

CARACTERIZACION DE TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL META DE LAS
VARIABLES ALOJAMIENTO ATRACTIVO TURISTICO Y GASTRONOMIA HACIENDO
USO DE ALGORITMOS DE APRENDIZAJE DE MAQUINA Y ESTADISTICA
GEOESPACIAL.



LEIDY FABIANA ACOSTA MOJICA
MARIA CLAUDIA CONTRERAS VALLEJO
LAURA CAMILA CASTELLANOS PARRADO
LUISA FERNANDA MALDONADO SALINAS
MARGARETH PLATA GERENA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO

2022

CARACTERIZACION DE TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL META DE LAS
VARIABLES ALOJAMIENTO ATRACTIVO TURISTICO Y GASTRONOMIA HACIENDO
USO DE ALGORITMOS DE APRENDIZAJE DE MAQUINA Y ESTADISTICA
GEOESPACIAL.

LEIDY FABIANA ACOSTA MOJICA
MARIA CLAUDIA CONTRERAS VALLEJO
LAURA CAMILA CASTELLANOS PARRADO
LUISA FERNANDA MALDONADO SALINAS
MARGARETH PLATA GERENA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Ingeniería Industrial

Asesor

Jhon Ademir Palomino Parra Ingeniero Eléctrico.

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO

2022

Autoridades Académicas

Fray. JOSÉ GABRIEL MESA ÁNGULO, O. P.

Rector General

Fray. EDUARDO GONZÁLEZ GIL, O. P.

Vicerrector Académico General

Fray. JOSÉ ANTONIO BALAGUERA CEPEDA, O. P.

Rector Sede Villavicencio

Fray. RODRIGO GARCÍA JARA , O. P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Mg. HÉCTOR MANUEL ÁVILA SIERRA

Decano de la Facultad de Ingeniería Industrial

Contenido

Pág.	4
Resumen.....	5
Abstract	6
Glosario	7
Introducción	8
1. Metodología	8
2. Revisión Literaria	8
3. Resultados	12
4. Conclusión.....	16
Referencias bibliográficas.....	16

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 Visitantes extranjeros en el departamento del Meta	12
Figura 2 Concentración Hotelera.	13
Figura 3 Concentración Turística.	13
Figura 4 Concentración Gastronómica.	14
Figura 5 Numero por atracción turística.	14
Figura 6 Numero por tipo de hotel.....	15
Figura 7 Numero por tipo de restaurante.	16

Resumen

Actualmente es evidente el cambio que ha tenido el sector turístico, ya que normalmente las personas solo iban a visitar una sola ciudad y ya, pero hoy en día el turismo se convirtió en toda una experiencia por su diversidad en parques y sectores ecoturísticos que presentan las diferentes ciudades a nivel nacional. El Meta ha incursionado significativamente en el mercado turístico nacional e internacional, principalmente gracias a sus recursos naturales, cultura llanera rica en expresiones locales e innovadoras. Aun así, es seguro decir que la industria turística del Meta apenas está comenzando, y esta tiene mucho trabajo por hacer antes de que pueda posicionarse como una alternativa real que genere ingresos significativos para todos los actores de la cadena.

(Agenda Hoy tu reserva , 2020)

Es importante mencionar el promedio de extranjeros que han ingresado al departamento del Meta entre los años 2012 y 2021, este representa un 0,2%.

En el siguiente artículo se tuvo en cuenta todo tipo de turismo en el departamento, como lugares atractivos para compartir en familia, disfrutar de la gastronomía de la región y la hospitalidad de cada uno de los municipios, todo esto con respecto a un levantamiento de información estadística en cada una de las categorías de la región del Meta, conformando una capa del archivo A.SHP, donde allí se identifican los lugares respecto a las categorías de hospedaje, lugares turísticos y gastronomía representativa del Meta, para enviar al programa ARCMAP, finalmente realizar un proceso de clasterización, usando Rstudio con el fin de analizar la tendencia de caracterización del consumo turístico del Meta.

Palabras Clave: ARCMAP, municipios, turismo, información estadística, A.SHP, Rstudio.

Abstract

Today it is evident the change that has taken the tourism sector, since normally people would only go to visit a single city and that's it, but today tourism has become a whole experience for its diversity in parks and ecotourism sectors that present the different cities nationwide. Meta has made significant inroads in the national and international tourism market, mainly thanks to its natural resources, rich plains culture and innovative local expressions. Even so, it is safe to say that the tourism industry in Meta is just beginning, and it has a lot of work to do before it can position itself as a real alternative that generates significant income for all actors in the chain (Agenda Hoy tu reserva , 2020).

