



Agosto 4, 5 y 6 de 2011 – Bogotá Colombia

## EL CONOCIMIENTO Y EL COMPORTAMIENTO DEL BOYACENSE, AFECTAN AL TURISMO DE BOYACÁ (COLOMBIA)<sup>1</sup>

Autor. Econ. PATRICIA PINILLA PÉREZ. Mgtr. <sup>2</sup>

*Universidad Santo Tomás (Colombia)*

### RESUMEN

El turismo podría ser una fuente valiosa de ingreso para el departamento de Boyacá, porque tiene mucha atracción de visitantes. Pero esta oportunidad totalmente no ha sido explotada. Esto está previsto, debido a la falta de capacitación en temas de turismo y a algunos factores socioculturales de la idiosincracia del boyacense.

Aunque la gente natal de Boyaca sea naturalmente muy amable, parece que ellos todavía tienen que mejorar su comprensión básica sobre hechos históricos y turísticos, que son importantes para el turismo

El objetivo de esta investigación fue identificar, si el modo del boyacense y su falta de conocimiento sobre la historia, la cultura, el patrimonio, entre otros, es verdaderos, y si esto es en realidad una barrera para el desarrollo de turismo. El estudio fue desarrollado

---

<sup>1</sup> Esta es un artículo de revisión de la investigación realizada por el autor, titulada “EL IMPACTO DE CONDUCTAS CULTURALES DE LOS BOYACENSES EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE BOYACA-COLOMBIA”, desarrollada entre 2009 y 2011, aún no se ha publicado.

<sup>2</sup> *Docente e Investigadora Facultad de Contaduría Universidad Santo Tomás, sede Tunja (Boyacá), Economista Universidad Militar Nueva Granada, Magíster Ciencias Económicas Universidad Santo Tomás y Auditora de Sistemas. Experiencia docente universitaria de 15 años. Asesor y consultor .Correo electrónico: [patriciapinillap@gmail.com](mailto:patriciapinillap@gmail.com), [ppinilla@ustatunja.edu.co](mailto:ppinilla@ustatunja.edu.co)*

mediante estudios dirigidos a turistas, historiadores, operadores de turismo y guías de viaje

Los resultados confirman la amabilidad del Boyacense, con los visitantes pero también su falta de conocimiento sobre los hechos históricos y turísticos del Departamento, aspectos que deberían mejorarse para enriquecer la experiencia turística para visitantes

Esto será aún más importante en el futuro ya que el número de turistas es permanente y se ha incrementado en los últimos años, a pesar de los problemas ya mencionados. Por lo tanto, cualquier mejora en cuanto a proyectos turísticos tendrá un enorme impacto tanto en la economía como en el bienestar del Departamento de Boyacá.

### **PALABRAS CLAVE**

Factores Culturales, factores sociales, Idiosincrasia, Turismo

---

**ABSTRACT**  
**THE KNOWLEDGE AND BEHAVIOR OF BOYACENSE PEOPLE AFFECT IN THE TOURISTIC**  
**OF BOYACÁ (COLOMBIA)**

Tourism could be a valuable source of income for the department of Boyacá, because this department has many attractions for visitors. But this opportunity has not been fully exploited. This is due, in part, the lack of training in topics of tourism and to some sociocultural factors of his idiosyncrasy of boyacense people.

Although the native people from Boyaca are naturally very kind it seems that they still need to improve its basic background about historic and touristic facts, which are important for tourism.

The objective of this research was to identify, if the way of being of the native people from Boyaca was joining this lack of knowledge about history, culture, patrimony, among others, is real, and if it is actually a barrier for tourism development. The study was developed by means of surveys targeted to tourists, historians and tour guides.

Results confirm the kindness of the Boyacense, but also its lack of knowledge about tourist topics of the Department, which should be improve to enrich the touristic experience for visitors.

This will be even more important in the future since the number of tourist is steadily increasing in recent years, in spite of the problems aforementioned. Therefore, any improvement regarding touristic plans will have a huge impact on both the economy and the welfare of the Department of Boyacá.

**KEY WORDS**

Boyacá, cultural and social factors, idiosyncrasy, **tourism**.

---

## 1 INTRODUCCIÓN

En ésta investigación se analizaron los aspectos que intervinieron en el poco desarrollo del turismo de Boyacá, en el periodo comprendido entre los años 2008 y 2011. No obstante, su encanto incomparable lo identifica como uno de los departamentos más ricos (geográficamente) y representativos dentro de la diversidad cultural, histórica y arquitectónica de Colombia, en donde existen múltiples atractivos para el visitante y especialmente para el turista.

El turismo es una fuente valiosa de ingresos para Boyacá, generado por su encanto y atractivo incomparable, que se reconoce nacional e internacionalmente por su diversidad cultural, riqueza arquitectónica y paisajística, histórica, natural y religiosa. Sin embargo, no solo éstas ventajas comparativas ayudan a su desarrollo, sino el aspecto particular de la caracterización de la personalidad del boyacense, algunos aspectos de su idiosincrasia<sup>3</sup>, como la poca motivación a recibir turistas y su falta de conocimiento sobre temas que le interesan al visitante, que no han permitido aprovechar de manera óptima ésta oportunidad, que podría convertirse en una fuente competitiva de desarrollo y riqueza para la región.

