



**IMPACTO COMERCIAL DEL SECTOR
HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías) EN LA VERSIÓN VII DEL FESTIVAL
INTERNACIONAL DEL MAÍZ Y XX FESTIVAL DEL SORBO Y LA AREPA DE
RAMIRIQUÍ**

ANTECEDENTES

Ramiriquí, la capital de la provincia de Márquez, a través del tiempo ha forjado una importante historia debido al asentamiento del pueblo muisca. Municipio fundado el 21 de diciembre de 1541 por el fraile español y doctrinero Don Pedro Durán. De este lugar han sobresalido grandes personajes como José Ignacio de Márquez, primer presidente civil de Colombia, y del cual lleva su nombre el parque principal; así mismo los ciclistas José Patrocinio Jiménez y Mauricio Soler.

Su economía se ha caracterizado por la agricultura, en la cual sobresale el cultivo y las tradiciones alrededor del maíz, base de alimentación indígena por cientos de años, importante durante la época de la colonia y como se describe a continuación: *“Como aspecto importante a resaltar dentro de este proceso, se encuentra el rol de la gastronomía y los productos nativos que crecían en los campos boyacenses. Estos le permitieron a las tropas patriotas, recobrar fuerzas para la batalla que se librarían en el puente de Boyacá y en la cual, se consolidó la independencia de Colombia.”* (Corpochivor, 2018)

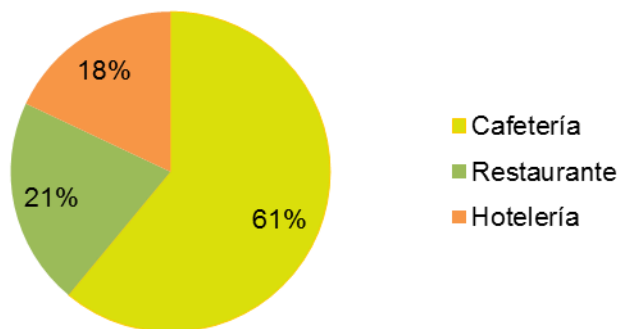
Ramiriquí, a través de la realización del Festival Internacional del Maíz, declarado patrimonio inmaterial, y del Festival del Sorbo y la Arepa, ha rescatado las tradiciones gastronómicas y culturales del municipio, permitiendo que propios y visitantes se deleiten con los amasijos y alimentos a base de maíz, preparaciones que han pasado de generación en generación, como son las tradicionales arepas moradas llamadas negritas, que se comercializan sólo en los días de realización de estos festivales. Otros productos son los jutes, el mute, envueltos, mazamorra de mazorca, habas tostadas, chicharrónada, pollo campesino con arepa, cuchuco de trigo, entre otros, y la chicha como bebida ancestral.

En el ámbito cultural, es un festival lleno de color, de música, desfile de carrozas y comparsas, presentación de danzas tradicionales con la participación de diferentes países invitados, exposición fotográfica, pintura, encuentro de saberes e intercambio de semillas nativas, artesanías, entre otras actividades.

La Cámara de Comercio de Tunja realizó una encuesta a los empresarios vinculados a la actividad relacionada con la hotelería, restaurantes y cafeterías, con el propósito de conocer la opinión y las expectativas en referencia a este evento tan importante, el 29 y 30 de junio de 2019, la cual generó los siguientes resultados.

Impacto comercial del Sector HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías) en la versión VII del Festival Internacional del Maíz y XX Festival del Sorbo y la Arepa de Ramiriquí

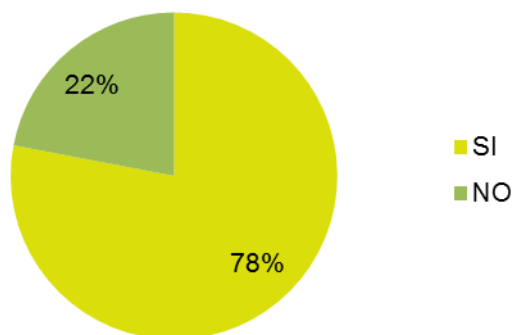
1. Sector económico de las unidades empresariales



El 61% de los establecimientos encuestados corresponde a cafeterías, el 21% a restaurantes, y los hoteles, alojamientos o posadas, corresponden al 18%.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