It is important to mention the average number of foreigners that have entered the department of Meta between the years 2012 and 2021, this represents 0.2%.

In the following article all types of tourism in the department were taken into account, such as attractive places to share with the family, enjoy the gastronomy of the region and the hospitality of each of the municipalities, all this with respect to a survey of statistical information in each of the categories of the region of Meta, forming a layer of the A file. SHP file, where there are identified the places with respect to the categories of lodging, tourist places and gastronomy representative of Meta, to send to the ARCMAP program, finally to carry out a process of clasterization, using Rstudio with the purpose of analyzing the trend of characterization of the tourist consumption of Meta.

Key Word: ARCMAP, municipalities, tourism, statistical information, A.SHP, Rstudio.

Glosario

A.SHP: Formato de archivo informático.

ARCMAP: Programa de procesamiento geoespacial.

Introducción

A nivel nacional, Colombia se destaca por sus inigualables paisajes que atraen a miles de extranjeros cada año, presentando de esta manera una alta demanda en turismo, sin embargo con el surgimiento del virus Covid-19, el cual se destacó por generar una crisis sanitaria a nivel mundial, la demanda turística bajo exponencialmente y aunque se ha logrado contener el virus y volver a casi todas las actividades llevadas a cabo antes del periodo de Cuarentena, la reactivación de este sector (turismo) no se ha evidenciado como se esperaba, obteniendo así, el cierre y declaraciones de quiebra de más de cien empresas dedicadas a satisfacer los requerimientos de turistas en hospedaje, alimentación y recreación, por tal motivo se han iniciado diferentes estudios con el objetivo de apoyar e incentivar nuevamente el crecimiento del sector turístico, en este caso, ya que estamos en el auge de la tecnología y redes sociales, se llevó a cabo la creación de una base de datos con la ubicación y principales características de empresas cuyo mercado objetivo son los visitantes (turistas) con el fin de facilitar su ubicación y aumentar su reconocimiento en conjunto con estrategias de marketing y de esta manera volver a aumentar la demanda en el departamento del Meta.

1. Metodología

Se recopiló la información necesaria de la industria turística del departamento del Meta teniendo en cuenta los sitios turísticos, la zona hotelera y la zonas gastronómica; mediante la herramienta de Google Maps , en ella, se evaluaron dichos puntos y seguidamente se tabularon en Excel, donde allí, se establecieron las coordenadas X y Y, el tipo de sitio, en el área turístico, campestre y urbano; en el área de recreación, malecón, parque, finca, balneario, entre otros; y en el área de gastronomía gourmet, representativa del municipio, casera, entre otras; todo con el fin de darle solución a la problemática de la poca divulgación de esta industria; seguidamente se realizó un análisis exhaustivo con la herramienta ArcGIS para su representación cartográfica donde por medio de esta se ubican de manera más ágil dichas zonas.

2. Revisión Literaria

El departamento del Meta se ha caracterizado por su exponencial desarrollo en ámbitos tanto sociales como políticos, educativos, culturales y tecnológicos, sin embargo, este proceso de

crecimiento se vio gravemente afectado por la reciente crisis sanitaria a nivel mundial, es por esto que se han empezado a resaltar diferentes estudios enfocados en proponer alternativas que reactiven el crecimiento del departamento, destacando al mismo tiempo el área de turismo al ser uno de los puntos fuertes del Meta.

En concordancia, la universidad de los Llanos, recientemente publicó un artículo sobre la innovación en la orientación al mercado de las empresas hoteleras afiliadas a Cotelco de la ruta Amanecer llanero en el departamento del Meta, en donde brevemente se describen estrategias de marketing por página web, blogs y redes sociales como estrategia impulsadora. (Gomez & Cucanchon, 2016)

Por otro lado, también se han creado estudios sobre cómo mantener las empresas como se muestra en la Universidad Católica de Santa Maria, en donde se propone un plan de marketing para el hospedaje de Paraíso Tacna 2020, proponiendo estrategias de marketing digital enfocadas en los fuertes de la organización y un plan de contingencia para periodos de baja demanda. (Angles Ticona, 2021)