Se investigaron factores no considerados en estudios anteriores; la cultura turística y el arraigo del boyacense, como aspectos que pueden incidir en el bajo nivel de oferta y poca generación de valor frente a competidores nacionales como la Zona Cafetera, Costa Atlántica y Pacífica y en el turismo internacional.

El sector turístico está compuesto por los visitantes (Turistas) y por los prestadores del servicio, como: agencias de viajes y turismo, empresas dedicadas a la operación de actividades turísticas, hoteles, restaurantes, parques naturales, parques temáticos, empresas de transporte aéreo, marítimo, fluvial y terrestre. El Turismo en Colombia, es regulado dentro de las funciones del MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, que promueven la economía del País y generan empleo para la sociedad colombiana. (Ministerio de comercio)

---

<sup>3</sup> Rasgos y carácter propios y distintivos de un individuo o de una colectividad: <http://www.wordreference.com/definicion/idiosincrasia>

Se estudiaron las causas del bajo rendimiento en el sector, respondiendo los siguientes interrogantes: ¿Será por desconocimiento histórico, cultural y patrimonial por parte del boyacense, la causa de la limitación al desarrollo sector turístico en Boyacá?, y, ¿Existirá relación de las conductas sociales y los comportamientos culturales de los boyacenses, en la atención brindada al turista, con el progreso del turismo en Boyacá?.

Este estudio fue pertinente para la región, debido a que las medidas y políticas públicas sobre el turismo, no fueron capaces para obtener un óptimo desarrollo. Debe aclararse que al turista se le atiende, no solo por los operadores de turismo, quienes desempeñan muy bien su tarea, sino por los boyacenses que se encuentran en cualquier sitio turístico de la región y pueden brindar mejor información y demostrar simpatía hacia el visitante.

Con el fin de generar resultados importantes en la investigación, se hizo necesario delimitar el problema a varios municipios del departamento de Boyacá (Tunja, Villa de Leyva, Moniquirá, Paipa, Duitama, Ráquira, Sogamoso, entre otros) que tenían más volumen de visitantes según estadísticas, y se selecciona la temporada de visita de turistas, dependiendo la celebración de ferias regionales, festivales, como el Festival Internacional de Cultura<sup>4</sup>, y fiestas religiosas colectivas: Semana Santa<sup>5</sup> y Aguinaldo Navideño Boyacense<sup>6</sup>.

Sin embargo, la capacidad para atraer un flujo permanente de turismo, exige el diseño de un conjunto completo de medidas que abarca, desde la formación del recurso humano, el enfoque de la educación hacia el turismo y pertenencia de la población, hasta la construcción de infraestructuras y la conservación y preservación de los lugares que constituyen la principal atracción turística, hasta alcanzar niveles aceptables internacionalmente.

---

<sup>4</sup> El Festival Internacional de la Cultura, inició en 1973, se celebra en Tunja, en Agosto de cada año, comprende diversas exposiciones de arte, cine, teatro, encuentros de rock, jazz, bolero y tango, enfoca la importancia de la cultura en el desarrollo socioeconómico de las comunidades.  
<http://extroversia.universia.net.co/html/conoceco/calendarioExpa.jsp?actualConsecutivo=369&cateConsecutivo=8>

<sup>5</sup> La Semana Santa Boyacense: Es una celebración religiosa que se inicia el Domingo de Ramos y termina en la Pascua de Resurrección, presenta una estructura ritual eclesíástica y una serie de tradiciones y costumbres muy propias de cada población Boyacense. Se celebra en Marzo o Abril de cada año

<sup>6</sup> Aguinaldo Boyacense: Es la fiesta religioso y cultural que identifica a la región Boyacense y hace parte de su historia. (Secretaria cultura y turismo).

---

## **2 Método**

En esta investigación se utilizó el método de investigación científica, y tipo de estudio descriptivo; en donde se incorporaron aspectos socioculturales y de identidad de las personas de la región de Boyacá, seleccionando particularidades fundamentales de la personalidad del boyacense y de su conocimiento en temas turísticos, de varias áreas de interés para el turista, ya que a pesar del implemento de políticas gubernamentales hacia el turismo, no se explica, si existe una relación entre la atención al turista por parte del boyacense, y el efecto que hace que no regrese a la región.

### **2.1 Diseño**

Para identificar esta problemática, se destacaron proposiciones que fueron sometidas a prueba, mediante observación y la aplicación de varios instrumentos de recolección de información primaria, como encuestas y entrevistas, a turistas, operadores, administradores, historiadores y autoridades del turismo, en los años 2009 y 2010. Estos crearon nueva información sobre determinantes que se tuvieron en cuenta para agradar al turista, los cuales fueron analizados estadísticamente por medio de Microsoft Excel (hoja de cálculo de Microsoft).

