

Propuesta Técnica y Financiera ESAL

Caracterización de las agencias de viajes del departamento de Boyacá para la consolidación de la oferta turística de los territorios y el fortalecimiento como gremio y realización del Encuentro Colegios Amigos del Turismo.

Tunja, 10 de agosto de 2022

Información confidencial: Este documento pertenece exclusivamente al Centro Regional de Gestión para la Productividad y la Innovación de Boyacá – CREPIB. Fue desarrollado para su uso confidencial por parte de la Secretaría de Turismo de la Gobernación de Boyacá como propuesta de trabajo. No se puede divulgar ni utilizar sin consentimiento escrito de su proponente. No podrá ser usado de cualquier manera en detrimento de los intereses del CREPIB

INFORMACIÓN DE LA PROPUESTA					
Título de la propuesta	Caracterización de las agencias de viajes del departamento de Boyacá para la consolidación de la oferta turística de los territorios y el fortalecimiento como gremio y realización del Encuentro Colegios Amigos del Turismo				
Duración	4 meses				
Costo total	$ 72.000.000				
INFORMACIÓN DEL PROPONENTE					
Razón Social	Centro Regional de Gestión para la Productividad y la Innovación de Boyacá - CREPIB				
Dirección	Casa 3 Bloque 6, Barrio la colina, UPTC sede Central				
Teléfono	(+57) 3108024164				
Correo electrónico	direccion@crepib.org.co		Página Web	http://www.crepib.org.co	
NIT	820002828-5	Ciudad	Tunja	Departamento	Boyacá
Representante legal	Mariana Palacios Preciado				
Cédula de Ciudanía	40.010.462		De (Ciudad)	Tunja	

Contenido

Contextualización Nacional y Geográfica 3
Antecedentes y Problema 5
Pertinencia con la planeación departamental y nacional 6
Objetivos 8
Justificación de la Propuesta 8
Metodología y Resultados 10
Fases 11
Cronograma y resultados 12
Entregables 12
Agenda propuesta Encuentro Colegio amigos del Turismo 13
Presupuesto 14
Referencias Bibliográficas 15

Caracterización de las agencias de viajes del Departamento de Boyacá para la consolidación de la oferta turística de los territorios y el fortalecimiento como gremio

Contextualización Nacional y Geográfica

A nivel mundial y durante los últimos años el sector turístico se ha posicionado como uno de los sectores económicos de mayor auge y crecimiento. Sin embargo, los efectos del COVID -19 lo han afectado de manera notoria, particularmente en la generación de empleo, según la OMT estima que a la fecha el turismo pierde un millón de empleos al día.

Colombia entre los años 2011 y 2017, presentó un incremento de un 69% en las llegadas de viajeros internacionales, 52% en generación de divisas, 19% la creación de nuevos empleos y 74% en la incursión de nuevas empresas (MINTIC, 2019, como se citó en Gobernación Boyacá, 2020). Así mismo, el DANE, establece que el turismo medido desde la rama de hoteles y restaurantes representó el 3,78% del PIB en Colombia durante 2017 (UNICAFAM & COTELCO, 2019, como se citó en Gobernación Boyacá, 2020), evidenciando su gran potencial de desarrollo. El Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 "Turismo, el propósito que nos une", establece 6 líneas estratégicas que responden a las tendencias actuales del mercado, como la búsqueda de experiencias únicas y necesidades básicas que tiene el país y sus regiones (Gobernación Boyacá, 2020, p 162).

1. Gestión integral de destinos
2. Mejor infraestructura y conectividad a fin fortalecer el desarrollo empresarial.
3. Emprendimiento, formalización y productividad
4. Educación para el turismo con altos estándares internacionales.
5. Información y promoción eficiente para la productividad y
6. Fortalecimiento de la institucionalidad a fin mejorar la gobernanza turística, para impulsar el turismo interno

Boyacá ha posicionado el turismo como un sector dinamizador de la economía regional, gracias a la diversidad y riqueza ecológica, histórica, cultural, patrimonial, ancestral, paleontológica, arquitectónica, religiosa. Sin embargo, el panorama actual y futuro es incierto, debido a las restricciones de movilidad que ha generado la pandemia por Covid-19. Situación que exige mayores esfuerzos y retos para los diversos actores de la cadena de valor del turismo, en términos de mejorar la calidad del servicio, fortalecer la confianza, salubridad y seguridad, aumentar la promoción, consolidar el trabajo en red, impulsar el mercado interno, entre otros.