Seguidamente, en Restrepo, Meta, se llevó a cabo un análisis en relación a la baja competitividad que presentaban las empresas del sector, lo que se le atribuía a la falta de estrategias de marketing e ineficientes inversiones y convenios, proponiendo contratar expertos en organización empresarial para contrarrestar la mala administración en el sector. (Barrios Gonzalez & Villamil Rincón, 2017)

El turismo está enfocado en un conjunto de actividades predisuestas para el disfrute de las personas, hoy en día encontramos gran variedad de turismo, para que este se pueda acomodar de la mejor maneja al viajero y es allí donde encontramos el turismo gastronómico, el cual se encarga de todo tipo de alimentos, de restaurantes, festivales gastronómicos y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región. (Diaz Cuevas, 2013)

La gastronomía del Meta nace como una alternativa viable para el desarrollo económico y el proceso de la sustentabilidad turística, ya que gracias a esto el turismo gastronómico ha venido

teniendo un auge en los últimos tiempos, cabe resaltar que este es una experiencia para los visitantes que viene a la región, el ideal de las personas es probar platos típicos llaneros por su variedad gastronómica que ofrecen. (Prieto & Triana Valiente, 2019)

El Meta es reconocido por sus comidas típicas como lo son la mamona, el sancocho de gallina, la gallina criolla, mojarra frita, además de esto, se pueden encontrar aperitivos como el pan de arroz, tungos, ajisecho en leche. Es preciso mencionar que la gastronomía llanera es la gastronomía del Vichada, Casanare, Arauca y del Meta, cuatro territorios divididos políticamente, pero con la homogeneidad de sus tierras, sus gustos, sus sabores y sus saberes. (Chisaba Pereira & Henríquez, 2018)

Según el *Análisis de la fuerza de ventas en el sector Hotelero en los Hoteles de Villavicencio afiliados a Cotelco-Meta* la industria hotelera genera un gran impacto en ventas para la ciudad de Villavicencio por lo cual, se realizó una investigación exploratoria que por medio de encuestas de 19 preguntas que se emplearon en 22 hoteles pertenecientes a Cotelco con la cuales identificaron sus estrategias para potencializar sus ingresos y ser generadores de empleo en este municipio. Con lo cual, se concluyó que estas empresas en su mayoría son medianas y son justas en su departamento de recursos humanos que su objetivo principal es la satisfacción de los clientes por lo cual, su estrategia de marketing es de voz a voz y además, cabe mencionar que la llegada de más competidores directos ha generado que los locales se dinamicen. (Sánchez Cuesta, Díaz Pinilla, Baquero Lozano, Villalobos Arenas, & Rincón Varón, 2017)

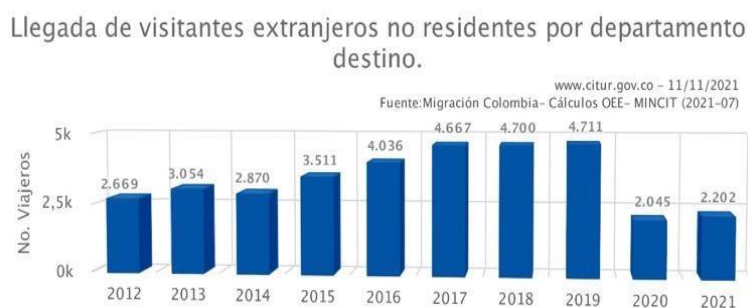
Mediante la tesis de grado el *Plan de negocio para la creación de un hotel ecológico en el municipio de Restrepo, Meta*. Inicio como una formulación de proyecto que dentro de su idea innovadora y ecología propuso su desarrollo en la secretaria de Turismo del Municipio y el MinCIT. Seguidamente mediante encuestas se realizó la recopilación de información para ver el mercado potencial además de un estudio más técnico para dar un análisis crítico del servicio a ofrecer en el ámbito ecológicamente sustentable. Se determinó mediante la investigación que las personas están interesadas con un 99% en hospedarse en este tipo de hotel ya que con ello se disminuye la huella de carbono, identificando al cliente potencial con un perfil monetario mayor a dos salarios mínimos, además, de que el departamento está calificado para recibir este tipo de hospedaje. (Padilla Gallego & Martínez Cubillos, 2021)