### **2.2 Población y muestra**

En este caso, se tuvo en cuenta la aplicación de estos instrumentos a turistas y visitantes, que llegaban a los municipios, sin incluir los visitantes temporales, como: estudiantes desde otros municipios, vendedores y comerciantes que viajan constantemente, agricultores y amas de casa. Se tuvo también en cuenta el programa o evento turístico, cultural y religioso que generaba la visita del turista. En cuanto al perfil del turista, para el estudio, se tuvo en cuenta al viajero (nacional o extranjero), al trabajador temporal, al visitante casual, que llega a disfrutar de la diversidad de paisajes, monumentos, arquitectura y a apreciar los colores ofrecidos por las montañas, conocido como “La simpática colcha de retazos”<sup>7</sup> donde se representan los campos sembrados de las fértiles tierras. Se tomaron datos de turistas a distintos municipios, siendo dispendioso establecer la población total de los mismos, ya que se debía tener en cuenta el motivo del viaje y las fechas específicas de la visita. Las poblaciones eran muy numerosas y fue difícil estudiar a toda la muestra, por lo que fue necesario practicar las encuestas y

---

<sup>7</sup> Término que hace referencia a los distintos tonos de verdes y tierra, vislumbrados en las montañas del altiplano Cundiboyacense y la forma geométrica por la parcelación de los terrenos.

entrevistas a la mayoría de los turistas encontrados en ese momento. Como consecuencia, el inconveniente encontrado, fue definir el total de la población en cada evento y municipio, ya que no se encontraron estadísticas ni estudios, relacionados para la investigación.

Con el fin de garantizar la calidad de la información, se tomaron como parámetros de delimitación, criterios de estimación cualitativa sobre dicho comportamiento, destacándose factores socio-culturales de los Boyacenses que impiden el óptimo desarrollo del sector turístico, utilizando como fuentes primarias encuestas y entrevistas a:

- Visitantes-Turistas, en la celebración de la Semana Santa del 2009 y del 2010, y en la conmemoración del Bicentenario de la Independencia de Colombia, entre Julio y agosto 2010
- Entrevistas a operadores turísticos, como: gerentes de hoteles y restaurantes con trayectoria turística, agencias de viajes reconocidas, empresas del turismo públicas y privadas, administradores de lugares históricos y religiosos, funcionarios del sector público y privado del turismo y autoridades del turismo, en Julio del 2009 .
- Entrevistas a expertos en el tema de la historia e idiosincrasia de los boyacenses e investigadores sobre turismo en la región.

Como fuentes secundarias se tuvieron en cuenta:

- Investigaciones documentales en ANATO <sup>8</sup>, COTELCO <sup>9</sup>, Oficina de Turismo departamental, ACODRES <sup>10</sup>, otras realizadas por distintas universidades del departamento y la gobernación de Boyacá y planes de desarrollo del departamento de Boyacá, entre otros.

---

<sup>8</sup> Anato: Asociación nacional de agencias de viajes y turismo

<sup>9</sup> Cotelco: Asociación Hotelera de Colombia, creada en 1954, para fortalecer y agrupar los establecimientos que se ocupan de la industria hotelera.

<sup>10</sup> Acodres: Asociación colombiana de restaurantes

---

### 3 RESULTADOS

#### **3.1 Problemática del Turismo en Boyacá**

Boyacá es una de las 32 entidades territoriales, denominadas departamentos, que conforman la República de Colombia, está constituida por 123 Municipios, con una superficie de 23.189 km<sup>2</sup>, su capital es Tunja y el gentilicio de sus habitantes es Boyacense.

El tema del turismo en Boyacá, ha sido punto de discusión de todas las instancias políticas, económicas y sociales, se ha planteado impulsarlo como alternativa de desarrollo, sin embargo, las investigaciones adelantadas, conllevan a identificar los problemas tradicionales de este sector.

Acorde con el eslogan, *Boyacá es para vivirla*, desarrollado desde la Secretaría de Cultura y Turismo, dentro del Plan de Desarrollo «Boyacá deber de todos», cuyo fin fue promocionar y posicionar al Departamento como un destino turístico (Boyacá P. d., 2008, pág. 28), impulsó y divulgó al departamento, pero los resultados a la fecha no son los esperados, en cuanto al regreso de nuevos y más turistas.

De conformidad con lo anterior, en Colombia, la actividad turística que antes era acosada por la delincuencia y grupos armados al margen de la ley en las carreteras, representó una tendencia positiva en promedio un 2,3% del PIB<sup>11</sup> entre 1999 y el 2004, debido a la política de Seguridad Democrática y la política de las Caravanas Turísticas, promovidas por el gobierno del presidente Álvaro Uribe Vélez, generando la confianza necesaria para lograr una movilización masiva del turista colombiano y extranjero (POLITICA Sectorial Turismo, 2005, pág. 5). Lo anterior, aumentó la ocupación hotelera de 40% promedio anual en 2000 a 49,3% en 2004. Ese año tuvo el mayor crecimiento de la década (DANE, 2005, pág. 43).

Otro aspecto a destacar, fue la ausencia de estadísticas y fuentes información actualizadas ofrecidas por entes gubernamentales, según un estudio realizado por la UPTC (Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia), se concluyó que las entidades que suplían la información (agencias de viajes, gremios: hoteleros, artesanos, restaurantes), no cubrían todos los temas requeridos y no cumplían con el conjunto de atributos de la calidad para su uso, debido a que las fuentes generadoras eran ocasionales y la

---

<sup>11</sup> PIB (Producto Interior Bruto). Suma del valor de los bienes y servicios finales producidos en un país durante un año. <http://www.wordreference.com/definicion/pib>

información parcializada (RUANO, 2007, pág. 28). Como consecuencia, según ese estudio, hubo poca información de datos de turistas, y no se actualizó sobre aspectos que le incomodan al visitar al departamento de Boyacá, así como la ausencia de indicadores, dificultando las labores de seguimiento y evaluación de los procesos estadísticos, por no contar con la rigurosidad necesaria en la elaboración, producción y difusión de parámetros de información.