Las dinámicas del turismo requieren gran flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de innovación, especialmente para quienes sirven de bisagra o de integradores en la cadena, como las agencias de viajes que tienen la tremenda responsabilidad de conocer suficiente y responsablemente la oferta territorial, para cumplir el rol de asistencia, intermediación, organización, orientación, dan respuesta a los

requerimientos de los turistas, son los que dan a conocer y ofrecen de primera mano el destino y facilitan la venta de productos y servicios turísticos. Estos roles se desarrollan de distintas formas de acuerdo con el tipo de agencias, que pueden ser mayoristas, minoristas, mayoristas-minoristas, pueden ser según su localización geográfica emisora, receptora y emisora-receptora; o pueden ser según el canal de distribución, franquicia, virtuales.

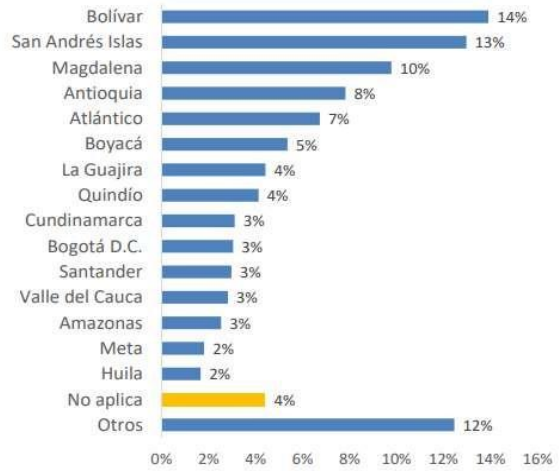
Por la importancia de las Agencias de Viajes para el desarrollo del turismo, la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO, realizó un estudio para conocer el comportamiento del mercado, de acuerdo con las medidas de reapertura del turismo y la dinámica con relación a la reactivación gradual de la economía, entre el 12 y el 28 de julio con la participación de 133 empresas (Anato, Encuesta situación reactivación Agencias de Viaje, 2021).

Se identificó que, según el número de empleados, la mayoría (49%) de agencias son microempresas, empresas pequeñas (38%), empresas medianas (11%) y apenas el 2% son grandes empresas. La mayoría (74%) son agencias de viajes y turismo, el 14% son mayoristas, el 11% son operadoras, el 1% son oficinas de representación turística, al igual que el operador profesional de congresos, ferias y convenciones. La comercialización está dividida en 70% vacacional y 30% corporativo, y la comercialización según destino es 64% nacional y 36% internacional.

Otros hallazgos relevantes y preocupantes están relacionados con la situación financiera, se encontró que el 51% de las agencias están trabajando a perdida, 35% en el punto de equilibrio y apenas el 14% generan utilidades o excedentes. Frente a esta situación, los representantes de las agencias consideran que deben contar con mayor apoyo en el fortalecimiento de su productividad, principalmente en la implementación y fortalecimiento de nuevas tecnologías en un 30%, capacitación del personal en actuales tendencias y habilidades con un 23% y el acceso a financiamiento con un 21%. En conclusión, la incertidumbre durante el primer semestre del año impacto en una recuperación muy lenta de las Agencias de Viajes, determinada en gran medida por restricciones y dificultades del mercado internacional (ANATO, Encuesta situación reactivación Agencias de Viaje, 2021).

ANATO también realizó un estudio entre el 2 y 15 de febrero con la participación de 1.723 personas, para identificar las tendencias y preferencias de viajes (Anato, Encuesta tendencias del viajero, 2021). Se encontró que el 32 % de las personas tienen entre 35-49 años, la denominada generación X, el 29% son de la generación boomers, es decir, entre 50 a 64 años, el 28% de las personas son menores de 34 años de la generación centenials-millenials y el 12% la generación mayor de 65 años. El principal destino de Colombia es Bolívar, Boyacá se encuentra en el sexto lugar de los principales destinos nacionales preferidos por los viajeros con un 5%, después de Atlántico con 7% y antes de La Guajira con 4%, ver gráfico. El tipo de turismo que más les interesa a los encuestados es sol y playa, con un 36%, ecoturismo-naturaleza con un 23%, recorrer ciudades con 18%, cultural un 12%, recorrer municipios un 5%, aventura el 3%, náutico y cruceros 2% y agroturismo (actividades en granjas y animales) con 1%.

