Mercado internacional

Con respecto a los visitantes extranjeros, Santander participa con el 1,2% del total de llegadas al país como se puede observar en el siguiente gráfico.

19 Ibidem



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja



Imager 61: Porcentaje de visitantes extranjeros en Santander años 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018 parcial, 2018 (Tomada de Minci⁸⁰)

Al revisar las cifras de flujos migratorios recopiladas por Migración Colombia, se observa que al interior del departamento la llegada de extranjeros se concentra en tres ciudades, Bucaramanga, Floridablanca y Barrancabermeja. La capital del departamento recibe alrededor del 90% de viajeros internacionales.

Llegada de extranjeros por ciudades de hospedaje

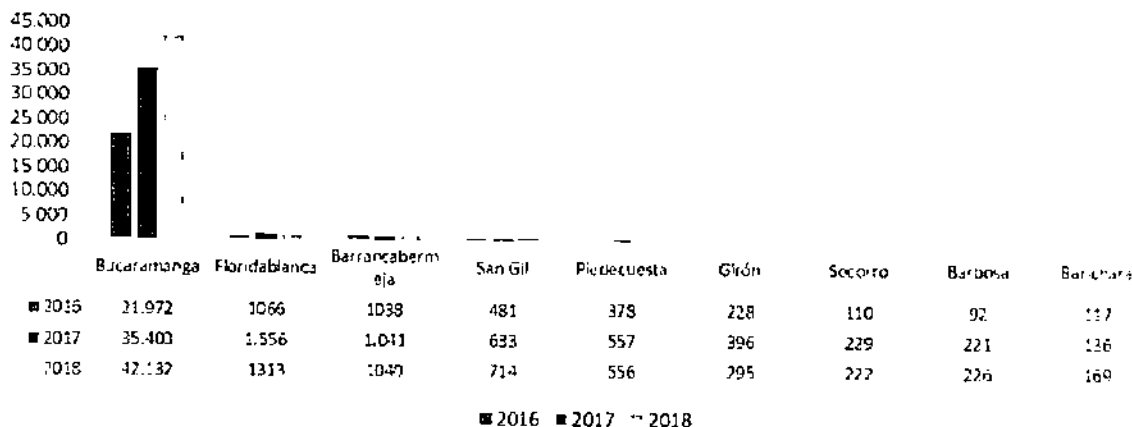


Gráfico 61: Llegada de extranjeros a ciudades Santander 2016, 2017 y 2018, 2018 (Tomada de: Migración Colombia⁸¹)

Los viajeros extranjeros no residentes llegan al departamento por diferentes motivaciones, como se expresa en la siguiente figura.

⁸⁰ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. "Perfil económico y comercial Departamento de Santander". Disponible en <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?quid=14bd43fc-7060-410d-972f-08cad3925963> Consultado en enero de 2019

⁸¹ MIGRACIÓN COLOMBIA. "Flujos migratorios 2016 - 2017 - 2018". Disponibles en: <https://public.tableau.com/profile/migracion.colombia#!/vizhome/TablasdeSalidas2017/FlujosMigratoriosdeColombianos2017> Consultado en enero de 2019



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Motivo de viaje	2016	2017	2018
Turismo	18.458	33.057	38.518
Negocio_T_E	3.956	3.730	4.070
Estudio_C	829	775	840
Turismo médico	628	876	852
Otros	1.992	2.427	2.865

Tabla 62: Principales motivos de viaje a Santander Año 2016, 2017 y 2018, 2018 (Datos tomados de: Migración Colombia⁶²) (Elaboración propia)

Cabe destacar que el vertiginoso crecimiento de la motivación "turismo" se debe principalmente a la llegada de venezolanos. Las otras categorías presentan un crecimiento estable que concuerda con el 10% del crecimiento que ha tenido el turismo en el país.

Sobre la llegada de venezolanos, el siguiente gráfico muestra el comportamiento del mercado que hoy representa el 75% de los extranjeros que visitan Santander.



Gráfico 62: Llegada de extranjeros a Santander desde Venezuela Año 2016, 2017 y 2018, 2018 (Datos tomados de: Migración Colombia⁶³) (Elaboración propia)

Al revisar la motivación y la tendencia nacional de turismo sobre el mercado venezolano, resulta evidente que los viajeros no llegan a disfrutar del tiempo libre o en viajes de negocio, sino por el desplazamiento que causa la situación política del vecino país.

El 94% llega por los cruces fronterizos, principalmente por el Puente Internacional Simón Bolívar en Cúcuta y solo 1060 viajeros llegan por el aeropuerto de Bogotá, estos se identifican en su mayoría como viajeros de negocio.

⁶² Ibidem

⁶³ Ibidem



El progreso
es de todos

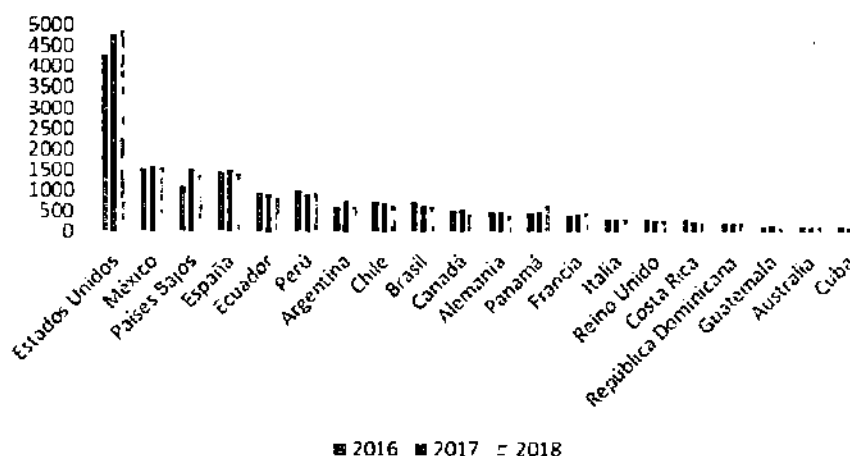
Mincomercio



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

El otro 25% de los extranjeros que llegan a Santander es decir 17.497 provienen de más de 100 países entre los que Estados Unidos tiene el liderazgo con el 27% de los viajeros, México, las Antillas Holandesas, España y Ecuador están también en el top 5.

Llegada de extranjeros a Santander sin Venezuela



Gráfica 63: Llegada de extranjeros a Santander sin Venezuela Año 2016, 2017 y 2018, 2018 (Datos tomados de: Migración Colombia²⁴) (Elaboración propia)

2.3.2.4. Turismo en Barrancabermeja

Entre el 2012 y el 2018 se reportan 1.201.363 pasajeros que han llegado a la ciudad de Barrancabermeja por el aeropuerto Yariguíes.

2018 Sep		2017		2016		2015		2014		2013		2012	
Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas	Salidas	Llegadas
47.434	45.838	64.728	64.565	77.984	76.728	91.129	92.417	113.237	110.746	107.741	104.952	102.784	101.060

Tabla 64: Llegada aeropuerto Yariguíes (Con base en información de la Aeronáutica Civil – Elaboración propia)

Con el correr de los años la tendencia ha sido decreciente, de 203.844 pasajeros en el 2012 el 2017 cerró con 129.313, lo que significa una disminución del 36,63%.

La participación con respecto al total nacional también ha disminuido.

²⁴ Ibidem



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE
PROGRESANDO SIN PARAR

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Participación pasajeros Barrancabermeja en el total nacional 2012 - 2018

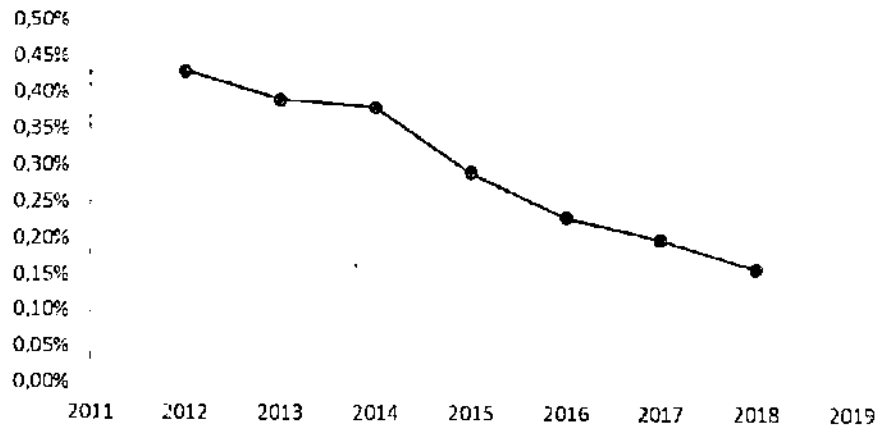


Gráfico 64: Participación de llegadas de viajeros internacionales en el total país. Con base en información de la Aeronáutica Civil - Elaboración propia

Entre los años 2012 y 2017 la proporción de llegadas de nacionales y extranjeros es como se muestra en el gráfico.