El gobierno colombiano ha adelantado diferentes iniciativas encaminadas a consolidar el acuerdo de paz con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - Ejército Popular (FARCEP) mediante la realización de propuestas concretas en el territorio en conflicto armado. En este orden ideológico han surgido programas como “Turismo, Paz y Convivencia” y “Seguro te va a encantar”, liderados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit) y en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018. En particular, la Propuesta Sectorial Promoción Turística de la Construcción de Paz, busca generar oportunidades para las comunidades locales en zonas afectadas por el conflicto armado en el país a través de la integración regional y el turismo, bajo la lógica de la conciencia y la sustentabilidad. (Bonilla, 2018)

El turismo cultural contribuye a la promoción, difusión y protección del patrimonio cultural de Biawiesen. Por tanto, el tratamiento que se dé desde una perspectiva comercial, social o económica es muy importante. En particular, este estudio tomó el turismo cultural de Villavicencio como objeto de la encuesta, utilizando métodos cualitativos y cuantitativos para determinar los elementos culturales de La Nera necesarios para que Villavicencio ubique un destino turístico, a fin de promover la sostenibilidad humana. Contribuir al desarrollo. Proteger el patrimonio cultural. (Otero Gómez & Giraldo Pérez, 2020)

Las características que tiene el turismo en el meta son bastante amplias, a pesar de la historia de conflicto armado en el departamento, cabe destacar que al salir de eso el departamento se ha visto a la tarea de llamar la atención de sus visitantes y Villavicencio con su infraestructura a lo grado obtener un 60% del establecimiento turístico, a la par de acacias y puerto López, sin olvidar la predominante zona de la Macarena. (Montaño Angel, 2021)

Villavicencio cuenta con una acogida y aumento desde el 2017 con 4667 de turistas, pero para el 2019 aumento los turistas a 4711, desafortunadamente por la pandemia del COVID-19 las cifras de turismo bajaron de forma abismal como se representa en la figura 1.

Figura 1 Visitantes extranjeros en el departamento del Meta

Los establecimientos con mayor acogida por los turistas son los lugares naturales, con actividades como caminatas ecológicas, rafting por los ríos del departamento, disfrutar de las áreas deportivas al aire libre o simplemente relajarse en una piscina, con el delicioso clima que la ciudad nos otorga.

Es muy común ver día a día que las fincas eco-turísticas cada vez toman más fuerza pues el indicador más claro es que los turistas quieren disfrutar de unos días en familia, con la naturaleza a su alrededor y que pocas personas los moleste, ese es uno de los planes perfectos y más cotizados en la región llanera.

3. Resultados

El meta cuenta con una concentración hotelera bastante amplia en la ciudad de Villavicencio y municipios aledaños como lo es Acacias, Granada, Restrepo y Cumaral como se denota en la figura 2. De igual forma se encuentra una concentración alta en los alrededores de la capital del Meta en sus atractivos turísticos, donde se tuvieron en cuenta balnearios, fincas turísticas, complejos deportivos para adultos y menores entre otros lugares donde los turistas pasan el tiempo en familia (figura 3); por otro lado, también encontramos como se ve en la figura 4 las concentraciones gastronómicas encontradas a lo largo del departamento donde se clasificaron como Gourmet, típica, casera, entre otras, para abarcar toda la gastronomía del llano.