Grafica 1. Principales destinos nacionales.



Fuente: Encuesta tendencias del viajero, (Anato),2021

La mayoría (51%) de turistas prefieren viajar por su cuenta, planean todo ellos mismos, buscando cada uno los servicios, el 32% de los viajeros contratan con agencias de viajes tradicionales en oficinas, redes sociales y teléfono, y apenas el 16% prefiere comprar en agencias de viajes online. Lo cual muestra la necesidad de consolidar procesos de innovación en las agencias de viajes, que permitan aumentar la preferencia de los turistas.

Antecedentes y Problema

Con la coyuntura de la pandemia el turismo es uno de los sectores más afectados, no solo por las restricciones de movilidad, sino porque las personas ante la reducción de los ingresos reducen de manera casi inmediata los gastos asociados al ocio y la recreación. Y quienes deciden viajar lo hacen en condiciones que les permita gozar de mayor seguridad, calidad y confianza.

En este contexto y teniendo en cuenta los resultados antes mencionados sobre el estudio de tendencias del viajero en el 2021, realizada por ANATO, las Agencias de Viajes, aunque continúan siendo una opción para que los turistas decidan y realizan sus viajes, es necesario fortalecer el rol de las agencias de viaje, aumentado su competitividad y el valor agregado que perciben los turistas. La situación de las agencias se hace evidente en las cifras del DANE que muestran que en 2020 las cifras nominales de agencias de viajes cayeron 70,4% frente a 2019. Será necesario entonces reactivar el turismo con los aprendizajes que ha dejado la pandemia, reducir el estancamiento en los modelos de negocio y en la oferta que motivan al turista a visitar destinos sin contar con las agencias.

Esto implica resolver diversos retos que tiene el turismo, como la desarticulación público – privada, la informalidad, la falta de regulación y rigurosidad en la expedición del Registro Nacional de Turismo (RNT), la baja formación del personal, la ausencia de bilingüismo, la baja adopción de nuevas tecnologías, la deficiente señalización turística, los problemas de conectividad, la falta de mecanismos de evaluación de los impactos del turismo, los exiguos procesos de planeación regional y local, la baja articulación con

las comunidades de acogida, la desigualdad en la distribución de los beneficios del turismo, los deficientes procesos de marketing, el analfabetismo digital, entre otros.

A lo anterior se suman las problemáticas asociadas a la dificultad en la gestión de la información departamental, aspecto determinante para la toma de decisiones. El Sistema de Información Turístico de Boyacá, se implementó en el 2015, cuenta con información de la mayoría (92,3%) de las provincias del departamento, durante el periodo 2017- 2019 presentó 348.247 visitas y provee información especializada del departamento, estos contenidos son necesarios pero insuficientes, porque no tiene datos en tiempo real e indicadores claves. Además, la desactualización y desarticulación de los Planes de Ordenamiento Territorial y los Planes de Ordenamiento Ecoturístico en el departamento realmente hacen la tarea difícil para las Agencias.

La planificación y el desarrollo turístico de los destinos deben ser abordados desde una perspectiva integral, teniendo en cuenta los múltiples factores que intervienen y, en especial, el papel que las agencias de viajes desempeñan en la configuración de un sector que cada día toma mayor relevancia en el desarrollo económico de las regiones con altas potencialidades turísticas que han encontrado en él un motor para impulsar sus economías, permitiendo la generación de ingresos, el avance de las comunidades locales y, por ende, el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Lo anterior implica hacer un análisis y caracterización de las agencias de viajes teniendo como punto de partida la revisión de los informes oficiales actualizados de las empresas turísticas de operación e intermediación, con la finalidad de identificar las capacidades de innovación de las agencias de viajes en el Departamento. Según los registros de las Cámaras de Comercio, en la jurisdicción de Tunja existen 153 agencias formalizadas, en Duitama se reportan 58 agencias y en Sogamoso 43, para un total de 254[1]. Este grupo de agencias necesita ofrecer servicios que cumplan con los requerimientos que exigen las nuevas tendencias, con experiencias planificadas, novedosas, sostenibles, regenerativas, responsables, seguras, confiables, etc. Por ello, la importancia de caracterizar las agencias de viajes en el territorio, identificar los modelos de operación turística, sus capacidades de innovación y de adopción tecnológica para la promoción del destino, la comercialización de productos y servicios y con ello determinar las estrategias que contribuyan a mejorar su gestión, incrementar el volumen en ventas y fortalecer el turismo en el departamento.