Viajeros Nacionales - Internacionales a Barrancabermeja

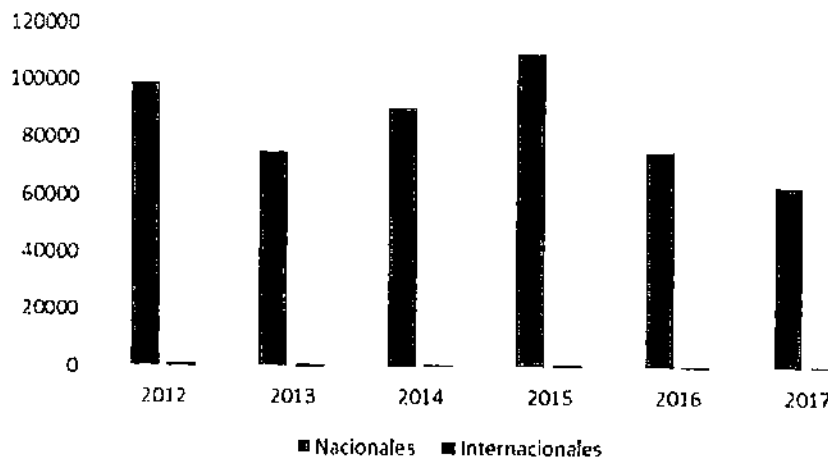


Gráfico 65: Participación de llegadas de viajeros internacionales en el total país. Con base en información de la Aeronáutica Civil - Elaboración propia

Los viajeros de origen nacional que llegan al municipio son:



2.3.1.4.4. Mercado nacional

Para lograr un acercamiento que permita conocer el mercado nacional, se consultó la información recopilada por la Aeronáutica Civil de pasajeros origen destino entre el 2012 y el 2016, que es la última versión disponible, con base en los datos otorgados por las distintas aerolíneas del país.

AEROPUERTO DE ORIGEN	No de Pasajeros
Bogotá	420.330
Cartagena	11.550
Rionegro - Antioquia	9.708
Cali	9.029
Barranquilla	8.805
Neiva	4.920
Ferreira	2.354
Santa marta	1.776
Bucaramanga	1.618
Montería	1.437
Yopal	1.172
Armenia	900
Cúcuta	871
Manizales	797
Fasto	722
Villavicencio	718
Ibagué	684
Medellín	591
Valledupar	561
Riohacha	478
San Andrés - Isla	420
Popayán	254

Tabla 65: Llegada de Nacionales a Barrancabermeja por aeropuerto entre los años 2012 y 2016, 2018 (Datos tomados de: Aeronáutica Civil⁸⁵) (Elaboración propia)

Mercado internacional

Barrancabermeja ha pasado en los últimos 6 años, de ser la ciudad número 24 entre las preferidas por los extranjeros que llegan a Colombia a ocupar el puesto 51 en el 2018.

Según datos de Migración Colombia, la llegada de extranjeros a la ciudad ha tenido el comportamiento de la siguiente tabla:

⁸⁵ AERONAUTICA CIVIL, Datos Aeropuerto Yariguíes de Barrancabermeja, 2018.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Año	Posición
2012	24
2013	27
2014	31
2015	37
2016	44
2017	49
2018	51

Tabla 46: Llegada de extranjeros Barrancabermeja por aeropuerto entre los años 2012 y 2018, 2018 (Datos tomados de: Migración Colombia⁸⁶) (Elaboración propia)

Lo anterior se debe a que entre el 2012 y diciembre del 2016 la llegada de extranjeros decreció en un 43,8%. Aunque a partir de ese año comenzó a revertirse la tendencia, ésta es de un solo dígito cercano al 3%, considerando la proyección de cierre del 2018, en la que se espera un 5,5% más que en el 2017. Estas cifras están casi 7 puntos por debajo de lo que crece el turismo en el país.

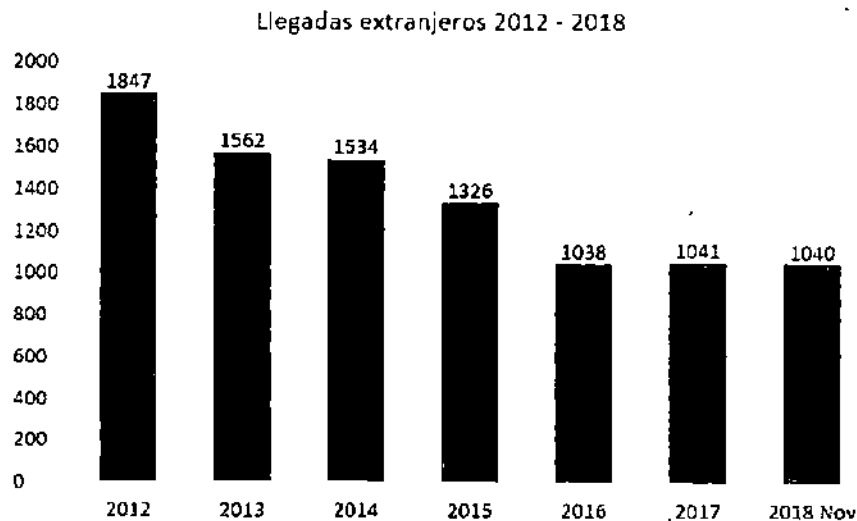


Gráfico 46: Llegada de extranjeros a Barrancabermeja por aeropuerto entre los años 2012 y 2016, 2018 (Datos tomados de: Migración Colombia⁸⁷) (Elaboración propia)

⁸⁶ MIGRACIÓN COLOMBIA. "Flujos migratorios". Disponible en: <https://public.tableau.com/profile/migracion.colombia#!/> Consultado en enero de 2019

⁸⁷ Ibídem



El progreso es de todos

Mincomercio



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

La mayor llegada de viajeros en los últimos 6 años se presenta durante el segundo semestre del año, especialmente en agosto y septiembre. En los años 2016 y 2017 se ve un crecimiento importante en el mes de diciembre, en el que se concentra el 12,5 % de las visitas.

El perfil principal de los visitantes son hombres, con una participación mayor al 60% en todos los años considerados.

Visitantes por género

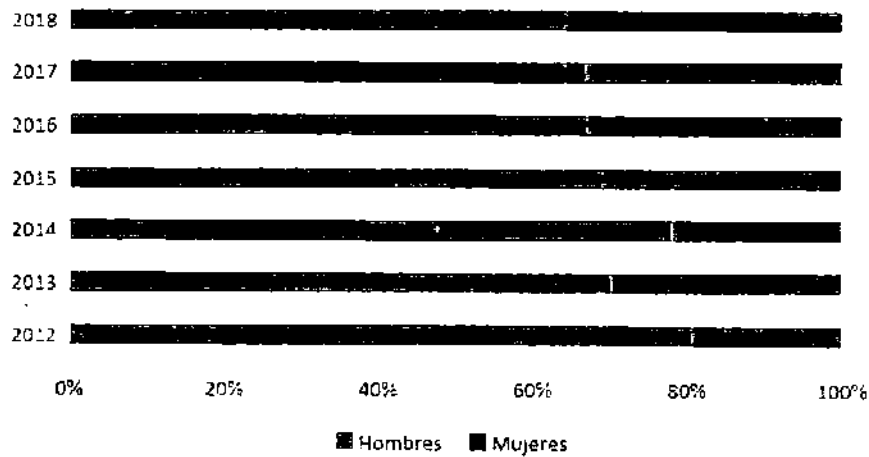


Gráfico 57: Visitantes extranjeros por género a Barrancabermeja. (Con información de Migración Colombia – Elaboración propia)

Aquellos entre 30 y 49 años, representan más del 45% de las llegadas entre los años 2012 y 2014. Si bien siguen siendo el principal grupo poblacional, a partir del 2015 se observa una disminución de cerca de 10 puntos porcentuales y una tendencia a la baja con una reversión en el 2018 que se manifiesta en un incremento del 5,9%.

