

ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN ENMARCADAS EN EL ECOTURISMO PARA  
INCENTIVAR LA COLABORACIÓN EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN  
YOPAL

Luisa Fernanda Carreño Lemus

63161114

UNIVERSIDAD DE LA SALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Bogotá, marzo de 2022

ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN ENMARCADAS EN EL ECOTURISMO PARA  
INCENTIVAR LA COLABORACIÓN EMPRESARIAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN  
YOPAL

LUISA FERNANDA CARREÑO LEMUS Código:63161114

Monografía de grado presentada como requisito para optar por el título de: Profesional en  
Finanzas y Comercio Internacional

Tutor:

CARLOS FERNANDO MORALES SANCHEZ

UNIVERSIDAD DE LA SALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Bogotá, marzo de 2022

### **Agradecimientos**

En primer lugar, me gustaría agradecerle a la persona más importante en mi vida, mi madre y a Dios, ya que fueron fundamental en todo mi proceso formativo. A ellos les agradezco infinitamente por ser mi soporte para continuar y superar las adversidades en el proceso. De igual manera, un agradecimiento muy especial para mis tutores, Carlos Fernando Morales Sánchez y Milton Camelo quienes me guiaron no solo en este proyecto de grado, sino también a crecer a nivel personal y profesional.

Finalmente quiero agradecer a todos los docentes que participaron en mi proceso formativo, ya que su orientación, dedicación y acompañamiento aportaron a quien soy hoy en día, a ver el mundo desde diferentes perspectivas con un pensamiento crítico, reflexivo y moral.

## Resumen

En la presente monografía investigativa se aborda al sector turístico en la ciudad de Yopal, una ciudad a la que con claridad se puede sacar provecho de ventajas ambientales de manera ecológicamente sostenible, por lo que se proponen estrategias de colaboración enmarcadas en el Ecoturismo para las empresas. Esto, teniendo en cuenta la falta de coordinación en esta área entre las empresas del sector en Yopal; esto es resultado de que las empresas no conocen o aplican dinámicas viables de colaboración en esta región. Colombia es un país muy diverso donde ya se han declarado varios espacios como destinos turísticos sostenibles en diferentes regiones y ecosistemas, existiendo empresas que se han beneficiado aplicando estrategias de colaboración entre sí, para potenciar y mejorar la experiencia de los turistas y volver aún más atractivo el destino turístico.

Para lo anterior, se presenta la revisión de estrategias de colaboración como soporte para la investigación. Acto seguido, se realiza la definición del Sector Turístico en Yopal, teniendo en cuenta aspectos como el total de ingresos operativos, cantidad de empleados y fecha de incorporación al mercado de cada empresa del sector. Asimismo, se van a evaluar estrategias de colaboración usadas en el ámbito comercial y social a través de una revisión bibliográfica y una breve encuesta a una muestra de las empresas del sector. Continúa esta monografía con la identificación de estrategias usadas por las empresas y las que posiblemente puedan usarse para enmarcarlas en el Ecoturismo, por medio de una revisión documental. Por último, se recomiendan una serie de estrategias ya enmarcadas en el Ecoturismo que las empresas del sector en la ciudad puedan usar entre ellas, para elevar, consolidar y ampliar su posición en el mercado, siendo efectivamente amigables con el medio ambiente en pos de su posible uso continuo.

**Palabras clave:** Ecoturismo, Turismo naturaleza, Turismo sostenible, Emprendimiento sostenible

### **Abstract**

In the following study I will analyze the touristic companies located in the city of Yopal -a place that can clearly take advantage of its natural resources in an ecofriendly manner- in order to propose collaborating strategies for enterprises working in the Ecotourism sector. I do this aware of the current lack of coordination on this behalf among the different companies located in Yopal, a logical result of said companies ignoring or not applying viable interactions among them in this region. Colombia is an incredibly diverse country in which several locations have been recognized as Sustainable Tourist Areas in different ecosystems and regions, with existing companies that have benefited from collaborative projects and strategies to strengthen and improve the tourists' experience and upgrade the level of attractiveness for specialized sites.

I will present a review of collaboration strategies as background for this investigation. Then, a delimitation for the definition of the Tourism Industry on Yopal, including factors as the full operational expenses, number of employees and date of activation on said industry. This document continues with identifying available strategies used on commercial and social interactions through bibliographic reviews and a small survey with a sample of related companies of this touristic modality. Afterwards, an identification of successful dynamics and strategies used by companies and those that could be possibly used for ecotourism activities via analysis of sample documentation. Lastly, a series of recommendations in an ecotourism context that local enterprises could use to interact with each other, to elevate, consolidate and amplify their market position, being effectively ecofriendly with the ecosystems and therefore, long-term accessible.

**Keywords:** Ecotourism, Ecofriendly Tourism, Sustainable Enterprises, Nature.

## Tabla de contenido

1.	8	
2.	9	
2.1. ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL	10	
2.1.1. Estrategias de colaboración de Marcelo Calabrese	10	
2.1.2. Estrategias de colaboración de Tania Gonzales	10	
2.1.3. Estrategias de colaboración de Marín y Gaspar	10	
2.2. MARCO LEGAL	11	
3. METODOLOGÍA	12	
3.1. METODOLOGÍA MIXTA	12	
3.1.1. Investigación Cualitativa y Cuantitativa	13	
3.2. ALCANCE METODOLÓGICO	13	
3.3. FASES DE LA INVESTIGACIÓN	14	
4. RESULTADOS	15	
4.1. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN YOPAL	15	
ILUSTRACIÓN 1. SUBSECTORES DEL SECTOR DE TURISMO	16	
4.1.1. Conteo empresarial	16	
ILUSTRACIÓN 2. PORCENTAJE DE DISTRIBUCIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO 2021	17	
TABLA 1. EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO EN YOPAL 2021	18	
ILUSTRACIÓN 3. INGRESOS OPERATIVOS DEL AÑO 2021 DE LAS EMPRESAS	20	
4.2. IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN USADAS POR LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO EN YOPAL	20	
ILUSTRACIÓN 4. USO DE ESTRATEGIAS DE COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS	20	
4.2.1. Evaluación de estrategias	22	
4.2.1.1. Alianzas estratégicas	22	
4.2.1.2. Acuerdos de Cooperación	23	
4.2.1.3. Acuerdos de Colaboración	23	
4.3. ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL ENMARCADAS EN EL ECOTURISMO	24	
4.3.1. Definición del ecoturismo	24	
4.3.2. Estrategias de colaboración enmarcadas en el ecoturismo para implementar por las empresas del sector	25	
4.3.2.1. Alianzas	25	
4.3.2.2. Joint Venture	26	
4.3.2.3. Acuerdos de cooperación o colaboración	26	
5. CONCLUSIONES	27	
6. RECOMENDACIONES	29	
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30	

8. ANEXOS	33
ANEXO 1. ENCUESTA	33
ANEXO 2. RESPUESTAS DE ENCUESTA	36
ANEXO 3. BASE DE DATOS	40

#### **TABLA DE ILUSTRACIONES**

ILUSTRACIÓN 1. SUBSECTORES DEL SECTOR DE TURISMO
ILUSTRACIÓN 2. PORCENTAJE DE DISTRIBUCIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO 2021
ILUSTRACIÓN 3. INGRESOS OPERATIVOS DEL AÑO 2021 DE LAS EMPRESAS
ILUSTRACIÓN 4. USO DE ESTRATEGIAS DE COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS

#### **TABLA DE TABLAS**

TABLA 1. EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO EN YOPAL 2021
--

## 1. Introducción

En primer lugar, es necesario aclarar que en la actual globalización de la economía involucra diversos tipos de integración empresariales, las cuales surgieron para hacer frente a la competencia global de manera conjunta y de ello poder obtener un desarrollo local. En el caso del sector turístico en la economía, las empresas dependen de la internacionalización y la colaboración entre ellas para poder sobrevivir en el mercado local, en ese caso este sector ha sido uno de los más afectados por la globalización por su propia naturaleza, además del hecho que está conformado en gran parte por pymes, pero estas empresas se pueden adaptar a su nuevo entorno cambiando sus estrategias de desarrollo buscando asociaciones entre ellas y a las cooperaciones empresariales (Martín y Gaspar, 2008).

