

Propuesta de turismo experiencial en la Reserva natural El encanto de Guanapalo

Jonatán Estiven Vega Vargas
Luiza Fernanda Granados Orozco
Wilson Harvey Gallego Reyes

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá D.C.
2019

Propuesta de turismo experiencial en la Reserva natural El encanto de Guanapalo

Jonatán Estiven Vega Vargas
Luiza Fernanda Granados Orozco
Wilson Harvey Gallego Reyes

Director
Mónica Andrea Castro Chiguazuque

Trabajo de grado para optar al título de Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniiana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá D.C.
2019

Dedicatoria

En primer lugar, dedicamos este trabajo a Dios padre que con su amor y sabiduría guío, impulso y apoyo en cada paso de nuestro proyecto. A nuestras familias, parejas, amigos y demás seres queridos, que incondicionalmente nos han acompañado y motivado a lo largo del camino y quienes también han apoyado y fortalecido el proceso realizado en el presente proyecto, los cuales con amor y paciencia nos fueron de motivación para lograr nuestros objetivos.

Agradecimientos

A Dios:

Por su inmenso amor y su sabiduría, quien ilumina y guía en cada decisión tomada.

A nuestros Familiares:

Quienes, con sus consejos, apoyo y dedicación en nuestras carreras nos han fortalecido y guiado para llegar hasta este momento en el que podemos entregar este proyecto.

A Mónica Andrea Castro Chiguazuque:

Quien con sus correcciones y consejos han logrado que este proyecto tenga una orientación clara, y se halla desarrollado como lo es en este momento.

A los responsables de la reserva:

Quienes nos abrieron las puertas y muy amablemente nos permitieron trabajar en esta zona.

A nuestros compañeros

Quienes con su consejos y ayudas han aportado gran conocimiento a este proyecto no solo con lo académico sino también en nuestro ámbito personal.

A todos ellos y a quienes en algún momento ayudaron a que nuestro proyecto tenga forma el día de hoy.

Gracias.

Resumen

El siguiente documento se fundamenta en la importancia del turismo experiencial como factor trascendental para generar una propuesta de valor en la Reserva natural El encanto de Guanapalo, lo que traerá el reconocimiento a este destino. Va encaminado a identificar, como la unión de diferentes elementos que pueden parecer sencillos por separado, como la fotografía, una bitácora de viaje y el paisaje, pueden fusionarse entre sí para resaltar la experiencia de los turistas potenciales en la reserva, haciendo de su recorrido una vivencia memorable, de la cual resultara una bitácora de viaje que ha sido escrita por el turista y su propio punto de vista. Para ello se toma como referencia los lugares en los que se desarrollaría la actividad y que permiten consolidar un inventario, asimismo las opiniones de los turistas y los responsables de la reserva quienes proporcionan información para reconocer características y para analizar el mercado a quien se dirige la propuesta, información que es vital para finalmente encaminar las acciones y labore necesarias que dan paso a la propuesta de turismo experiencial por medio de una ruta turística.

Palabras clave: Turismo experiencial, imagen, paisaje, fotografía.

Tabla de contenidos

Introducción	8
1. Problema de investigación	9
1.1 Planteamiento del problema	9
1.2 Formulación de la pregunta	9
1.3 Justificación	9
2. Objetivos	11
2.1 Objetivo general	11
2.2 Objetivos específicos	11
3. Marcos de referencia	12
3.1 Marco conceptual	12
3.1.1 Turismo de experiencia	12
3.1.2 Turismo de fotografía.	14
3.1.3 Paisaje.	16
3.2 Marco teórico	17
3.2.1 Principios del turismo experiencial	17
3.2.2 Turismo experiencial en Colombia.	19
3.2.3 La fotografía en el turismo.	21
3.2.4 Importancia de la imagen en el turismo.	21
3.3 Marco legal	22
3.3.1 Fotografía.	22
3.3.2. Turismo.	23
4. Metodología	24
5. Capítulo I - Inventario turístico	25
5.1. Generalidades del inventario turístico	25
5.2. Inventario turístico en Colombia	26
5.3. Inventario turístico en la reserva	~
6. Capítulo II – Perfil del turista	33
6.1. Segmentación	33
6.2. Aplicación de herramientas	34
7. Capítulo III – Ruta turística y contenido bitácora de viaje	41
7.1. ¿Qué es una ruta turística?	41

7.2. Características de una ruta turística	41
7.3. Ubicación geográfica.....	42
7.4. Puntos de interés para la ruta	47
7.4.1. Animales que podrás ver.....	47
7.4.2. Actividades para desarrollar.	48
7.5. Costos de la ruta turística en La reserva natural del encanto de Guarapalo	49
Conclusiones	51
Referencias	52
Anexos.....	57

Introducción

El turismo experiencial es una rama o tipología del turismo, que básicamente busca en su desarrollo, proveer al turista de un significado a su viaje, más allá de solo un recorrido y superando la expectativa propuesta por el turismo en masa, el turismo experiencial genera un vínculo más fuerte. Bajo esta premisa se da desarrollo a la propuesta de turismo experiencial que tendrá como resultado una ruta turística en la reserva natural El encanto de Guanapalo.

Es base del proyecto, tener claro conocimiento de los lugares y paisajes propicios para la propuesta, esto motiva a la construcción de un inventario turístico, que consta de los paisajes incluidos en el desarrollo de la idea y la justificación de cómo estos paisajes, permite la creación de la ruta. Después de tener claridad de los lugares adecuados, es necesario descubrir hacia quien va dirigida la propuesta, por lo que se dispone de herramientas investigativas como la entrevista y la encuesta, que brindan resultados de tipo cualitativo y cuantitativo, que permiten hacer un análisis descriptivo de la reserva, así como el pleno reconocimiento del turista cuyos intereses pueden representar un puente para la creación de la oferta turística.

Como parte del proceso, se desenvuelve el concepto de ruta turística, que es el medio para implementar la propuesta de turismo experiencial, lo que va a permitir tener un soporte estructurado y como resultado se validara la oferta turística para dar reconocimiento a la reserva.

1. Problema de investigación

1.1 Planteamiento del problema

La reserva natural El encanto de Guanapalo tiene un gran potencial turístico y paisajístico debido a que está dotada de gran diversidad natural y cultural característica del municipio de Yopal. Dentro de esta reserva, se pueden destacar elementos tales como paisajes naturales y diversidad de fauna y flora que actualmente se ha empezado a explorar turísticamente sin el enfoque de una tipología en especial por su práctica empírica. En la actualidad esta reserva tiene poca difusión turística, la mayoría de los turistas potenciales llegan a otras regiones del llano de mayor notoriedad, Villavicencio es ejemplo de este escenario. El departamento de Casanare tiene poca popularidad y por consiguiente menos turistas llegan a conocer la reserva. En este sentido, el proceso de identificación y valoración de los paisajes naturales, la riqueza en fauna y la cultura llanera, quedan alistados.

Así mismo se reconoce que la oferta de turismo en Colombia está en proceso de desarrollo y contempla en menor medida otras posibilidades o tipologías para la exploración en el turismo, basando sus grandes volúmenes al turismo en masa, generando ganancias, pero con poco énfasis en el reconocimiento cultural o ambiental. Al ser un emprendimiento reciente, es sencillo identificar la falta de difusión de la reserva natural debido a la falta de experiencia previa, y la oportunidad de hacer del turismo experiencial un medio para conectar al turista con el destino que visita en busca de impulsar diferentes tipologías de turismo.

1.2 Formulación de la pregunta

¿De qué manera se puede proponer un turismo experiencial por medio del reconocimiento turístico en la Reserva natural El encanto de Guanapalo?

1.3 Justificación

Los atributos y características propios de la reserva natural El encanto de Guanapalo, su diversidad en fauna y la belleza de su paisaje natural y cultural, permite la conexión de los turistas mediante la creación de memorias, que es la base del turismo experiencial. Empleando la fotografía se genera una nueva visión, una vivencia individual y propia de cada persona que más adelante por medio del “voz a voz” permitirá otorgar el reconocimiento del lugar y dará facilidades para su difusión, a nivel local, regional e incluso nacional.

El turismo experiencial, en este caso permite el reconocimiento y la toma de conciencia del valor del llano, su importancia frente al ámbito natural y cultural, la reserva cuenta con el potencial para ser un destino reconocido y de gran renombre, por lo que se puede concernir una nueva oferta, dinámica e innovadora. Por último, la idea planteada evoluciona en un periodo de tiempo en el que la práctica de turismo fotográfico permite contemplar el paisaje natural y cultural con la posibilidad lograr declararla parte del patrimonio nacional.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Proponer una ruta de turismo experiencial bajo el reconocimiento del paisaje natural y cultural de la reserva El Encanto del Guanapalo mediante el uso de una bitácora de viaje fotográfica.

2.2 Objetivos específicos

Realizar el inventario de los atractivos presentes en la Reserva natural El encanto de Guanapalo.

Identificar el perfil del turista potencial de acuerdo con sus necesidades y expectativas frente al turismo experiencial

Definir el programa de actividades que seguirá el turista para dar contenido a la bitácora de viaje

3. Marcos de referencia

El siguiente capítulo, tiene la finalidad de brindar la información pertinente con relación a lo más relevante dentro de la propuesta, esta información será de utilidad para dar desarrollo a las temáticas contenidas dentro de la investigación. Basados en diferentes autores se realiza la construcción básica teórica de la cual se obtiene la guía de diferentes puntos de vista, asimismo se señalan los conceptos y definiciones de las cuales parte el conocimiento obtenido y se desarrollan nuevos planteamientos a lo largo del texto, incluye aspectos de las características geográficas del territorio seleccionado y finalmente se menciona algunas referencias legales indispensables para el desarrollo de la propuesta.

3.1 Marco conceptual

El siguiente marco contiene la definición de los conceptos esenciales que se han tomado como base de referencia, y para este efecto se tiene en cuenta el punto de vista de grandes influyentes del turismo, tanto en el mundo como en Colombia, las cuales son: Turismo de experiencias, turismo de fotografía, paisajes naturales y culturales

3.1.1 Turismo de experiencia.

El turismo de experiencia nace a través de la unión de la experiencia ligado al turismo como propuesta de valor, entonces antes de iniciar profundizar en el concepto de turismo de experiencia, es importante conocer la raíz de la palabra “experiencia”; (Anders, 2019) precisa que etimológicamente tiene su origen del “latín experientia (prueba-ensayo) nombre derivado de expeirir (experimentar-probar), es decir que la experiencia se puntualiza como la cualidad de intentar o probar cualquier cosa, desde un conocimiento o una vivencia; y esta puede ser de forma positiva o negativa”, las experiencias constantemente rodean al ser humano de forma individual o colectiva y crean relaciones entre el entorno y la conciencia que se tiene del mismo “en la experiencia nos relacionamos, no con objetos materiales y con fenómenos materiales, sino con nuestras sensaciones, con nuestras propias experimentaciones, únicamente.” (Iudín, 1946).

Anexar el concepto de experiencia a las prácticas turísticas es una apuesta por ofrecer alternativas de reconocimiento del ambiente, no solamente como un mero vistazo, sino una conexión entre la práctica turística y las emociones del turista; (Entorno turístico, s.f.) define esta tipología de turismo como:

El concepto de turismo de experiencias es una importante tendencia para salir de la cotidianidad del turismo de masas. En especial en el ámbito mercadológico, ha sido un término un tanto desgastado.

Según expertos en materia dicen que este tipo de turismo es el medio para llegar ahora al turismo de emociones.

De lo cual se destaca principalmente la estrategia de utilizar la emoción y la vivencia construida de forma individual en cada turista, como elemento diferencial en una propuesta de turismo que llegue a algo nuevo.

(Smith, 2016), brinda 6 definiciones diferentes acerca de turismo experiencial, en algunas de ellas se evidencia; como factor más relevante el movimiento mundial en el sector turístico en la que se busca crear una conexión entre el turista y el destino, generando un turismo directo en el que más que conocer atractivos y recursos del destino, este interactúe con el local y determine cuáles son los beneficios para los actores; también define el turismo como una tendencia que se posicionó de manera rápida en los años noventa, como estrategia publicitaria para incrementar las ventas de los mercados. (p. 10)

Entre los años 80's y los 90's se creó una brecha, debido al inicio de la diferenciación entre el turismo de masas y el turismo de experiencia, ya que en el turismo de masas no se tenía en cuenta al turista ni a su opinión, sino netamente el destino; mientras que en el turismo experiencial ya se contempla un cliente más satisfecho y con deseos de volver, teniendo en cuenta sus observaciones y opiniones para brindarle una mejor experiencia en su siguiente visita, fue ahí cuando surgió una nueva era para el turismo (Nieto, 2018).

Es así como se encamina al turismo de forma diferente, moldeado afín con el turista para generar un vínculo.

La interpretación de la cultura y el patrimonio locales se convierte, en fin, en un factor clave para el turismo experiencial cultural cuando sabe abrir los ojos al visitante, como también el corazón, y revelar los significados de la cultura y el *modus vivendi* de la población visitada de manera que se enganche al visitante emocionalmente. (Mateos, 2013, p. 212).

Por otro lado, (Otero & Rodrigo, 2011) dan un lineamiento hacia el producto turístico de experiencial, lo define como “proceso turístico único, multisectorial, responsable personal y cualitativo emocionalmente, donde se le brinda un servicio personalizado donde se cumple cada uno de los deseos del turista”. Teniendo en cuenta lo anterior, se puede decir que el turismo se trata de la recolección de experiencias gratas donde el turista de manera personalizada experimenta cada destino, cada producto, como si fuera únicamente diseñado para él, esta nueva etapa del turismo da un incremento en las ventas y se convierte tendencia dando así una nueva cara al turismo.

Para saber o entender un poco más del turismo de experiencia es importante conocer de qué se trata o qué definiciones se le pueden brindar; (Carballo Fuentes, 2014) delimita la experiencia turística como “un acontecimiento personal y con una carga emocional y de gran importancia, para persona que decide vivirlo de esta manera, teniendo en cuenta que, así como se dé esta experiencia, quedará marcada por mucho o por poco tiempo”. Asimismo, cabe aclarar qué; “A nivel teórico hemos de reconocer que el turismo experiencial es aún un tema relativamente incipiente en la literatura científica que todavía no goza de una sistematización y definición específica y clara”. (Rivera Mateos, 2015) (p. 24).