Entre las mujeres, el principal grupo poblacional es el que se encuentra entre los 18 y los 39 años. A partir del 2015 se observa una tendencia al alza con su mayor participación en el 2018, 21,1% y un crecimiento desde el 2012 de más del 100%

Este comportamiento del grupo poblacional, según entrevistas realizadas a los actores del municipio, se debe a la disminución de mano de obra requerida por el sector petrolero, en el caso de los extranjeros del género masculino, mientras que el aumento en el número de llegadas de las mujeres entre 18-39 años, se atribuye principalmente a la migración venezolana, de acuerdo a las cifras de Migración Colombia.

Las ciudades de origen en Colombia:

El Aeropuerto de Bogotá es el punto de partida que principalmente usan los extranjeros que llegan a Barrancabermeja; sin embargo, como se ve en el gráfico, el porcentaje de participación ha venido perdiendo terreno, de 1617 pasajeros en el 2012, en el 2018 al mes de noviembre solo se habían desplazado 619.

Caso contrario se observa en la llegada de extranjeros que provienen de los cruces fronterizos. Entre el 2012 y el 2018, este ha crecido 16 puntos porcentuales. Lo anterior se explica



por ser la modalidad principal en la que llegan los venezolanos, especialmente en los cruces de Cúcuta y Paraguachón.

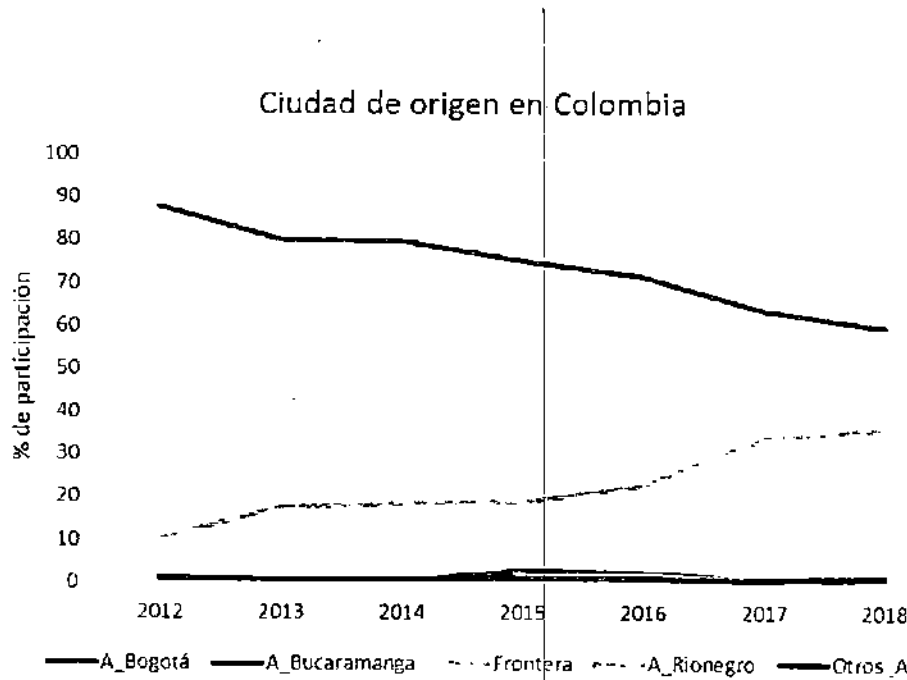


Gráfico 68: Llegada de extranjeros a Barrancabermeja por ciudad de origen entre los años 2012 y 2016, 2018 (Datos tomados de Migración Colombia⁸⁸) (Elaboración propia)

Motivación

Frente a los motivos para visitar Barrancabermeja se puede observar que, si bien en 2012 la principal razón de llegada de los extranjeros era por una necesidad laboral (negocios, trabajo, eventos, conferencia), esta ha ido disminuyendo. Mientras en el 2012 representaba el 62,43 % de las llegadas, en el 2017 alcanzó el 29,88%, pasando de 1153 visitas a 303. La disminución más importante se dio entre los años 2014 al 2015, en la que del 62,5% se presentó un decrecimiento de cerca de 17 puntos porcentuales.

⁸⁸ Ibidem



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Motivo de viaje 2012 - 2018

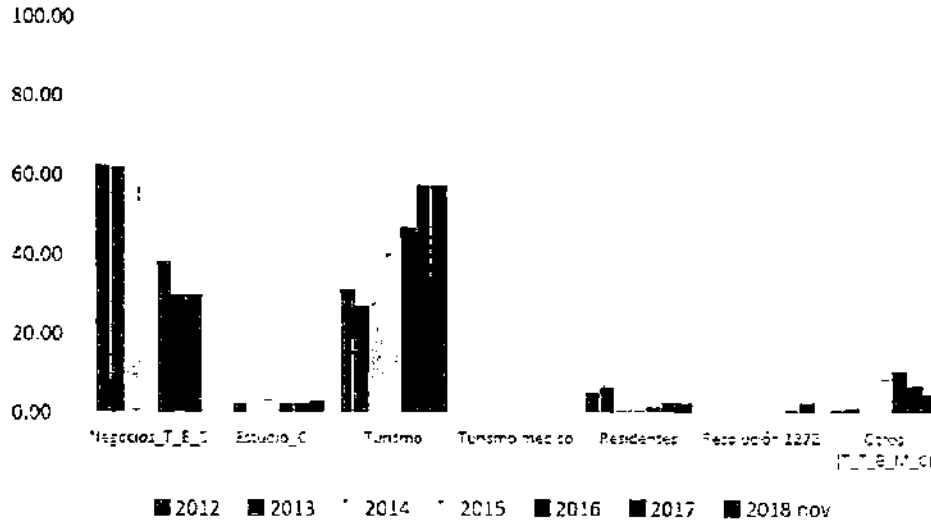


Gráfico 69: Llegada de extranjeras a Barrancabermeja por motivo de viaje entre los años 2012 y 2016, 2018 (Datos tomados de Migración Colombia⁶⁹) (Elaboración propia)

El gráfico muestra también que, en el caso de la motivación por turismo, la tendencia ha sido diferente. 31,24% en el 2012 correspondiente a 577 llegadas, y 582 llegadas que representan el 57,4 de los extranjeros en el 2017.

Los mayores incrementos se dieron en los años 2015 y 2017, en los que hubo un crecimiento del 44,21% y 22,6% frente al año inmediatamente anterior.

Por lugar de Origen

Al analizar el origen de los extranjeros que llegan a Barrancabermeja, se puede observar que son los venezolanos los que más han contribuido a la llegada de extranjeros al municipio con 2709 visitantes entre 2012 y 2018, lo sigue Ecuador con 1203 ecuatorianos, Estados Unidos 1041, Brasil 729, Perú y México.

⁶⁹ Ibidem

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

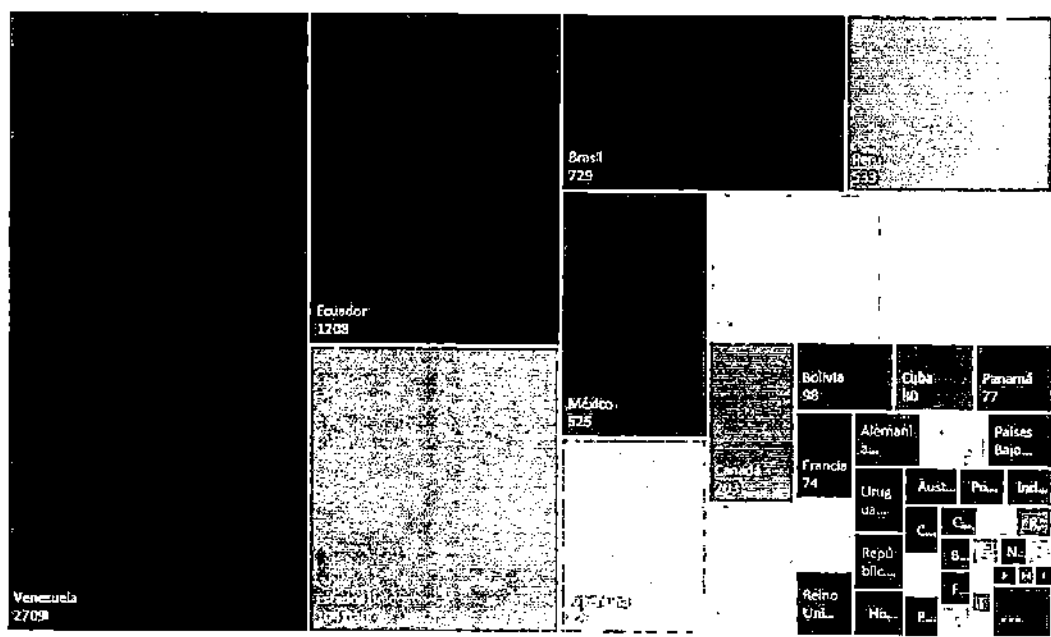


Gráfico 70: Llegada de extranjeros a Barrancabermeja por nacionalidad entre los años 2012 y 2016, 2018 (Datos tomados de Migración Colombia¹⁹) (Elaboración propia)

Si bien es clara la importante participación de los 5 principales países, es necesario mencionar que a la ciudad llegan extranjeros de más de 60 nacionalidades.