Pertinencia con la planeación departamental y nacional

El plan de desarrollo departamental 2020- 2023, en su componente Institucionalidad (46), plantea el fortalecimiento del Turismo, a través de la creación de entornos favorables mediante la coordinación público-privada, los consejos de Turismo (departamental y provinciales), Comités y Mesas Técnicas y la articulación con las entidades del sector a nivel nacional y con la RAPE Región Central, en procura de dar respuesta a iniciativas regionales que ayuden a la recuperación económica del departamento de Boyacá, por las consecuencias del COVID 19, que propiciarán el desarrollo, sostenibilidad y la competitividad del sector, garantizando el enfoque diferencial e implementando las políticas públicas

[1] De acuerdo con la información de las bases de Datos aportadas por las Cámaras de Comercio de Tunja, Duitama y Sogamoso

del sector turístico. Este contexto exige repensar las estrategias de desarrollo económico a la luz de modelos alternativos que conlleven a una transición hacia un desarrollo más sostenible, a través de la potencialización de las capacidades productivas locales y la integración regional. En el capítulo ii línea estratégica económica y de oportunidades artículo 17. Descripción un pacto social por Boyacá; por las oportunidades, se busca potenciar los sectores productivos y el suministro de bienes y servicios para el fortalecimiento del comercio, con el fin de poder enfrentar las vulnerabilidades socioeconómicas, consecuencia de la pandemia del COVID-19 en el departamento. A partir de la estrategia transformación productiva con equidad y de desarrollo desde dentro, construir un soporte que propenda por un desarrollo y crecimiento económico inclusivo, transversal entre los sectores de producción, y que potencie las capacidades, dinamice el ingreso económico y genere empleo productivo digno, especialmente para la población joven entre 14 y 28 años, quienes no se quedan en el departamento debido a las escasas oportunidades educativas, laborales y de emprendimiento (Gobernación Boyacá, 2020).

El Plan de Desarrollo "Pacto social por Boyacá, tierra que sigue avanzando", en su programa 42 Fortalecimiento del Patrimonio Cultural del Departamento de Boyacá, tiene como objetivo: Fortalecer y fomentar los procesos de identificación, protección, conservación, salvaguardia y difusión del patrimonio cultural material e inmaterial del departamento de Boyacá, a través de estrategias, que permitan adelantar acciones de protección, reconocimiento y divulgación, para preservar e impulsar nuestra identidad cultural.

Y en el Subprograma 42.1 Memoria Vital de los Boyacenses. Desarrollará procesos de fortalecimiento, fomento, formación, investigación, transmisión, salvaguardia y circulación de los oficios de las artes y el patrimonio cultural inmaterial orientados hacia las costumbres, tradiciones e identidades en los territorios del departamento de Boyacá, para el desarrollo social de los municipios con el objetivo de fortalecer el patrimonio cultural inmaterial del departamento.

El Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022 Pacto por Colombia, pacto por la equidad, tiene como fin articular los programas de fortalecimiento empresarial para que los empresarios accedan a una oferta que corresponda con sus necesidades, modernizar el marco regulatorio para que el turismo se adapte a los nuevos contextos y realidades del sector y las regiones, incentivar los proyectos turísticos especiales de gran escala, en sitios de alta importancia estratégica para el desarrollo o mejoramiento del potencial turístico del país, desarrollar productos turísticos diferenciados y de alto gasto, como el turismo de naturaleza, turismo cultural, turismo de reuniones, turismo de salud y de bienestar, atraer inversión para infraestructura turística sostenible de talla mundial, simplificar los trámites para la inscripción y actualización del Registro Nacional de Turismo (RNT), fortalecer las cualificaciones educativas, formativas y las competencias laborales relacionadas con las actividades u oficios del turismo y actualizar la regulación para el ejercicio de los guías turísticos.

Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer el desarrollo de habilidades y competencias del talento humano del sector turismo en Boyacá.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Apoyar la formación del personal de las agencias de viajes.

2. Promover proyectos de investigación, desarrollo e innovación en turismo.

3. Incentivar la implementación de actividades de cultura turística en Colegios Amigos del Turismo – CAT.

Justificación de la Propuesta

La posibilidad de estudiar, conocer, profundizar y relacionarse con un tema nos da la posibilidad de mejorarlo. Así, esta propuesta pretende generar un proceso de fortalecimiento organizacional, a partir del conocimiento profundo de las necesidades y capacidades de innovación y competitividad de las agencias de viajes, agencias operadoras y oficinas de representación turística, como actores clave en el desarrollo integral del turismo.

La caracterización de las agencias de viajes permitirá fortalecer el capital social, la integración e intercambio en el gremio, porque reconociendo las necesidades y capacidades es posible planear escenarios de trabajo en conjunto, con productos turísticos más consolidados y eficientes, con mayor regulación y promoción, con personal mejor capacitado, con mejores herramientas tecnológicas, con prácticas amigables con el medio ambiente y con las comunidades locales, con espacios de participación en las políticas gubernamentales, con redes de intercambio con entidades privadas y públicas de orden nacional e internacional, que logre satisfacer las necesidades de los turistas, sin erosionar los recursos en el territorio, con una distribución más equitativa de los beneficios y que logre ubicar a Boyacá como destino seguro, sustentable y de calidad.

Siendo conocedores de la importancia del fortalecimiento de la identidad cultural en los territorios y desde la experiencia de CREPIB en procesos de transferencia y apropiación social de conocimiento, se establece la necesidad de trabajar en conjunto para fortalecer el programa de los Colegios amigos de Turismo - CAT del Viceministerio de Turismo, mediante la promoción de espacios que permitan fomentar el interés hacia el turismo en niñ@s y jóvenes de colegios donde esta actividad es representativa económica y socialmente. El Departamento de Boyacá en el marco del Plan de Desarrollo propone fortalecer iniciativas que busquen la protección del territorio, la conservación de la naturaleza y de la identidad cultural mediante el acompañamiento a este Programa.

En el marco del Programa CAT participan iniciativas promovidas por los colegios en conjunto con el Ministerio de Cultura y el Programa Ondas, además del Viceministerio de Turismo donde la representación de Boyacá cada vez es más visible. Dando continuidad a este proceso se propone un

encuentro para reconocer e intercambiar experiencias y prácticas de los Colegios, al tiempo que se identifican oportunidades o alternativas que permitan fortalecer los procesos de apropiación social de conocimiento en l@s jóvenes alrededor de la actividad turística.

El CREPIB actualmente cuenta con la experiencia e idoneidad en procesos de investigación, asesoría y consultoría vinculada con las temáticas sugeridas en el sector del turismo:

Entidad/organización aliada	Proyecto	Año
Colciencias	Fortalecimiento de la capacidad de gestión del CREPIB a través de la formación del capital social, con aplicación al sector turismo en cinco municipios del departamento de Boyacá	2008
Gobernación de Boyacá/Secretaría de Desarrollo empresarial	Desarrollo de un proceso de formación en capacidades gerenciales empresariales en el sector turístico para regiones priorizadas en Boyacá	2008
Gobernación de Boyacá-Cámaras de Comercio Universidad Santo Tomás	Análisis de las determinantes de competitividad y productividad en el sector manufacturero pymes y de turismo en el departamento de Boyacá, en este proyecto participan Universidades, Gobierno, sector privado	2008
Gobernación de Boyacá/Secretaría de Desarrollo empresarial	Conformación de grupos de calidad para el circuito turístico de los nevados en el departamento de Boyacá con aplicación a restaurantes y hoteles.	2010
Colciencias	Fortalecer la capacidad de gestión del CREPIB en la apropiación de I+D+I en los sectores productivos	2011
Colciencias	Fortalecer la capacidad de gestión del CREPIB para impulsar el Sistema Departamental Ciencia, Tecnología e Innovación.	2011
UPTC	Determinantes de la competitividad de la agroindustria y el turismo en Boyacá	2011
Gobernación de Boyacá/Secretaría de Desarrollo empresarial	Apropiación de la cultura de calidad como agente dinamizador del turismo en los prestadores de servicios turísticos de las provincias de Norte y Gutiérrez del departamento de Boyacá	2012
Gobernación de Boyacá/Secretaría de Desarrollo empresarial ETB	Diagnóstico del uso y apropiación de las tecnologías de la información y comunicación en las MIPYMES del sector agroindustria y turismo en el departamento de Boyacá	2012
UPTC/Alcaldía de Miraflores	Plan Estratégico del Turismo para el Municipio de Miraflores	2012
UPTC	Procesos de Integración Territorio y Prestadores de Servicios Turísticos un Caso de Estudio para la Ciudad de Tunja	2018
UPTC	Adaptar la metodología design thinking en los procesos de innovación del sector turístico de la provincia del Alto Ricaurte (Boyacá)	2019
UPTC/Fundación Paipa Bicentenaria	Emprendimiento cultural y propiedad intelectual en la provincia del Tundama - Departamento de Boyacá	2020

Entidad/organización aliada	Proyecto	Año
UPTC	Análisis de capacidades de gestión de innovación como aporte a la competitividad de los prestadores de servicios turísticos de Boyacá	2020
MINCIENCIAS	Estancia Posdoctoral: Diálogo de saberes en la consolidación de territorios visto desde la diversidad cultural.	2021
MINCIENCIAS-Gobernación de Boyacá/Secretaría de Desarrollo empresarial	Diplomado: Turismo sostenible para empresas y destinos: actores clúster turismo Sogamoso	2021
UPTC- CONSEJO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	Alternativas y potencialidades de valor agregado en iniciativas turísticas de tipo comunitario. Lecciones a partir del caso de la Provincia de Alto Ricaurte (Boyacá)	2021

Metodología y Resultados

La caracterización de las agencias de viajes en el departamento de Boyacá se desarrollará bajo dos orientaciones, primero se validará con las agencias de viaje y el SITUR la oferta de productos y servicios turísticos disponible en la zona de estudio con el propósito de consolidar la oferta territorial.

El segundo enfoque validará las capacidades de gestión empresarial y de innovación con el propósito de establecer las brechas o necesidades de las agencias de viaje, para identificar alternativas de mejoramiento respecto a las tendencias del mercado turístico, teniendo en cuenta los aprendizajes obtenidos de la pandemia por COVID.

Adicionalmente se generará un espacio de intercambio de conocimiento que incluya otros actores de la cadena de valor del turismo, así como requerimientos de la demanda. Esto con el propósito de generar espacios de confianza y trabajo articulado territorial.

Esta propuesta se fundamenta metodológicamente en la gestión de la innovación entendida como "actividades realizadas por un equipo de gestores que ayuda a acelerar las ideas en innovaciones y que responden a problemas de mercados y contexto de las estrategias empresariales" (Lundvall, 1992; Huber (2001). Se toman elementos acerca de la valoración de capacidades medulares (se definen como el conjunto de destrezas, procesos, valores, tecnologías y activos, que proveen beneficios a clientes creando una diferenciación sobre la competencia), tipos de innovación generados sobre las tendencias de la actividad económica y métricas de innovación.

En cada una de las fases concertadas se realizarán reuniones de trabajo entre la Gobernación de Boyacá y la mesa técnica para conocer el nivel de avance de acuerdo con el cronograma propuesto.

Se contará con el apoyo de personal especializado de CREPIB y de la Mesa Técnica de las Agencias de viaje para el diseño y análisis de instrumentos, además del apoyo en la convocatoria para la recolección de información necesaria para el proyecto.