También se puede apreciar de forma concreta como una fórmula “En definitiva el turismo experiencial es igual a: vivencia satisfactoria sumada a significado, y es una revolución porque la gente está dispuesta a pagar por un intangible: la transformación y significado que obtiene de aquello que hace cuando viaja. (Formación, 2020). El turismo experiencial es leído como “La transición de vacaciones activas a vacaciones como experiencia es un cambio significativo para la industria turística. El resultado deseado es una experiencia participativa completa que aporta nuevos conocimientos y experiencias auténticas” (Pastore, 2019) (p. 7)

Por otro lado, podemos analizar que, al tratarse del comportamiento humano, no es algo que se pueda calcular a ciencia cierta como una ecuación matemática, pues lo que puede funcionar en primera instancia podría no tener el mismo resultado más adelante. Tomando como referente a Pastore (2019):

Dicho esto, hay que decir que, no hay una definición real de la experiencia turística porque se forma sobre una base personal y es principalmente el resultado de una percepción que se está creando en el turista a través de la comparación entre el imaginario de los viajes (expectativas) y la red relacional (su experiencia). (p. 6)

3.1.2 Turismo de fotografía.

La fotografía es una práctica humana que procede de mucho tiempo atrás, con el deseo de capturar la imagen, incluso desde antes de tener elementos tecnológicos. Resaltan

En este sentido, la fotografía turística no es más que la fusión lógica de dos grandes disciplinas y actividades humanas: la fotografía y el turismo. La primera, concebida como arte-ciencia, la segunda como actividad económica que involucra y se sirve de otras artes, de otras ciencias, de otras industrias y de otras actividades humanas para poder operar. (Lúquez, López, Blanchard, & Sánchez, 2006, p. 2).

Entendiendo así que el turismo puede alimentarse de otras artes y disciplinas para complementar aquello que el turista está observando, como un medio para resaltar los detalles del destino y de la actividad que se practica.

También (Sidún, 2008) se refiere a “complementar la experiencia del turista, que vivió por su emoción y su paso por los diferentes lugares, reforzando por medio de la toma de fotografías y señala un aspecto importante”. Por medio de la observación y del registro de cada actividad, queda demostrado que se crea un estímulo positivo en la persona que vive el momento y que más adelante tendrá ese registro fotográfico para hacer el ejercicio de memoria, conectado a una emoción y así a una anécdota con trasfondo.

“Para el turista, pareciera que la palabra no alcanza o que la imagen viene a completar su discurso. Esa impronta de lo vivido es una apropiación personal del lugar y de un momento que, proyectado más allá de su captor, tiene como destino llevar al conocimiento de los otros su experiencia como observador y validarse como protagonista.” (Smith, 2016, p. 108)

La fotografía, que es un registro físico de esa experiencia juega el papel de invitación, como un llamado de atención para causar curiosidad en las personas cuyo fin también implica dar a conocer un lugar y que sea visitado por un nuevo turista en busca de esa experiencia en particular, pero a su manera, con su propia percepción, hace su exposición Santillán (2010)

Se analiza el modo en que la fotografía crea y difunde imágenes y símbolos turísticos (sitios, monumentos, obras emblemáticas), y sus implicaciones en la construcción e interpretación de la imagen de un destino turístico en un determinado contexto histórico social y cultural. (p. 72).

Entonces se entiende que la imagen es de gran importancia cuando se trata de visualizar un destino turístico desde la vivencia de un turista que ya lo visitó y de la misma manera desde la expectativa del futuro turista potencial, generando una demanda muy especializada por parte de quienes desean llevar su experiencia a un mayor nivel.

No solamente se busca resaltar la experiencia, ya que, en el destino, interactúan diferentes factores, resalta (Hunter, 2010) que las fotografías son un elemento importante en la orientación del turismo, en el que se tiene en cuenta los recursos naturales y culturales de una región, y asimismo estas interactúan con el turista, destacando como anfitrión a la misma naturaleza desde una nueva perspectiva. (pg. 73). Entendiendo así que, para crear un escenario completo, más allá del turista y la experiencia, se debe hacer énfasis en los atributos y paisajes con los cuales puede contar un destino.

La escritora (Markwick, 2010) muestra que, existen varios investigadores que fijan la temática de la imagen turística como una tarjeta postal y la importancia de cómo contribuyen a la imagen de un destino turístico, la idea de lograr captar más turismo en el sector de acuerdo con imágenes que lleven a la motivación de mismo. (Pg. – 417), es importante destacar que una buena imagen puede atraer a miles de turistas y de la misma manera ahuyentarlos, dependiendo del enfoque tanto de factores publicitarios como las imágenes compartidas individualmente desde la práctica del turismo.

3.1.3 Paisaje.

Como referencia del concepto de paisaje, encontramos diferentes definiciones que nos guían como el de Trinca (2006):

Siendo el paisaje entonces lo visible, lo que abarca el ojo humano, su percepción por parte del observador será diferencial, ya que la misma estará en función de la localización de éste, lo que le confiere en consecuencia escalas disímiles. Pero también diferentes personas pueden ver de manera distinta una misma configuración, por lo que la dimensión del paisaje sería también la de la percepción, en tanto que ésta implica un proceso selectivo de lo que se ve. (p. 114).

El paisaje es aquello que podemos observar y aunque se encuentren diversos elementos entre sí, tienen diferentes efectos en cada uno, adicionalmente se conforma de lo que percibimos según el proceso de selección de quien lo explora.

En el contexto físico observable el “El paisaje geográfico se define como un territorio genéticamente homogéneo en el cual se la misma combinación de factores se interrelacionan [...]” (Sauer, 1925, pág. 19), haciendo alusión a los elementos espaciales como el relieve, fauna, flora, y demás elementos que se suman para crear el panorama territorial.

El paisaje también implica la apreciación que se realiza con cada uno de los sentidos, según lo dice (Aponte Garcia, 2003). Citando a Díaz, F. (1973) “El paisaje es la percepción plurisensorial de un sistema de relaciones ecológicas”, destacando aspectos más allá de lo visible, por ejemplo, los intangibles conectados a la emoción y sensación, así como también se tiene en cuenta a la contemplación que se puede hacer de un paisaje de manera social, económica, o cultural.

3.1.3.1 Paisaje natural y cultural.

El paisaje natural y cultural forman parte de este sentir para el turista, son un estímulo del ambiente que lo acompañan en su travesía y trabajan en sinergia para crear una experiencia memorable. (Sauer, 1925) Cita a Vidal de la Blache, quien expresa “La geografía humana no se opone en sí misma a una geografía de la que excluido el elemento humano; tal cosa no ha existido

sino en las mentes de unos pocos especialistas exclusivos.” Frente a lo cual busca expresar que el territorio no es excluyente con factores culturales de un determinado paisaje, (Nieto, 2019).

Se invita a la reflexión del paisaje natural al desarrollar un concepto definido por (Trinca, 2006), “Muchas veces hemos leído que el paisaje natural es aquel que no ha sido modificado por el trabajo del hombre; mientras que el que sí lo ha sido es humanizado para diferenciarlo del primero.” Resaltando que el paisaje natural cuenta con factores muy importantes de conservación en la naturaleza como el suelo, flora, fauna, relieve entre otros.

En su texto acerca del turismo experiencial en zonas cafeteras, (Duis, 2011) menciona que el paisaje cultural se construye por las dinámicas relacionando espacio – tiempo, para que, a través de estructuras naturales y artificiales, a través de un filtro cultural, todo se tradujera a su existencia en cuanto exista el ser humano.

3.2 Marco teórico

Mediante este conjunto de teorías, abstraídas de diferentes autores, se pretende dar bases que sean fundamento dentro de la investigación lo cual permitirá un adecuado desarrollo de la propuesta.

3.2.1 Principios del turismo experiencial.

Es necesario hacer un proceso de reconocimiento del progreso y la ampliación por parte del sector turístico en el mundo entero, con el fin de comprender como surgió el turismo experiencial y la forma en la que crece.

En la historia moderna, la economía ya ha evolucionado en lo que podemos denominar tres ciclos o etapas: Economía Industrial, Economía de Servicios y Economía de Experiencia. Se pasó así de la venta de mercaderías (ciclo industrial) a la revolución y venta de todo tipo de servicios (consultorías, transportes o actividades entre otras). Pero dicha oferta de nuevo quedó obsoleta como principal atracción del mercado, y desde finales del siglo XX, los consumidores demandan algún tipo de significado asociado a estos servicios (Vila, 2015).

La transición citada desde la economía industrial, hasta la economía de experiencias, resalta que es necesario reinventarse en cualquiera de los sectores que se analice, y el sector turístico no es una excepción. Este planteamiento va de la mano con el cambio y la evolución del turista, con la búsqueda de una satisfacción completa, narra González, (2020):

El auge del turismo experiencial no se debe, por supuesto, a una idea brillante ni a un capricho de nadie. Es consecuencia del propio desarrollo del fenómeno turístico, del agotamiento progresivo de los modelos tradicionales y de procesos evolutivos en la

sociedad, que han hecho surgir segmentos de turistas diferentes, con preferencias e intereses distintos, que buscan transformar el disfrute y el ocio pasivo, en experiencias impactantes y desarrolladoras, basadas en el contacto con las comunidades receptoras, en su participación e implicación activa, en la concepción de sus itinerarios y actividades, y en la obtención de vivencias emocionales con sentido propio. (p.18).

En adición, (Stefanova D. , 2018) habla acerca del crecimiento del turismo cultural, que a su vez es el turismo creativo y de experiencia donde se compone de visitas a edificios, paisajes ídolos de cada región, museos, estatuas y todos aquellos símbolos representativos de sus países.

El turismo experiencial nos proporciona un cambio de perspectiva en la narrativa del turista, proponiendo una nueva faceta. “El turismo convencional está en problemas. El nacimiento y la evolución de nuevas formas de turismo, caracterizadas por la tendencia a apartarse del turismo de masas, se enfrentan a nuevos retos” plantea (Stamboulis, 2003), dando a entender que una de las motivaciones del turismo experiencial implica hacer las cosas de forma diferente con el fin de satisfacer esa nueva demanda naciente, evolucionada y que deja de conformarse a la oferta disponible y que busca más allá de lo que ya ha visto; son turistas más curiosos y más enfocados.

Tomando en consideración los orígenes del turismo experiencial, se inicia con una teoría enfocada hacia el mercado y el trabajo elaborado propiamente por la oferta, (Smith, 2016), nos habla del inicio del turismo experiencial como una técnica de mercadeo, donde se planteó una idea de conocer por sí mismo, de salir y experimentar aquellos lugares a los que no llegaban agencias de viajes pero que a su vez el atractivo que tenía era potencial. (p 10).

Dando a entender que primero se encontró un área de oportunidad y una idea de la cual poder extraer diferentes beneficios ya que el turismo experiencial surge de una campaña de marketing a principios de los 90's donde se busca darle a cliente una satisfacción hacia lo que está comprando y que su compra más que la satisfacción de una necesidad sea una nueva experiencia hacia un producto de calidad, es así como inicia una nueva etapa no solo para el marketing si no que para el turismo donde se avecina un reto de innovación y personalización de los productos turísticos ofrecidos y el mejoramiento de todos los atractivos donde; no solo tienen responsabilidad los prestadores del servicio si no que a su vez todo el sector comercial y la comunidad en general.

Y es allí donde se inició el reto no solo de llamar la atención del turista si no de poder involucrar de manera sustancial a todas aquellas personas y empresas interesadas en el crecimiento de su producto turístico.

Es entonces cuando las autoridades gestoras responsables del lugar pueden poner en marcha estrategias, técnicas y programas in situ que se dirijan a cautivar y seducir al público. Por ello, en este apartado se analiza el proceso mental de construcción de una experiencia recreativa o turística, para así identificar en qué fases y de qué manera los gestores van a poder influir en el visitante para que se consiga el objetivo final (Blasco & Alonso-Monasterio, 2016)

Sin embargo, es importante poder crear una relación entre lo que se considera la oferta y entre lo que el turista desea, se hace indispensable encontrar el balance para así poder comprender mejor esta propuesta de desarrollo.

El turismo de experiencias es el término que se utiliza hoy en el marketing para describir una forma de deformar los productos turísticos, insertando al turista como protagonista de su propio viaje. En este sentido, es necesario comprender las expectativas del turista actual, que van más allá de la contemplación pasiva de los atractivos. La experiencia ha servido como un constructo clave en la investigación de viajes y turismo, según (Oh, Fiore, & Jeoung, 2007).

En este orden de ideas se le da un sentido diferente al concepto, no solamente como una simple visión de mercadotecnia, mediante la observación del mercado se analiza la expectativa de los turistas quienes “...ya no se conforman con el conocimiento de fachada, superficial, porque también quieren participar del backstage de los lugares que visitan.” (E. Pezzi, 2015); el turista contemplativo deja de existir y nace un turista quien toma participación activa y juega con el entorno que le recibe en el destino que visita; es decir, “buscan alguna experiencia memorable capaz de transformarlos, de cambiar su forma de actuar y pensar” (Pine, 1999).

3.2.2 Turismo experiencial en Colombia.

El desarrollo del turismo experiencial en Colombia surge a partir de la necesidad de encontrar alternativas en la oferta, que vayan a un nivel más profundo en cuanto a la conexión entre el turista y la vivencia en el destino; creando así una experiencia que involucre a todos los actores del contexto de manera más directa. Señalan (Gómez Rodríguez, Carranza Abella, & Ramos Pineda, 2017)“El turismo experiencial es una oportunidad potencial para el país y no debe confundirse con la generalidad del sector, la cual es visitar lugares no habituales, sino, entender la diferencia entre vivencia y experiencia” (p. 234), de igual manera muestran que el turismo inicia por las facultades que tiene el país a nivel de biodiversidad, estas experiencias nace a través de la diversidad paisajística y actividades ofrecidas en el amplio sector colombiana tales como, experiencias de cultivo en el eje cafetero, ganaderas en las regiones llaneras, extremas en el Santander. Dando así un valor agregado a los turistas creando un estilo de turismo más experiencial.

Al encontrar una diversidad de actividades se puede evidenciar que el turista llena sus expectativas dando como resultado un turismo de experiencia más completo y beneficioso para el sector y la comunidad que lo preside y es así como nace un turismo experiencial lleno de beneficios para aquellas personas dispuestas a vivirlo.

En el último congreso Iberoamericano de producto Turístico – Incubatour realizado en la ciudad de Medellín muchos de los espectadores coincidieron en señalar que el turismo exige crear experiencia nuevas para el viajero y que Colombia no deberá quedarse atrás en este proceso evolutivo (Portafolio, 2018) "El turista evolucionó para darle paso al viajero, que pasó de ser simple espectador a protagonista de sus propias historias de viaje", dijo el director de Incubatour, Tony Yarto, quien decidió sacar por primera vez el congreso de México al identificar que Medellín es un destino "disruptivo" y un "referente por su transformación".; Para este proceso Colombia y cada una de sus ciudades deberá promover al turista la idea de ofrecer sus raíces, historia y tradiciones con el objetivo de que puedan así vivir una experiencia única, según lo mencionado por la secretaria de desarrollo económico de Medellín, María Fernanda Galeano, (Portafolio, 2018) "Hay que repensarse para ser mejores y más atractivos para un turista que cada vez es más innovador y quiere vivir más experiencias".