En el siguiente gráfico, se muestra el comportamiento de 40 de ellos en el período 2012 a 2018.

¹⁹ Ibidem



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Llegada Extranjeros por origen 2012-2018

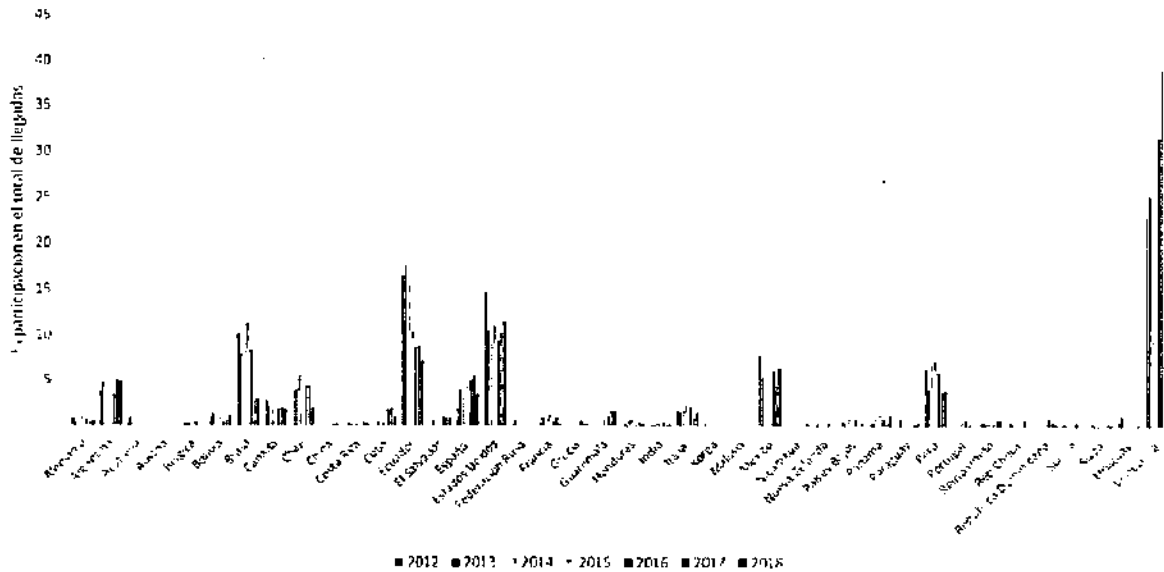


Gráfico 71: Comportamiento llegada de extranjeros a Barrancabermeja por origen entre los años 2012 y 2016, 2018 (Datos tomados de Migración Colombia⁹¹) (Elaboración propia)

Llama la atención especialmente la caída en la participación de países como Brasil, que, de participar con el 9% en promedio entre 2012 y 2016, en el 2017 está fue de solo el 2,77%. Ecuador fue otro país que disminuyó su participación, pasando del 16,4% en el 2012, al 8,8 en el 2017. Se mantienen México, Italia, Canadá, Panamá y Chile; una representación menor pero constante se evidencia en países como China, India y Australia y el incremento más importante se observa con los extranjeros que llegan de Venezuela, quienes pasaron de representar el 22,91% en el 2012 a ser el 42,16% en noviembre del 2018.

Dado que es el principal país de origen de los extranjeros y teniendo en cuenta la coyuntura que vive el vecino país, se presenta una tabla con las principales motivaciones de viajes para analizar si se pueden o no considerar turistas.

⁹¹ Ibidem



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE
BARRANCABERMEJA

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Motivo viaje venezolanos

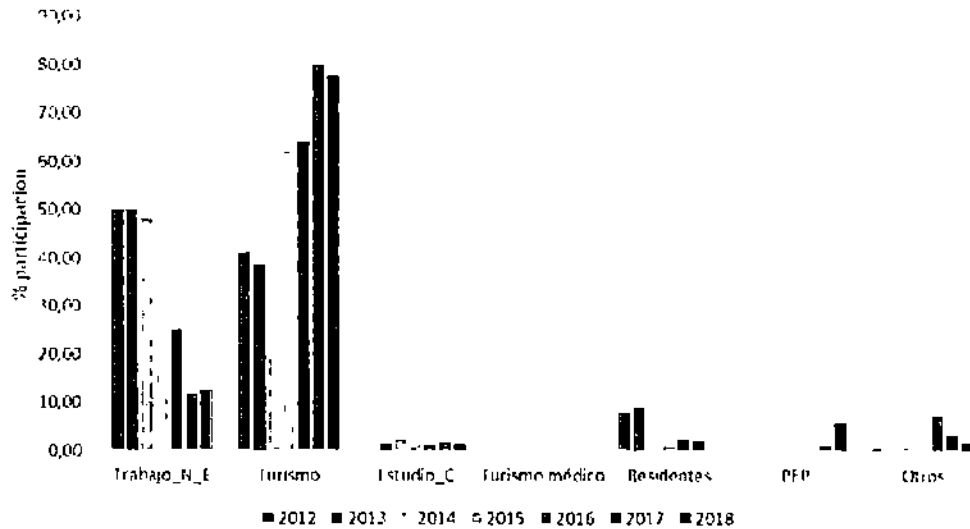


Gráfico 72: Llegada de venezolanos a Barrancabermeja por motivo de viaje entre los años 2012 y 2016, 2018 (Datos tomados de Migración Colombia²²) (Elaboración propia)

El gráfico permite ver claramente el cambio en el comportamiento de este grupo poblacional. Si bien el 2012 un poco más del 50% de las llegadas se debían a motivos laborales a noviembre del 2018 este rubro disminuyó hasta llegar a solo un 12,64% de los viajeros. Por el contrario, la motivación "turismo", pasó de ser el 41,13% del total a representar el 77,70%.

Lo anterior muestra que un número importante de los venezolanos que se han reportado en la ciudad obedecen a motivos coyunturales, aunque hay que destacar que, la participación de los que siguen llegando por motivos laborales, representa un valor importante del total de las visitas. Se identifica que del 20% que llega a Barrancabermeja en avión desde Bogotá o Medellín, un porcentaje significativo corresponde a la tendencia que ha tenido la ciudad de recibir viajeros de negocios del vecino país que trabajan en la industria petrolera.

Encuestas

Con el fin de contar con más elementos que permitan identificar las características de la demanda actual de turistas que visitan el municipio de Barrancabermeja se realizaron en total 166 encuestas a turistas en sitios estratégicos como el Aeropuerto Yariguíes, el Muelle y principales hoteles de la ciudad.