Fases

a. Delimitación del Alcance: se validará la información de las Cámaras de Comercio, Gobernación de Boyacá, CREPIB y las referidas por los líderes del turismo regional y la Mesa Técnica de Agencias de Viaje del Departamento, para consolidar la base de datos de agencias departamentales y establecer muestra de las agencias que participarán en la caracterización de acuerdo con su tipología.

b. Aplicación de instrumentos de medición: con las bases de datos organizadas, se organizará el proceso logístico para la aplicación de las encuestas y/o instrumentos que permitirán validar tanto la información sobre la oferta turística disponible, como las capacidades de innovación.

c. Análisis de la información: la caracterización se realizará con las agencias de viajes activas, con ellas identificaremos la oferta disponible y potencial, así como los mercados cubiertos. El análisis de las capacidades empresariales y de innovación se realizará mediante el uso de herramientas que evalúan los conocimientos, atributos, habilidades, competencias, procesos, tecnologías que permiten la diferenciación o la generación de valor por parte de las agencias.

d. Identificación de tendencias en la actividad económica: las tendencias muestran los posibles horizontes, motivaciones y cambios que se pueden dar en un sector o actividad. Esperamos que junto con las agencias podamos definir el alcance de la revisión de estas tendencias, de acuerdo con las expectativas de las agencias. Esta información nos permitirá conocer que tanto pueden impactar, transformar o cambiar en el corto y mediano plazo estas tendencias.

e. Validación de brechas o retos de la oferta turística de las agencias de viaje: teniendo en cuenta las capacidades de las agencias y las tendencias, se identificarán las brechas, restricciones y retos, que se convertirán en posibilidades y oportunidades a la luz de convocatorias nacionales e internacionales vigentes. Este ejercicio permitirá identificar posibles redes de cooperación e intercambio. Se realizará una socialización en cada una de las jurisdicciones de las cámaras de comercio y se facilitará en medios virtuales para las agencias que no sea posible movilizar.

f. Fortalecimiento de capacidades: Sobre las necesidades y retos encontrados se desarrollarán 3 espacios de formación (1 por Provincia) en una temática de interés y serán gestionadas con entidades de apoyo al sector turístico. Se espera que, en este encuentro, converjan planes y sueños de futuro entre las agencias, para dar pasos en el fortalecimiento de la mesa técnica.

g. Realización del encuentro Colegios Amigos del Turismo: se realizará una invitación extensiva a los colegios que hacen parte de esta iniciativa invitándolos a participan con un grupo de estudiantes interesados y comprometidos con la actividad, adicionalmente se programará en conjunto con la secretaria de Turismo las acciones necesarias para lograr la vinculación de otras entidades en esta iniciativa. Adicionalmente se realizarán la programación sobre la estrategia de comunicación a utilizar para la realización de dicho evento.

Cronograma y resultados

COMPONENTE	ACTIVIDAD / TIEMPO	RESULTADOS	TIEMPO DE EJECUCIÓN
Identificar las agencias de viajes y los servicios turísticos del Departamento de Boyacá	Definición de las agencias de viaje que participarán en la caracterización	Base de datos de las agencias consolidada y actualizada.	MES 1
	Identificación de la oferta turística disponible	Documento Diagnóstico e Identificación de capacidades de innovación de las agencias de viaje	MES 1 y 2
Reconocer y determinar las capacidades empresariales y de innovación de las agencias de viajes del departamento de Boyacá	Aplicación de instrumentos de medición		MES 1 Y 2
	Sistematización y análisis de la información		MES 2 Y 3
	Validación y socialización la oferta de servicios de las agencias de viajes de Boyacá.		MES 3
Validar estrategias y retos para el fortalecimiento de las agencias de viaje, mediante el análisis de brechas sobre tendencias de la actividad.	Aplicación de instrumentos de medición	Documento: "Lineamientos Estratégicos para las agencias de viaje del Departamento de Boyacá"	MES 3 Y 4
	Identificación de Tendencias turísticas		MES 3
	Identificación de brechas competitivas y de innovación de las agencias de viaje		MES 3 Y 4
	Proceso de Formación	Evidencias de las capacitaciones talleres	Mes 4
Encuentro Colegio Amigos del Turismo	Programación del evento: (Material audiovisual, programa medios de comunicación, invitaciones)	Desarrollo del encuentro	Mes 3
	Coordinación logística		Mes 4
	Desarrollo del evento		Mes 4

Entregables

- Documento Diagnóstico e Identificación de capacidades de innovación de las agencias de viaje
- Documento Lineamientos Estratégicos para las agencias de viaje del Departamento de Boyacá
- Evidencias de las capacitaciones
- Desarrollo Encuentro Colegios Amigos del Turismo

Agenda propuesta Encuentro Colegio amigos del Turismo

Alcance del encuentro:

Promover espacios para el intercambio de experiencias, conocimientos y prácticas de los Colegios alrededor del turismo.