Si bien es cierto, el turismo experiencial es un poco nuevo para nuestro continente americano, cada país crea su propio producto turístico con el objetivo de generar actividades propias y así de esta manera brindar al turista expectativas propias a sus vivencias recolectada, así como en México cuentan con la “Ruta Tequilera”, en Colombia contamos con rutas generadas desde puntos literarios, un ejemplo claro es la “Ruta de Gabo” que se generó gracias a las experiencias que deseaba vivir los turistas de conocer los lugares más representativos descritos en los libros de nuestro Premio Nobel.

Para (Stefanova Y. D., 2016), el turismo experiencial hace referencia a las actividades en las que los viajeros realizan como persona activa, de las cuales se desprenden de la cultura, historia y el amor por conocer y producir nuevos intercambios; pero según (Rivera, 2013) indica que las experiencias son vivencias, sentimientos que impactan y por ello se vuelve algo difícil de olvidar para el ser humano, por esta razón los países y en especial Colombia busca gracias a su riqueza cultural, patrimonial e incluso religiosa generar ocio y crecimiento en los turistas. Además, gracias a que cada departamento cuenta con una historia y vida propia, la que hace que el turista pueda conocer un solo país diferentes culturas y vivencias desde lo natural, histórico o incluso religioso.

3.2.3 La fotografía en el turismo.

Se entiende que “Fotografiar es apropiarse de lo fotografiado. Significa establecer con el mundo una relación determinada que parece conocimiento, y por lo tanto poder”. (Traversa, 2001) (p. 16). Pero lo impreso parece una forma mucho menos engañosa de lixiviar el mundo, de convertirlo en objeto mental, que las imágenes fotográficas, las cuales suministran hoy la mayoría de los conocimientos que la gente exhibe sobre la apariencia del pasado y el alcance del presente. (p. 17).

Para empezar, debemos de resaltar que el turismo constituye un pilar real de desarrollo económico para los países en desarrollo, en donde el 90% de esta actividad turística es la fuente principal de riqueza según la (OMT, 2019).

Es una tendencia cambiante donde el aumento de los ingresos es debido al impacto en el medio ambiente y en la conservación de una herencia cultural y de historia; todo esto es debido al desarrollo sostenible donde se relacionan el respeto por el medio ambiente y la utilización de los recursos naturales hace que el turista conozca más de sus recursos y la importancia de los servicios ofrecidos desde hace un tiempo.

Desde la década de 1960 ha habido variados acercamientos al estudio del Turismo, los cuales han partido de diferentes conceptualizaciones acerca del fenómeno turístico. En la actualidad, el Turismo es estudiado desde un punto de vista holístico y considerado, metodológica y empíricamente, como lo plantea (Santana, 2003) “un sistema abierto inscripto en múltiples contextos sociales, económicos y culturales enmarcados en entornos medioambientales concretos” (pg.109).

Durante los últimos años se ha realizado varios estudios en el ámbito del turismo de manera cuantitativa como cualitativa, donde se consideran distintas dimensiones de análisis de la imagen fotográfica como promoción del turismo (folletos y guías de viajes), permitiéndole tanto a los prestadores como a los turistas tener una información más acertada y confiable del tipo de turismo y que lugares que se frecuentan para así llevarse una experiencia duradera y positiva.

3.2.4 Importancia de la imagen en el turismo.

¿Con qué frecuencia usamos una imagen?

Es importante destacar esta pregunta ya que en la actualidad casi todo lo que informamos de manera visual y más en la parte turística ya que lo se busca al vender un producto turístico es su imagen, el cómo lo vemos desde otros ojos y la experiencia que nos puede brindar con solo ver una imagen La imagen se ha convertido en uno de los medios más usado para hacer saber lo que

sentimos, esta nos permite evitar palabras que no se quieren decir pero qué queremos hacer saber y por ello el implementar esto en el turismo es ahorrar no solo tiempo sino dinero.

Basándose en los medios tecnológicos, como las redes sociales una empresa puede dar a conocer su producto a nivel mundial en tan solo segundos, lo que antes tardaba meses quizás años ahora es posible en tan solo días. Al realizar la investigación correspondiente al turismo fotográfico se evidencia que la información que se encuentra en la red es muy reducida debido a que el turismo fotográfico es una modalidad que hasta ahora está iniciando en su auge.

La imagen ha sido no solo un medio de comunicación sino un medio por el cual se ha podido ayudar a otros sectores como la naturaleza, sector que ha sido tan afectado con el turismo cinegético (de cacería). El turismo cinegético consiste en cacería por diversión, trayendo consigo muchos problemas como la extinción de animales salvajes entre ellos se encuentra el rinoceronte negro de África, la jirafa entre otros; es por este motivo que gracias a la evolución del turismo fotográfico este tipo de deportes han cambiado trayendo consigo actividades diferentes así como “el safari fotográfico” donde se da por entendido que no se realiza ningún tipo de ejecución animal si no que por otro lado se busca la conservación de la naturaleza.

3.3 Marco legal

El siguiente marco se realiza, con el objetivo de tener un conocimiento más a fondo de las normas que rigen el sector de la fotografía, para poder organizar un proyecto bajo la reglamentación mínima del sector y respetando las autorías.

Disposiciones generales mediante las cuales se rige y se formalizan el conjunto de actividades que componen el eje de la propuesta, dentro de las cuales se encuentran:

3.3.1 Fotografía.

3.3.1.1. Ley 23 de 1982 - Sobre los derechos de autor. Se encarga de brindar protección a la creación de obras ya sean estas científicas, sonoras, literarias, o cualquier otra creación mediante la cual se exprese una idea; también se encarga de brindar protección y reconocimiento a los autores de dicha creación en cualquiera de las formas en que esta se pueda expresar, para que así, no sea copiada, plagiada o replicada, sin un previo conocimiento y/o autorización de su creador.

Presenta información acerca de los artículos que comprende dicha protección, los beneficios, condiciones y limitantes y el adecuado manejo en relación con su publicación. Se presenta una modificación a esta ley mediante la ley 1915 del 2018. Esta ley, aplica para la presente propuesta, teniendo en cuenta que se busca generar la creación de una guía turística, con información acerca de los municipios dentro del departamento del Meta, la cual comprende a su vez la toma de ciertos

elementos paisajísticos dentro de la misma región; la finalidad es, que se proteja a este documento para que no se pueda copiar dentro del largo plazo y así mantener este elemento como un factor diferenciador, como componente principal de la propuesta de ruta experiencial.

3.3.2. Turismo.

3.3.2.1. NTS-TS 001-1 – Sobre destino turístico – área turística. Esta norma, se establece en todas las zonas en las que se practica la actividad turística, con el fin de hacer que estas prácticas mantienen un cuidado de factores como el ambiente, los ecosistemas, los monumentos y lugares, la cultura y demás actores en los destinos visitados. Incluye a su vez los requisitos legales que aplican para cumplir con lo establecido, políticas de sostenibilidad, elementos de gestión y también indicadores que facilitan identificar las buenas prácticas dentro del territorio.

Dentro de la propuesta establecida, esta norma crea parámetros de gestión, para que las actividades que se van a hacer dentro de la ruta no generen un impacto negativo dentro del departamento del Meta, sino que se puedan preservar los elementos con los que cuenta para un máximo aprovechamiento.

3.3.2.2. Circular 003 de 2016 - Contratación de guías de turismo y prestadores de servicio turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo. Esta circular, indica a quienes necesiten hacer contratación de guías turísticos, que los guías deben cumplir como requisito, tener el registro nacional de turismo, así mismo resalta en su contenido la referencia a la Ley 1558 de 2012, en la cual se estipulan estas disposiciones para los guías y también para todos los prestadores de servicios turísticos. Tiene como finalidad, proveerles a los turistas la tranquilidad de que los procesos realizados son controlados y homologados correspondientemente.

Teniendo en cuenta lo anteriormente relacionado, se puede destacar las leyes más importantes para la realización del proyecto, donde se dan instrucciones tanto de derechos de autor como, permisos necesarios para la práctica y posible ejecución del objetivo del proyecto.

4. Metodología

La metodología de investigación que se aplicará a este proyecto de propuesta de turismo experiencial con modalidad fotográfica en la Reserva natural el Encanto de Guanapalo, se basará en una investigación exploratoria y descriptiva debido a que deseamos dar a conocer por medio de la fotografía lugares que posiblemente muchas personas no conocen, adicional a esto se busca sensibilizar a los turistas integrándose con el medio ambiente y ayudando a salvaguardar sus paisajes y recursos.

El alcance que se busca obtener con este tipo de análisis es de manera descriptiva en la que se identifiquen conceptos y variables importantes a tener en cuenta en la ejecución del proyecto. Es importante identificar aspectos cuantitativos y cualitativos, ya que estos permitirán identificar factores relevantes de la reserva en mención, así como facilitan el determinar la segmentación del mercado, las características actuales de oferta y demanda, perfil del consumidor, y características primordiales del destino.

Este estudio permite conocer y establecer una red entre infraestructura, superestructura, facilidades, capacidad y desarrollo turísticos que darán origen a la creación del recorrido esperado, completándolo con servicios adicionales según lo requiera el turista.

5. Capítulo I - Inventario turístico

Para el desarrollo de proyecto en mención es importante, identificar el destino y sus atractivos, para poder mejorar la experiencia que se va a brindar.

Para poder trabajar con este destino se debe realizar un listado de lo que se tiene, y para ello se utilizará la herramienta más efectiva que es el inventario turístico, para ello es importante definir que es, para que sirve, como se utiliza, Etc.

5.1. Generalidades del inventario turístico

Según lo escribe Cerro, (2015) “La realización de un inventario turístico consiste en elaborar un listado de recursos y lugares con potencialidad, esto permite facilitar el proceso de planeación y es una de las fases más importantes para la realización de un diagnóstico”. El inventario turístico va a permitir dar desarrollo a la propuesta, mediante el reconocimiento e identificación de los lugares más representativos dentro de la reserva natural.

No solo es de gran importancia el reconocimiento, sino que el análisis de cada lugar que se encuentre dentro de la reserva también tiene un significado valioso, debido a que este análisis permite determinar el valor estructural, físico o cultural y esto a su vez facilita la toma de decisiones en cuanto a la selección de un determinado atractivo.

“Todo inventario deberá presentar dos características fundamentales, la primera de ellas es ser un reflejo fiel de la realidad de los recursos turísticos, identificando la situación real en la que se encuentran ya que permite propiciar el acondicionamiento necesario. La segunda característica es que debe ser claro, abierto y dinámico; asimismo debe permitir su actualización periódica para incorporar información de su evolución. Dirección de Desarrollo del Producto Turístico. (2006)

Concepto de inventario turístico

Identificar el concepto de inventario turístico va a permitir entender mejor la finalidad de esta herramienta. “[...] definición del inventario como un proceso participativo de identificación, documentación, diagnóstico, registro y divulgación de una o más manifestaciones del PCI que incluye la definición de medidas para su salvaguardia.” (Grupo de Patrimonio Cultural Inmaterial, 2015, p. 16)

Por otra parte, según Bote. V. (citado en Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona altiplano de san Luis potosí, México. Blanco. Vásquez. Reyes. Guzmán. 2014) Se denomina inventario turístico al «catálogo de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada» (p. 24)

5.2. Inventario turístico en Colombia

Grupo de Patrimonio Cultural Inmaterial, 2015. Es de suma importancia que en los diferentes ámbitos del ordenamiento territorial se promueva la elaboración de inventarios, así como la aplicación de los sistemas de consulta que garanticen el acceso al público y la difusión de la información que recogen los inventarios. (p. 24)

Realización del inventario turístico

Dentro del proceso de inventario, se hace necesario hacer un análisis del contexto, que es el destino visitado. Dice el Viceministerio de Turismo (2017):

Potencialidad de estos lugares denominados destinos, para el desarrollo de las actividades turísticas, depende de sus recursos reales como potenciales, de ahí la importancia de su identificación y valoración. Esto a su vez permite a los territorios establecer de manera objetiva el grado de atracción y sustentabilidad de estos, dentro del proceso de planificación y desarrollo de dichas actividades. (p. 60).

5.3. Inventario turístico en la reserva

Bajo ese concepto de identificación, se hace necesario desarrollar la actividad de reconocimiento directamente en la reserva, Se caracteriza por dar un reconocimiento de tipo cualitativo para señalar las características principales y reconocibles a la vista; también hace una evaluación de carácter cuantitativo ya que se hace necesario hacer uso de herramientas con una orientación objetiva y realista; de esta manera se puede hacer un proceso de selección bajo las orientaciones del ministerio de comercio, industria y turismo para la elaboración del inventario, este proceso permite seguir el estándar de calificación y valoración mediante el cual se alimenta el inventario de la reserva por medio del contenido obtenido en la visita de campo. Argumenta López, H. 2013 "En los formatos de inventario adjuntos se detallan la información de sitios naturales, patrimonio cultural material y patrimonio cultural inmaterial [...]" (p.2). Dando a entender que el patrimonio y los recursos turísticos de un lugar, son el punto focal al realizar un inventario turístico.

La normatividad colombiana, Ley 300 (2006) a su vez apoya y estructura la identificación de los recursos turísticos, con el fin de proponer o definir programas de promoción correspondientes que incentiven el desarrollo de la actividad turística. (p. 8) lo cual apoya la motivación de fortalecer la oferta turística en la reserva natural el encanto de Guanapalo; teniendo en cuenta que, por medio de la creación del inventario, se alimenta también la estructura de la bitácora fotográfica y los puntos donde se puede generar una experiencia en el turista potencial.

El primer paso para la elaboración de un inventario es hacer una clasificación de los bienes. Clavé, S. A., & Reverté, F. G. (2011). "Para detectar, conocer y evaluar los recursos, es necesario previamente realizar un inventario por medio de una metodología que nos asegure que ninguno de ellos quede sin identificar y clasificar." (p. 66).

Uno de los objetivos fundamentales de realizar un inventario turístico en la reserva natural "EL Encanto de Guanapalo" es poder dar a conocer cada uno de los mágicos lugares con los que se conforma este hermoso lugar, ubicado en el municipio del Casanare a tan solo 2 horas de Yopal, donde los turistas podrán vivir una de las mejores experiencias llaneras.

El inventario está enfocado en cada uno de los lugares más representativos de la reserva natural "El Encanto de Guanapalo", recordemos que el inventario que se realiza no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del que hacer turístico.

Por ello, debemos tener en cuenta que una reserva natural es aquel lugar protegido por el gobierno u organizaciones privadas que cumplen con la función de vigilar estos lugares contra el deterioro y la degradación del medioambiente y la conservación de flora y fauna.

Este trabajo no solo nos brinda la importancia del cuidado de la reserva natural, sino también se enfoca en cómo ayuda este recurso a la región en el ámbito turísticos, económico y de reconocimiento para la región del Casanare; aquella que en algún tiempo fue azotada por problemas de orden público, en el que no se podía realizar ningún tipo de actividad turística por seguridad.