²² Ibidem



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja



Imagen 62: Encuestas realizadas a turistas, 2018. (Elaboración propia)

Perfil del viajero

- **Género:** el 75% de los encuestados fueron hombres y 25% mujeres.
- **Rango de edad:** la mayor participación fue de las edades entre 25 y 34 años (46%), entre 35 y 44 (33%)

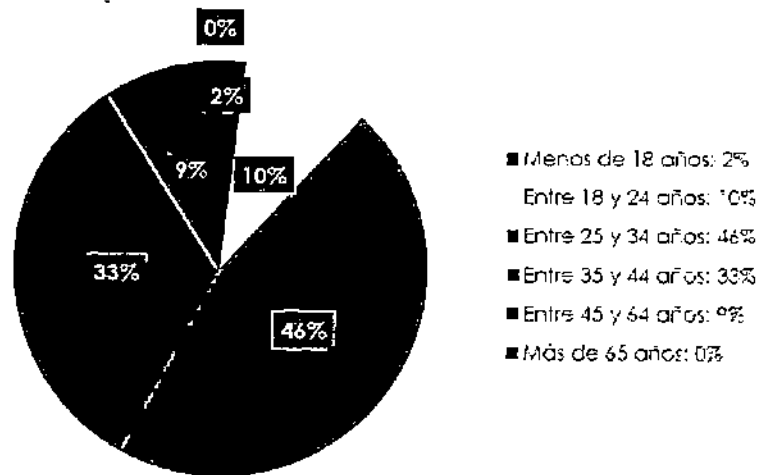


Gráfico 73: Rango de edad de encuestados, 2018 (Elaboración propia)

En los dos casos la tendencia es similar a lo evidenciado en la información disponible para viajeros internacionales, considerando que la mayoría de los visitantes son hombres que llegan al destino por negocios y que se encuentran en los 25 y 44 años.

- **Procedencia:** El 96% de los encuestados son turistas nacionales y el 4% corresponde a internacionales.

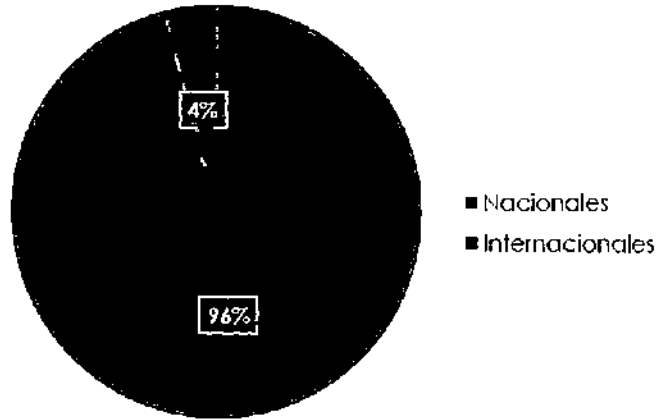


Gráfico 74: Procedencia, 2018 (Elaboración propia)

Esta información coincide con aquella tomada para este estudio de los datos de Migración Colombia y Aeronautica civil en el que la llegada de Nacionales es cercana al 98% del total de los viajeros.

Adicionalmente, cuando se preguntó a los establecimientos de alojamiento y se consultó la información suministrada por Cotelco, se identificó que la participación de nacionales y extranjeros que llegan al municipio es la siguiente:

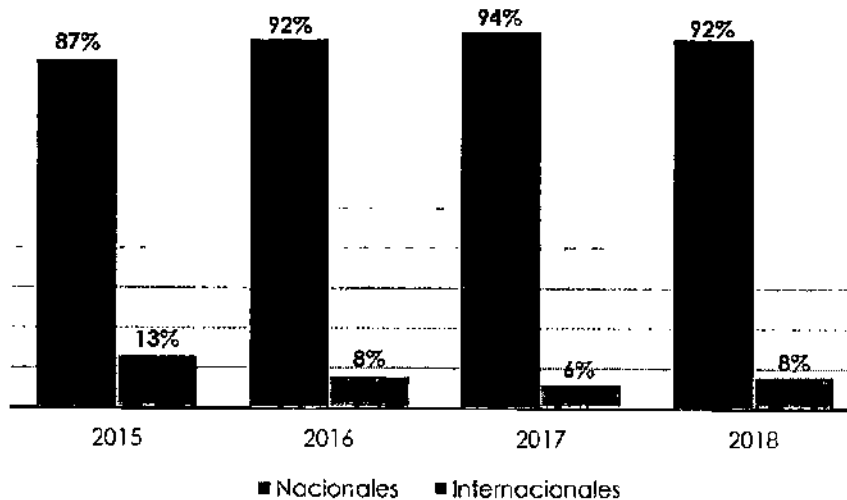


Gráfico 75: Porcentaje de huéspedes nacionales e internacionales años 2015, 2016 y 2017, 2018 (Datos tomados de COTELCO) (Elaboración propia)

Al preguntar a los establecimientos encuestados sobre el origen de los turistas nacionales manifestaron que el 39% son provenientes de Bogotá, seguido por Bucaramanga con 32%, luego se encuentra Medellín con 15%, 10% de otros destinos como Cali, Cúcuta, Cartagena y Barranquilla y 4% municipios aledaños como San Gil y Cimitarra.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

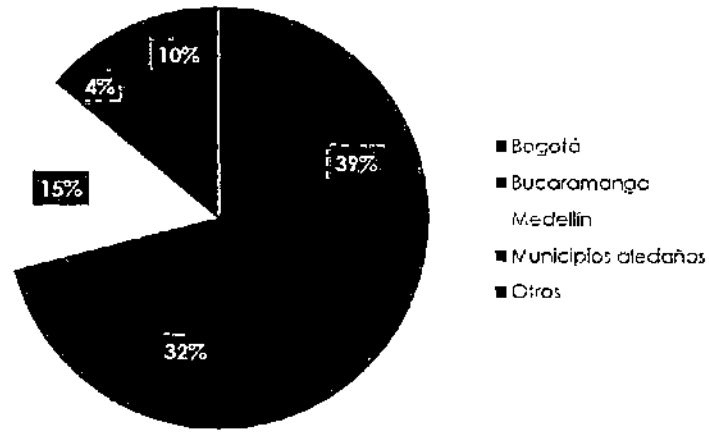


Gráfico 76: Turistas nacionales, 2018 (Elaboración propia)

El 4% de los turistas internacionales son provenientes de países como Estados Unidos, España, Panamá, México y Brasil.

Esta información confirma los resultados del análisis que se hizo de los datos Migración Colombia y la Aeronáutica Civil

- **Nivel de formación de los turistas:** El 53% de los encuestados tiene formación universitaria, el 30% manifiesta haber finalizado estudios de posgrado, 13% nivel técnico. Lo anterior da cuenta del impacto de los viajeros de negocio.

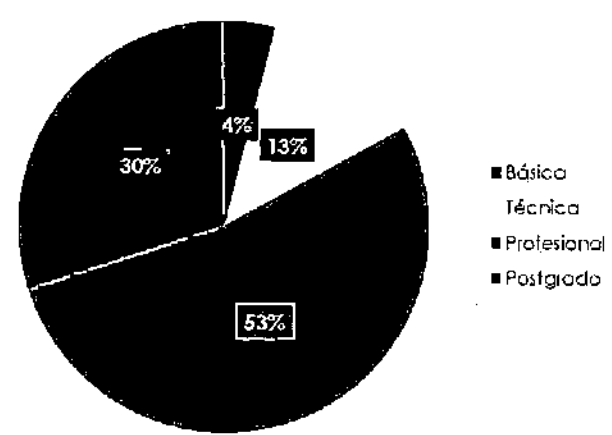


Gráfico 77: Nivel de formación turistas encuestados, 2018 (Elaboración propia)

- **Conformación del viaje:** El 47% de los encuestados hizo el viaje solo, mientras que el 24% lo realizó con un grupo de trabajo, seguido por los que lo hicieron en familia con 14%, en pareja con 8% y el 7% restante lo hizo con un grupo de amigos. Hay que resaltar que los turistas que manifestaron haber llegado al destino en familia se encontraron en la ciudad en el mes de diciembre para la celebración de las fiestas navideñas.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

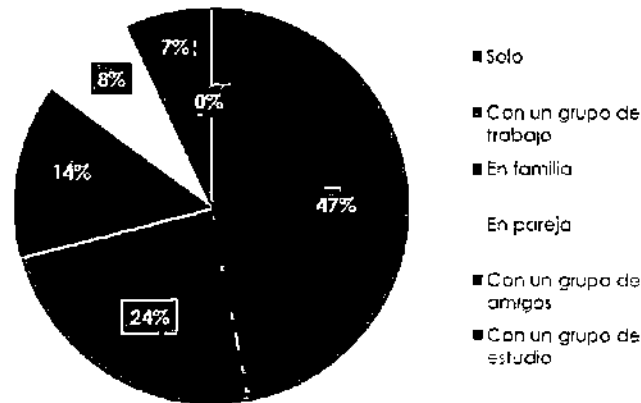


Gráfico 78: Conformación del viaje turistas encuestados, 2018 (Elaboración propia)

- **Motivo del viaje:** De los encuestados, el mayor porcentaje visita Barrancabermeja por negocios/trabajo (59%), esto es debido a que el municipio es sede de una de las refinerías más grandes del país. Luego se encuentra con el 25% las personas que llega a visitar familiares/amigos, el 9% llega al municipio para participar en un evento, e 7% lo hace por diversión/descanso.