En la problemática del turismo, entre otros factores, se destacaron; Ausencia de políticas y estrategias para la industria turística, ineficiente calificación y preparación de los recursos humanos vinculados al sector y carencia de programas de cultura ciudadana (RUANO, 2007, pág. 29). Como uno de los factores que motivó la investigación, fue la falta de información actualizada sobre estadísticas de turismo, se dio la importancia necesaria para socializar a las entidades gubernamentales sobre temáticas del turismo, invitando a que realicen estadísticas y encuestas especializadas para solucionar la problemática tratada.(Entrevista a funcionario de la Secretaria de Cultura y Turismo de Boyacá, Abril 2010).

### **3.2 Políticas públicas sectoriales**

Al analizar el Plan de desarrollo departamental ¡BOYACÁ! DEBER DE TODOS en el periodo 2004-2007, se refirió, respecto al sector del turismo, la problemática identificada en los procesos de participación, direccionando líneas estratégicas orientadas a corto y largo, algunas derivaciones fueron:

No se definió una política sectorial de largo plazo, conllevando a un bajo nivel de desarrollo de la industria turística, y como consecuencia, no se logró consolidar el departamento de Boyacá como destino turístico. (Boyacá & Dep.Planeación, pág. 92)

Faltó un inventario actualizado y consolidado, de los atractivos turísticos y de servicios, que permitieran la diversificación de productos y destinos con la implementación de nuevas rutas y ofertas complementarias. (Boyacá & Dep.Planeación, pág. 92)

Se notó una falta de espíritu creativo empresarial y una cultura de servicio, debido a la falta de integración de instituciones en los procesos de capacitación y sensibilización, de tal manera que permitiera prestar un mejor servicio, mediante cambio de la actitud de las comunidades receptoras de turistas. (Boyacá & Dep.Planeación, pág. 92)

---

### 3.3 Productividad y competitividad

Respecto a la productividad y competitividad en el sector turismo en Boyacá, se encontró una investigación de carácter descriptivo, realizada en convenio por la Universidad Santo Tomás, seccional Tunja (USTA), el Servicio Nacional de aprendizaje (SENA) entidad gubernamental, las cámaras de comercio<sup>12</sup> y la Gobernación de Boyacá, denominada “Productividad y competitividad de las empresas del sector turismo en Boyacá”, en donde se plantearon distintos factores que desmejoraron la competitividad del turismo en Boyacá:

La ocupación hotelera en Boyacá, en el 2007 fue la más baja de todas las regiones a nivel nacional con un 39.9%, bastante por debajo de los promedios nacionales. El resultado del indicador de ocupación hotelera es una consecuencia directa de la baja competitividad del turismo en Boyacá, por múltiples y variadas causas. (USTA, 2008, pág. 97)

En cuanto al *talento humano*, el éxito de la actividad turística en ese periodo, dependió de contar con excelentes guías turísticos profesionales; sin embargo, este aspecto no fue evaluado a nivel de las agencias de viajes, generalmente, este cargo se contrataba ocasionalmente en épocas de temporada o los fines de semana y concluyen que un 46,9% de los cargos requerían capacitación a nivel de complementación para mejorar su desempeño. (USTA, 2008, pág. 100)

El estudio planteó un plan estratégico, para sensibilizar a toda la población y capacitar a segmentos especiales en cuanto a valores y comportamiento de servicios, las entidades comprometidas con la educación y entrenamiento de talento humano calificado, debían hacer un gran esfuerzo para suministrar al mercado los recursos humanos competentes que la situación exige, integrando sinergias estatales y privadas para sensibilizar a toda la población y capacitar a segmentos especiales (taxistas, vendedores, etc.), en cuanto a sus valores, actitudes y comportamientos de servicio, frente a los turistas y demás variables relacionadas con el tema, donde se debía generar programas continuos de sensibilización al turismo dirigidos a la comunidad en general del Departamento, para promover un cambio favorable en los valores culturales de desarrollo propios de una región turística. (USTA, 2008, pág. 100)

Dadas las tendencias mundiales y los esfuerzos de países competidores, es necesario que Colombia y sus regiones consoliden el rumbo de la actividad en un contexto de productos turísticos innovadores; actualmente el turista además de conocer destinos, busca nuevas experiencias.

---

<sup>12</sup> La Cámara de Comercio es una sociedad integrada por comerciantes locales, regionales, o internacionales, en defensa de sus miembros para su mutua protección, brindan información, promueven la libre competencia y dan asesoramiento jurídico. <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/camara-de-comercio>

Sin embargo, la capacidad para atraer un flujo permanente de turismo, exige el diseño de un conjunto completo de medidas, que abarca desde la formación del recurso humano, la educación y pertenencia de la población, la construcción de infraestructuras de transporte y alojamiento que alcancen ciertos niveles aceptables internacionalmente, hasta la conservación y preservación de los lugares que constituyen la principal atracción turística, con una política de promoción y comercialización adecuadas

### **3.4** Caracterización del boyacense, identidad étnica y socio económica del *pueblo boyacense*

Para establecer una relación entre los objetivos de la investigación, se partió del conocimiento antropológico sobre la caracterización del boyacense, tomando datos de entrevistas realizadas al historiador Javier Ocampo, en donde también resaltó lo escrito en varios libros de su autoría.