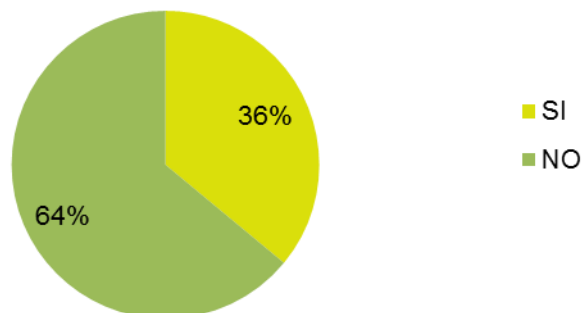
2. Divulgación de información del evento por parte de los organizadores



El 78% de los empresarios encuestados, recibió información suficiente y adecuada por parte de los organizadores del evento, mientras el 22% manifestó no estar informado.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

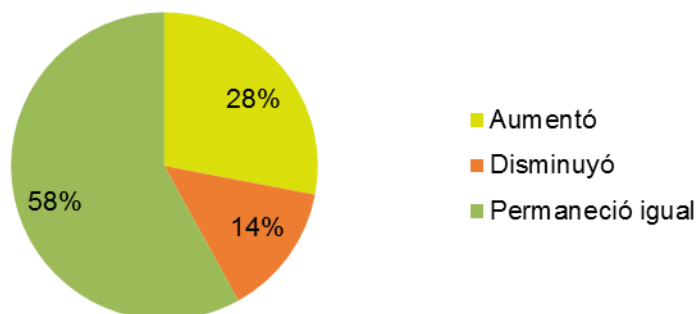
3. Inversiones recientes en su unidad empresarial



Se observa que el 36% de los empresarios encuestados, realizaron inversiones recientemente en su unidad empresarial, para la adecuada prestación de los servicios durante el festival de 2019; entre tanto, el 64% manifestó no haberlas hecho.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

4. El valor de las ventas de la unidad empresarial en 2019 con respecto al festival del 2018

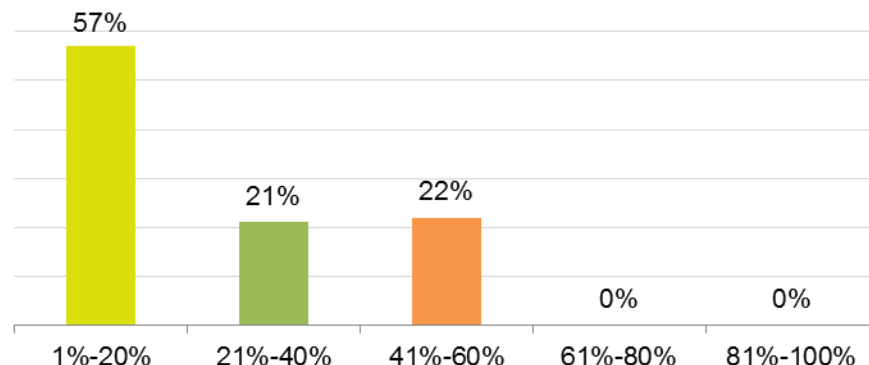


En las unidades empresariales, el valor de las ventas de 2019 con respecto al festival realizado en el 2018, para el 58% el valor de sus ventas se mantuvo igual, el 28% manifestó un aumento de sus ventas y tan sólo el 14% indicó una disminución frente al año anterior.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

Impacto comercial del Sector HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías) en la versión VII del Festival Internacional del Maíz y XX Festival del Sorbo y la Arepa de Ramiriquí