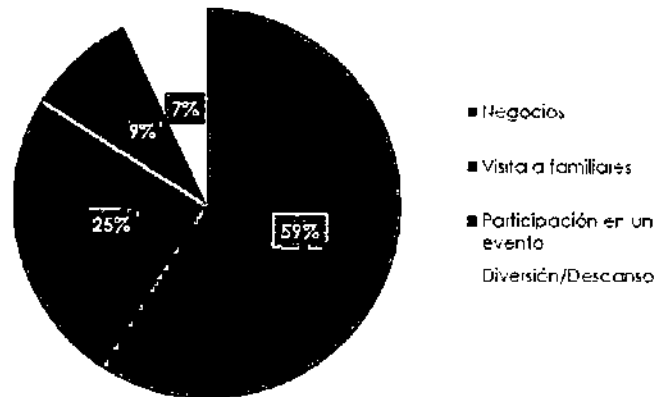


Gráfico 79: Motivación del viaje turistas encuestados, 2018 (Elaboración propia)

- **Tiempo:** al consultar sobre el tiempo que el turistas estaría dispuesto a utilizar en un viaje en el municipio de Barrancabermeja, el 51% dice que podría aprovechar tres días, 21% solo estaría durante un día de pasada para algún otro destino, el 15% realizaría su viaje durante una semana, El 5% manifiesta que no estaría dispuesto a pasar vacaciones en el municipio.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

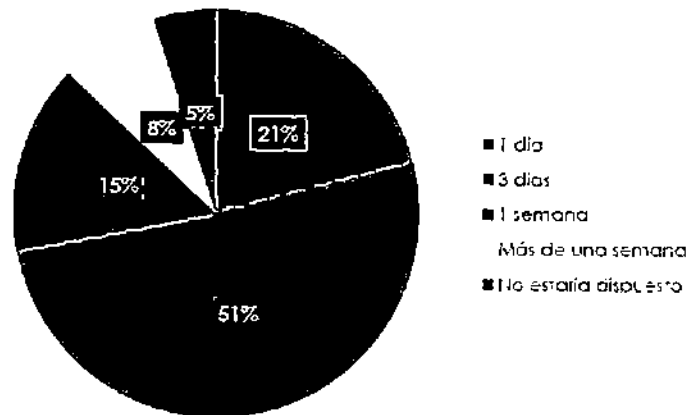


Gráfico 80: Tiempo dispondría en un viaje - turistas encuestados, 2018 (Elaboración propia)

- **Gasto:** en cuanto al dinero que invertiría en el destino por día - por persona en un viaje a Barrancabermeja, el 55% dice que estaría entre \$60.000 y \$100.000 COP, el 28% manifiesta que sería entre \$100.001 y \$200.000 COP, el 10% dice que entre \$200.001 y \$300.000 COP y el 7% restante cree que haría un gasto mayor a los \$ 300.000 COP.

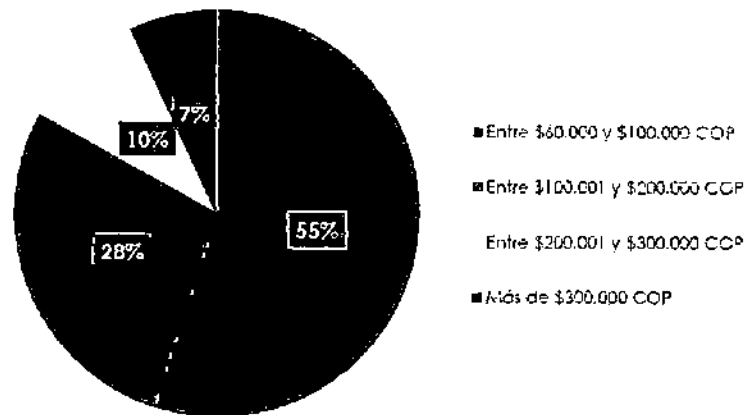


Gráfico 81: Gasto dispondría en un viaje - turistas encuestados, 2018 (Elaboración propia)

- Para conocer los elementos que motivarían a los visitantes a disfrutar y alargar su estadía en el municipio o a tomar la decisión de desplazarse hasta Barrancabermeja, la consultoría encontró: La visita a sitios icónicos (56%), Conocer la historia del petróleo (46%), conocer la cultura Barranqueña (43%). Por otro lado, está disfrutar de la gastronomía y de la naturaleza con 34% y 21% respectivamente. Cabe resaltar que en esta pregunta los participantes podrían escoger dos respuestas.



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

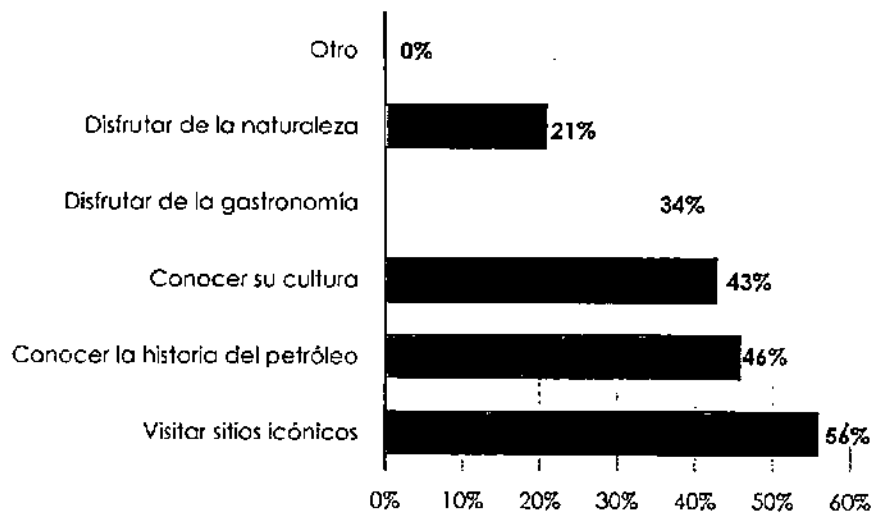


Gráfico 82: Motivación en un viaje - turistas encuestados, 2018 (Elaboración propia)

- **Nivel de preparación del destino:** de acuerdo con los turistas encuestados, Barrancabermeja se encuentra en un nivel medio (44%) – bajo (52%) de preparación como destino turística, adicionalmente en un 4% consideran que el desarrollo turístico del municipio es nulo. Reconocen que hay infraestructura adecuada, en especial en cuanto a alojamiento se refiere, pero considera que la gestión de los atractivos turísticos y la oferta de actividades es nula.

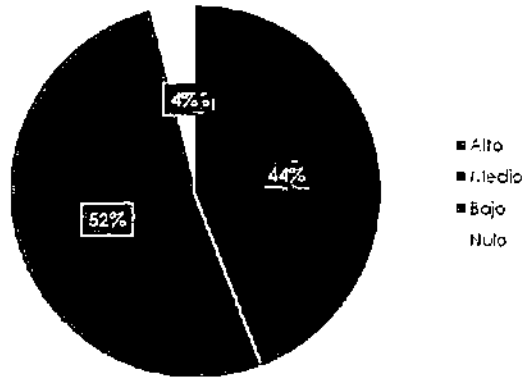


Gráfico 83: Nivel de preparación de Barrancabermeja - turistas encuestados, 2018 (Elaboración propia)

Taller de flujos

Para complementar el análisis de la demanda, la consultoría definió la importancia de trabajar con los actores del municipio, quienes en el día a día están en contacto con los viajeros, para apoyar la identificación de los perfiles que hoy llegan al Municipio de Barrancabermeja.

En el primer taller participativo realizado en tres sesiones los días 02, 03 y 04 de octubre de 2018, se realizó un ejercicio a través de la ficha perfil de demanda, donde se pidió a los asistentes caracterizar



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE
MUNICIPALIDAD LOCAL

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

el tipo de turista y describir qué hace en el municipio; entendiendo que son los prestadores de servicios turísticos y la comunidad en general, la que, al estar en contacto directo con los visitantes, conoce muy bien la forma en que se mueven en el territorio.