Desde hace unos años el municipio del Casanare se encuentra innovando en el ámbito turístico, gracias a sus recursos propios tanto naturales como históricos, hace que esta región sea rica en lo cultural como lo natural; por este tipo de recursos es que se toma la opción de poder realizar el Inventario Turístico con la prioridad de dar a conocer la reserva natural "El Encanto de Guanapalo" y así incentivar el turismo natural con el reconocimiento de la importancia que se tiene al cuidar nuestros recursos, de tal manera que esta región del Casanare sea a nivel nacional e internacional una de las más representativas en cuanto a sus actividades naturales y turísticas, haciendo que su explotación en este municipio no sea para algunos solo el petróleo, que ocasiona fuerte problemas ambientales sino la posibilidad de poder contar con otras alternativas de desarrollo social, económico y cultural.

La Reserva “EL Encanto de Guanapalo” cuenta con diferentes espacios que ayudan a desarrollo de actividades como: Cabalgatas, Caminatas, avistamientos, en unión con la naturaleza y actividades típicas de la región como lo podemos ver en el cuadro anexo, donde al no encontrarse dentro del inventario turístico por codificación, son igual de importantes para el desarrollo de las actividades ofrecidas por la misma reserva:

<p>SENDERISMO LLANERO: La Reserva nos brinda la oportunidad de interactuar con la naturaleza por medio de senderos naturales a través de las ciénagas y valles con la posibilidad de realizarlo en forma deportiva o turística.</p>	
	
	 <p>Fotos por Wilson Gallego</p>

Figura 1. Senderismo llanero. Autoría propia.

CABALGATA LLANERA: La Reserva cuenta con caminos que nos ayudan a recorrido de la misma de tal manera que esta actividad sea unas de las principales dentro del recorrido debido a la amplitud a los largos caminos que se deberán recorrer daca Hato que conforma la reserva natural.

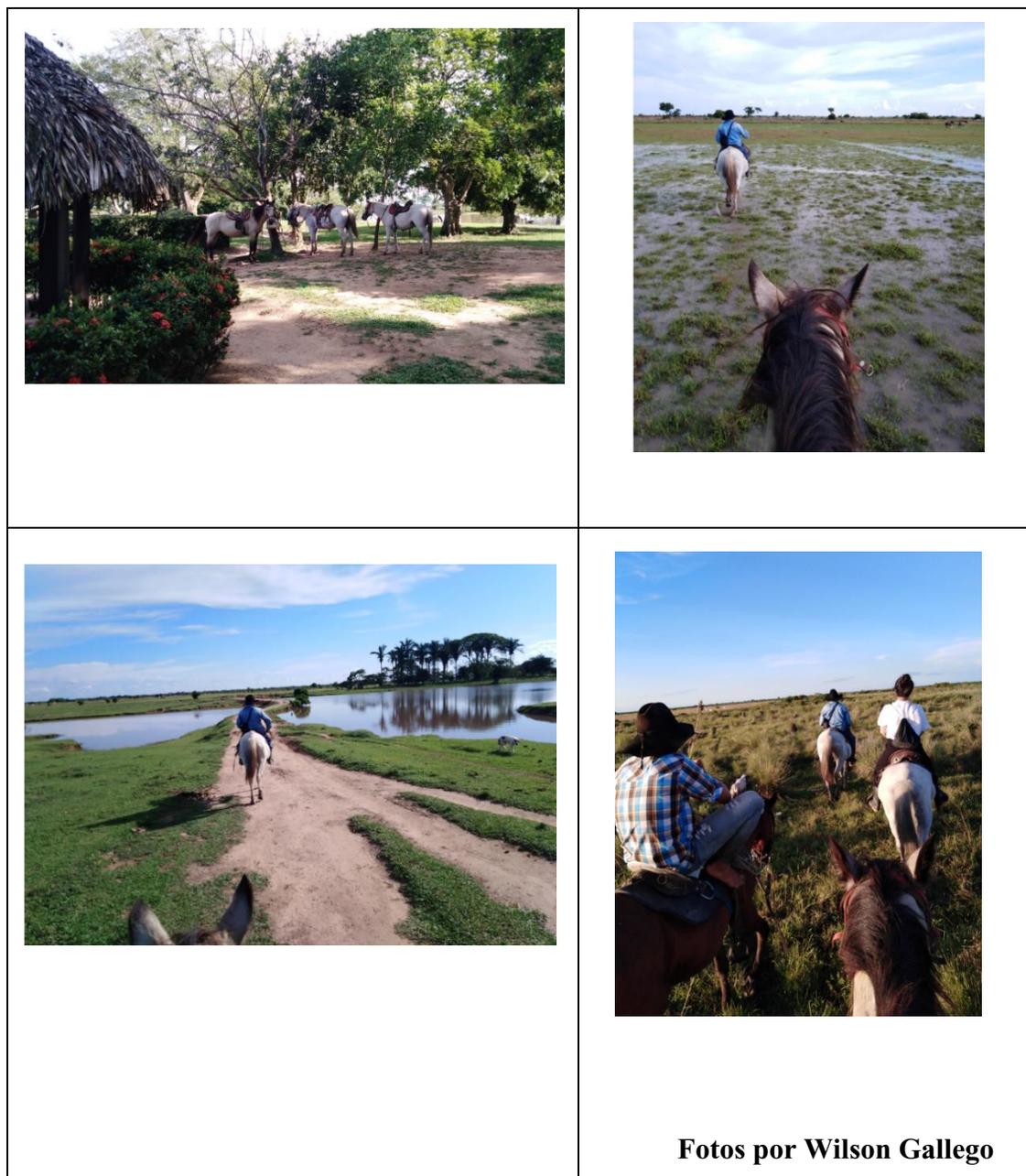


Figura 2. Cabalgata llanera. Autoría propia

LUGAR DE DESCANSO Y ESPARCIMIENTO: La Reserva Natural junto con sus Hatos brinda la oportunidad de contar con áreas de descanso al aire libre donde se puede disfrutar del sonido de la naturaleza y también habitaciones cómodas con para su hospedaje.



Fotos por Wilson Gallego

Figura 3. Lugar de descanso y esparcimiento. Autoría propia.

AVISTAMIENTOS DE FLORA Y FAUNA: La Reserva Natural más que un lugar para visitar y descansar es de poder observar aquellos animales que en ocasiones vemos en cautiverio en “El Encanto de Guanapalo” se encuentra libres donde podemos hacer observaciones de su vida cotidiana.



Figura 4. Avistamientos de flora y fauna. Autoría propia.

ATARDECER LLANERO: Otro de los avistamientos más hermoso en la Reserva Natural “EL Encanto de Guanapalo” e importante en la región del Casanare es el atardecer, aquel donde el sol cae en la llanura para dar paso a la iluminación natural de la luna.

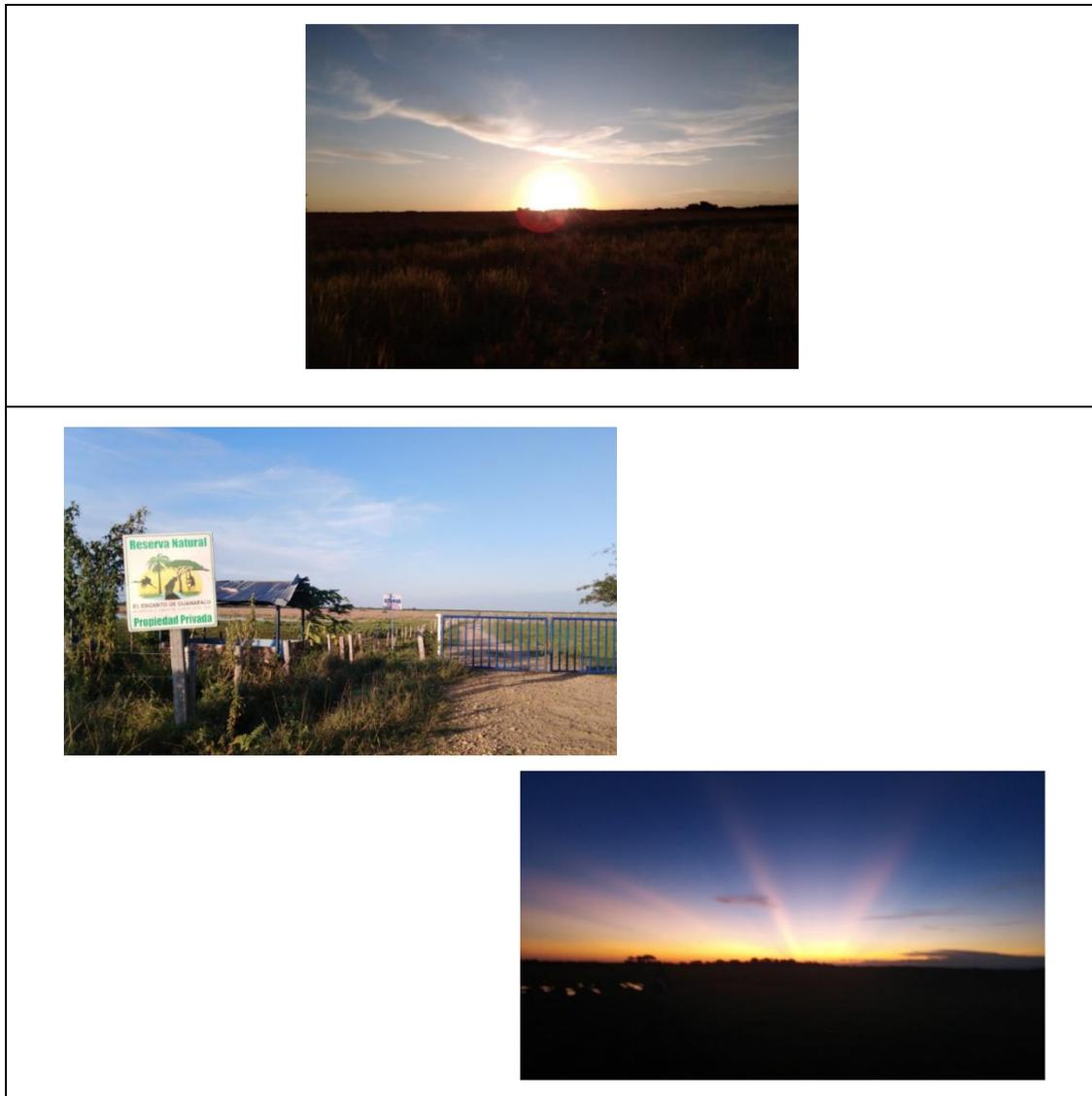


Figura 5. Atardecer llanero. Autoría propia.

6. Capítulo II – Perfil del turista

Un paso fundamental, para saber hacia qué lugar orientar una investigación de turismo es hacer el perfilamiento del turista potencial, determinar las cualidades y características principales con el fin de segmentar, determinar de forma objetiva el grupo determinado en el cual se puede enfocar una oferta y así generar una planeación de forma exitosa.

Para lograr este perfil, es necesario analizar todos los elementos que influyen para tomar una decisión, como ejemplo la opinión del turista, la opinión de quien interactúa con el turista, el destino y la oferta planteada.

6.1. Segmentación

Thompson, I. (2005). Resalta que. “No cabe duda, de que la segmentación del mercado es una de las principales herramientas estratégicas de la mercadotecnia, cuyo objetivo consiste en identificar y determinar aquellos grupos con ciertas características homogéneas (segmentos) hacia los cuales la empresa pueda dirigir sus esfuerzos y recursos (de mercadotecnia) para obtener resultados rentables.” (p. 3)

De esta manera, obtener el perfil del turista, provee la facilidad en la toma de decisiones de los elementos apropiados dentro de la oferta y seleccionar que quiere el turista, que necesita el turista y cuál es su expectativa. También señalan Collado, A. et al. (2007). Por tanto, con el enfoque de la segmentación se trata de clasificar a los participantes en los mercados turísticos en subgrupos, cada uno de los cuales tienen unas determinadas características y demanda diferentes paquetes de servicios. (p. 37). Con base a esas características de cada grupo, se pretende hacer un análisis de los aspectos que hacen diferente a un grupo de todos los demás y así diseñar con especificidad los detalles de la ruta de turismo experiencial que realmente satisfagan al turista.

Generar un proceso de segmentación, no brinda respuestas de qué hacer, debido a que para llegar a estas conclusiones, es necesario hacer un análisis de las variables, sin embargo, sí permite tener las herramientas necesarias para poder proceder, ya que la finalidad de la segmentación es brindar un detallado del cual pueden resultar diferentes estrategias según como se plantee el objetivo, que en este caso dará respuestas enfocadas a el destino, que para efectos de esta investigación es La reserva natural El encanto de Guanapalo en Casanare; el enfoque al cual se dirige por medio del turismo experiencial y la aceptación del mismo en los turistas, la herramienta seleccionada que es la toma fotográfica, entre otros factores implícitos en el turista como lugar de residencia, disponibilidad económica, gustos, etcétera.

6.2. Aplicación de herramientas

El desarrollo de este capítulo se basa en la recolección de información de carácter cualitativo y cuantitativo, para ello se hace uso de encuestas y entrevistas, las cuales brindan los datos necesarios para el respectivo análisis. Las entrevistas son de tipo estructurada, con un guion diseñado para obtener las respuestas específicas en cuanto a la experiencia del turista. Las encuestas se realizaron a los turistas con el fin de determinar el perfil de este con un enfoque cuantitativo para obtener resultados que se prestan para el análisis y desarrollo de ideas.