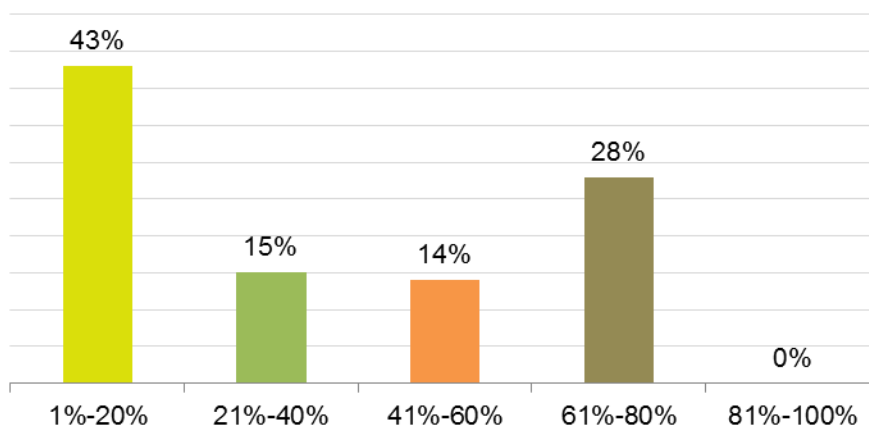
4.1 Porcentaje en el que aumentaron las ventas



La variación positiva en las ventas, fue en promedio del 23.5%. Se observa que el **57%** de los encuestados aumentó sus ventas en el intervalo del 1 al 20%, el **21%** tuvo un impacto positivo entre el 21 al 40%. Por su parte, para el **22%** sus ventas se incrementaron entre el 41 y 60%. Ninguno manifestó un aumento superior al **61%**.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

4.2 Porcentaje en el que disminuyeron las ventas

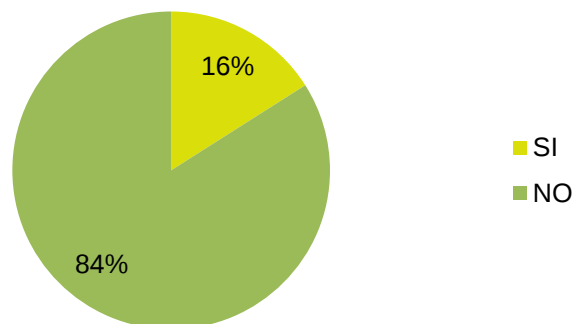


La disminución de las ventas, fue en promedio del 35,9%. El **43%** de los encuestados, manifestó que su afectación negativa estuvo en el rango de variación del 1 al 20%, mientras para el **15%** esta dada en un intervalo entre 21% y 40%, el **14%** reflejó una disminución que oscila en el intervalo del 41 y 60%; por último, el **28%** manifestó una disminución de sus ventas entre el 61 y 80%. Ninguno estuvo afectado en más del **81%**.

Para las preguntas 4.1 y 4.2 y con el propósito de lograr una adecuada interpretación de los resultados se utilizó la fórmula estadística de promedio ponderado.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

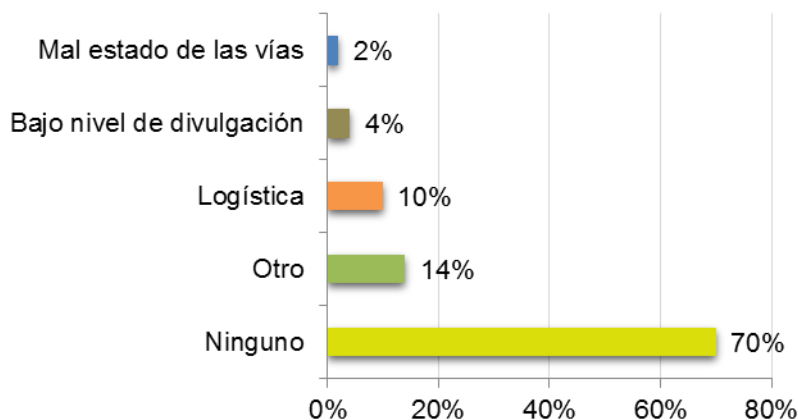
5. Variación en el número de trabajadores



El 84% de los empresarios encuestados, no contrató personal adicional durante el desarrollo del festival, mientras el 16% sí amplió su planta de personal.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