Esta información es fundamental, ya que permite visualizar y entender los intereses y motivaciones de los turistas en el destino.

PERFIL DE LA DEMANDA

	Perfil 1 (Actual)	Perfil 2 (Actual)
¿QUIÉNES SON?		
¿De dónde viene?		
Edad		
¿Por qué viene a Barrancabermeja?		
¿Cuántos días se queda?		
¿Cuánto gasta?		
¿A qué se dedica?		
¿Con quién viaja?		
¿Cómo se moviliza en Barrancabermeja?		
¿Qué visita en Barrancabermeja?		
¿Qué servicios usa en el destino?		
¿Viaja independiente o con una agencia de viajes?		

Imagen 63: Ficha perfil de demanda actual, 2018 (Elaboración propia)



Imágenes 64 y 65: Primeros talleres participativos, 2018 (Elaboración propia)



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja



Imagen 67: Primeros talleres participativos. 2018 (Elaboración propia)

Como resultado de la interacción con los actores, la información recogida a través de encuestas a prestadores de servicios turísticos, el trabajo de campo, observación y entrevistas semiestructuradas, se definieron los perfiles que se detallan a continuación:

Perfil 1	
Variable	Perfil
¿Quiénes son?	Turista de negocios/corporativo
¿De dónde vienes?	Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Cartagena y ciudades principales Extranjeros: Estados Unidos, Brasil, México, Perú
Edad	24 a 49 años
¿Por qué viene al destino?	Motivos laborales y negocios
¿Cuánto tiempo se queda?	Variables (3 a 5 días) Fijos (Meses - larga estadía)
¿Cuánto gasta?	\$1.000.000
¿A qué se dedica?	Empleados del sector industrial, academia y ONG
¿Con quién viaja?	Solo - compañeros de viaje/ Los de larga estadía pueden estar acompañados por su cónyuge
¿Cómo se moviliza en el destino?	Carros particulares pertenecientes a las empresas con las que trabajan o taxis del municipio
¿Qué visita en el destino?	Se desplazan de la ciudad al corregimiento del Centro a ejercer sus labores, cuando son de la industria petrolera Los funcionarios o empleados del sector comercial se quedan en el centro de la ciudad Visitan los hoteles y se desplazan a zonas como el Parque de la Vida en las noches y al Muelle a medio día para disfrutar de la gastronomía. Los que vienen por corta estadía no visitan los atractivos turísticos Los de larga estadía pueden visitar las Ciénagas de San Silvestre y el Llanito. En este corregimiento también aprovechan los fines de semana para comer.
¿Qué servicios usa en el destino?	Restaurantes, hotel, taxis o Aparta-hoteles, hoteles, transporte especial taxis o transporte especial
¿Viaja independiente o con una agencia de viajes?	El viaje normalmente es organizado por las empresas para las que trabajan, esto lo hacen directamente por convenios que tienen en la ciudad en el caso de las empresas petroleras, o a través de agencias de viaje. En algunos casos, en especial los funcionarios o empleados del área comercial hacen directamente sus reservas aprovechando principalmente los canales de internet, a través de las OTA (Agencias de viaje en línea)

Tabla 67: Perfil 1 de turistas actuales - taller participativo. 2018. (Elaboración propia)



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Perfil 2	
Variable	Perfil
¿Quiénes son?	Turistas de eventos deportivos
¿De dónde vienen?	Bogotá, Medellín, ciudades de La Costa – municipios vecinos del Departamento de Santander
Edad	14 a 28 años
¿Por qué viene al destino?	Eventos deportivos del municipio ejem: mundiales de ciclismo, BMX, Fútbol, etc.
¿Cuánto tiempo se queda?	2 o 3 días
¿Cuánto gasta?	Menos de 60.000 pesos diarios por personas
¿A qué se dedica?	Estudiantes de colegios y universidades
¿Con quién viaja?	Grupos deportivos - familiares que apoyan
¿Cómo se moviliza en el destino?	Transporte particular desde su ciudad de origen, taxi, transporte público (buses)
¿Qué visita en el destino?	-Escenarios deportivos para el ejercicio de la actividad Patinódromo Polideportivo Coviba Estadio de béisbol, fútbol Pista BMX -Para el disfrute del municipio Visita a centros comerciales, recorridos panorámicos de la ciudad
¿Qué servicios usa en el destino?	Hostales, apartahoteles, casas de familia. Los servicios gastronómicos son contratados en modalidad de menú ejecutivo con proveedores locales
¿Viaja independiente o con una agencia de viajes?	Los viajes son organizados por los clubes deportivos o sus familiares

Tabla 68: Perfil 2 de turistas actuales – taller participativo, 2018. (Elaboración propia)

Perfil 3	
Variable	Perfil
¿Quiénes son?	Turistas de paso
¿De dónde vienen?	Medellín - Bogotá – ciudades de la costa
Edad	Familias: a 75 años – Familias completas, padres - hijos - abuelos (activos), Padres e hijos hasta 18 años Amigos (18 – 25): Jóvenes en instituciones de educación superior de paso para la Costa o al Centro del país
¿Por qué viene al destino?	Punto de paso hacia municipios como Bucaramanga, San Gil – Paso para la Costa o al centro del país
¿Cuánto tiempo se queda?	Cuando deciden entrar a Barranca lo hacen para descansar o comer por 1 – 2 horas
¿Cuánto gasta?	\$30.000
¿A qué se dedica?	Familias con diversas ocupaciones, jóvenes estudiantes
¿Con quién viaja?	Grupos familias, grupos amigos
¿Cómo se moviliza en el destino?	Transporte particular / carro familiar -
¿Qué visita en el destino?	El Muelle, Centro comercial, estación de gasolina
¿Qué servicios usa en el destino?	Centros comerciales – Restaurantes
¿Viaja independiente o con una agencia de viajes?	Independiente

Tabla 69: perfil 3 de turistas actuales – taller participativo, 2018. (Elaboración propia)

Variable	Perfil
¿Quiénes son?	Grupos de estudio relacionados con el sector petrolero
¿De dónde vienen?	Bogotá, Medellín, Bucaramanga, y ciudades principales dentro de Colombia
Edad	24 a 40 años
¿Por qué viene al destino?	Estudios de carrera o especialización en programas relacionadas con la industria petrolera



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

¿Cuánto tiempo se queda?	2 a 3 días	
¿Cuánto gasta?	\$250.000	
¿A qué se dedica?	<p>Dos grupos: Estudiantes universitarios de carreras relacionadas a la industria. Estos solo viajan una vez al destino en su carrera, una vez por semestre. Participantes de cursos, diplomados o maestrías para profesionales de la industria del petróleo. Fue un sector muy representativo que se vio fuertemente afectado por la crisis del petróleo, de 24-48 grupos al año se pasó a 2 grupos al año.</p>	
¿Con quién viaja?	Grupos organizados por la Universidad o centro de estudio. 40-80 personas.	
¿Cómo se moviliza en el destino?	Buses contratados por medio de la agencia que organiza el viaje.	
¿Qué visita en el destino?	<p>La visita se centra en el corregimiento El Centro Sitios de la operación petrolera (previa coordinación de operador local – agencia - Ecopetrol): -Primos pozos de exploración -Estación de filtrado -Clúster con sistemas de levantamiento (varios machines juntos) Sitios de uso del personal de petróleo: -Club Internacional (punto de almuerzo y descanso en la ruta) -Plaza Centenario -Casino (usado como biblioteca) -Teatro (abandonado) -Museo del Petróleo, Tarde libre en Barranca para centros comerciales Actividad nocturna en "chiva" – Disfrute de la gastronomía</p>	
¿Qué servicios usa en el destino?	<p>Hotel comercial u hospedaje adaptado. Alimentación en Club internacional Transporte en buses Guía local</p>	A los grupos de profesionales se les podría articular con compras locales (lácteos o artesanías)
¿Viaja independiente o con una agencia de viajes?	Con agencia en ciudad emisora y agencia local en El Centro. Esta última diseña el programa y obtiene los permisos de Ecopetrol.	