Se partió del análisis de diversos elementos raciales y formaciones socio-culturales, que conformaron la forma de ser del boyacense, Boyacá, representado por la población chibcha o muisca (OCAMPO, 1997, págs. 53-54). Su regionalismo, es una ideología con existencia de una comunidad política, que defiende su forma de actuar y pensar, distinguiéndose por su homogeneidad en lo físico y cultural. El boyacense se destaca en su lenguaje por el “sumerce” como aprecio personal, presente en el trato a los demás con respeto y por el uso de atuendos distintivos, como la ruana y el sombrero.

Conforme con lo analizado con el Sr. Ponguta, en su blog, ilustró la caracterización del boyacense como una persona pesimista, que tiene un amor fetichista por los valles fecundos, unido al culto de los difuntos, es astuto, envidioso y desconfiado, ama tercamente la soledad, es introvertido y se interioriza bajo el techo de su casa y del templo, es insolidario y víctima del egoísmo, (PONGUTA Baracaldo).

Sin embargo, se destacan aspectos favorables del boyacense, su amabilidad, amistad, respeto, más cultura, más preparación, más tecnócrata, fidelidad a sus tradiciones, como: trajes, comidas típicas y mercados, fiestas patronales, romerías, bailes y ritmos folclóricos; pero le falta despojarse de la envidia para apreciar más a los vecinos, debe alegrarse y disfrutar sus triunfos y sentirse orgulloso de todo su regionalismo, (PONGUTA Baracaldo). El boyacense prefiere, muchas veces, a los extraños, por la falta de su identidad boyacensista, le falta ser obstinado y no desanimarse fácilmente, no debe temer

---

a exigir o ganar la confianza, superando estos impedimentos, puede generar empresas empleando a la población de la región, y desarrollar y favorecer al sector del turismo, mostrando actividades innovadoras y creativas que entusiasmen al visitante y lo preparen a volver.

## 4 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Opinión de turistas

En las encuestas realizadas a turistas, en el año 2009 y 2010, los visitantes califican algunos aspectos que los motivan a visitar el departamento de Boyacá, destacándose los siguientes:

El paisaje de la región Boyacense, por su encanto y belleza natural, se destaca con mayor puntaje, en su orden les siguen la tranquilidad, la historia y de menor importancia visita por motivo de negocios y aspectos familiares.

La frecuencia de visita a Boyacá, en ese periodo, el 57% de turistas viaja una vez al año, el 17% una vez cada seis meses, el 14 % lo hace trimestralmente y el 12% de manera mensual, en las encuestas de la Semana santa en 2009 y 2010, se tiene un gran porcentaje de visitantes, población que se puede estimular para su regreso.

El 52% de los turistas encuestados (Promedio entre las 2 encuestas 2009 y 2010), afirman no haber encontrado guías turísticos en los sitios de interés tanto a nivel cultural, histórico, religioso y de esparcimiento, el 48 % restante, que sí los encontraron , calificaron su nivel de conocimiento en un 50% como regular, el 42% considera que es alto el nivel de conocimiento, y el 8% no tenían conocimiento alguno sobre turismo, por lo anterior, es notorio la importancia de la capacitación del talento humano en guía turísticos y que los operadores del turismo contraten este tipo de personal en forma permanente, y no solo en los fines de semana y festividades.

En cuanto a la pregunta, ¿Cuál fue la actitud y el compromiso de las personas que les prestó el servicio?. El 50% de los turistas encuestados, opinó que fue de nivel regular, el 43% consideró que tuvieron un alto compromiso, el 7% que no tuvieron compromiso ni responsabilidad con el mismo. Entendiendo como compromiso, la integración entre la actitud y el sentido de pertenencia por parte del boyacense<sup>13</sup>. Al igual que la pregunta anterior, este dato es similar al encontrado en ambas encuestas, observándose que la

---

<sup>13</sup> *Compromiso es la acción que habla más alto que las palabras, es tomar decisiones y acciones para hacer que lo que se tenga que vivir en comunidad, sobre todo se establezcan políticas de apoyo a los más débiles, en este caso apoyar el desarrollo del turismo con la convivencia de los vecinos.*

mayoría de los boyacenses muestra un nivel regular de compromiso y que la actitud del boyacense sí afecta el retorno del visitante.

La percepción de los turistas en cuanto a los aspectos que se le deben mejorar y brindar mayor atención en el departamento de Boyacá son, en primera instancia, los culturales e históricos, seguidos de los religiosos, la actitud de las personas que prestan el servicio, ecoturismo y por último la innovación en los aspectos de esparcimiento y descanso.

#### **4.2 Informe de operadores y autoridades del turismo**

En las entrevistas realizadas a operadores y autoridades del turismo, (julio 2010) en la que se les cuestiona ¿Sí la actitud del Boyacense afectó en algún aspecto al turismo?, el resultado arrojado es que el 41% resaltó la amabilidad en el trato por parte del boyacense, el 26% que le faltó conocimiento, el 13% destacó el egoísmo, como factor negativo de su carácter, el 16% comenta que los precios fueron altos y el 4% restante de encuestados mencionaron que los boyacenses fueron agazapados y no le dieron la importancia al turista. De lo anterior, se concluye que se tuvo un 49% de los visitantes que no se siente contento con la falta de conocimiento en turismo, el egoísmo y los altos precios, aspectos que desestimulan el regreso del visitante.