Es importante determinar que la cantidad de encuestas realizadas se estableció de acuerdo a la herramienta virtual (imagen N° 1 Anexos); los valores presentados en la imagen proceden de la llegada de pasajeros aéreos en el 2018 según las estadísticas departamentales de CITUR (Centro de información turística colombiana) la cual se calculó un ingreso de 1 637 136 pasajeros, las cifras ya mencionadas nos dan una amplia idea de las personas a las cuales podemos acercarnos y contarles de nuestra experiencia e invitarlos a que hagan parte de ella, pero para lograr una invitación atractiva es importante determinar lo que les gusta, cuando les gusta y como les gusta llevar a cabo una actividad turística. Para ello se determinó que la mejor manera de conocer a nuestros clientes es por medio de una encuesta, la cual se realizó a 97 personas que se encontraban en destino, con el fin de identificar que:

De las 97 personas invitadas a compartir sus experiencias y plasmarlas por medio de la encuesta realizada, se determina que:

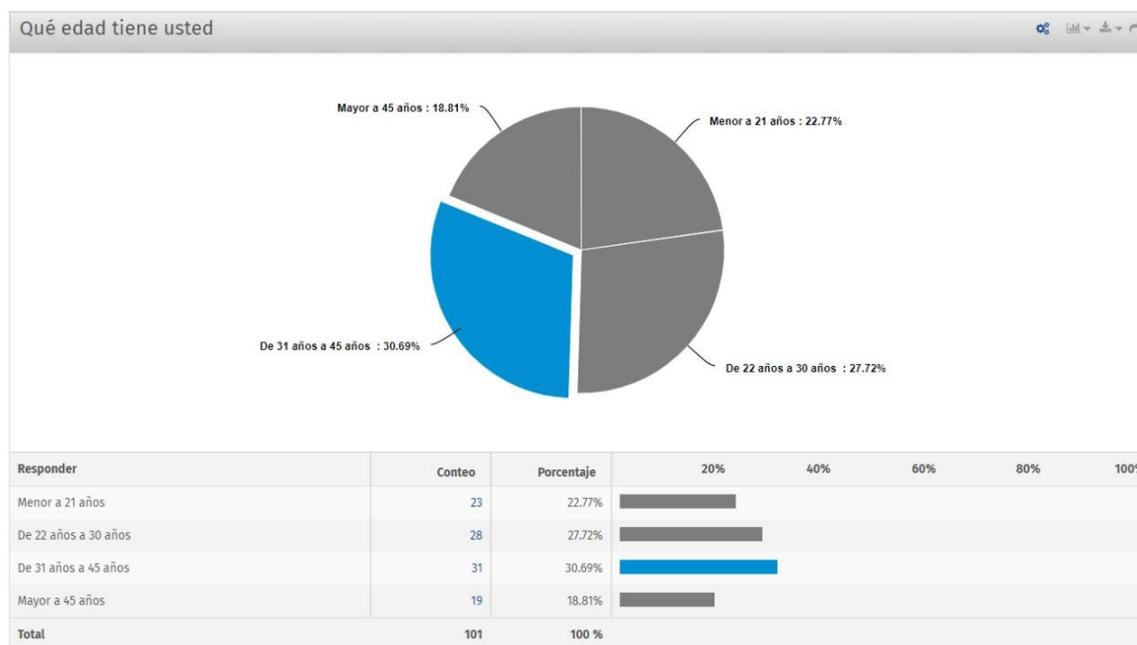


Figura 6. Edad (anexos). Autoría propia.

De las personas encuestadas el 30,69% se encuentran entre los 31 a 45 años, lo que nos permite analizar que nuestro mercado objetivo son adultos que buscan una experiencia en pareja o un espacio de tranquilidad en familia, el 27,72% son personas entre los 22 a 30 años, convirtiéndose en clientes potenciales a los que se les debe cautivar y atraer, el 22,77% son menores de 21 años personas que a futuro serán el público objetivo. El 18,81% restante son personas mayores de 45 años.

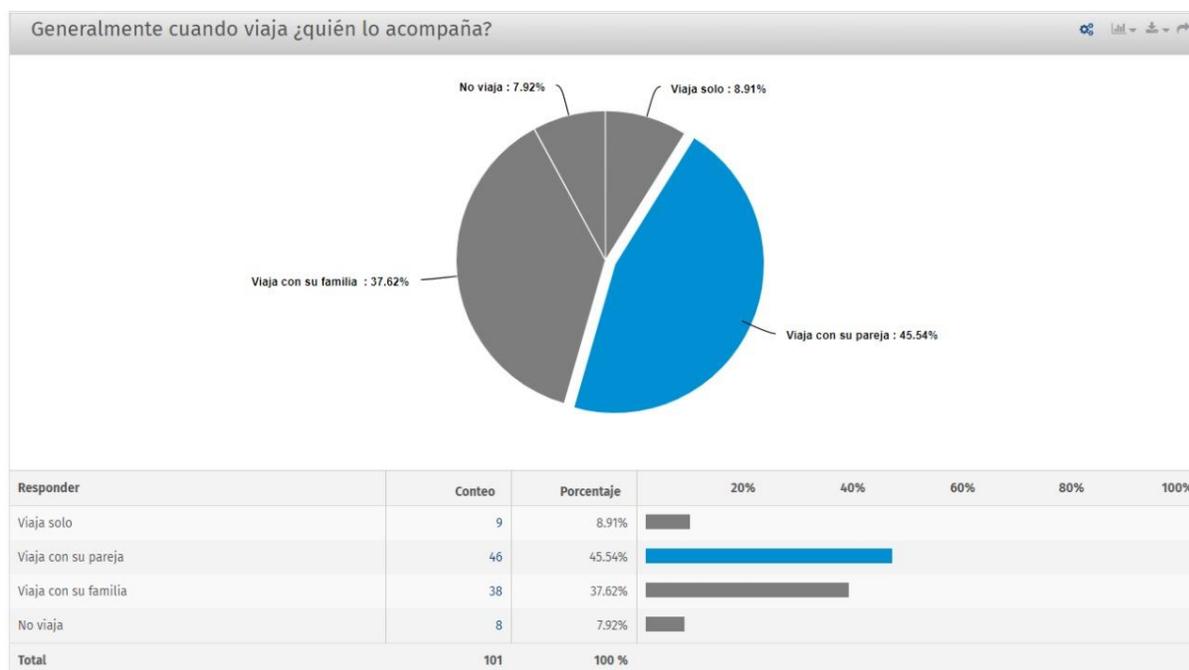


Figura 7. Compañía (anexos). Autoría propia.

En el estudio realizado se encontró que el 45,54% de las personas encuestadas prefieren viajar en pareja ayudando a determinar el perfil del cliente, el 37,62% viaja en familia buscando un espacio de relacionamiento e interacción, y por último el 8,41% prefiere viajar solo, este último factor indica que es un mercado importante para tener en cuenta.

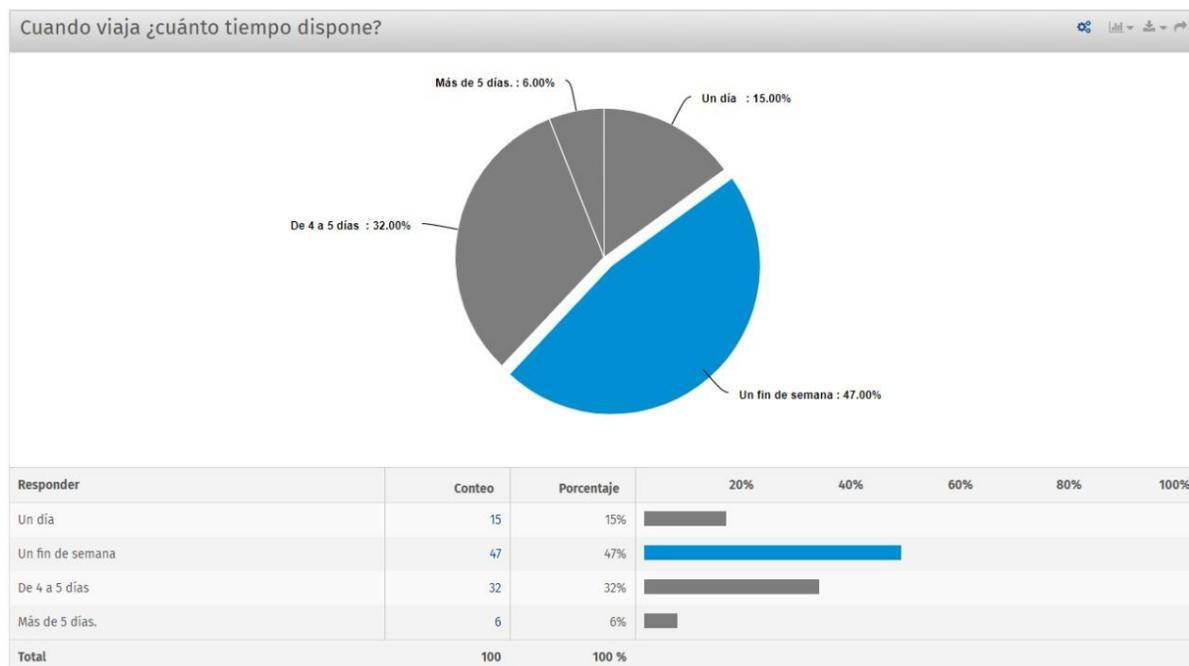


Figura 8. Tiempo (anexos). Autoría propia.

El 47% de las personas encuestadas indican que disponen de un fin de semana para disfrutar de la región, tiempo en el cual se llevará a cabo la ruta por la reserva del encanto de Guanapalo, el 32% indica que invertiría entre 4 y 5 días tiempo suficiente para participar de varias actividades en el destino, el 15% invertiría un día, estos últimos clientes potenciales que con nuevas estrategias se puede lograr una pernoctación en destino, para mínimo una estancia de fin de semana como los primeros, y por último el 6% invertiría más de 6 días.

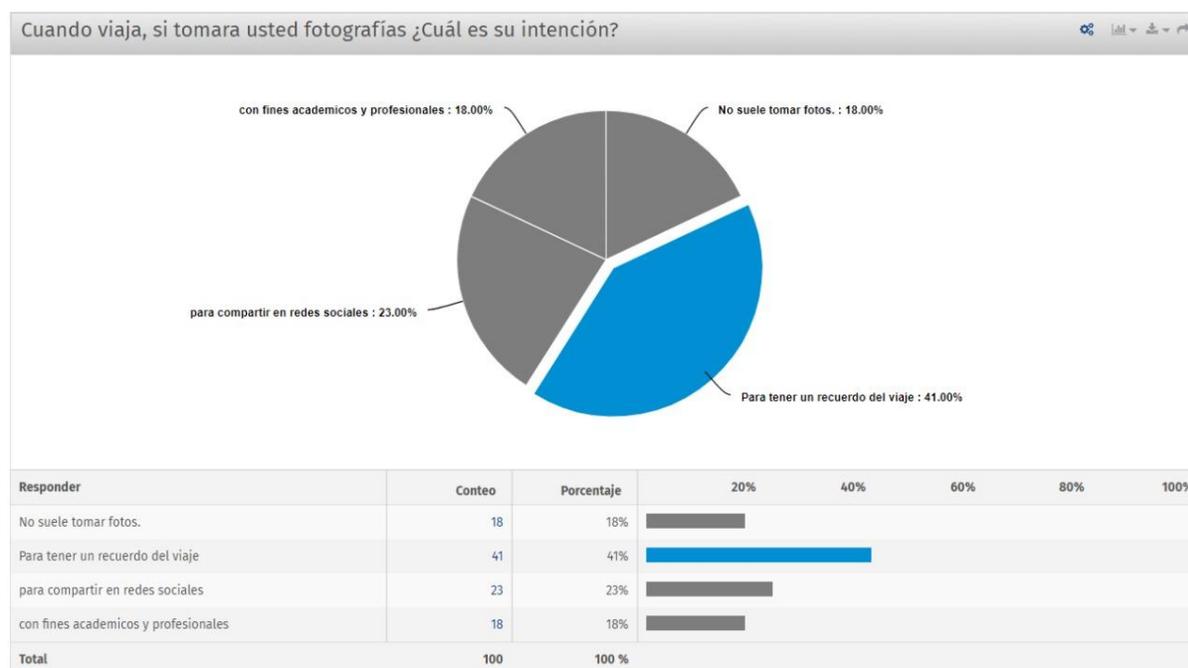


Figura 9. Fotografías (anexos). Autoría propia.

El 41% de las personas encuestadas toman una fotografía con la intención de tener un recuerdo del viaje, siendo primordial ya que a su vez por medio de la técnica de voz a voz contarán y mostrarán sus experiencias a amigos, conocidos y/ o familiares atrayendo un mayor turismo a la región, el 23% lo hace con el fin de compartirlo en redes sociales, al igual es un beneficio, el 18% restante lo hace con fines académicos y profesionales.

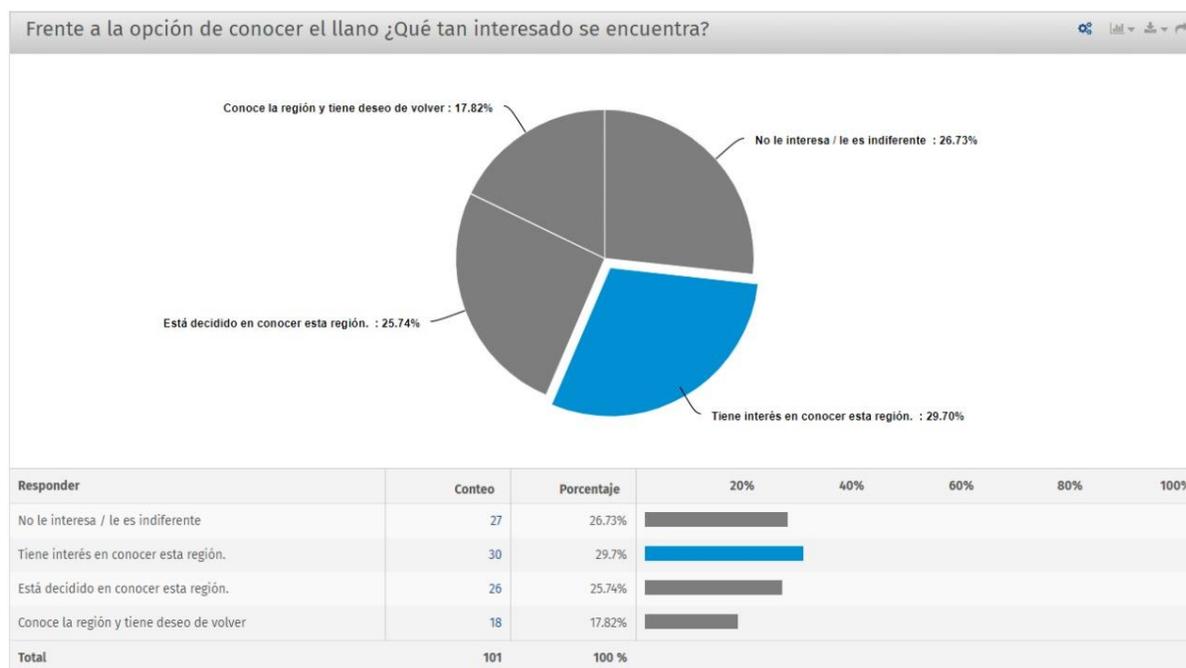


Figura 10. Interés (anexos). Autoría propia.

Teniendo en cuenta los resultados se determina que el 29,7% tiene interés en conocer la región, y el 25,74% está decidido en conocerla al igual el 17,82% conoce la región y tiene el deseo de volver generando un alto índice de interés y de posibilidad de crecimiento turístico en el llano, siendo ellos los clientes potenciales, tan solo el 26,73% no le interesa o le es indiferente siendo este un turista en el que se debe y trabajar a futuro con el fin de atraerlos.

El 35,64% de los encuestados, siendo la mayoría indica que le interesa guardar ese recuerdo de una forma física, dándonos la posibilidad de que alimenten la bitácora establecida, el 29,7% prefiere de una manera digital facilitando su preservación, el 18,81% está interesado en crear su recuerdo personalmente y el 15,84% no está interesado.