La intención es ayudar a los jóvenes a descubrir y aprender que quienes somos amigos del turismo nos interesamos por conocer lo que hay en nuestro territorio y al conocer lo que tenemos lo valoramos, es decir sabemos de su importancia tanto para quienes habitan los destinos turísticos y como para quienes nos visitan. El conocer y valorar nos compromete además a conservar y proteger y nos otorga la gran responsabilidad de mostrar e invitar al mundo a ver con nuestros ojos el valor de nuestros territorios.

Participantes:

Estudiantes y profesores de Colegios de los municipios: Nuevo Colón, El Cocuy, Mongüí, Ráquira, Guateque Chíquiza, Villa de Leyva, San José de Pare, Guicán, Chiquinquirá, Buenavista, Tenza, Guayatá, Moniquirá, Macanal, Puerto Boyacá.

AGENDA PREVISTA

9:00 am – 9.30 am	Instalación del evento Palabras Secretario de Turismo Antonio Leguizamón Roa Palabras Secretario de Educación
9:30 am – 10:00 am	¿Qué significa ser amigo del turismo? Reconociendo nuestra identidad.
10:00 am – 10:30 am	Refrigerio
10:30 am – 11:30 m	Taller: Reconociendo nuestro territorio
11:30 am – 12:00 m	Presentación de experiencias exitosas en turismo desde la academia
12:00 m – 1:30 pm	Almuerzo
1:30 pm – 2:30 pm	Tendencias y oportunidades en el turismo: *¿Quién es nuestro cliente?*
2:30 pm – 3:30 pm	Taller de ideación: Inventar soluciones, construir realidades en el turismo
3:30 pm - 4:00 pm	Oportunidades para el talento joven en turismo en Boyacá: Viceministerio de Turismo
4:00 pm – 4:30 pm	Conclusiones, compromisos y cierre

Presupuesto

DESCRIPCIÓN	GOBERNACION	CREPIB	TOTAL
1. Apoyar la formación del personal de las agencias de viajes			
Apoyar actividad de formación para prestadores de servicios turísticos	$ 2,000,000	$ 4,170,000	$ 6,170,000
Subtotal			$ 6,170,000
2. Promover proyectos de investigación, desarrollo e innovación en turismo			
Proyecto de Caracterización de las agencias de viajes del departamento de Boyacá	$ 28,000,000	$3.000.000	$ 31,000,000
Identificar, reconocer y determinar la oferta turística de las agencias de viajes del departamento de Boyacá.		$ 6,000,000	$ 6.000.000
Subtotal			$ 37.000,000
3. Incentivar la implementación de actividades de turismo en colegios			
Encuentro de Colegios Amigos del Turismo para incentivar la cultura turística. Coordinación académica	$ 6,350,000	$ 4.350.000	$10.700.000
Coordinación logística encuentro CAT	$ 13,650,000	$4.480.000	$18.130,000
Subtotal			$ 28.830.000
TOTAL	$ 50,000,000	$ 22,000,000	$ 72,000,000

Atentamente,

MARIANA PALACIOS PRECIADO
Directora Ejecutiva CREPIB

Referencias Bibliográficas

Anato. (2021). *Encuesta situación reactivación Agencias de Viaje.* Colombia.

Anato. (2021). *Encuesta tendencias del viajero.* Colombia.

Basurto, Y. P., Cedeño, S. C., & Vélez, C. S. (2020). *Caracterización de las agencias de viajes y uso de las Tics en.* Manabí, Ecuador: Revista de investigación de la ciencia turística.

Gil, S. M., & Quintana, T. A. (2006). *Diagnóstico, tendencias y estrategias de futuro para las agencias de viajes: El caso del sector español.* Buenos Aires, Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios.

Gobernación Boyacá. (2020). *Plan de desarrollo departamento Boyacá 2020- 2023.* Tunja: Gobernación Boyacá. Obtenido de https://www.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2020/06/pdd2020-2023boy.pdf