Cuando se les preguntó sobre ¿Cuáles sugerencias habían realizado los turistas para mejorar el servicio<sup>14</sup>?, respondieron en su mayoría, que es muy importante mejorar la infraestructura (sobre todo en las vías entre municipios, instalaciones y sitios recreativos), diseñar nuevos planes de turismo y optimizar la atención y servicio al visitante.

Se hizo una pregunta relacionada con la anterior, ¿De las sugerencias de mejora hechas por los turistas, cuales fueron corregidas por los operadores y autoridades de turismo? Donde se encuentra que falta atención en la mejora de la prestación y atención del servicio. Siendo claro este aspecto en la investigación, como un factor que influye en el desarrollo y crecimiento turístico, y esta mala atención, viene relacionada con la poca o mala información sobre aspectos turísticos que recibe el visitante.

De acuerdo a comentarios de entrevistas realizadas en la oficina de turismo, (Abril 2010), la creación de los anillos turísticos no ha tenido tanta acogida como se esperaba, y su problemática, radica en que no se dispone de personal suficientemente capacitado para

---

<sup>14</sup> Se aclara que, en esta pregunta los operadores turísticos, deberían contestar dando puntaje de mayor a menor importancia y podían contestar y en todos los aspectos calificando de 1 a 5, por eso, se analizan los aspectos más importantes y significativos, ya que los otros no necesitan cambios.

orientar al turista. El objetivo de los anillos es la adecuación de vías e infraestructura hotelera, lo que se cumple con éxito, pero no se tiene en cuenta que el boyacense debe tener la disposición y el conocimiento para dar orientación y guía al visitante.

Con la conmemoración del Bicentenario de la Independencia, el aspecto del conocimiento mejora un poco, ya que se da la capacitación en temas históricos relevantes del acontecimiento y en las carreteras se encontraba al cuerpo militar con trajes de soldados de la época y personal de apoyo que orientaba con información sobre los hechos acontecidos en la historia. Boyacá siendo la cuna de la libertad, debe acentuar al turista todo lo bello de la región, se deben aprovechar esta clase de acontecimientos, para que el boyacense se apropie de los beneficios económicos del sector turismo y fomente su desarrollo tanto a nivel nacional como internacional.

#### **4.3 Aspectos destacados de los boyacenses en el turismo**

El Boyacense es muy sabio, con buenas costumbres, muy noble, amable; pero debe despojarse de la envidia y la idolatría, para apreciar más a sus vecinos como fuente de generación de fuentes económicas a través del turismo, para evitar que extraños lleguen a la región y lo administren, no debe dejar de lado su identidad boyacense, que es su característica por la cual visitan estas agradables tierras. (OCAMPO López, El imaginario en Boyacá, la identidad del pueblo boyacense y su proyección en la simbología regional, 2001)

Pero no todo es negativo para el turismo, en la celebración de Semana Santa 2010, como resultado de las estrategias de promoción, enmarcada dentro de las políticas públicas de fortalecimiento del turismo regional, la promoción del destino en medios de comunicación nacional e internacional, de Proexport<sup>15</sup> en el programa “el riesgo es que te quieras quedar”, Boyacá logró un 95% de la ocupación hotelera, además, de excelentes comentarios de los turistas que se acercaron a los puntos de información ubicados en los peajes y en las Casas de Servicios Culturales y con la ayuda de la Policía de Carreteras, sorprendieron a los visitantes en los buses de transporte intermunicipal, abordándolos con información turística y la programación cultural de la temporada, según, Martha Corredor, directora de Cotelco (Cultura y Turismo Boyacá, 2010). Todas estas actividades mejoran notoriamente el desarrollo del turismo, esto no se debe dejar en el olvido y solo aplicarlo en el momento, sino que adicionalmente se deben implementar normas de calidad para optimizar el servicio turístico.

---

<sup>15</sup> Proexport: Entidad promotora del turismo, inversión extranjera y exportaciones de Colombia

#### **4.4 Educación formación del talento humano**

En la región, se ha venido instruyendo a la población, por medio de formación por competencias para el sector turismo, ésta capacitación es ofrecida por el portafolio de servicios del SENA, sin embargo, la gama de cursos no establece resultados notorios en la actitud hacia el turismo en Boyacá, visto en los resultados de las encuestas realizadas, (CONPES SECTORIAL, pág. 28), en los cursos implementados no se toma la temática sobre la mejora en calidad del servicio y aspectos como la actitud en la atención al turista.

Cabe destacar que el SENA, está incluyendo en sus programas de formación en segundo idioma, para el sector turismo, cuenta con un software especializado en hotelería, que abarca la formación técnica de la lengua por cada uno de los departamentos de un Hotel, al igual que un módulo específico de vocabulario técnico para el sector hotelero.(CONPES SECTORIAL, pág. 30), al respecto no se encuentran estudios sobre la evaluación de la receptibilidad y aplicación en el sector turístico.