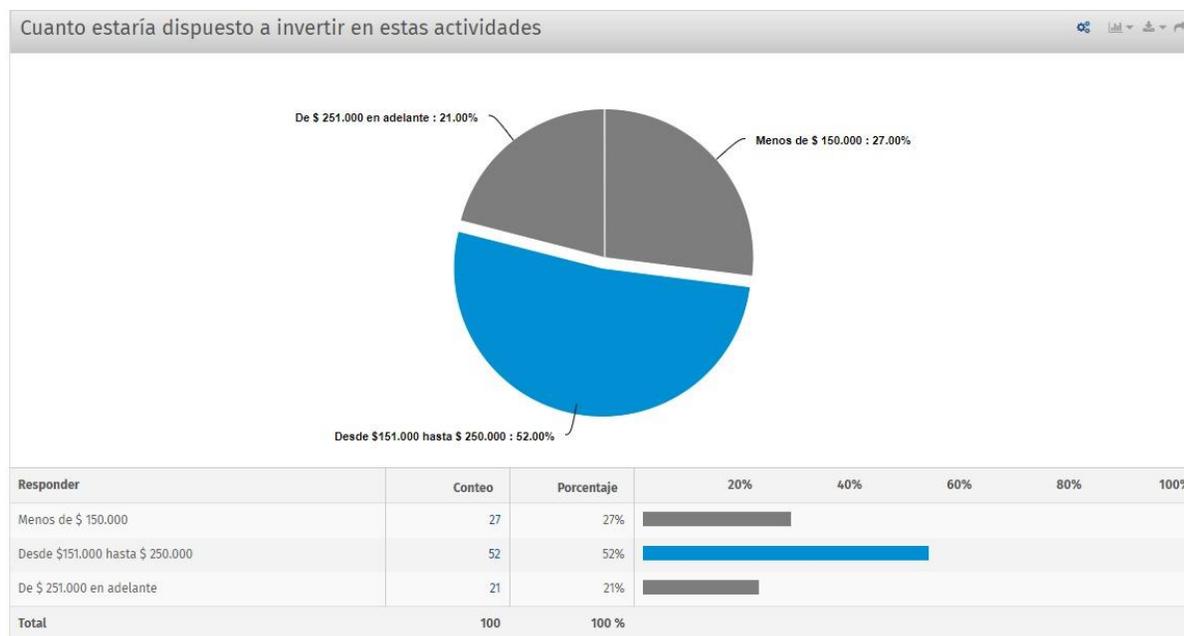


Figura 11. Valor (anexos). Autoría propia.

En cuanto al nivel de inversión por parte de los turistas, el 52% de las personas encuestadas indicaron que estarían dispuestos a pagar entre \$ 151 000 hasta \$ 250 000 netamente por realizar la ruta propuesta en la reserva de Guanapalo, dato importante debido a que se ajusta a lo establecido aproximadamente por las actividades planeadas, el 27% pagaría menos de \$ 150 000 y el 21% gastaría más de \$ 251 000 siendo un grupo estratégico con el cual se pueden crear nuevas estrategias de mercado.

De Acuerdo a los datos brindados anteriormente se puede deducir, que la mayor cantidad de personas interesadas en disfrutar de experiencias agradables e inolvidables recae en aquellas con edad de 31 a 45 años, las cuales van acompañadas mayormente por sus parejas, mientras que otras viajan en familia. De igual manera es importante mencionar que el porcentaje más alto de los encuestados se encuentran interesados en conocer el destino, tanto como pagar un valor entre los 151 mil y 250 mil pesos en un servicio lleno de experiencia; lo cual nos da un dato importante para conocer el perfil del cliente foco, conociendo sus intereses y gustos principales, lo que nos llevara al diseño de una ruta turística que satisfaga sus necesidades principales al momento de viajar.

Es importante destacar que uno de los factores más influyentes a la hora de analizar las preferencias de los turistas, es teniendo en cuenta las opiniones de quienes comparten con ellos en su viaje, haciendo referencia directamente a los operadores y responsables de la reserva, a los guías y también al representante legal de la reserva. Teniendo en cuenta el análisis de estas entrevistas

(Anexos), se determina que uno de los factores más importantes es la diversidad de flora y fauna, elementos que hacen parte el paisaje de la reserva y son de gran utilidad para ayudar al turista a la creación de memorias. Se encontró que al 41% de la población que toma fotografías, lo hace con el fin de obtener un recuerdo y a partir de allí, se puede tener presente la experiencia de los turistas al ver animales que corren libremente y no se encuentran sujetos a restricciones humanas como jaulas o rejas de exhibición.

La reserva natural el encanto de Guanapalo, es uno de los referentes más importantes de la región casanareña, esta misma cuenta con un gran de reconocimiento natural, obteniendo la viabilidad para implementar el presente proyecto.

Para el desarrollo de estas experiencias, es importante contar con el apoyo de la comunidad en general, ya que es esta parte de la región que nos puede garantizar el éxito de este.

Por otro lado, podemos identificar que este tipo de turismo hace que el municipio o la región.

7. Capítulo III – Ruta turística y contenido bitácora de viaje

Para el presente capítulo se da desarrollo a la construcción de la ruta de turismo experiencial, teniendo en cuenta tanto las características propias de una ruta turística, como la información recolectada en el capítulo uno, en el cual se expone un inventario y recursos turísticos que son el material fundamental, el destino; y también el capítulo dos, donde se da descripción al perfil del turista. El cruzar los resultados de búsqueda en cada capítulo, permite sentar las bases fundamentales de la ruta, aclarando los principales puntos y facilitando la toma de decisiones en cuanto a la continuación de esta.

7.1. ¿Qué es una ruta turística?

Según la Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (22ª ed.). Madrid, España: define la ruta como el itinerario o camino que se toma para llegar a un lugar o destino establecido anteriormente; de acuerdo con esta definición se puede establecer que la ruta turística es el itinerario turístico establecido para conocer un lugar en un tiempo determinado.

De igual manera la OMT (Organización Mundial del Turismo) define la ruta turística como un recorrido con o sin itinerario el cual consiste en pernoctar en un lugar diferente al acostumbrado, se parte de un lugar en específico y finaliza en otro distinto, el lugar se debe destacar por sus atractivos turísticos.

La ruta turística también puede ser definida como el itinerario el cual se establece para recorrer un destino haciendo paradas estratégicas las cuales permita el conocimiento de otros atractivos dentro del mismo destino o de varios destinos.

7.2. Características de una ruta turística

Para la elaboración de una ruta turística se debe tener en cuenta las siguientes características:

- Debe tener un nombre preestablecido, el cual permita identificar al momento de adquirirlo y que en su nombre nos indique el objetivo principal de la misma.
- Localización, esta debe ser realizada en un área establecida la cual no sea ni muy larga ni muy corta, para que el cliente pueda disfrutar de todo el recorrido.
- Vías de acceso o entradas, se debe tener en cuenta que la ruta debe ser realizada en un lugar el cual sea de fácil acceso ya que esto permite que su reconocimiento sea más rápido.
- Circulación interna, dependiendo el tipo de ruta esta debe tener caminos los cuales permitan la circulación con tranquilidad dentro de la ruta.

Lo ya mencionado son algunas de las principales características que se deben tener en cuenta al momento de realizar una ruta turística; Pero también es importante tener en cuenta las siguientes condiciones del destino:

- Clima, el clima se debe prestar para la realización de una ruta.
- Los atractivos, se deben destacar los principales atractivos del sector, con el fin de garantizar que el cliente obtenga lo que desea.
 - ✓ Miradores
 - ✓ Lagos
 - ✓ Lugares históricos

Pasos para la creación de una ruta turística.

Para la realización de una ruta es importante llevar un orden ya que esto nos garantiza el orden y éxito de esta, de acuerdo con eso se plantea un orden para la creación de la ruta.

- Identificación del destino; se puede identificar por medio de un inventario turístico.
- Mapa del destino, por medio de un mapa identificar los atractivos principales.
- Trazar la ruta, en este paso es importante tener en cuenta el tiempo de recorrido y los lugares a conocer.
 - Lugar de salida, en este lugar se debe tener el recurso necesario para la perfecta ejecución de la ruta.
 - Llegada, es importante que el final de la ruta se cuente con lugar de descanso y lo necesario para la restauración del cliente.

Los pasos anteriormente mencionados son una posible guía básica para la elaboración de una ruta, se puede tener en cuenta diferentes variables y todo depende del tipo de ruta a realizar y a que la misma puede ser una ruta natural, o de gastronomía, o fotografía, todas las rutas pueden llevar un orden y características diferentes.

Para efectos de este capítulo, la elaboración de esta ruta toma en cuenta como factor principal, los atributos paisajísticos de la reserva, su diversidad en cuanto a flora y fauna y las actividades que se pueden implementar para dar mayor impacto a la propuesta

7.3. Ubicación geográfica

A continuación, se determinan las pautas geográficas desde donde parte la propuesta de ruta en la Reserva natural “El encanto de Guanapalo” para el desarrollo del turismo experiencial.

1. Ubicación del recorrido desde Bogotá - Cundinamarca hasta Yopal – Casanare, con una duración por vía terrestre de 7 horas y a 55 minutos vía aérea. Pasando por los municipios de Tunja, Sogamoso y Aguazul, lugares más destacados en el trayecto de inicio.

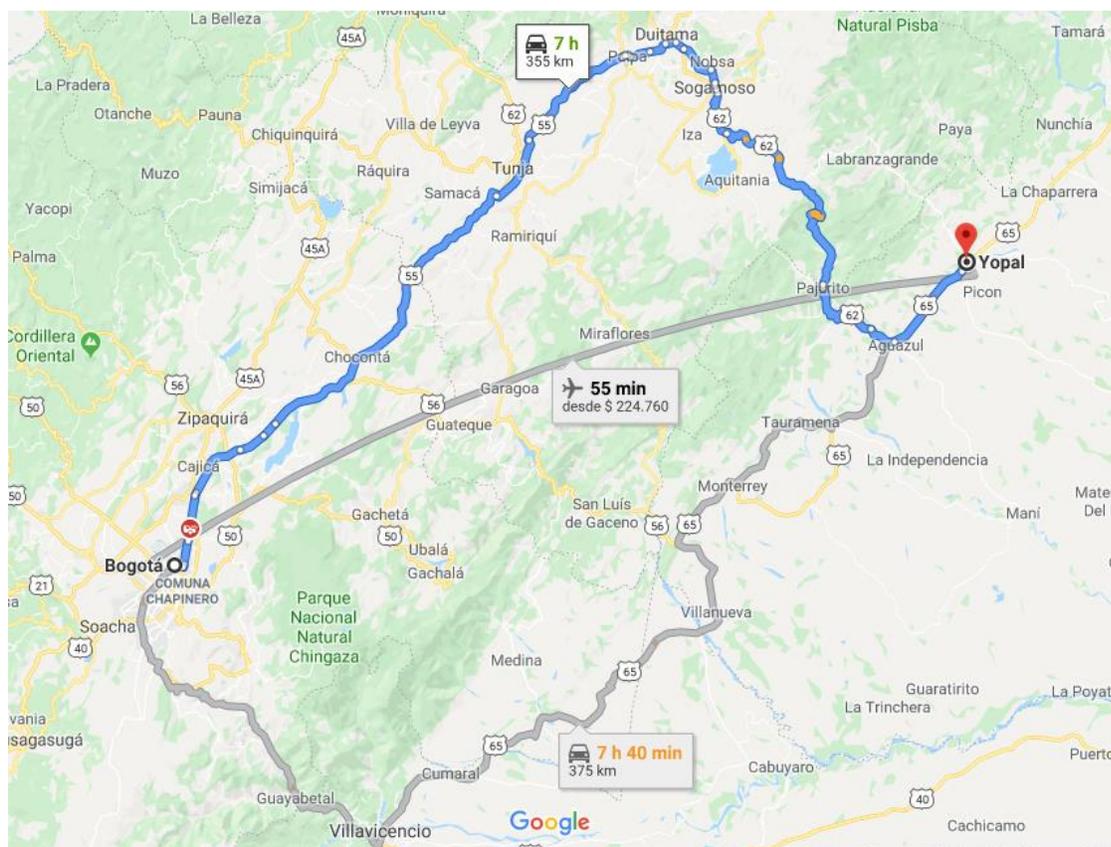


Figura 12. Ruta Bogotá – Yopal. Google Maps. (2019)



Figura 13. Ruta Bogotá – Yopal satellite. Google Maps. (2019)

2. Al llegar a Yopal – Casanare podemos empezar nuestro recorrido vía terrestres a través de buses municipales o servicio particular, tomando la ruta a Orocué con un tiempo estimado de 1 hora 45 minutos.

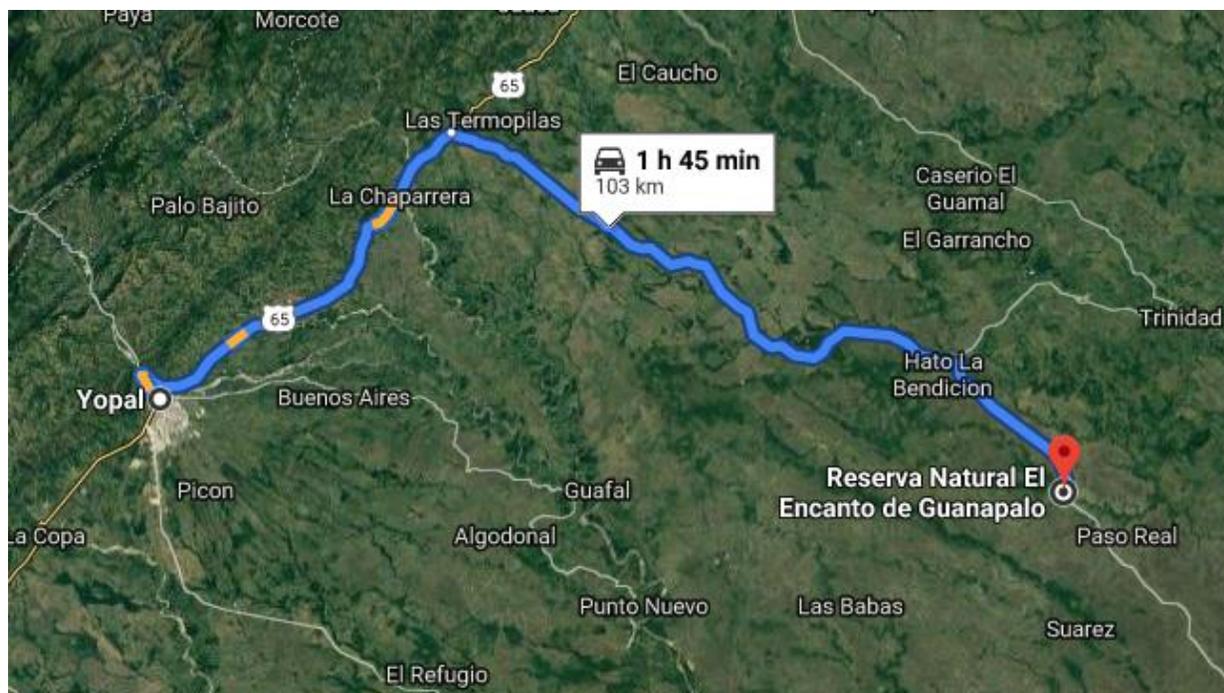


Figura 14. Ruta Yopal - Reserva. Google Maps. (2019)



Figura 15. Vías de acceso. Google Maps. (2019)

3. Al llegar a la reserva natural “El Encanto de Guanapalo” podemos encontrar una entrada en carretera destapada de la cual nos conduce al primer Hato “Mata de Palma” un tiempo determinado de 1 hora de caminata o en vehículo media hora de trayecto.