Según un estudio realizado por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018), el sector turístico a nivel mundial generó 1,7 billones de dólares, en Colombia se incrementó en un 2,7% en 2019 con respecto al 2018, siendo que el sector contribuyó en un 3,7% al PIB en el 2019, en el 2020 por la pandemia disminuyó un -13,7% con respecto al 2018, pero este tuvo un crecimiento para 2021 de un 21,2% según el MinComercio (2022).

Actualmente Colombia tiene 59 áreas naturales pertenecientes al Sistema de Parque Nacionales Naturales, adicionalmente el MinComercio ha certificado 27 destinos turísticos sostenibles; por su parte Procolombia propone destinos ideales para amantes del ecoturismo como lo son Parque Nacional Natural Los Nevados (Entre Quindío y Tolima), Isla Gorgona, el Amazonas, Alta Guajira, Ensenada de Utría (Chocó), Parque Nacional Natural Puracé (Entre Cauca y Huila), Parque Nacional Natural Tayrona (Magdalena), Isla de Corota (Nariño), entre otros.

Teniendo eso en cuenta, el aprovechamiento del medio ambiente como motor de desarrollo de una región, este trabajo se centrará en la ciudad de Yopal ubicado en el departamento de Casanare el cual tiene “riqueza natural, lugares exóticos que muestran la diversidad de especies de flora y fauna, hermosas playas de ríos legendarios y diversas fuentes hídricas; historia, tradiciones y costumbres del llano casanareño y su gran riqueza de hidrocarburos” (Cáceres, Pardo y Torres, 2013, p.72) pese a todo lo anterior su economía está basada en hidrocarburos como actividad principal dejando de lado el turismo. En Colombia es uno de los principales departamentos con mayor producción de este petróleo, siendo el segundo en la producción y ha recibido en regalías



hasta de \$628 mil millones de pesos en 2020-2021, teniendo en cuenta estas cifras como evidencia de que la región es dependiente de este recurso natural.

Dado lo anterior existe la necesidad de aprovechar de una mejor manera todos los recursos naturales, culturales e históricos y que sea sostenible para estos mismos; siendo Yopal una de las ciudades con un gran potencial de hacerlo y así mismo sacar provecho de ello; para esto es necesario saber la cantidad de empresas del sector en esta ciudad y si usan estrategias de colaboración entre ellas. Por lo anterior se formula la siguiente pregunta que enmarca el problema de la investigación ¿Cuáles son las estrategias dentro del ecoturismo que incentiven la colaboración de las empresas del sector turístico en Yopal?

Para responder dicha pregunta, el objetivo general presentado es identificar las estrategias dentro del ecoturismo para incentivar la colaboración de las empresas del sector turístico en Yopal. Asimismo, para realizarlo, se plantean tres objetivos específicos; el primero es definir empresas del sector turístico en Yopal, el segundo es evaluar las estrategias de colaboración usadas por las empresas de turismo de Yopal y el tercero es determinar las estrategias de turismo y de colaboración de largo plazo que cumplan con los criterios de ecoturismo para que las empresas puedan implementar.

En cuanto a la estructura del proyecto, este se divide en tres capítulos: El primero es el marco teórico donde se soporta la investigación, el segundo la metodología que se empleó y desarrolló el proyecto, y el tercero abarca los resultados de los objetivos planteados en el primer capítulo. Adicionalmente, en la parte final se encontrarán las conclusiones, recomendaciones y anexos a tomarse en cuenta.

## **2. Marco teórico**

En Colombia el sistema de colaboración empresarial se hace con el instrumento ACE, se pretende enmarcar la investigación en determinar qué estrategias dentro del ecoturismo pueden incentivar la colaboración entre empresas. Teniendo en cuenta lo anterior, se realiza la revisión de las distintas estrategias orientadas a la colaboración de empresas, teorías de internacionalización

de las empresas y el correspondiente concepto de ecoturismo y su puesta en práctica para un respectivo análisis para poder enmarcar qué estrategias combinadas con el ecoturismo tienen una mayor funcionalidad.

## **2.1. Estrategias de colaboración empresarial**

### **2.1.1. Estrategias de colaboración de Marcelo Calabrese**

Las estrategias de colaboración las tomaremos de los “acuerdos de colaboración empresarial” de Marcelo Calabrese (2005, pp. 36-37) el cual nos dice que hay varias formas de establecer alianzas con otras empresas tales como:

a) Transferencia de tecnología, la cual es una estrategia usada cuando hay un producto de por medio y que en este caso la tecnología o la transferencia del conocimiento de esta es un factor clave en la alianza.

b) Alianza con cláusulas de aseguramiento contractuales, es decir, que estipulan cláusulas que no impidan que el aliado forme alguna alianza con competidores.

c) Ambas partes se disponen a realizar algún tipo de intercambio de conocimiento, tecnología o habilidades que la otra parte disponga para así poder ganar equitativamente y, por último.

d) Alianza del riesgo de oportunismo, es decir, la compañía se asegura que no dará más de lo que se compromete hasta que esté seguro de formar una alianza definitiva con la contraparte.

### **2.1.2. Estrategias de colaboración de Tania Gonzales**

Entre las estrategias que propone Gonzáles (2007) destacan: a) Las alianzas, b) Coaliciones, c) acuerdos de cooperación o de colaboración y por último d) Las redes empresariales. La autora enfatiza que la mejor opción para el sector turístico son las redes empresariales, ya que estas son contempladas como organizaciones entre las que no existe una relación de subordinación, se mantienen los vínculos cooperativos por medio de la realización de acciones conjuntas coordinadas. Estas acciones también pretenden alcanzar determinados objetivos como lo son: la eficiencia, mejora de capacidades y posicionamiento.

### 2.1.3. Estrategias de colaboración de Marín y Gaspar

En 2008 estos autores proponen varias motivaciones de estrategias de colaboración:

- a) Compartir know-how: En esta las empresas comparten conocimiento.
- b) Compartir tecnologías: Es necesaria para la empresa donde para su producción necesita cierta tecnología y para ello establece una colaboración con alguna empresa que pueda proporcionarles.
- c) Posibilidad de especializarse en determinadas funciones: Esta es más utilizada en las cadenas de valor.
- d) Obtener financiación para crecer: Es la fusión entre empresas para la obtención de información que ayude con el crecimiento de la empresa.
- e) Internacionalizarse:
- f) Lograr economías de escala y crear alianzas comerciales.

## 2.2. Marco legal

En Colombia se usan los ACE los cuales son los acuerdos de colaboración empresarial en materia pública y de contratación estatal, según Jaramillo (2019) la ley los reguló de manera expresa y exclusivamente como un instrumento de colaboración, hay dos tipos de ACE los cuales son el consorcio y la unión temporal, donde tienen “la capacidad jurídica de contraer obligaciones y ser sujetos de derecho frente al Estado vía contrato estatal” (p. 3).

El consorcio comparte de manera solidaria el cumplimiento del contrato, mientras que en la unión temporal la parte esto solo se dará con la parte incumplida en términos y extensión de su participación (Jaramillo, 2019). En dicho sentido, se pronunció la Corte Constitucional en sentencia de exequibilidad C-172 de 2009, M.P. Cristina Pardo; los ACE se construyen dependiendo de sus características y eso los hace distintos de otras figuras jurídicas como lo son las sociedades.

Los ACE son un contrato, sus fundamentos están relacionados con la remuneración económica para las partes, como lo define el Código de Comercio en su artículo 884 de la siguiente manera “Cuando en los negocios mercantiles haya de pagarse réditos de un capital, sin que se especifique por convenio el interés, este será el bancario corriente; si las partes no han estipulado

el interés moratorio, será equivalente a una y media veces del bancario corriente y en cuanto sobrepase cualquiera de estos montos el acreedor perderá todos los intereses”.

Con lo anterior, estos acuerdos de colaboración en el aspecto legal son ampliamente usados cuando, según plantea Jaramillo, las empresas tienen proyectos de largo plazo o cuando quieren invertir porque ellas como empresa independiente no contaron con los recursos económicos, humanos, de conocimiento, de experiencia, de capacidad técnica o financiera.

### **3. Metodología**

En este capítulo se describe la metodología a utilizar en el proyecto que incluye el alcance de la investigación, las técnicas de recolección de datos, las fuentes de información, el procesamiento de datos y, finalmente, las estrategias de colaboración a utilizar.