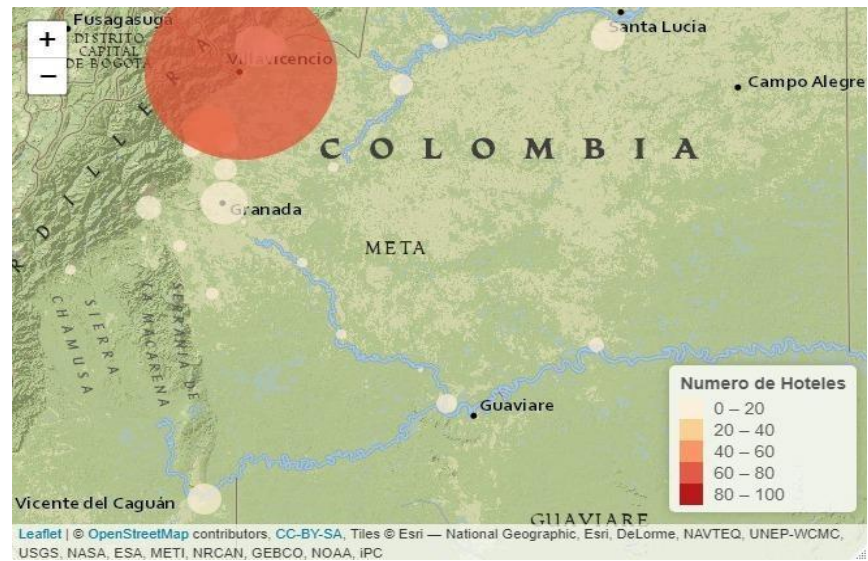
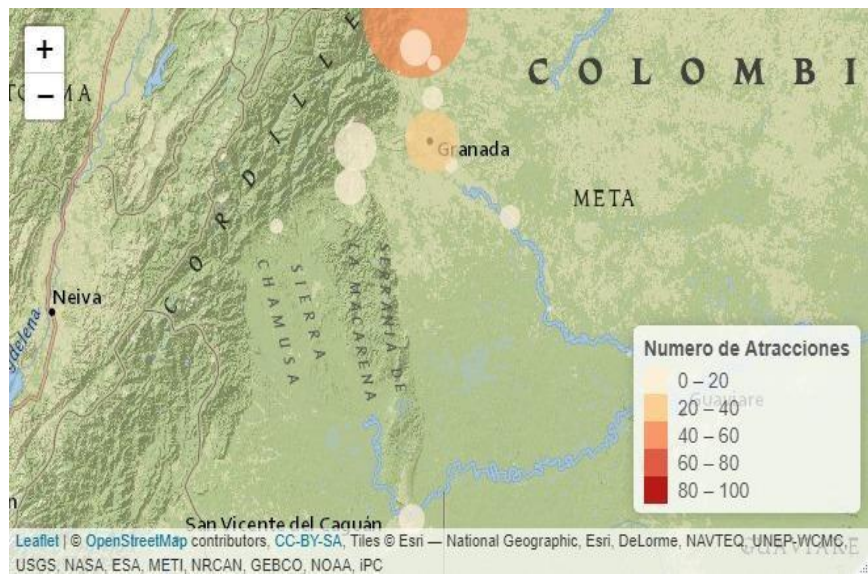
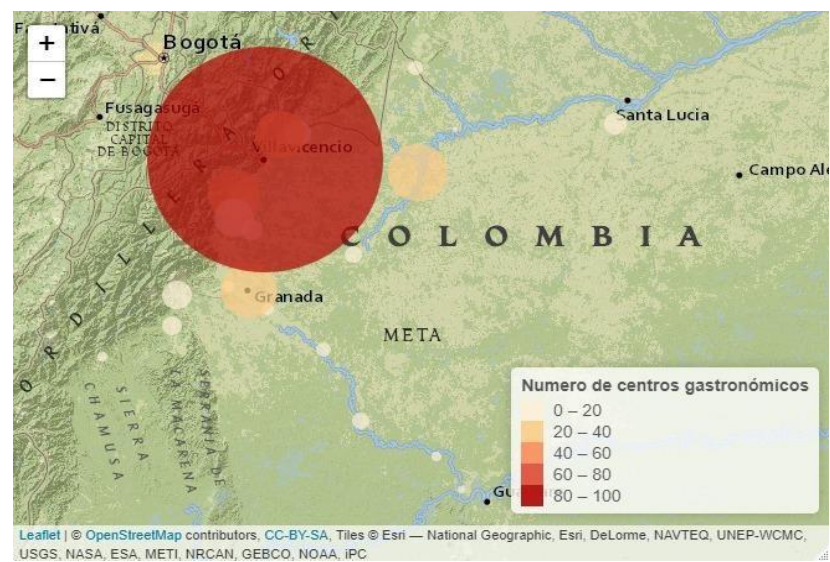
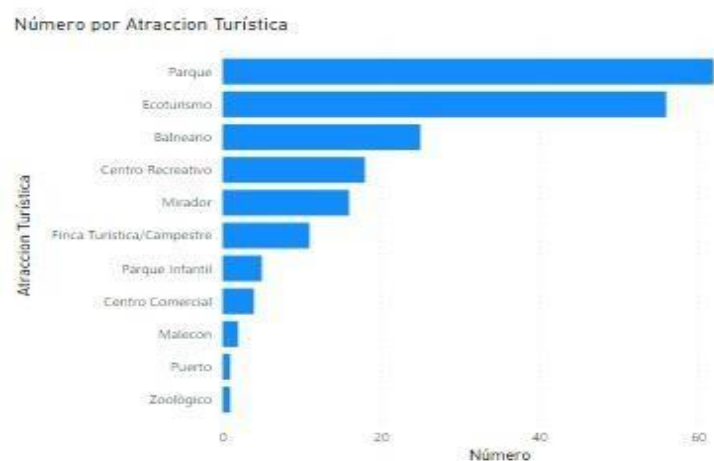
Figura 2 *Concentración Hotelera.***Figura 3** *Concentración Turística.*

Figura 4 Concentración Gastronómica.