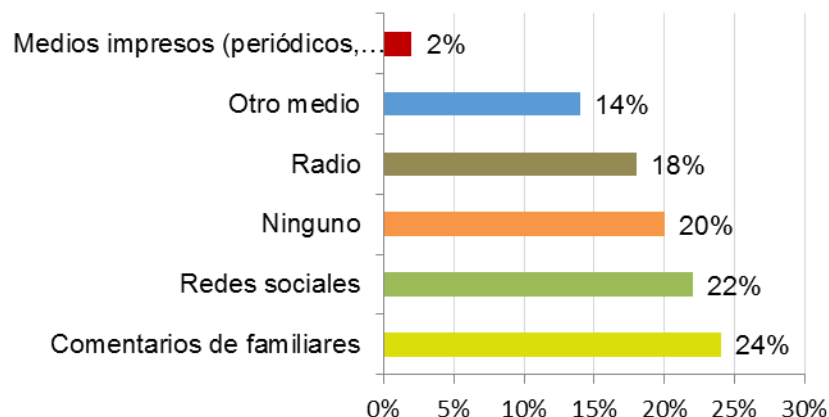
6. Problemas percibidos durante la realización del evento



El 70% de los comerciantes indicaron que no se presentó ningún tipo de problema durante la realización del evento, el 10% tuvo problemas de logística, el 4% indicó el bajo nivel de divulgación y un 2% el mal estado de las vías.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta comerciantes 2019

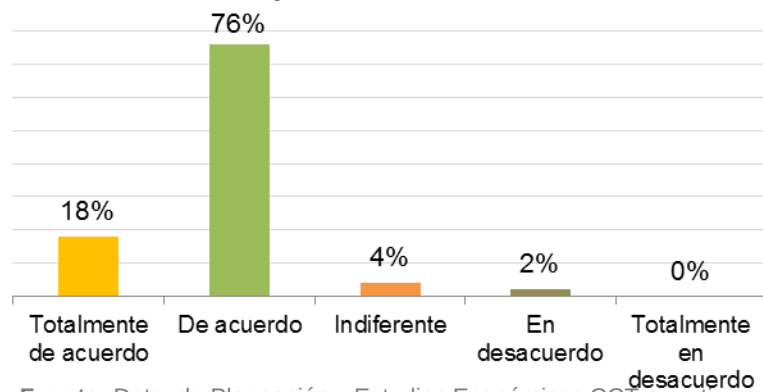
7. Medio de difusión usado para promocionar productos y servicios



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

Para promocionar los productos y servicios ofrecidos durante el evento, el 20% de los encuestados manifestaron no haber utilizado ningún medio de difusión, el 24% lo hizo mediante comentarios de familiares, amigos y conocidos; el 22% afirmó haber usado redes sociales, mientras el 18% usó la radio, seguido del 14% que utilizó otro tipo de medios, y tan sólo el 2% uso medios impresos.

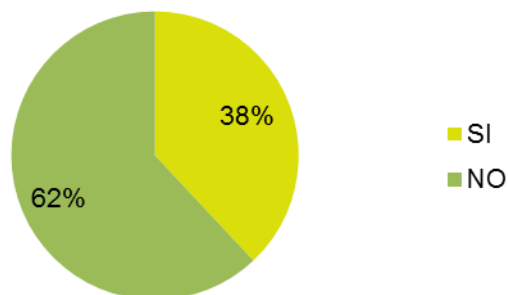
8. ¿Considera que el festival se puede llegar a constituir en un atractivo turístico que dinamice la economía de Ramiriquí?



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

El 76% de los encuestados está de acuerdo en que el Festival del Maíz y el Festival del Sorbo y la Arepa, puede constituirse en un atractivo turístico para dinamizar la economía del municipio, el 18% está totalmente de acuerdo, solamente el 2% se mostró en desacuerdo. Como se puede evidenciar el 94% de los empresarios tienen expectativas de que estos eventos mejoren la economía y conviertan al municipio en un destino turístico gastronómico.

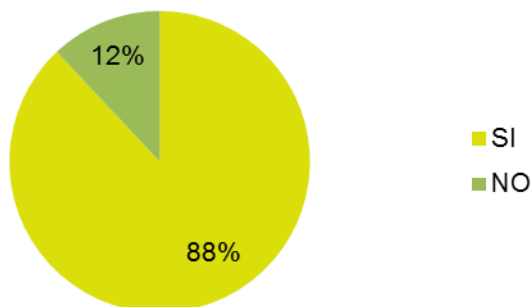
9. ¿Considera que existe suficiente información relacionada con la comida típica tradicional de Ramiriquí?