#### **3.1. Metodología mixta**

La metodología mixta es una vía para realizar la investigación que vincula las metodologías cualitativas y cuantitativas, esto puede producir datos más ricos y variados con su combinación; Hernández-Sampieri y Mendoza (2008) “esto representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto

cuantitativos como cualitativos, así como su integración e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” p.10.

### **3.1.1. Investigación Cualitativa y Cuantitativa**

La metodología cuantitativa se relaciona con conteos numéricos y métodos matemáticos (Niglas, 2010). Del mismo modo, para Hernández- Sampieri y Mendoza (2018) “representa un conjunto de procesos organizado de manera secuencial para comprobar ciertas suposiciones”. Por ende, en la investigación, el uso de esta metodología se evidencia en la determinación y análisis del tamaño del mercado del sector turístico en la ciudad mediante el conteo de las empresas; recolectada de la base de datos de Emis.

Por el contrario, la investigación de carácter cualitativo, la cual se define como la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2010). Donde se propone un alcance descriptivo, es decir, es la búsqueda de propiedades, características y rasgos importantes que se puedan especificar de cualquier fenómeno que sea objeto de análisis (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2010). Asimismo, para Pérez (1994) "la investigación cualitativa se considera como un proceso activo, sistemático y riguroso de indagación dirigida en el cual se toman decisiones sobre lo investigable” (p.465). En consecuencia, en la investigación, el uso de esta metodología se evidencia en la definición del tamaño del sector, seguido de una investigación profunda documentaria de cada una de las empresas y una breve encuesta cualitativa a una muestra de ellas definiendo si tienen entre ellas o no estrategias de colaboración, con el fin de saber sus estrategias de turismo más frecuentes.

### **3.2. Alcance metodológico**

El proyecto de investigación tiene un alcance descriptivo, el cual según (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018) “cuando se pronostica un valor o dato en un tiempo (...) y se hace con el fin de medir o recolectan datos y reportan información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar” (p.108). Lo anterior se hace evidente en el análisis de las estrategias que usan las empresas del sector turístico en Yopal.

### **3.3. Fases de la investigación**

#### **Fase 1:** Definir las empresas del sector turístico en Yopal

Para el primer objetivo específico, se desarrolla la técnica de revisión de bases de datos y para poder recolectar los datos se tendrán en cuenta las empresas que actualmente siguen en funcionamiento, el conteo de las empresas en este sector en la ciudad. Asimismo, se estudiarán los aspectos numéricos de estas fuentes y para ello también se hará uso la estadística descriptiva con la ayuda de tablas y gráficas que permitan identificar la cantidad de empresas y el subsector estas. Esto con el fin de conservar la información de manera ordenada y tener una idea clara del tamaño del sector en la ciudad. Los datos se obtendrán de bases de datos comerciales como: Emis y la superintendencia de industria y comercio.

#### **Fase 2:** Evaluar las estrategias de colaboración usadas por las empresas del sector turístico en Yopal

En cuanto para el segundo objetivo, se tendrá en cuenta una revisión bibliográfica de estrategias público-privadas que se están usando en el sector, para así poder determinar los fenómenos que explican el comportamiento de cada una. Esto se hará con el apoyo de una breve encuesta a una muestra de la población determinada en la fase 1, esta encuesta tiene preguntas adicionales para poder precisar con mayor exactitud cuáles son las estrategias o colaboraciones y si realmente tienen alguna en práctica.

#### **Fase 3:** Determinar las estrategias de turismo y colaboración de largo plazo que cumplan con los criterios de ecoturismo para que las empresas puedan implementar.

Por último, para el tercer objetivo, teniendo las estrategias implementadas por las empresas se hará su respectivo análisis de cada una con la finalidad de poder identificar si alguna de ellas se puede enmarcar con el ecoturismo. Se propondrán algunas estrategias enmarcadas con este concepto que ya se estén usando o nuevas para la posible implementación de estas mismas en el sector.

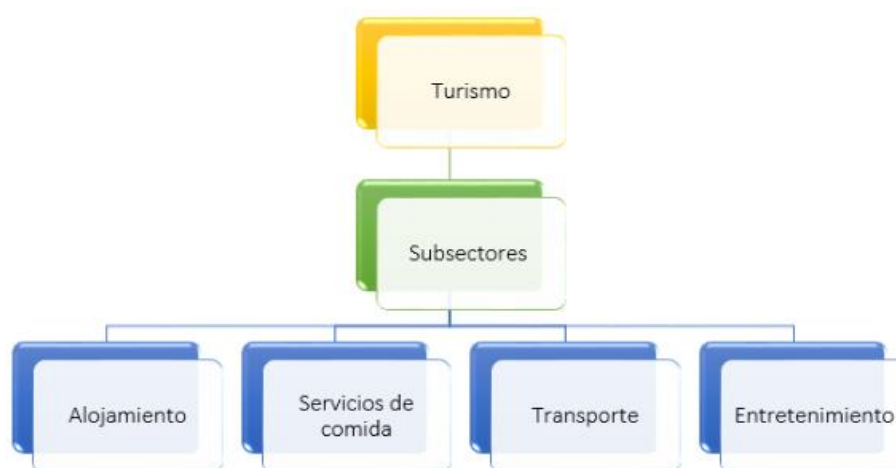
Sumado a esto, la elaboración de este instrumento servirá de guía para aumentar las probabilidades de supervivencia de la empresa con relación a distintos escenarios y aprovechando los ecosistemas de una mejor manera.

## **4. Resultados**

### **4.1. Caracterización del sector turístico en Yopal**

El sector turístico ha sufrido cambios en los últimos 2 años debido a la pandemia COVID-19. Por esta razón, de acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) el sector se encuentra dividido en 4 subsectores como lo muestra (la ilustración 1) y son los que se tendrán en cuenta en el conteo empresarial.

### Ilustración 1. Subsectores del Sector de Turismo



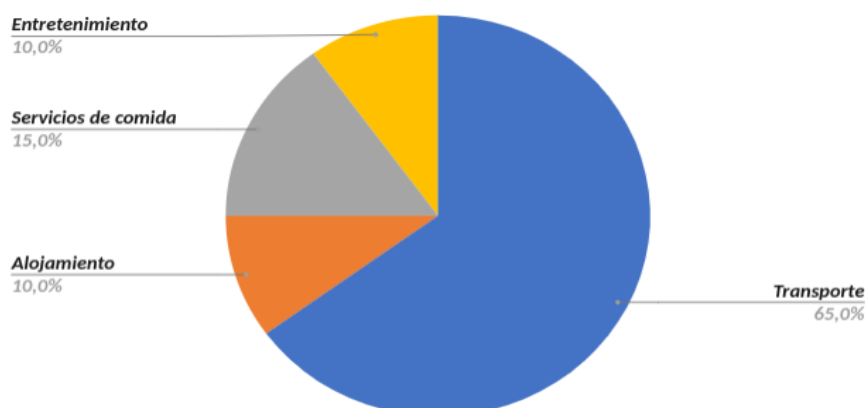
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de MinCIT (2021)

#### 4.1.1. Censo empresarial

Como se mencionó anteriormente se tuvieron en cuenta sólo empresas de los subsectores de alojamiento, servicios de comida, transporte y entretenimiento para poder hacer el censo de las empresas operando en el sector turístico en Yopal y en el censo final se encontraron 20 empresas en el sector que están distribuidas como muestra la (ilustración 2).



## Ilustración 2. Porcentaje de distribución empresarial en el sector Turístico 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Emis y la Superintendencia de industria y comercio; Sector de turismo y ocio en Colombia.

Acorde a el informe de Emis una empresa de información empresarial privada, y la Superintendencia de industria y comercio, el subsector de alojamiento cuenta con 2 empresas, de servicio de transporte cuenta con 13 empresas, de servicios de comida cuenta con 3 empresas y de entretenimiento cuenta con 2 empresas. Por lo que podemos argumentar que el mercado en Yopal no es muy grande por lo que no tiene mucho desarrollo en comparación con el 2019 donde en el subsector de entretenimiento contaba con 19 empresas, transporte con 16, alojamiento con 26 y servicios de comida 30 empresas.

Por lo anterior podemos decir que la pandemia de COVID-19 afectó de manera muy considerable este sector en Yopal por lo que muchas empresas del sector cerraron debido a la carga financiera que se tenía. El mercado es muy pequeño y las empresas que sobrevivieron son muy pocas. Por el pequeño número de empresas existentes legalmente en el mercado se pudo hacer una revisión de cada una de ellas teniendo en cuenta aspectos como el subsector al que pertenecen, la fecha de incorporación y el total de sus ingresos operativos del año 2021 como se muestra en la Tabla 1.