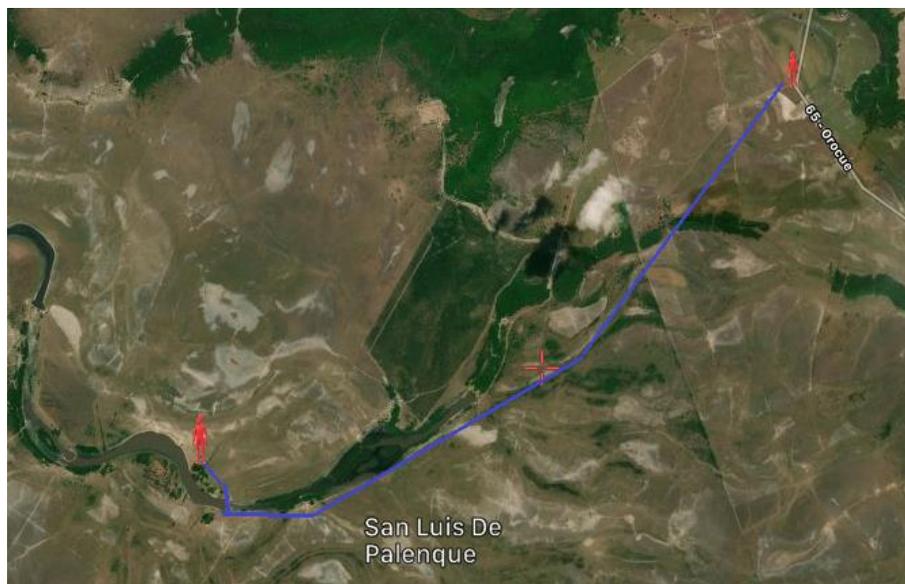


Figura 16. Entrada a reserva. Google Maps. (2019)

4. El siguiente es el mapa completo de la Reserva Natural “El encanto de Guanapalo” donde podemos encontrar los tres Hatos que lo conforman como lo es, Hato Mata de Palma, Hato Altamira y Hato Montana en cada uno de ellos podemos encontrar actividades de nuevas experiencias las cuales se pueden desarrollar en este hermoso lugar.



Figura 17. Vista aérea Resrva. Google Maps. (2019)

5. En el siguiente mapa está registrada toda la Reserva Natural y la unión de cada uno de los Hatos que la conforman, adicional el tipo de actividad se puede llegar a realizar de acuerdo con lo deseado por el turista y la experiencia que desee vivir.



Figura 18. Mapa de la reserva. Reserva natural El encanto de Guanapalo. (2019)

7.4. Puntos de interes para la ruta

7.4.1. Animales que podrás ver.

Dentro de la siguiente grafica se detalla la variedad de los animales que se pueden ver dentro de la reserva, animales que se encuentran libremente en un habitat protegida, con el fin de preserar la riqueza biodiversidad.

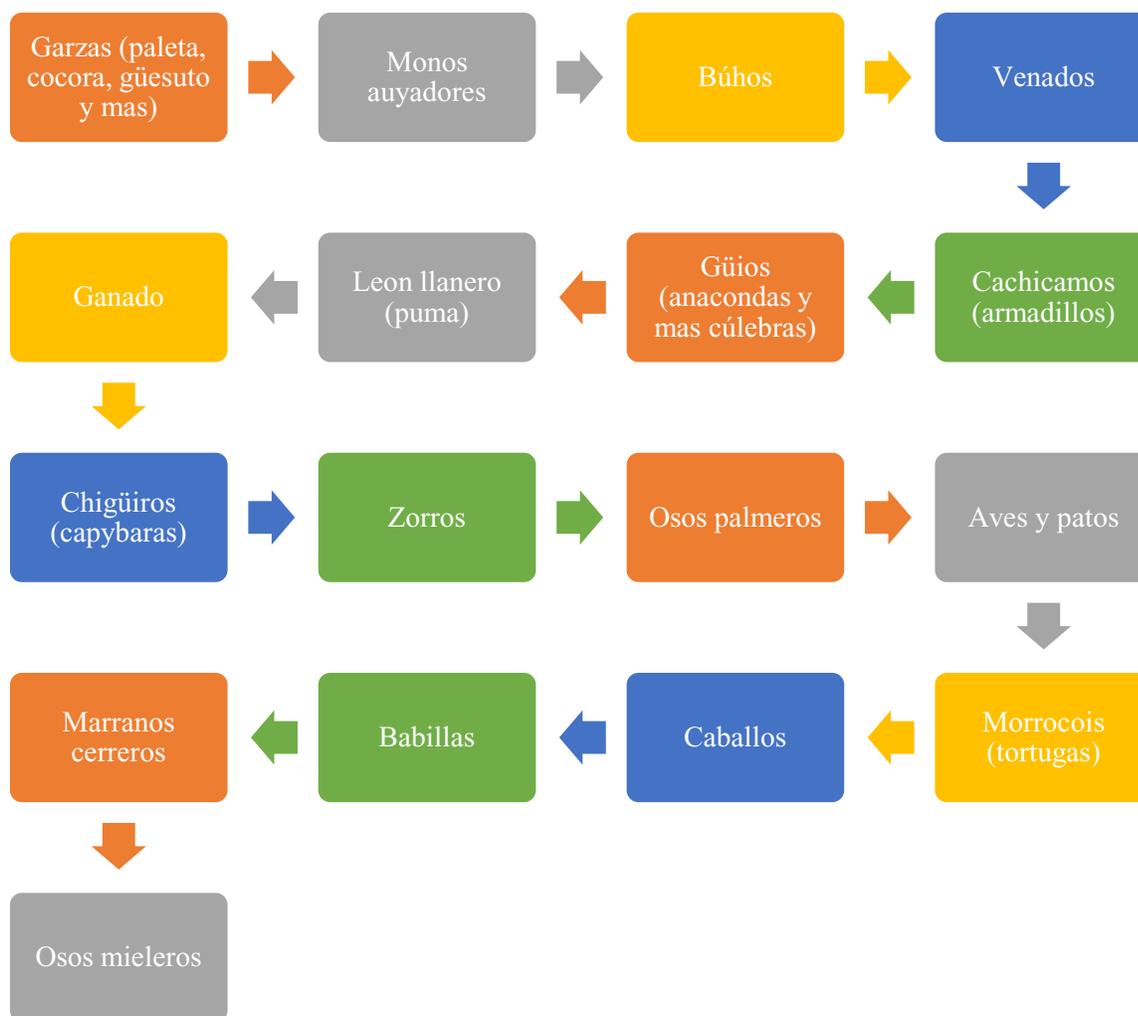


Figura 19. Animales de la Reserva. Autoría propia

7.4.2. Actividades para desarrollar.

El análisis de las actividades que se pueden desarrollar en cada uno de los puntos de la reserva facilita la creación de un recorrido que le permita al turista crear la experiencia propia generada por:

- Safari llanero – Cabalgata diurna

Estas actividades se realizarán cerca del **Hato Mata de Palma**, lugar que cuenta con varios senderos naturales cuyos circuitos hacen que se preste para el recorrido en tractor y caballos para el avistamiento de fauna y flora al cruzar la cañada Varas Blancas.

- Parrando llanero

Lugar que se destina para llevar a cabo actividades culturales llaneras con música, bailes y gastronomía típica de la región con el objetivo de dar a conocer a los turistas el estilo de vida y sus creencias a través de la educación en el **Hato Montana**.

- Paseo en curiara

Paseo que se realiza a través de una Curiaira (Balsa) con capacidad de tres personas a través de la Cañada Carreteros que recorre los alrededores de los **Hatos Altamira y Montana** para realizar el avistamiento de las familias de Chigüiros y los 7 tipos de garzas que posee esta reserva natural.

- Paseo en bicicleta

Este recorrido se realiza entre los **Hatos Mata de Palma y Altamira**, ya que cuenta con una carretera apta de dicho proceso y con la posibilidad de poder ver los osos meleros, caballos salvajes y poder disfrutar de los mejores paisajes llaneros en su amanecer y atardecer

7.4. Costos de la ruta turística en La reserva natural del encanto de Guarapalo

Para el desarrollo del presente proyecto es importante tener en cuenta los costos y el precio potencial de venta el cual nos permite identificar el punto de equilibrio de nuestro producto, para así ofrecer un producto de calidad y lleno de experiencia a un precio cómodo.

Para lograr la identificación de este es importante establecer unos listados de lo que se compone cada paquete y el valor individual de cada uno de ellos con esto lograremos identificar los costos variables:

Tabla 1.

Costos de la ruta turística

COSTOS 2 DIAS 1 NOCHE HATO PALMA Y ALTAMIRA		
CANTIDAD DE PAX		4
TRANSPORTE	\$	304.000
GUIA CRIOLLO	\$	49.700
INGRESO A LA RESERVA	\$	16.557
ACTIVIDADES (SUJETA AL HATO)	\$	182.123
RECURSOS (BITACORA)	\$	50.000
SEGURO TODO RIESGO	\$	33.113
DIA LLANERO	\$	49.670
ALIMENTACIÓN	\$	25.000
HOSPEDAJE	\$	20.000
COSTO TOTAL	\$	730.163
COSTO POR PAX	\$	182.540,71
% DE COSTO ESTABLECIDO		65%
PRECIO POTENCIAL DE VENTA	\$	280.832
PRECIO REAL DE VENTA	\$	281.513
IVA 19%	\$	53.487
% REAL DE COSTOS		64,84%
	\$	53.358
PRECIO DE VENTA FINAL	\$	335.000
		\$334.190

COSTOS 2 DIAS 1 NOCHE HATO MONTANA		
CANTIDAD DE PAX		4
TRANSPORTE	\$	304.000
GUIA CRIOLLO	\$	63.202
INGRESO A LA RESERVA	\$	21.067
ACTIVIDADES (SUJETA AL HATO)	\$	231.740
RECURSOS (BITACORA)	\$	50.000
SEGURO TODO RIESGO	\$	42.135
DIA LLANERO	\$	49.670
ALIMENTACIÓN	\$	25.000
HOSPEDAJE	\$	20.000
COSTO TOTAL	\$	806.814
COSTO POR PAX	\$	201.703,44
% DE COSTO ESTABLECIDO		65%
PRECIO POTENCIAL DE VENTA	\$	310.313
PRECIO REAL DE VENTA	\$	310.924
IVA 19%	\$	59.076
% REAL DE COSTOS		64,87%
	\$	58.959
PRECIO DE VENTA FINAL	\$	370.000
		\$ 369.272

Nota: Autoría propia.

En las tablas relacionadas anteriormente logramos identificar un listado de lo que incluye cada paquete dependiendo el Hato elegido, brindándonos así un valor de venta en el que se incluye impuesto del IVA del 19 %, es importante tener en cuenta que los valores pueden variar de acuerdo a los proveedores y a la reserva misma, ya que se evidencia que estos precios son sujetos a la temporada.

Una vez identificado los costos variables y posible precio de venta se procede a establecer el punto de equilibrio o la cantidad de pax que se debe vender con el fin de lograr un sostenimiento del proyecto.

Tabla 2.

Costos

2 DIAS 1 NOCHE HATO PALMA Y ALTAMIRA	
COSTO VARIABLE UNITARIO	
precio de venta unitario	\$ 281.513
costo variable unitario	\$ 182.540,71
COSTO FIJOS	
Mantenimiento camaras	\$ 700.000,00
Mantenimieto pagina	\$ 500.000,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 1.200.000,00
MARGEN DE CONTRIBUCIÒN = PVU*CVU	
Precio de venta unitario (PVU)	\$ 281.513
Costo de variable unitario (CVU)	\$ 182.540,71
MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 98.971,89
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES (PE) =CF/MC	
costos fijos	\$ 1.200.000,00
Margen de contribuciòn	\$ 98.971,89
PUNTO DE EQUILIBRIO PE	12
COMPROBACIÒN DEL EJERCICIO	
Unidades a ventder	12,12
costo variable unitario	\$ 182.540,71
costo variable total	\$ 2.213.243,07
costos fijos	\$ 1.200.000,00
costos totales	\$3.413.243,07
precio de venta unitario	\$ 281.513
ingresoso totales	\$3.413.243,07
VALIDACIÒN	\$ -

2 DIAS 1 NOCHE HATO MONTANA	
COSTO VARIABLE UNITARIO	
precio de venta unitario	\$ 310.924
costo variable unitario	\$ 201.703,44
COSTO FIJOS	
Mantenimiento camaras	\$ 700.000,00
Mantenimieto pagina	\$ 500.000,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 1.200.000,00
MARGEN DE CONTRIBUCIÒN = PVU*CVU	
Precio de venta unitario (PVU)	\$ 310.924
Costo de variable unitario (CVU)	\$ 201.703,44
MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 109.220,93
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES (PE) =CF/MC	
costos fijos	\$ 1.200.000,00
Margen de contribuciòn	\$ 109.220,93
PUNTO DE EQUILIBRIO PE	11
COMPROBACIÒN DEL EJERCICIO	
Unidades a ventder	10,99
costo variable unitario	\$ 201.703,44
costo variable total	\$ 2.216.096,49
costos fijos	\$ 1.200.000,00
costos totales	\$3.416.096,49
precio de venta unitario	\$ 310.924
ingresoso totales	\$3.416.096,49
VALIDACIÒN	\$ -

Nota: Autoría propia.

Para lograr la estabilidad de nuestro proyecto es importante lograr la venta mensual de 12 recorridos, esto nos garantiza el sostenimiento del proyecto.

Conclusiones

En la actualidad las personas están en la búsqueda de servicios y experiencias nuevas, entre esos brindando la importancia del profesionalismo, el esfuerzo y el trabajo que posibiliten la satisfacción del ocio y dispersión tanto de manera personal como industrial.

Este proyecto se basó en la importancia de crear nuevos servicios de turismo experiencial, de manera exigente y profesional, en lugares donde su esplendor hace que se viva una experiencia única y especial. Además, es importante que estos enfoques, pongan al usuario en contacto con el entorno, la cultura y su gente. Por otro lado, este proyecto busca incentivar el reconocimiento de la reserva natural “El encanto de Guanapalo” y la creación de nuevas condiciones laborales tanto del profesional como de las personas del lugar.