#### **4.5 Vigías del patrimonio Cultural**

La USTA, en convenio con la gobernación de Boyacá, realizó Diplomados sobre Vigías del patrimonio Cultural, y a través de la Dirección de Patrimonio del Ministerio de Cultura de Colombia, participa activamente en la conservación y protección del patrimonio cultural, implementando la política pública para lograr la apropiación social del patrimonio, cuya estrategia promueve la participación de la sociedad civil para identificar, valorar, proteger, recuperar y difundir el patrimonio cultural de la Nación, aprovechando la creatividad de cada individuo y de cada comunidad, (Vigías del Patrimonio). Este programa ha tenido mucha acogida por los habitantes de la región, y se está esperando la evaluación de la aplicación de estos cursos para conocer lo que le gustaría conocer al visitante, y mejorar el desarrollo del turismo.

#### **4.6 ¿Qué se puede mejorar en el turismo boyacense?**

Los factores culturales innatos del boyacense, deben tener un valor agregado como el conocimiento sobre historia, arquitectura, cultura, patrimonio, etc., para que dejen de ser impedimentos para el desarrollo exitoso del turismo. El carácter<sup>16</sup> del boyacense, además de ser amable y gentil con los visitantes, tiene aspectos negativos como la razón de la falta de socialización del boyacense con el turista, ya que en algunas provincias se ha visto que su arraigo y costumbres han cambiado, por el hecho de que “hay que volverse como el

---

<sup>16</sup> Conjunto de cualidades psíquicas y afectivas que condicionan la conducta de cada individuo o de un pueblo. <http://www.wordreference.com/definicion/car%C3%A1cter>

turista para ser agradable a él”, jeso no es lo que él quiere! , es importante destacar lo mejor de su idiosincrasia y su imaginario.

En cuanto a los altos costos, denotado en las encuestas, se tiene por ejemplo, el caso más notorio en el municipio de Villa de Leyva, en donde por falta de políticas públicas sobre turismo, la comunidad ve encarecido su costo de vida, teniendo que hacer, mercado más económico, en una población cercana (Sáchica), ya que el comercio tiene elevados los precios de bienes de consumo, aprovechando el hecho de que la mayoría de visitas de turistas son extranjeros, (Según entrevista realizada a un investigador sobre marketing territorial en Boyacá).

Boyacá es un centro primordial para el turismo, teniendo una estratégica localización como canal por estar situado en medio de departamentos de desarrollo industrial, minero y ganadero, además de ser un corredor industrial, esto genera una marcada proximidad al mercado nacional y extranjero, que se debe aprovechar para mostrar al turista y/o visitante la riqueza en recursos naturales y su biodiversidad, hecho potencial para turismo.

A modo de conclusión, se ha determinado que el boyacense es muy amable, pujante, trabajador y servicial con los visitantes, ofrece respeto, cordialidad, haciendo que el turista y/o visitante, se sienta cómodo y confiado al llegar a visitar la región, pero le falta orientación del servicio y conocimiento específico para promocionar el turismo mejor. Es una persona que no quiere mostrar su imaginario e identidad cultural boyacense, su falta de asociatividad (participación) por valorar más a sus vecinos, tal vez por temor a que no se le aprecie con la suficiente importancia, busca aparentar parecerse al turista, quizá para agradarle, y carece de propósitos firmes, no le interesa crecer económicamente a expensas del producto generado por el turismo, es obstinado y se desanima fácilmente.

Hay que aprovechar el aspecto de la amabilidad y ofrecer con gusto el servicio, por parte del boyacense, ya que al turista extranjero busca suplir con estas expectativas que no encuentra en su país natal.

La falta de conocimiento en temas turísticos por parte de los boyacenses, sugiere la necesidad de integrar la colaboración entre academia, estado y las entidades relacionadas con el turismo, en donde se pueda recopilar información para cubrir los temas atractivos al turista en sus nuevas visitas, y evitar situaciones que le incomodan cuando es atendido por los boyacenses.

En el 2011, por una alianza conformada por diversas empresas, relacionadas con el turismo bien sea por su ubicación geográfica o la actividad comercial y la Cámara de Comercio de Tunja, la gobernación del Departamento de Boyacá, para fortalecer e

---

incrementar los niveles de competitividad, productividad y rentabilidad en el sector turístico, notándose el interés y los empresarios y entidades relacionadas con el turismo, en la creación del Clúster Turístico de Negocios, “Colombia negocia en Tunja”, aprovechando la inauguración del Centro de Convenciones de la Cámara de Comercio ubicado en la ciudad de Tunja.<sup>17</sup>

Aunque se crean en Boyacá, 5 anillos turísticos que interconectan varios municipios con muchos atractivos turísticos, no se le ha dado la suficiente importancia a una infraestructura vial y hotelera óptima, el turista no está regresando porque no encuentra placer y felicidad en su estadía, tampoco está recomendado nuevas visitas a la región, ya que no encuentra nuevos planes, costos no elevados y sitios atractivos y mejorados.

La doble calzada, vía que conecta a varios departamentos y que atraviesa desde Bogotá (capital de Colombia) hasta el norte de Boyacá, esto es una gran fortaleza para el desarrollo económico de la región, debe ser una conexión en servicios no solo comerciales, industriales y agropecuarios, sino en turismo, este aspecto debe aumentar el beneficio boyacense, generando escenarios propios de aprovechamiento en el sector turístico, o de lo contrario van a llegar entidades externas al departamento para su enajenación, como ya se encuentra la amenaza de la presencia de Unicentro, de grandes superficies como Carrefour y éxito y de distintas franquicias que están instaladas en el departamento.