**Tabla 1. Empresas del sector turístico en Yopal 2021**

<b>Compañía</b>	<b>Subsector</b>	<b>Ingresos operativos</b>	<b>Fechas de incorporación</b>
Transportadores Unidos Mr. S.A.S.	Transporte	7.179,09	
Transportes y Servicios Nacionales S.A.S	Transporte	6.061,97	
Grupo Logístico Transmiguel S.A.S	Transporte	3.337,67	
Cravo Sur S.A.S	Transporte	3.251,27	
Transportes Y Comercializadora S.A.S	Transporte	2.098,64	
Llano Motor S.A.	Transporte	1.250,16	1992
Cooperativa de Transportadores de los Llanos Orientales Ltda.	Transporte	524,35	
Llano Líneas S.A.	Transporte	179,89	
Cootransmilenio Ltda	Transporte	88,11	
Promotora De Turismo Del Oriente Colombiano S.A.S	Transporte	3,28	
Servicios y Transportes Llanovial S.A.S	Transporte	0,66	
Cootranservis Ltda.	Transporte		
Cooperativa Multiactiva De Trabajadores En Equipo Ltda	Entretenimient o	145,85	
Falck Services Ltda.	Servicios de comida	35.871,79	1996
Comercializadora Internacional Conexión Aj Global S.A.S.	Servicios de comida	67,11	2013
Agropecuaria Garzón López S.A.S.	Alojamiento	438,28	2010
Hotel Campestre la Bendición	Alojamiento	75,06	2012

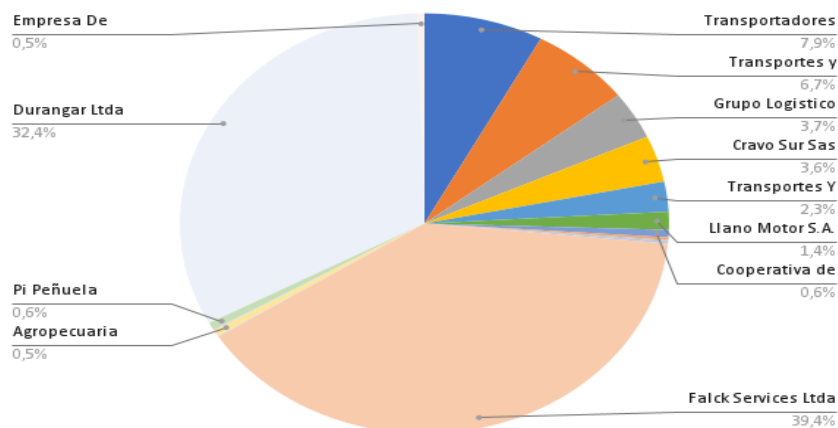
Yopal S.A.S.			
Pi Peñuela Ingenieros Consultorías Asesorías Entrenamiento Interven Ltda.	Entretenimient o	506,50	2000
Durangar Ltda. Servicios Integrales	Servicios de comida	29.463,56	2006
Empresa De Transporte Y Servicio El Yopo Transyopo S.A.S	Transporte	421,53	

Fuente: Elaboración propia con datos de Emis y de la Superintendencia

En la (ilustración 3) muestra los ingresos operativos de cada una de las empresas del sector y como se evidencia la empresa con mayores ingresos es Falck Services Ltda, la cual tiene 39,4% del sector en la ciudad con 35.871,79 millones de pesos. Esta empresa se dedica a servicios de comida y limpieza, sus ganancias en gran parte son debido a que es reconocida en el sector de hidrocarburos y otras instituciones en la ciudad y alrededores. La segunda empresa es Durangar Ltda Servicios integrales que también es del subsector de servicios de comida, su cuota de mercado es del 32,4% con ingresos de 29.463,56 millones de pesos.

La mayoría de estas empresas no tienen canales de comunicación amigable con los consumidores, es decir, no tienen sitio web o redes sociales que faciliten la comunicación directa; por lo que supone un problema en cuanto a su crecimiento empresarial. Adicionalmente la recolección de información primaria de estas mismas no está disponible.

### Ilustración 3. Ingresos operativos del año 2021 de las empresas



Fuente: Elaboración propia con datos de Emis y de la Superintendencia

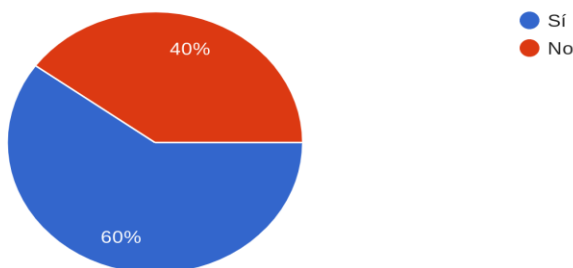
#### 4.2. Identificación de estrategias de colaboración usadas por las empresas del sector turístico en Yopal

En una breve encuesta de elaboración propia que consta de 10 preguntas y respondieron una muestra de 5 empresas del sector turístico en Yopal, se realizó la siguiente pregunta: “¿Usted como empresa utiliza algún tipo de estrategia de cooperación con otra empresa del sector turístico?” las empresas respondieron como se muestra en la ilustración 4:

#### Ilustración 4. Uso de estrategias de cooperación entre empresas

2. ¿Usted como empresa utiliza algún tipo de estrategia de cooperación con otra empresa del sector turístico?

5 respuestas



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados por encuesta.

Con lo anterior se puede concluir que el 60% de las empresas del sector sí usan y tienen conocimiento de las estrategias de colaboración, por lo que para indagar más sobre qué tipo es más usada, se realizó la siguiente pregunta: “Si su respuesta en la pregunta anterior fue Sí, ¿Qué tipo de estrategia utiliza? pero si su respuesta fue No ¿Cuál es el motivo o por qué no lo ha hecho aún?” y se concluye que las estrategias más usadas son las alianzas, acuerdos de cooperación y/o de colaboración. Las empresas que no usan estas estrategias respondieron que ellas no han contemplado el hacer uso de ellas.

En esta misma encuesta se preguntó si habían colaborado con empresas del mismo sector turístico de la ciudad y el 100% respondió que no lo habían hecho. También se preguntó si se colabora con empresas del mismo sector, pero de otras ciudades, y el 60% respondió que sí por lo que se procede a preguntar la ciudad de procedencia de las empresas con las que colaboraron y de resultados se obtuvieron Bogotá, Medellín y Villavicencio las cuales son ciudades con mayor flujo de extranjero no residentes excluyendo venezolanos, según el MinCIT y migración Colombia.

Teniendo en cuenta la pregunta anterior, se realizó la siguiente “Si su respuesta en la pregunta anterior fue Si, ¿Qué tipo de estrategia utiliza? Pero si su respuesta fue No, ¿Cuál es el motivo o por qué no lo ha hecho aún?” con respuesta abierta. Donde se concluyó que las principales estrategias utilizadas fueron las alianzas, acuerdos de cooperación o colaboración, y las empresas que no usan estrategias respondieron que no han “contemplado” o “tenido en cuenta” el hacerlo. En la pregunta número 4 se planteó la siguiente pregunta “¿Ha usted colaborado con otras empresas del sector turístico del departamento de Casanare?” y el 100% de la muestra respondió que No.

En la pregunta número 6 se planteó si la empresa ha colaborado con alguna empresa distinta del departamento de Casanare y el 60% respondió que sí y el 40% que no por lo que se procedió a preguntar la ciudad de procedencia de la empresa con la cual se colaboró, se establecieron como opciones las siguientes ciudades: a) Cartagena, b) Bogotá, c) Cali, d) Medellín y e) Villavicencio donde se evidenció que tiene colaboración con empresas de Bogotá, Medellín y Villavicencio. Las preguntas 8 y 9 se relacionaron con el conocimiento que se tiene con el concepto de ecoturismo y si lo práctica. Finalmente, la décima pregunta planteaba si la empresa se vio afectada por la pandemia del COVID-19 y el 100% respondió que sí y su razón principal fue la carga financiera que conlleva mantener la empresa sin que está esté en funcionamiento. Para mayor conocimiento de esta encuesta, revisar los anexos 1 y 2 del presente documento.