El 62% de los comerciantes encuestados considera que no hay información suficiente relacionada con la comida típica tradicional de Ramiriquí, mientras un 38% indica que sí existe suficiente información.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

10. Capacitación sobre información relacionada con el evento

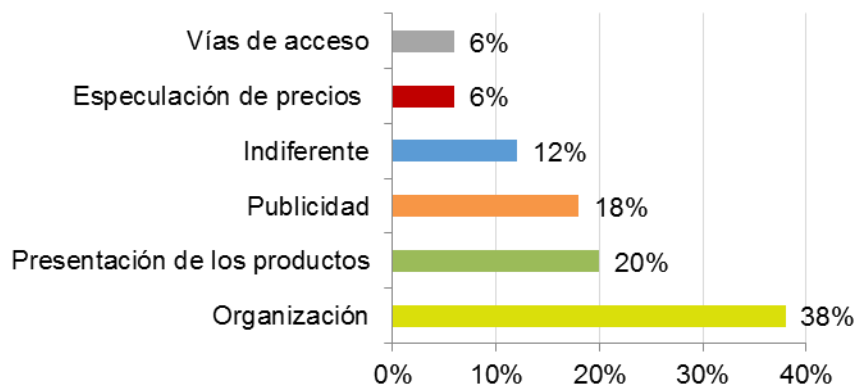


El 88% de los encuestados manifestó haber asistido a cursos, conocer la programación y estar capacitado de manera correcta en temas del festival, para brindar información a sus clientes, además de capacitar a sus colaboradores. Sólo el 12% indicó no capacitarse lo suficiente.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

Impacto comercial del Sector HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías) en la versión VII del Festival Internacional del Maíz y XX Festival del Sorbo y la Arepa de Ramiriquí

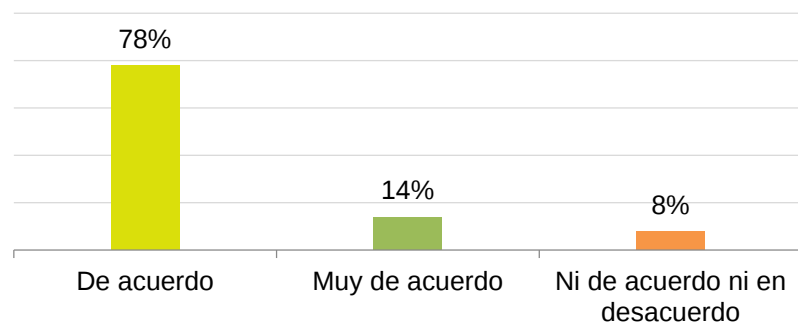
11. Aspectos a tener en cuenta para los próximos festivales



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

El 38% de los encuestados manifestó mejorar la organización de los próximos festivales, el 20% indicó perfeccionar la presentación de sus productos, el 18% consideró hacer un mejor y mayor manejo de publicidad, el 12% se mostró indiferente, y el 12% restante opinó que la especulación de precios y las vías de acceso son problemáticas a mejorar, para lograr un mayor impacto económico del sector HORECA.

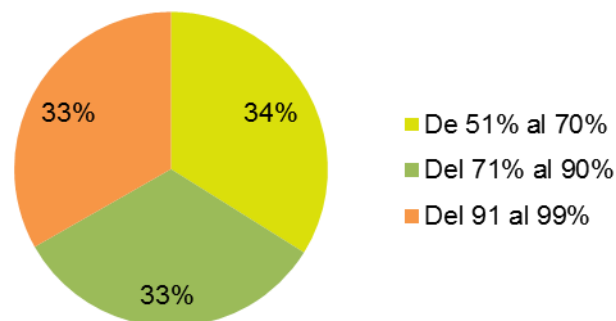
12. Como empresario, ¿considera que el festival es un producto innovador que responde a las expectativas del consumidor?



Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios Económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

El 78% de los comerciantes encuestados están de acuerdo en que el festival se constituye en un producto innovador que responde a las expectativas del turista, el 14% está muy de acuerdo. Tan sólo el 8% se muestra indiferente frente al tema.