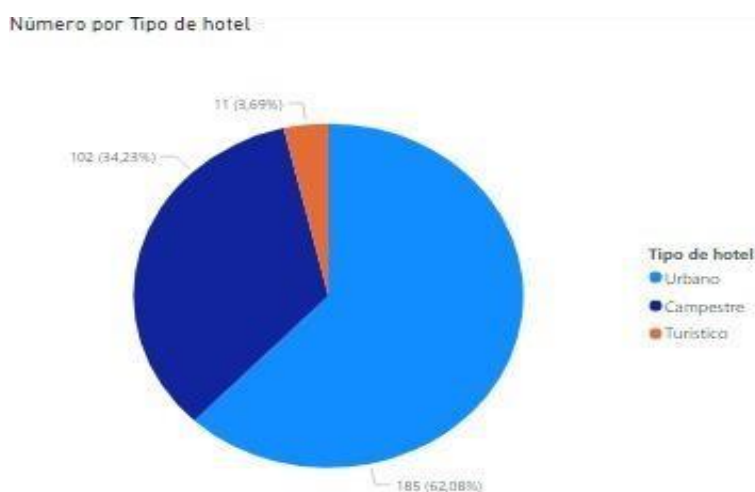
Por consiguiente, se denoto que los centros turísticos que más se encuentran dentro delo departamento del Meta son los parques que cuentan con más de 60, por ejemplo, el parque las Malocas; también se encuentra como una atracción notoria las ecoturísticas en las cuales se disfruta y se aprecia los atractivos naturales que aporta nuestro llano; además, cabe mencionar que los balnearios también incurren en los más numerosos ya que son los lugares típicos en los cuales se goza del agua.

Figura 5 Numero por atracción turística.

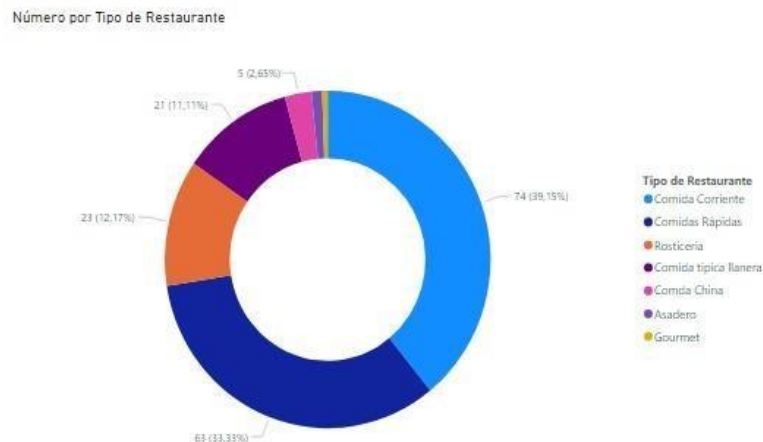


El sector hotelero del departamento ofrece hoteles urbanos, campestres y turísticos para el hospedaje de los visitantes hacia cualquiera de los municipios, actualmente se ofrece una mayor concentración de hoteles urbanos y hoteles campestres como se ve en la siguiente figura, sin embargo, se sigue trabajando para el aumento de este sector según avance la demanda turística para que los viajeros disfruten de sus vacaciones en el llano.

Figura 6 *Numero por tipo de hotel.*



El siguiente grafico se obtuvo a través de la busque del sector gastronómico del departamento para su clasificación se realizó con base a lo que ofrece cada establecimiento, esto se empleó de dicha forma, para que los visitantes tuvieran una amplia gama que abarquen sus gustos de una manera más fácil, dicho de esta forma, hoy en día hay más números de restaurantes que ofrecen “comida corriente”, en otras palabras comida más casera con un 39,15%, además, también se encuentras “comidas rápidas” con un 33,33% que encontraran con más facilidad, consiguientemente, se encuentran las rosticerías, los establecimientos con comida típica, entre muchos más, para el deleite de los comensales.