#### **4.2.1. Evaluación de estrategias**

Con lo anterior procedemos a analizar las estrategias que usan las empresas encuestadas:

##### **4.2.1.1. Alianzas estratégicas**

Las alianzas estratégicas son “asociaciones para promover los objetivos comunes de sus miembros” según el diccionario Webster 's. Asimismo, para Luis Del Prada esta estrategia vincula aspectos específicos de los negocios de dos o más empresas, es decir, es una sociedad que potencia la eficacia de las estrategias competitivas de las empresas que participan en ella, esto lo hace por medio del intercambio de tecnologías, habilidades o productos.

Lo que define una alianza estratégica es el cumplimiento de 3 condiciones necesarias las cuales son: 1) Las empresas se unen para lograr un conjunto de objetivos ya preestablecidos, finalizada la alianza estas siguen siendo autónomas, 2) Las empresas dividen los beneficios de esta alianza y se hacen responsables de determinadas tareas ya asignadas, esta condición es la que complica su administración y por último 3) Las empresas que componen la alianza están continuamente contribuyendo.

Entre los vínculos empresariales están los acuerdos contractuales, dentro de los cuales se encuentran los contratos no tradicionales donde se contemplan alianzas con propósitos como el desarrollo de productos, los acuerdos de compras a largo plazo, la producción conjunta, el marketing conjunto, la distribución compartida o el consorcio de investigación. También están los Convenios que implican inversión de capital dentro de los vínculos, la cual se divide en las que no se crea una nueva entidad donde hay inversiones minoritarias o donde si se crea una nueva entidad como los Joint Ventures (No subsidiarias), los Joint Ventures 50%-50% o los Joint Ventures con capital desigual. Lo anterior no contemplan los propósitos de las nuevas alianzas, como Luis Del Prada las describe y las cuales son:

“1) Las redes entre empresas, proveedores y distribuidores a menudo trasponen las fronteras nacionales.

2) Muy frecuentemente se producen entre firmas rivales. (...)

3)Se están generando alianzas entre industrias que aparentemente no tenían posibilidades de relacionarse.” (p. 70)

#### **4.2.1.2. Acuerdos de Cooperación**

Los acuerdos involucran que las empresas permanezcan de forma independiente, esto con el fin de buscar una cooperación en proyectos ya sean de investigación y desarrollo, como de producción y comercialización que involucran los objetivos de las empresas que están dentro del acuerdo. Cuando son acuerdos de colaboración estratégico según Costa Campi estos “constituyen una nueva forma de organización intermedia - de mayor complejidad que las relaciones de transacción del mercado o que las simples de complementariedad- basada en vínculos de coordinación y colaboración entre empresas que exigen ajustes antes de sus planes de producción y de inversión”. Asimismo, para CEPAL estos acuerdos exigen la independencia en la toma de decisiones de cada empresa, en donde se comparten capacidades y/o recursos entre dos o más empresas sin que lleguen a fusionarse con el objetivo de incrementar sus ventajas competitivas, este convenio se hace de larga duración donde se puede incluir o no una remuneración financiera. La cual tiene diferentes tipos de acuerdos como lo son:

1. Constitución de una nueva entidad jurídica en este tipo de colaboración, tendrá su propio órgano de gobierno y órgano de gestión.
2. Un contrato de ventas o marketing a través de este tipo de cooperación, las empresas ponen a disposición canales de distribución e información en el punto de venta, este tipo de contrato se denomina Cooperación Canguro o Piggyback.
3. Existen acuerdos de colaboración que nos permiten compartir recursos complementarios para desarrollar nuevos productos, intercambiar tecnologías, talento y más.
4. Subcontratación, este tipo de acuerdo funciona de forma transaccional ya que es una relación de calidad y coordinación en plazos de entrega.

#### **4.2.1.3. Acuerdos de Colaboración**

Según Calabrese los acuerdos de colaboración son un contrato nominado donde las sociedades y empresas pueden agruparse y establecer una organización común con el fin de facilitar

o desarrollar un objetivo en común, que pueden incluir ventajas económicas que recaen en el patrimonio de las empresas consorciadas. Los principales objetivos que se buscan con estos acuerdos son: la reducción del riesgo que se enfrenta al asumir nuevos proyectos, poder aumentar las fortalezas de la empresa, o mejorar la utilización de equipamientos para así poder llegar a una mejor eficiencia y eficacia.

### **4.3. Estrategias de colaboración empresarial enmarcadas en el ecoturismo**

#### **4.3.1. Definición del ecoturismo**

Para poder proponer y enmarcar estrategias de colaboración primero es necesario aclarar que es el ecoturismo, según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2017) lo define como:

“El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local” (p. 33)

El ecoturismo está condicionado por la preservación de atractivos únicos ya sean naturales o culturales a cualquier costo; lo cual ayuda a diversificar la oferta y orientarla a destinos diferentes a los tradicionales (Vanegas, 2006). Por esta razón, Costa, Oliveira y Gomes (2005) encuadra el ecoturismo dentro de un conjunto de alternativas de desarrollo sostenible, ya que tiene condiciones de sostenibilidad la cual está basada en la eficacia económica, en la equidad social y el cuidado ecológico, considerando cada lugar y su capacidad de soporte; aunque esta última es una cuestión difícil de solucionar. Este ecoturismo a pequeña escala y con poca alteración del paisaje, respetando la capacidad de carga además del hecho que no cuenta con una estacionalidad marcada.

Según las definiciones anteriores se puede decir que existe relación entre el ecoturismo y las unidades de conservación, y esa relación es el medio ambiente. Esta relación la explica Kinker (2002) cuando el turismo es reconocido como una de las actividades económicas más importantes de la actualidad, los gobiernos y las comunidades lo consideran una excelente y a veces, como la única alternativa para el desarrollo local. En comunidades ubicadas en el entorno de áreas naturales protegidas, donde está restringido el uso de tierra y de los recursos naturales, la modalidad más adecuada a utilizar es el ecoturismo.



En conclusión, el ecoturismo es una nueva forma de hacer el turismo tradicional, es decir, cuida y respeta el medio ambiente mientras se conoce, aprende y disfruta del mismo; por esta razón es que es tan importante en las unidades de conservación, ya que las ayuda a mantenerse a través del tiempo dejando que las nuevas generaciones disfruten de ella también. No obstante, esta nueva forma de hacer turismo es una buena alternativa para desarrollar la economía de las regiones donde se practique, ayuda a renovarla de manera que no solo dependan de la extracción de hidrocarburos, la cual no conserva el medio ambiente, sino que puedan desarrollarse involucrando a la comunidad y las empresas de este sector generando nuevos empleos y desarrollo sostenible.

#### **4.3.2. Estrategias de colaboración enmarcadas en el ecoturismo para implementar por las empresas del sector**

En Colombia como se mencionó ya anteriormente en el marco teórico los ACE son una figura muy utilizada para distintos tipos de proyectos y emprendimientos de diversos sectores. Según Alejandra Jaramillo (2019) los Acuerdos de Colaboración Empresaria (ACE) tienen diversos nombres, como se conocen en Colombia son los acuerdos de participación empresarial, acuerdos de participación conjunta, contratos de emprendimiento conjunto, convenios de asociación empresarial, contrato de asociación, acuerdos de alianzas estratégica, acuerdo de marco estratégico o también pueden ser conocidos por su especie como los Joint Venture o contratos a riesgo compartido, los consorcios y las uniones temporales.

En el sector Turístico en Yopal Casanare se determinaron 3 estrategias de colaboración entre empresas de largo plazo con la opción de posible puesta en práctica que las empresas colombianas deberían tener en cuenta:

##### **4.3.2.1. Alianzas**

Las alianzas estratégicas entre empresas de subsectores como entretenimiento, transporte, alojamiento y servicio de comidas pueden ser una buena opción ya que puede ser formada entre 2 o más empresas para trabajar en conjunto promoviendo por ejemplo posibles planes vacacionales donde cada una contribuya con su especialidad en el plan. La empresa de transporte puede ser el medio de desplazamiento de la ciudad a las zonas naturales o culturales de carácter turístico mientras la empresa de entretenimiento puede proveer los guías turísticos en esta zona, todo esto

mientras las empresas de alojamiento como lo son los hoteles o viviendas junto con las empresas de comida a la mesa brinden una mejor experiencia de hospedaje y gastronomía lo que tendrá de resultado en el reconocimiento de la zona aumentando así el turismo en la misma. El papel del ecoturismo entra a jugar un papel importante con la empresa de entretenimiento encargada de la guía por los atractivos turísticos; ya que ésta deberá encargarse de una guía que permita que el turista pueda observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural que esta región ofrece de manera responsable.