13. Nivel de ocupación en hotel, posada o alojamiento



El **34%** de los empresarios encuestados manifestó que su hotel, alojamiento o posada presentó un nivel de ocupación entre el 51 y el 70% durante el festival; una tercera parte (**33%**) presentó un nivel de ocupación entre el 71 y el 90%, y por último el **33%** indicó que su nivel de ocupación fue mayor al 91%.

Fuente: Dpto. de Planeación y Estudios económicos CCT a partir de encuesta HORECA 2019

CONCLUSIONES

- Ramiriquí se caracteriza por su variedad gastronómica; sin embargo, el **62%** consideró que no hay información suficiente sobre sus platos típicos, por tanto, resulta importante que se adelante un proceso que permita la supervivencia y perdurabilidad de los saberes ancestrales, además que se difunda la variedad de productos derivados del maíz y no solamente la arepa que es la más reconocida por los visitantes.
- Es importante resaltar que el **36%** de los comerciantes realizó inversiones en su establecimiento, para garantizar la adecuada prestación de los servicios durante la realización del festival, mientras el 64% no hizo ninguna inversión en su negocio.
- El **78%** de los encuestados recibieron información suficiente sobre el evento, y el 88% está capacitado para brindar información a sus clientes; sin embargo, los comerciantes manifestaron la necesidad de mejorar la logística e infraestructura de los lugares dispuestos para la venta de los productos gastronómicos, además perfeccionar la presentación de los platos y sabor de los productos típicos, en futuros festivales.
- El Festival del Maíz y el Festival del Sorbo y la Arepa, se constituye en un saber culinario que permite el fortalecimiento y promoción del turismo del territorio. Las expectativas del **76%** de los comerciantes encuestados, apunta a que estos eventos dinamicen la economía y sea una gran oportunidad para que Ramiriquí, al tener diversos productos típicos, se convierta en un destino turístico gastronómico.
- Por último, se recomienda mejorar la campaña de difusión del festival, donde se resalte la importancia de sus productos y servicios ofrecidos por los comerciantes, para incrementar la demanda en estos eventos y promocionar la gastronomía como atractivo turístico del municipio. Se sugiere agregar información turística y de interés en las diferentes páginas web, ya que la información sobre el municipio es muy limitada.

METODOLOGÍA

Población objetivo

La población objetivo para este estudio, fue de 71 empresarios vinculados a las actividades relacionadas con hotelería, alojamiento, posadas, restaurantes y cafeterías (HORECA) del municipio de Ramiriquí.

Tipo de muestreo y tamaño de la muestra

El tipo de muestreo utilizado fue el aleatorio simple para proporciones, utilizando la siguiente fórmula de muestreo:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2} \quad \text{donde:}$$

Z es el índice de confianza en un 95%, su valor para nuestro cálculo es 1,96

p es la probabilidad de éxito; como la probabilidad es del 50%, el valor de $p=0,5$

q es la probabilidad de fracaso, su valor es 0,5 y

e es el margen de error del 5%

Al aplicar la fórmula anterior, se seleccionó una muestra válida aleatoria de 51 unidades empresariales del municipio de Ramiriquí, inscritas en la Cámara de Comercio de Tunja.

Técnica

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo con método descriptivo. La encuesta, se realizó por medio de llamadas telefónicas a través de un formulario electrónico en Google docs. El proceso analítico se realizó por cada una de las preguntas formuladas a través del cuestionario virtual.

Periodo de medición

Encuesta realizada entre el 8 y el 12 de julio de 2019.

BIBLIOGRAFÍA

Cámara de Comercio de Tunja. (2019). *Base de datos empresarios 2019*.

Corpochivor. (6 de agosto de 2018). *www.corpochivor.gov.co*. Obtenido de <http://www.corpochivor.gov.co/2018/08/06/este-fue-el-papel-del-surorientede-boyaca-en-la-batalla-del-7-de-agosto-de-1819/>

PRESIDENTE EJECUTIVO

Julián Andrés Galvis Pabón

CONSOLIDACIÓN Y EDICIÓN

Director Departamento de Planeación y Estudios Económicos

Luis Alejandro Suárez Amaya

Analista estadístico y de estudios económicos

Johana Paulina Sánchez Perilla

Pasante Escuela de Economía - Uptc

Harold Mauricio Suárez Calderón

**Estudios Económicos
Cámara de Comercio de Tunja
Julio de 2019**