Figura 7 *Numero por tipo de restaurante.*

4. Conclusión

Actualmente del Meta se ha venido constituyendo como uno de los departamentos con más dinamismo de Colombia, debido a su gran diversidad gastronómica, hotelera, cultural, buscando cada día desarrollar nuevas modalidades para incentivar el turismo como lo son el agroturismo y ecoturismo, dadas las características propias que posee esta región, basado en la importancia que ha tomado el departamento con la construcción de la nueva vía al llano por su cercanía a la capital del país.

El turismo gastronómico puede ser considerado un eje fundamental para promover el consumo de productos regionales del Meta, que se basa en la agricultura, producción y/o cocina típica de diversidad regional, la cual cuenta con una fuerte carga de saberes culturales, tradicionales, ancestrales y populares que se han perdido a través del tiempo y que debido al desarrollo del turismo se pueden ir recuperando.

Referencias bibliográficas

Agenda Hoy. (4 de marzo de 2020). Así toman las riendas del turismo en el Meta, según versión preliminar del Plan de Desarrollo. <https://www.agendahoy.co/2020/03/asitoman-las-riendas-del-turismo-en-el.html>

- Angles Ticona, K. (2021). Propuesta de plan de marketing para el hospedaje Paraíso Tacna 2020. [Trabajo de grado, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio. <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12920/10978>
- Barrios González, A., & Villamil Rincón, A. (2017). Procesos de Fortalecimiento a Empresas del Sector Turístico – Hospedaje del Municipio de Restrepo (Meta). [Trabajo de grado, Universidad de los Llanos]. Repositorio. <https://repositorio.unillanos.edu.co/handle/001/903>
- Bonilla, J. (2018). Turismo, paz y posconflicto en Colombia. *Universidad del Externado de Colombia*. <https://zero.uexternado.edu.co/turismo-paz-y-posconflicto-en-colombia/>
- Chisaba Pereira, C. A., & Henríquez, R. D. (2018). Orinoquia: gastronomía nómada. https://www.researchgate.net/publication/351262781_Orinoquia_gastronomia_nomada
- Díaz Cuevas, Y. A. (2013). Perfil del consumidor del turismo gastronómico de los municipios de Restrepo y Cumaral, Meta. [Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/22866>
- Gómez Camacho, C., & Cucancho Urueña, A. (2019). Innovación en la Orientación al mercado a través de las TIC en las empresas hoteleras afiliadas a Cotelco, de la ruta Amanecer llanero del departamento del Meta. [Trabajo de grado, Universidad de los Llanos]. Repositorio. <https://repositorio.unillanos.edu.co/handle/001/1040>
- Montaño Ángel, A. L. (2020). Caracterización del sector turístico de los municipios, lejanías, Mesetas y la Uribe del departamento del Meta, mediante la identificación de componentes, variables y relaciones. [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UCC. <http://hdl.handle.net/20.500.12494/32880>
- Otero Gómez, M. C., & Giraldo Pérez, W. (2020). *Turismo cultural en Villavicencio: producción, consumo e internacionalización*. Villavicencio: Ediciones USTA. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/22683>
- Padilla Gallego, J. A., & Martínez Cubillos, G. A. (2021). Plan de negocio para la creación de un hotel ecológico en el municipio de Restrepo, Meta. [Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/35292>.
- Prieto, M.F. y Triana Valiente, M.F. 2019. Las rutas gastronómicas en el departamento del Meta. Una propuesta de sustentabilidad turística. *Turismo y Sociedad*. 25, (jun. 2019), 169–194. DOI:<https://doi.org/10.18601/01207555.n25.09>.

- Rodríguez Alarcón, A. (2020). Turismo como Estrategia de Desarrollo Sostenible en Contextos de Posconflicto. Departamento del Meta-Colombia. [Tesis de Maestría, Universidad de los Llanos]. Repositorio. <https://repositorio.unillanos.edu.co/handle/001/1584>
- Sánchez Cuesta, A., Díaz Pinilla, M., Baquero Lozano, E., Villalobos Arenas, H., & Rincón Varón, J. (2017). Análisis de la fuerza de ventas en el sector hotelero en los hoteles de Villavicencio afiliados a COTELCO-Meta. [Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio. <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/4794>.