Tabla 70: Perfil 4 de turistas actuales – taller participativo, 2018. (Elaboración propia)



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

BIBLIOGRAFÍA

- AERONÁUTICA CIVIL. "Boletín estadístico tráfico aeropuertos" 2012 a 2018. Colombia
- AERONAUTICA CIVIL. "Serie Histórica Anual de Pasajeros Origen Destino 2002 – 2016". Colombia
- ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA. "Plan de Desarrollo 2016 – 2019". Barrancabermeja 2016. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo> Consultado en octubre de 2018.
- ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA. Decreto 547 por medio del cual se dicta el decreto de liquidación del presupuesto general de rentas y gastos del municipio de Barrancabermeja para la vigencia fiscal del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019
- AMADEUS IT GROUP. "Active senior traveler". Mayo 2018. Disponible en: <https://amadeus.com/en/insights/research-report/active-senior-traveller> Consultado en noviembre de 2018
- AMADEUS IT GRUP. "Next gen traveler". Junio de 2016 Disponible en: <https://amadeus.com/en/insights/research-report/nextgen-traveler>. Consultado en noviembre de 2018
- AMADEUS. "Future Traveller Tribes 2030". Disponible en: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/travel-report-future-traveller-tribes-2030.pdf> Consultado en noviembre de 2018
- BOSHNA, Jeroe. "Generación Einstein, más listos, más rápidos y más sociales ", 2006. Disponible en: https://www.anele.org/jornadas_tecnicas/generatie_einsteinspaans_jeroen.pdf Consultado en noviembre de 2018
- CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA. "Invertir en Barranca la mejor opción". Disponible en: http://www.ccbarranca.org.co/ccbar/images/documentos/invertir_en_barrancabermeja.pdf Consultado en octubre de 2018
- CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA / CENTRO DE ESTUDIOS, INVESTIGACIONES Y PROYECTOS PARA LA COMPETITIVIDAD DE BARRANCABERMEJA. "Síntesis del sector turismo". Barrancabermeja, 2017
- CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA. Disponible en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_pib/porcentual/45?f=1 Consultado en enero de 2019
- CENTRO DE PENSAMIENTO TURÍSTICO COLOMBIA: COTELCO – UNICAFAM "Índice de competitividad turística regional de Colombia ICTRC". 2017 – 2018 Disponible en http://www.cptur.org/Publicaciones/oOGVklQsHFpRqCD?utm_source=sendinblue&utm_campaign=MD Comunicado CPTUR Resultados ICTRC 2017&utm_medium=email Consultado en enero de 2019
- CENTRO DE ESTUDIOS, INVESTIGACIONES Y PROYECTOS PARA LA COMPETITIVIDAD DE BARRANCABERMEJA. "Síntesis del sector turismo". Barrancabermeja, 2017. Pp 10
- CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES DEL MAGDALENA MEDIO, Encuesta de Seguridad y Convivencia 2017, 2018, Colombia. Disponible en:



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

<http://cer.org.co/index.php/observatorios/mercadolaboralabs/boletines/otros-boletines/204-encuesta-de-seguridad-y-convivencia-barrancabermeja-2017-boletin-2> Consultado en octubre de 2018

CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES, Plan Municipal de Turismo. Disponible en: [http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/183.Plan de desarrollo turístico d e Santander.pdf](http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/183.Plan%20de%20desarrollo%20turistico%20de%20Santander.pdf) Consultado en Octubre de 2018

CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES DEL MAGDALENA MEDIO "Visión prospectiva Barrancabermeja 2032: Puerto de Paz y Epicentro de Oportunidades". Barrancabermeja, 2015

CLUSTER DEVELOPMENT DE COLOMBIA "Documento de prospectiva del sector turístico Barrancabermeja". Colombia 2016

CONCEJO MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA, Plan de Ordenamiento Municipal 2003, Colombia. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/sites/default/files/opendata/Acuerdo%20018%20de%202002.pdf> Consultado en octubre del 2018

CORPORACIÓN AUTÓNOMA DE SANTANDER. "Complejos humedales identificados para el Magdalena Medio Santandereano". Disponible en: http://cas.gov.co/images/magdalena/Complejos_Humedales_Identificados_Magdalena_Medio.pdf Consultado en diciembre de 2018

CORPORACIÓN AUTÓNOMA DE SANTANDER. "Cuerpos de agua del departamento". Disponible en: http://cas.gov.co/images/magdalena/Cuerpos_Agua_Identificados_Municipios_Santander.pdf Consultado en diciembre del 2018

CORPORACIÓN AUTÓNOMA DE SANTANDER. "Humedales del río Magdalena". Disponible en: <http://cas.gov.co/index.php/magdalena> Consultado en noviembre de 2018

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. "Encuesta de gasto en turismo interno". Febrero de 2016. Disponible en https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encuesta_gastos_turismo_Int_EGIT/Pres_EGIT_14_15.pdf Consultado en diciembre de 2018

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, Fichas de Caracterización Territorial 2018, Colombia. Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/Paginas/Fichas-de-Characterizacion-Regional.aspx> Consultado en octubre de 2018

FINDETER, "Plan de Acción Barrancabermeja". Colombia, 2015

FONDE DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, Plan de Desarrollo Turístico de Santander 2012, Disponible en: [http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/183.Plan de desarrollo turístico d e Santander.pdf](http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/183.Plan%20de%20desarrollo%20turistico%20de%20Santander.pdf) Consultado en octubre de 2018

INSTITUTE OF DESIGN AT STANFORD. "Mini guía: Introducción al Design Thinking". Disponible en: <https://dschool-oid.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/31fbd/attachments/027aa/GU%C3%8DA%20CEL%20PROCESO%20CREATIVO.pdf?sessionID=8af88fee76ecd1fb7879c915073461486c425622> Consultado en octubre de 2018



El progreso
es de todos

Mincomercio



Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

LEY 330 DE 1997, Colombia. Disponible en:

<http://ecursos.ccb.org.co/ccb/pot/PC/files/ley388.html> Consultado en octubre de 2018

MIGRACIÓN COLOMBIA. "Flujos migratorios". Disponibles en:

<https://public.tableau.com/profile/migracion.colombia#!/vizhome/TablasdeSalidas2017/FlujosMigratoriosdeColombianos2017> Consultado en enero de 2019

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. "Perfil económico y comercial Departamento de Santander". Disponible en

<http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=14bd43fc-7060-410d-972f-08cad3925963> Consultado en enero de 2019

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Grupo de Corredores Turísticos. "Informe Santander". Diciembre de 2018

MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, Informe Trimestral de las TIC 1 - 2018, Colombia, Disponible en:

<https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-75854.html> Consultado en Octubre de 2018

MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, Puntos Vive Digital, 2018, Colombia. Disponible en: <https://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-669.html> Consultado en Octubre de 2018

MINISTERIO DE VIVIENDA, Proyectos estratégicos del Eje Ribereño del Magdalena Medio 2018.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "Panorama OMT del turismo internacional 2018. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890> Consultado en enero del 2019

PARQUES NACIONALES NATURALES, Registro Único de Área Protegidas (RUNAP), Colombia. Disponible en: <http://runap.parquesnacionales.gov.co/> Consultado en octubre de 2018

PROCOLOMBIA. "Colombia, destino para invertir en Infraestructura de hotelería y turismo". Abril 2018

PROCOLOMBIA. "Informe extranjero en Colombia" 2017 - 2018, 2018. Disponible en: <http://www.procolombia.co/publicaciones-procolombia/informe-turismo-inversion-y-exportaciones> Consultado en enero 2019

PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA-PTP. "Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza - Presentación final". Colombia, 2013

RECOVECOS. "Magdalena Travesía Mágica" - Diseño de Producto Turístico. Julio 2014, Colombia. Disponible en: <http://magdalenatravesiamagica.com/boletines/> Consultado en octubre de 2018

SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA, Informes y cifras septiembre 2018, Colombia. Disponible en: <https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/10099098> Consultado en octubre de 2018

SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA, Informes y cifras septiembre 2018, Colombia. Disponible en: <https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/10099098> Consultado en octubre de 2018



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR CO
COLOMBIA



BARRANCABERMEJA
POSIBLE

Plan de Desarrollo Turístico Barrancabermeja

Otros sitios web consultados:

TRIPADVISOR, <https://www.tripadvisor.co/>

BOOKING, <https://www.booking.com>

MINUBE, <https://www.minube.com.co/>

EXPEDIA, <https://www.expedia.com/>

TRIVAGO, <https://www.trivago.com.co/>

AIRBNB, <https://www.airbnb.com.co/>