---

<sup>17</sup> La autora asiste a la conformación del clúster, invitada por la cámara de comercio de Tunja, Julio/2011

---

## 5 REFERENCIAS

- Boyacá, C. t. (12 de 10 de 1999). *www.eltiempo.com*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-857416>
- Boyacá, G., & Dep.Planeación. (s.f.). *Plan desarrollo departamental 2004-2007 " Boyacá deber de todos"*. [http://www.guican-boyaca.gov.co/apc-aa-files/61343164616239646435326564333564/plan\\_de\\_desarrollo\\_departamental.pdf](http://www.guican-boyaca.gov.co/apc-aa-files/61343164616239646435326564333564/plan_de_desarrollo_departamental.pdf).
- Boyacá, P. d. (2008). *Plan desarrollo Cultura Boyacá 2008-2011*. Tunja: Gobernación de Boyacá.
- Centro de Estudios Económicos CENES, U. (2008). *Diagnóstico General de Boyacá*. Duitama.
- Colombia, P. (2010). *Boletín Turismo*. Bogotá: Ministerio Comercio Industria y Comercio.
- CONPES SECTORIAL, T. .. (s.f.). *Departamento Nacional de Planeación*. Obtenido de [http://www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/turismo/2006/CONPES\\_3397.pdf](http://www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/turismo/2006/CONPES_3397.pdf)
- Corredor, M. L. (1 de Sep de 2010). Expertos rajan a Boyacá por falta de organización turística. *El tiempo*, pág. 1.
- Cultura y Turismo Boyacá, S. (07 de 04 de 2010). *www.boyaca.gov.co*. Recuperado el 05 de 2010, de <http://www.boyaca.gov.co/?idcategoria=11201>
- DANE, D. D. (2005). *Diagnóstico general de boyacá .Agenda Interna para la productividad y competitividad*. CONVENIO INTERADMINISTRATIVO 143 DE 2004.
- Guía pedagógica memoria historica, C. a. (s.f.). *www.colombiaprende.gov.co*. Obtenido de [http://www.colombiaprende.edu.co/html/home/1592/article-201567.html#h2\\_1](http://www.colombiaprende.edu.co/html/home/1592/article-201567.html#h2_1)
- Martínez, J. P. (2010). *blog zonabiker.com*. Recuperado el feb de 2010, de <http://zonabiker.com/blog/boyaca2010/>
- Ministerio de comercio, i. y. (s.f.). <http://www.mincomercio.gov.co>. Recuperado el 10 de 2010, de <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/home.asp>
- Moncayo, O. (03 de 01 de 1997). *www.eltiempo.com.co*. Recuperado el Sep de 2009, de Perfil del Boyacense: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-519006>
- OCAMPO López, J. (2001). *El imaginario en Boyacá, la identidad del pueblo boyacense y su proyección en la simbología regional*. Bogotá: Centro investigación Univesidad Distrital.
- OCAMPO López, J. (2001). *El pueblo boyacense y su folclor,parte 3*. Bogotá: Centro investigación Univesidad Distrital.
- OCAMPO, L. J. (1997). *Identidad de Boyacá*. Tunja: Secretaria de Educación de boyaca, Editorial JOTAMAR.
- Patrimonio, D. V. (01 de 04 de 2011). *Secretaria de Cultura y Turismo Villa leyva*. Recuperado el 05 de 2011, de <http://www.villadeleyva-boyaca.gov.co/noticias.shtml?apc=Cnxx-1-&x=2597100>
- Periódico Tiempo, E. (01 de 12 de 2008). Estudio de viabilidad señaló que Tunja no está acondicionada para promover el turismo. *El tiempo periódico*.
-

- POLITICA Sectorial Turismo, C. 3. (2005). *CONPES, Departamento Nacional de Planeación. Consejo Nacional de Política Económica y Social.*
- PONGUTA Baracaldo, N. A. (s.f.). <http://latierritacolombia.tripod.com>. Recuperado el 09 de 2009, de <http://latierritacolombia.tripod.com/regionalismo/id16.html>
- RUANO, J. A. (2007). *DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD ESTADÍSTICA TURISMO*. Duitama: UPTC.
- Secretaria cultura y turismo, B. (s.f.). <http://Secretaria cultura y turismo Boyacá>. Recuperado el 2009, de <http://www.tunja.gov.co/?idcategoria=4255>
- TURISMO, C. P. (s.f.). *Departamento Nacional de Planeación*. Obtenido de [http://www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/turismo/2006/CONPES\\_3397.pdf](http://www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/turismo/2006/CONPES_3397.pdf)
- TURISMO, S. D. (07 de 04 de 2010). [www.boyaca.gov.co](http://www.boyaca.gov.co). Recuperado el 05 de 2010, de <http://www.boyaca.gov.co/?idcategoria=11201>
- USTA, S. C. (2008). *Productividad y Competitividad empresas turísticas Boyacá*. tUNJA: Universidad Santo Tomás Tunja.
- Vigías del Patrimonio, P. d. (s.f.). <http://www.colombiaaprende.edu.co>. Recuperado el Nov de 2010, de <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/article-196156.html>
- www.mingobierno, g. (05 de 09 de 2010). [http://vigias.mincultura.gov.co/?page\\_id=875](http://vigias.mincultura.gov.co/?page_id=875). Obtenido de [http://vigias.mincultura.gov.co/?page\\_id=875](http://vigias.mincultura.gov.co/?page_id=875)
-