#### **4.3.2.2. Joint Venture**

El Joint Venture también es una estrategia de colaboración a la que se le puede dar buen uso, ya que con esta forma se puede crear una nueva entidad que maneje planes turísticos y que brinde una mejor visibilidad fuera de la región, esto con el fin de incrementar el flujo turístico en la zona; esta puede crearse de 2 o más empresas donde se distribuyen las pérdidas o ganancias de dependiendo del acuerdo e inversión de capital. Esta forma jurídica puede utilizarse para formar alianzas de manera más rápida y eficaz o subcontratando otras empresas del sector, con el fin de mejorar la experiencia del turista, de una manera más ordenada donde cada empresa tiene su función ya establecida. Tal y como en la alianza se espera que los espacios naturales y culturales brinden una experiencia única al visitante en la región. Con esta figura el acuerdo será de largo plazo, esto debido a que depende de la duración de la figura legal o hasta que algunas de los miembros vendan su parte ya sea a un externo o la misma empresa miembro. Al enmarcarla en el ecoturismo brinda la oportunidad que el atractivo de la región tenga mayor durabilidad ya que esta figura se encargaría de su cuidado. En adición, el atractivo puede ser usado como el marketing principal para atraer más consumidores del servicio prestado (como el hotelería y entretenimiento) o de los productos que se vendan (como las artesanías y comida).

#### **4.3.2.3. Acuerdos de cooperación o colaboración**

Estos acuerdos se pueden presentar como empresas subcontratadas por otras, como lo podría ser el ejemplo de una empresa de guías turísticas subcontratando otra de transporte de personas, para el traslado de los turistas de su lugar de alojamiento al destino turístico. Estas solo tendrán como relación la calidad y entregas a tiempo del servicio contratado. La empresa encargada del guía tendrá la responsabilidad social y ambiental de explicar a los turistas nacionales o

extranjeros sobre el cuidado de la zona y como practicar de manera sencilla y divertida el ecoturismo.

Esto ayudará a que la red empresarial, entre empresas proveedores y distribuidores de la alianza a tener un desarrollo en la región y la creación de nuevos empleos que se perdieron por culpa de la pandemia COVID-19 en el año 2020 y por el cual las empresas del sector se redujeron a menos de la mitad. Adicionalmente con la ayuda del ecoturismo hay la posibilidad de aprovechar los ecosistemas naturales y culturales a largo plazo si se cuida adecuadamente de ellos, teniendo en cuenta que esta zona es mayormente de hidrocarburos y esto tiene un impacto negativo en el ecosistema como ya fue explicado en la introducción.

## **5. Conclusiones**

El objetivo de esta investigación es identificar estrategias de colaboración enmarcadas en el ecoturismo para incentivar la colaboración entre las empresas del sector turístico en Yopal. Debido a la pandemia del COVID-19 el número de empresas del sector se redujeron considerablemente en el último periodo. Adicionalmente se quiere desarrollar este sector debido a que su economía en gran parte se basa en hidrocarburos.

Por lo anterior, en primer lugar, se define el sector turístico en la Ciudad de Yopal, Casanare con un análisis descriptivo por lo que establecen los subsectores a tener en cuenta, las empresas cuentan con pocos canales de información y comunicación, aspecto que a modo de recomendación deben mejorar para una mayor visibilidad. Cuando se hace el conteo de las empresas se pueden ver

los estragos de la pandemia ya mencionada anteriormente, la gran parte de las empresas del sector son de transporte. Seguidamente de un análisis de estrategias de colaboración que usan las empresas del municipio, esta información fue recolectada por medio de una breve encuesta a una muestra de estas empresas.

Como resultado de las encuestas se tiene que las estrategias más usadas son las alianzas, los acuerdos de cooperación y los acuerdos de colaboración. Por último, ya teniendo las estrategias de colaboración definidas solo se enmarcaron en ecoturismo, de manera que todas estas puedan incentivar la colaboración entre empresas en el sector. Como resultado se obtuvo que las estrategias de colaboración en su totalidad pueden funcionar de manera complementaria con el ecoturismo, debido a que todo depende de las empresas que trabajan directamente con el escenario natural o cultural, debido a que tienen que implementar guías de cuidado con estas zonas turísticas de modo que permita que el turista pueda observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural que esta región ofrece.

Como conclusión general se tiene que el sector turístico tiene un mayor desarrollo cuando las empresas colaboran entre ellas para el desarrollo del mercado donde operan, por ello se necesita incentivar a las empresas del sector turístico en Yopal para que colaboren entre ellas y así poder posicionarse de manera que puedan promover su destino turístico. Estas empresas ya usan acuerdos de colaboración, alianzas o Joint Venture, pero no lo hacen con otras empresas de la ciudad, sino más bien externas a ella; por otro lado, tampoco aplican un turismo sostenible. A modo de recomendación adicional, las empresas del sector deben actualizar los canales de contacto con el cliente ya que no cuentan con un sitio web o redes sociales que ayudarían con su marketing y del sector para la atracción de turistas ya sean nacionales o extranjeros.

## **6. Recomendaciones**

Esta investigación debe ser el punto de partida para proyectos comerciales y económicos, además de lograr un acercamiento al sector turístico en Yopal, Colombia y las empresas de este mismo. Con la información obtenida se pueden plantear a modo de recomendaciones para poner en práctica las estrategias aquí planteadas para poder obtener un crecimiento del sector en la región.

Por consiguiente, es importante actualizar las bases de datos e información relacionada con las empresas a fechas futuras con el fin de proporcionar información complementaria.

## 7. Referencias Bibliográficas

- Calabrese, M. (2005) Acuerdos de colaboración empresarial [Tesis de Pregrado, Universidad F.A.S.T.A.]. Repositorio Institucional – Universidad F.A.S.T.A. Recuperado de:  
[http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/791/2005\\_eco\\_acuerdos%20de%20colaboracion%20empresarial.pdf?sequence=1](http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/791/2005_eco_acuerdos%20de%20colaboracion%20empresarial.pdf?sequence=1)
- Cáceres, L. Pardo, C. & Torres, M. (2013). La asociatividad y las cadenas productivas: Una alternativa de desarrollo para el municipio de Yopal, Casanare. *Cooperativismo & Desarrollo*, 21(102). 69-75. Recuperado de:  
<https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/660>
- CEPAL, Oficina de Montevideo (1998). Los acuerdos de cooperación de empresas industriales. Naciones Unidas. Recuperado de:

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/28647/LCmvdR167rev1\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/28647/LCmvdR167rev1_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Costa, M. (2010). La cooperación entre empresas, nueva estrategia competitiva en Economía Industrial, Ministerio de Industria y Energía de España, 266, 27–45. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=139307>
- Costa, C. Oliveira, I. y Gomes, L. (2010). Percepción ambiental como estrategia para el ecoturismo en unidades de conservación. Estudios y perspectivas en Turismo, 19 (6), 1121-1135. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717577014.pdf>
- Del Prado, L. (1987). Alianzas estratégicas. Boletín de lecturas Sociales y Económicas. 13. 68-87. Recuperado de: <http://anima.uca.edu.ar/Digital/Economia/Blse/prado2-2.pdf>
- Gutiérrez, J. (2001). Ecoturismo comunitario. Turismo Rural Bolivia. Recuperado de: <http://www.turismoruralbolivia.com/docs/ecoturismocomunitario.pdf>
- González, T. (2007). Redes de cooperación Empresarial internacionales vs redes locales. Revista venezolana de Gerencia, 12(37), 9-26. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/290/29003702.pdf>
- Hernández, I. y Alama, A. (2007). El ecoturismo como estrategia de desarrollo sostenible: un análisis basado en la teoría Económica. Entelequia Revista Interdisciplinar, 5, 209-225. Recuperado de: <https://revistaentelequia.wordpress.com/2007/10/03/el-ecoturismo-comoestrategia-de-desarrollo-sostenible-un-analisis-basado-en-la-teoria-economica/>
- Jaramillo, A. (2019). Los acuerdos de colaboración empresarial en Colombia. Reflexiones prácticas para su implementación. Revista Mercadoría. 18. Recuperado de: <https://www.emercatoria.edu.co/PAGINAS/VOLUMEN18/pdf01/207.pdf>
- Kinker (2002). Ecoturismo: una conservación de la naturaleza como alternativa a los Grandes proyectos de investigación en Río de Janeiro. Papiro editorial. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/329196841\\_Ecoturismo\\_a\\_conservacao\\_da\\_natureza\\_como\\_alternativa\\_aos\\_Grandes\\_Projetos\\_de\\_Investimento\\_GPIs\\_no\\_Rio\\_de\\_Janeiro\\_Ecotourism\\_Nature\\_Conservation\\_as\\_an\\_Alternative\\_to\\_Large\\_Investment\\_Projects\\_LIPs\\_in](https://www.researchgate.net/publication/329196841_Ecoturismo_a_conservacao_da_natureza_como_alternativa_aos_Grandes_Projetos_de_Investimento_GPIs_no_Rio_de_Janeiro_Ecotourism_Nature_Conservation_as_an_Alternative_to_Large_Investment_Projects_LIPs_in)

- Martín, I. y Gaspar, A. (2008). La cooperación empresarial como forma de crecimiento: Las nuevas redes de empresas en el sector turístico. *Tec Empresarial*, 2(1), 35-46.  
Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3201024>
- MinCIT, Oficina de Estudios Económicos. El turismo en cifras: Diciembre 2021. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2021/diciembre/oee-yv-turismo-diciembre-28-02-2022.pdf.aspx>
- Narváez, M. y Fernández, G. (2013). Redes de cooperación empresarial: Relaciones e interacciones para promover desarrollo turístico local. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(61), 121-137. Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/pdf/290/29026161002.pdf>
- OMT (2017). UNWTO Edición 2018. Recuperado de:  
<https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>
- Sampieri, R. (2010). Metodología de la investigación. Editorial Mc Graw Hill, 6 edición.  
Recuperado de:  
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Vanegas, G. (2006). Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible. Universidad de Antioquia. Recuperado de:  
<http://200.24.17.10/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>
- Velázquez, J., Cruz, E. y Vargas, E. (2018). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de Ciencias Sociales*, 24 (3), 9-20.  
Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7025044>





## 8. Anexos

### Anexo 1. Encuesta

# Estrategias de cooperación entre empresas y su cuidado al medio ambiente

Esta encuesta busca poder caracterizar las empresas del sector turístico en Yopal, Casanare de manera que se pueda hacer un análisis sobre la colaboración entre estas mismas y el desarrollo que tienen en la región, teniendo como objetivo poder identificar estrategias que cuiden el medio ambiente y ayude al desarrollo de las empresas y la región en conjunto.



luisafer199913@gmail.com (no compartidos)

[Cambiar de cuenta](#)



Borrador restaurado

**\*Obligatorio**

1. ¿Qué tamaño tiene su empresa? en términos de empleado \*

- 0-10 empleados
- 10-50 empleados
- 50-100 empleados
- 100 ó más empleados

Editar este formul



2. ¿Usted como empresa utiliza algún tipo de estrategia de cooperación con otra empresa del sector turístico? \*

- Sí
- No

3. Si su respuesta en la pregunta anterior fue Sí, ¿Qué tipo de estrategia utiliza? pero si su respuesta fue No ¿Cuál es el motivo o por qué no lo ha hecho aún? \*

Tu respuesta

---

4. ¿Ha usted colaborado con otras empresas del sector turístico del departamento de Casanare? \*

- Sí
- No

Editar este formul

5. Si su respuesta en la pregunta anterior fue Sí, dar el nombre de por lo menos una de ellas.

Tu respuesta

---

6. ¿Ha colaborado usted con alguna empresa que no sea de su departamento? \*

- Sí
- No

7. Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí ¿De qué ciudad es la empresa de colaboración?

- Cartagena
- Bogotá
- Cali
- Medellín
- Otro: \_\_\_\_\_

Editar este formul



8. ¿Conoce usted como empresa el concepto de ecoturismo? \*

Sí

No

---

9. Teniendo en cuenta la descripción de la pregunta, ¿Está usted practicando o no el ecoturismo? \*

El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local.

Sí

No

Otro: \_\_\_\_\_

---

10. ¿Se vio usted afectado por la pandemia del COVID-19? por favor responda sí o no y sustente su respuesta \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_



## Anexo 2. Respuestas de encuesta

### 5 respuestas



Se aceptan respuestas

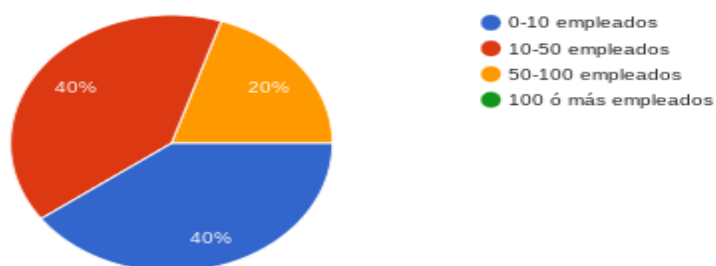
Resumen

Pregunta

Individual

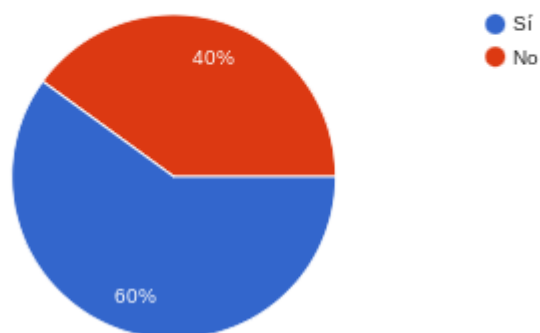
1. ¿Qué tamaño tiene su empresa? en términos de empleado

5 respuestas



2. ¿Usted como empresa utiliza algún tipo de estrategia de cooperación con otra empresa del sector turístico?

5 respuestas



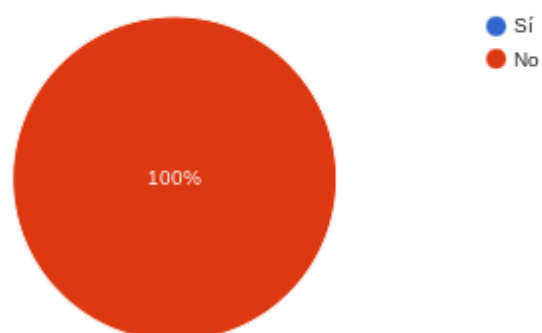
3. Si su respuesta en la pregunta anterior fue Si, ¿Qué tipo de estrategia utiliza? pero si su respuesta fue No ¿Cuál es el motivo o por qué no lo ha hecho aún?

5 respuestas

alianzas
Acuerdos de cooperación
No lo hemos contemplado
No lo hemos tenido en cuenta la opción
Colaboración

4. ¿Ha usted colaborado con otras empresas del sector turístico del departamento de Casanare?

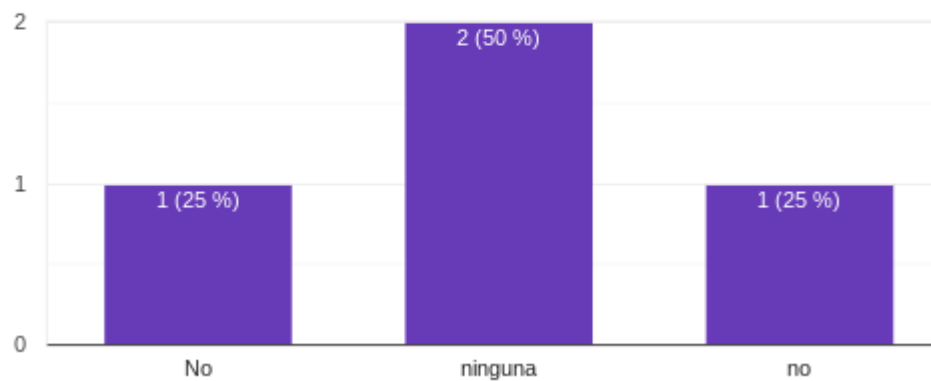
5 respuestas



5. Si su respuesta en la pregunta anterior fue Si, dar el nombre de por lo menos una de ellas.

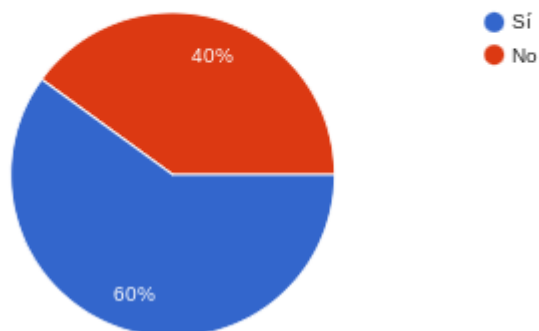


4 respuestas



6. ¿Ha colaborado usted con alguna empresa que no sea de su departamento?

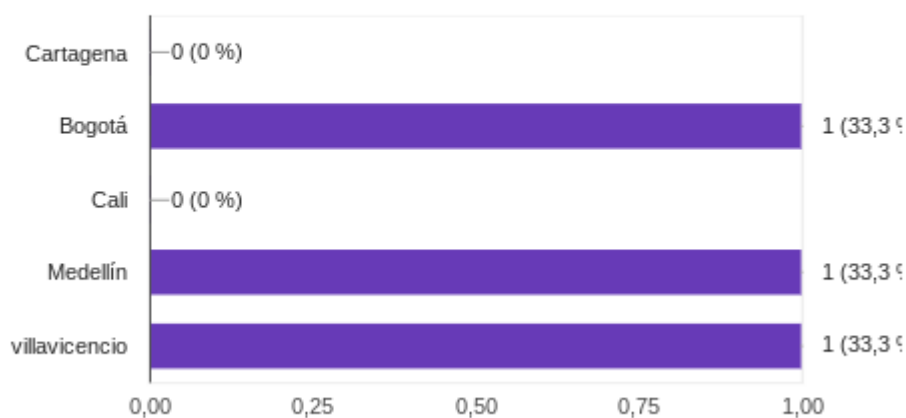
5 respuestas



7. Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí ¿De qué ciudad es la empresa de colaboración?

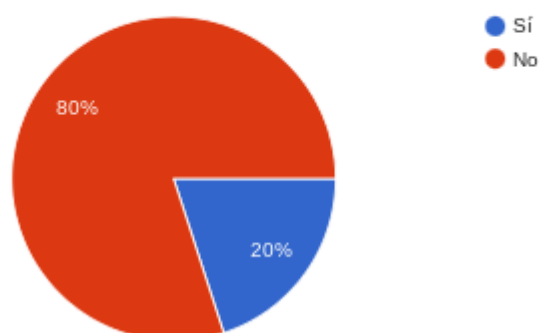


3 respuestas



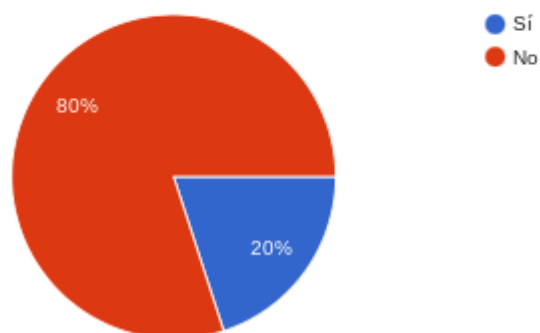
8. ¿Conoce usted como empresa el concepto de ecoturismo?

5 respuestas



9. Teniendo en cuenta la descripción de la pregunta, ¿Está usted practicando o no el ecoturismo?

5 respuestas



10. ¿Se vio usted afectado por la pandemia del COVID-19? por favor responda sí o no y sustente su respuesta

5 respuestas

Sí, por la carga financiera

Sí, el turismo fue afectado por lo que la clientela ha bajado y también los ingresos

Sí, afecto los gastos y costos que con los bajos ingresos fue difícil de mantener el negocio

Sí, ya que cerramos un tiempo y la carga financiera se tenía que cubrir

Si

### Anexo 3. Base de datos

Compañía	Sector (NAICS)	Sector (EMIS 14)	Sector (CIU Rev.4 A.C.)	Total Ingreso Operati	Ciudad	Correo Electrónico	Fecha de Incorporació
<a href="#">Transportadores Unidos Mr S.A.S. Transportes Y Servicios Nacionales S.A.S</a>	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	7.179,09	Yopal		
<a href="#">Grupo Logistico Transmiguel Sas</a>	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	6.061,97	Yopal		
<a href="#">Cravo Sur Sas Transportes T Comercializadora S.A.S</a>	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	3.337,67	Yopal	<a href="mailto:administracion@transmiguel.com">administracion@transmiguel.com</a>	
<a href="#">Llano Motor S.A.</a>	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	3.251,27	Yopal	<a href="mailto:cravosur.sas@gmail.com">cravosur.sas@gmail.com</a>	
<a href="#">Transportadores de los Llanos Orientales Ltda</a>	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	2.098,64	Yopal		
<a href="#">Llano Lineas S.A.</a>	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	1.250,16	Yopal	<a href="mailto:llanomotorsa@gmail.com">llanomotorsa@gmail.com</a>	1992
<a href="#">Cootrasmilenio Ltda</a>	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	524,35	Yopal		
	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	179,89	Yopal		
	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	88,11	Yopal	<a href="mailto:cootrasmilenio@hotmail.com">cootrasmilenio@hotmail.com</a>	



<a href="#">Promotora De Turismo Del Oriente Colombiano S.A.S</a>	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	3,28	Yopal		
<a href="#">Transportes Llanovial Sas</a>	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	0,66	Yopal		
<a href="#">Cootranservis Ltda</a>	Complementarias y Auxiliares de Transporte de Pasajeros(485)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)		Yopal	<a href="mailto:cootranservislda@hotmail.com">cootranservislda@hotmail.com</a> ;	<a href="#">admoncootranservis!</a>
<a href="#">Cooperativa Multiactiva De Trabajadores En Equipo Ltda</a>	Demás Tipos de Industrias de Diversión y Recreativas(71399)	Turismo y Ocio(11)	Actividades Recreativas Y De Esparcimiento N.C.P. (R9329)	145,85	Yopal		
<a href="#">Falck Services Ltda</a>	Empresas de Catering(72232)	Turismo y Ocio(11)	Catering Para Eventos (I5621)	35.871,79	Yopal	<a href="mailto:contabilidad@falckservices.com.co">contabilidad@falckservices.com.co</a>	1996
<a href="#">Internacional Conexion Al Global S.A.S.</a>	Empresas de Catering(72232)	Turismo y Ocio(11)	Catering Para Eventos (I5621)	67,11	Yopal	<a href="mailto:colinareal2011@gmail.com">colinareal2011@gmail.com</a>	2013
<a href="#">Agropecuaria Garzon Lopez S.A.S.</a>	Hoteles (excepto Hoteles Casino) y Moteles(72111)	Turismo y Ocio(11); Inn	Alojamiento En Hoteles (I5511)	438,28	Yopal	<a href="mailto:hotelsoldepiedemonte@hotmail.es">hotelsoldepiedemonte@hotmail.es</a>	2010
<a href="#">Hotel Campestre la Bendicion Yopal S.A.S.</a>	Hoteles (excepto Hoteles Casino) y Moteles(72111)	Turismo y Ocio(11); Inn	Alojamiento En Hoteles (I5511)	75,06	Yopal	<a href="mailto:admonhotellabendicionyopalsas@gr">admonhotellabendicionyopalsas@gr</a>	2012
<a href="#">Consultorias Asesorias Entrenamiento Interven Ltda</a>	Librerías y Archivos(51912)	Entretenimiento	Actividades De Bibliotecas Y Archivos (R9101) Utros	506,50	Yopal	<a href="mailto:pipenuel@yahoo.com">pipenuel@yahoo.com</a>	2000
<a href="#">Durangar Ltda Servicios Integrales</a>	Servicios de Preparación de Alimentos y Bebidas(722)	Turismo y Ocio(11)	Servicios De Comidas (I5629)	29.463,56	Yopal	<a href="mailto:gerencia@durangar.com.co">gerencia@durangar.com.co</a>	2006
<a href="#">Empresa De Transporte Y Servicio El Yopo Transyopo Sas</a>	Transporte Interurbano y Rural(4852)	Transporte(14)	Transporte De Pasajeros (H4921)	421,53	Yopal		