Uno de los objetivos de la ruta de turismo experiencial es el reconocimiento del paisaje natural y su cultura, pero también en términos de viabilidad, el compromiso es tratar de rentabilizar la zona o el lugar, de tal manera que nos ayude a fortalecer la economía y el turismo del sector donde se llevara a cabo esta actividad.

El proyecto de reconocimiento y de turismo experiencial que se desea implementar, es una apuesta para la creación de valor tanto para los profesionales del sector, como del patrimonio natural y cultural, donde nos ayudara a tener una relación estrecha entre comunidad, entorno y visitante, para así obtener las bases sólidas de la prestación del servicio turístico no solo en el municipio de Yopal, sino el reconocimiento a nivel nacional de la reserva natural “El Encanto de Guanapalo”.

Referencias

- Anders, V. (26 de Octubre de 2019). *dechile*. Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?experiencia>
- Aponte, G. (2003). *Paisaje e identidad cultural*. Bogotá: Colombia. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca <http://www.revistatabularasa.org/numero-1/Gaponte.pdf>
- Blasco, M. J., & Alonso-Monasterio, P. (2016). Técnicas y estrategias para desarrollar el turismo experiencial en humedales. *Revista Investigaciones Turísticas*, 4.
- Carballo Fuentes, R. R. (2014). *Experiencia turística, imagen, seguridad y centros culturales*. Obtenido de <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/13007>
- Duis, U. (2011). *Caminos e historias de la tierra cafetera – La unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial de turismo cultural*. Quindío.
- E. Pezzi, G. G. (2015). AExperiência Turística e o Turismo de Experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. *Turismo em análise*, 170.
- Entorno turístico. (s.f.). *Entorno turístico*. Obtenido de Hablemos de turismo: <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-experiencias/>
- Formación, M. y. (23 de Noviembre de 2020). *Destinos Experienciales*. Obtenido de Conferenciante turismo experiencial: <https://www.destinosexperienciales.com/turismo-experiencial/>
- Gómez Rodríguez, D. T., Carranza Abella, Y., & Ramos Pineda, C. A. (2017). Ecoturismo, turismo experiencial y cultural. Una reflexión con estudiantes de Administración de Turismo. *Revista temas (Bucaramanga)*.
- González, J. (23 de Noviembre de 2020). *Regiones y Desarrollo Sustentable*. Obtenido de <http://coltlax.edu.mx/openj/index.php/ReyDS/article/view/1/3>
- Hunter, W. (2010). La fotografía como creadora de la imagen de un destino turístico. En V. Leonora Santillán.
- Iudín, M. R. (1946). *Diccionario filosófico marxista*. Montevideo: Ediciones Pueblos Unidos.
- Lúquez, P., López, L., Blanchard, R., & Sánchez, M. (2006). La fotografía: una experiencia para el aprendizaje de la geografía turística y la promoción del turismo en el Zulia. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*.
- Markwick, M. (2010). En V. Leonora Santillán, *La fotografía como creadora de la imagen de un destino turístico*. (pág. 73).

- Nieto, A. (2018). Asociatividad y Productividad campesina articulada al turismo: una aproximación a la cultura del progreso. En En A. Nieto & L. Castellanos, *Del turismo y el campesinado: aportes metodológicos desde una mirada prospectiva* (págs. 9-57). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Nieto, A. (2019). Productividad agrícola y turismo: ejes de articulación para el cooperativismo con jóvenes campesinos. *Sosquua. Revista Especializada en Gastronomía*, 58-80.
- Oh, H., Fiore, A., & Jeoung, M. (2007). *Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications*. Journal of travel research.
- OMT. (5 de 10 de 2019). *World Tourism Organization*. Obtenido de <https://www.unwto.org/why-tourism>
- Otero, A., & Rodrigo, G. (2011). Reflexiones sobre la generación de experiencias significativas como clave de la competitividad de destinos turísticos. *Revista Electrónica CECIET*, 13,14.
- Pastore, M. (2019). *El turismo experiencial, una oportunidad de desarrollo en los micro-destinos:el caso de caramanico terme*. San Cristóbal de La Laguna: Universidad de La Laguna .
- Pine, B. J. (1999). *Pine, B. J. y Gilmore, J. H.* Boston: Harvard Business School Press.
- Portafolio. (2018). Colombia debe trabajar mas en el turismo como "experiencia". *Portafolio*.
- Rivera. (2013). *Bibliotecadigital.ccb.org.co*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/23321/KATHERIN%20DIAZ%20TOSCANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivera Mateos, M. (2015). Turismo experiencial y gestión estratégica de recursos patrimoniales: un estudio exploratorio de percepción de productos turísticos en las Sierras Subbéticas cordobesas (Andalucía). *Scripta Nova*, 24.
- Santana, A. (2003). *Mirando culturas: la antropología del Turismo*. Barcelona: Sociología del Turismo.
- Santillán, V. L. (2010). La fotografía como creadora de la imagen de un destino turístico. *Revista de turismo y patrimonio cultural*.
- Sauer, C. (1925). *The morphology of landscape*.
- Sidún, A. (2008). Fotografía turística: la visión después de la mirada. *Oficios Terrestres*.
- Smith, W. L. (2016). Turismo experiencial: Una revisión de literatura. En Y. D. Stefanova.

- Stamboulis, Y. &. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. En *Tourism management* (págs. 35–43).
- Stefanova, D. (2018). *Turismo experiencial: Una revisión de la literatura*.
- Stefanova, Y. D. (2016). *Dspace.uib.es*. Obtenido de https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/4672/Dimitrova%20Stefanova%2C%20Yoana_221253_assignsubmission_file_GADE_2017_076.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SurveyMonkey. (2019). *SurveyMonkey*. Obtenido de https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/?ut_source=mp&ut_source2=margin_of_error_calculator
- Traversa, O. (2001). *Aproximaciones a la noción de dispositivo*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, UBA.
- Trinca, D. (2006). Paisaje natural, paisaje humanizado o simplemente paisaje. *Revista Geográfica Venezolana*, 114.
- Vila, N. A. (2015). *De la economía de experiencias al turismo experiencial*. España: Universidad de Vigo.
- Dirección de Desarrollo del Producto Turístico. (2006). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional. Viceministerio de turismo, Perú. Recuperado de: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.5.pdf>
- Grupo de Patrimonio Cultural Inmaterial. (2015). Inventarios de Patrimonio Cultural Inmaterial Proceso de Identificación y Recomendaciones de Salvaguardia. Ministerio de Cultura. Bogotá, D. C. Recuperado de: <http://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/publicaciones/Documents/Cartilla%20de%20Identificacio%C3%A9n%20y%20Recomendaciones%20de%20Salvaguardia%202015.pdf>
- López, H. agosto 3 de 2013 Diseño participativo del producto turístico para la comunidad indígena emberá “El Jagua” rio Chorí (Nuquí - Chocó) (Consultoría Turística/Fontur) Recuperado de: https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/PRODUCTO_TURISTICO_NUQUI.PDF
- P. Blanco López, V. Vázquez Solís, J.A. Reyes Agüero y M.G. Guzmán Chávez.

- (2014). Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona altiplano de San Luis Potosí, <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701001.pdf>
- MÉXICO (Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de San Luis Potosí) Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/download/221491/172911/>
- Viceministerio de Turismo. Mayo de 2017. Guía para la elaboración y valoración del inventario turístico. En Viceministerio de Turismo Asistencia Técnica en Planificación del Turismo. Bogotá, Colombia: Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=99fd4bce-d9ea-45a8-8787-be554f7a8627>
- Thompson, I. (2005). La segmentación del mercado. Promonegocios.net. Recuperado de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/MD/MM/AM/03/Segmentacion_del_Mercado.pdf
- Mateos, M. R. (2015). Turismo experiencial y gestión estratégica de recursos patrimoniales: un estudio exploratorio de percepción de productos turísticos en las Sierras Subbéticas cordobesas (Andalucía). Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, 19. <https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/15115/18318>
- ¿Qué es el turismo de experiencias? (s.f.) (2019) Entorno Turístico – Hablemos de Turismo <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-experiencias/>
- Collado, A. M., Navarro, D. M. C., Talaya, A. E., & Sánchez, E. D. (2007). Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino de turismo cultural. Revista de análisis turístico, (4).
- Mateos, M. R. (2013). Libro, , El turismo experiencial como forma de turismo Responsable e intercultural.. In Relaciones interculturales en la diversidad (pag. 199-217). Cátedra Intercultural.
- Santillán, V. L. (2010) Libro. La fotografía como creadora de la imagen de un destino turístico. Buenos Aires a través de sus tarjetas postales. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 8(1), Pag. 71-82.
- Lúquez, P., López, L., Blanchard, R., & Sánchez, M. (2006) Libro. La Fotografía: una experiencia para el aprendizaje de la geografía turística y la promoción del turismo en el Zulia. Revista de Artes y Humanidades UNICA, 7(16), Pag 189-205.

Cerro, F. L. (2015) Libro Los recursos turísticos en un proceso de planificación: inventario y evaluación. *Papers de turisme*, (7), Pag 7-23.

Trinca, D. (2006) Revista. Paisaje natural, paisaje humanizado o simplemente paisaje. *Revista Geográfica Venezolana*, vol. 47 (1). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3477/347730363007.pdf>

Anexos

Anexo 1. Fichas de inventario turístico aplicadas en La reserva natural El encanto de Guanapalo.

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS
FORMULARIO 1. SITIO NATURAL
 Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Hato Mata de Palma				
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)				
1.5. Administrador o Propietario	Estado				
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.				
1.7. Teléfono/Fax	3158109471				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>
				Férreo	<input type="checkbox"/>
				Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.				

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.10.1.2	Reserva Natural
2.2. Descripción:		

Construido bajo la arquitectura tradicional de la región el Hato Mata de Palma ofrece vivos colores, hermosos paisajes llenos de brisa frente a la cañada e inmensas sabanas, mágicos amaneceres y atardeceres. Brinda calma, serenidad y comodidad para revitalizar a nuestros huéspedes.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. SITIO NATURAL

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Hato Altamira						
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)						
1.5. Administrador o Propietario	Estado						
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.						
1.7. Teléfono/Fax	3158109471						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.						

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.10.1.2	Reserva Natural
2.2. Descripción:		

Altamira encanta a sus huéspedes con el cantar de sus aves desde el amanecer, descansar en el chinchorro con la brisa de la sabana es una experiencia que nuestros visitantes no se querrán perder. Rodeada por el Caño Suarez alberga un equilibrio perfecto entre agua y planicie. Su vegetación es viva y robusta con la sombra perfecta para apreciar el paisaje y su ubicación central le permite recibir las refrescantes brisas de las sabanas.



Foto por Wilson Gallego

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70

4. SIGNIFICADO

Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. SITIO NATURAL

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Hato Montana						
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)						
1.5. Administrador o Propietario	Estado						
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.						
1.7. Teléfono/Fax	3158109471						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.						

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.10.1.2	Reserva Natural
2.2. Descripción:		

Montana se encuentra ubicado en lo más profundo de la Reserva, un lugar enigmático rodeado de cañadas y bosques que son el hábitat de vida silvestre y salvaje. Su casa tipo ecolodge tiene habitaciones con balcones y baños abiertos al cielo para disfrutar de los lindos atardeceres llaneros que te darán una experiencia de contacto con el paisaje y la inmensidad de la llanura.



Foto por Wilson Gallego

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. SITIO NATURAL

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Caño Suarez						
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)						
1.5. Administrador o Propietario	Estado						
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.						
1.7. Teléfono/Fax	3158109471						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.						

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.4.1	Ciénaga
2.2. Descripción:		

El Caño es el lugar más natural que tiene la reserva en donde se puede hacer el zafarí llanero con el objetivo de conocer y tener el avistamiento de aves y reptiles del a región donde podrá interactuar con la naturaleza al máximo.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. SITIO NATURAL

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Lugares de avistamiento de Flora y Fauna						
1.2. Departamento	Casanare						Yopal
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)						
1.5. Administrador o Propietario	Estado						
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.						
1.7. Teléfono/Fax	3158109471						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.						

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.9	Lugares de observación de flora y fauna
2.2. Descripción:		

En el “Safari Llanero”, nuestros huéspedes recorrerán la inmensidad de nuestras sabanas inundables, contemplando la vida silvestre que allí existe, para terminar la aventura en un lugar mágico e indescriptible donde podrán apreciar un típico atardecer llanero.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS**FORMULARIO 1. SITIO NATURAL**

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Llanuras Cantos de Vaquería						
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)						
1.5. Administrador o Propietario	Estado						
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.						
1.7. Teléfono/Fax	3158109471						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.						

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.3.1	Sabana o Llanos
2.2. Descripción:		

Nuestro “Trabajo de Llano” les permite a los huéspedes vivir en carne propia la experiencia de un criollo. Salir a la sabana a rodear el ganado, arrearlo y llevarlo al corral oyendo los “Cantos de Vaquería” declarados Patrimonio Inmaterial de la Humanidad es una experiencia indescriptible.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70

4. SIGNIFICADO

Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS
FORMULARIO 1. SITIO NATURAL
 Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Avistamiento de Vida Silvestre			
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)			
1.5. Administrador o Propietario	Estado			
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.			
1.7. Teléfono/Fax	3158109471			
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso		
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático
				Férreo
				Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.			

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.9	Lugares de observación de flora y fauna		
2.2. Descripción:				

Todas nuestras experiencias de aventura y expedición buscan que nuestros huéspedes puedan sorprenderse con la vida silvestre en su hábitat natural.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	8
SUBTOTAL	68
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	80



Más de 15 especies de mamíferos registrados



Más de 25 especies de anfibios registrados



Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. SITIO NATURAL

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Caminatas de Día y Noche				
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)				
1.5. Administrador o Propietario	Estado				
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.				
1.7. Teléfono/Fax	3158109471				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	
				Férreo	
					Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.				

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.3.1	Sabana o Llano
2.2. Descripción:		

Son caminatas que hacemos por corredores ecológicos alrededor de las casas de los Hatos para experimentar un primer acercamiento a la biodiversidad que nuestra Reserva Natural posee.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	8
SUBTOTAL	68
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	80



Foto por Reserva Natural

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. SITIO NATURAL

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Recorrido en Curiara				
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)				
1.5. Administrador o Propietario	Estado				
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.				
1.7. Teléfono/Fax	3158109471				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	
				Férreo	
					Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.				

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.4.1	Ciénagas
2.2. Descripción:		

Durante el invierno podrán navegar por los numerosos caños y cañadas de nuestra Reserva. ¡Estamos rodeados de agua!

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70

4. SIGNIFICADO

Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Reserva Natural

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. SITIO NATURAL

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Talleres de Gastronomía Llanera				
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)				
1.5. Administrador o Propietario	Estado				
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.				
1.7. Teléfono/Fax	3158109471				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	X	Acuático	
				Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.				

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	1.6.2	La gastronomía y los saberes culinarios.
2.2. Descripción:		

Es la oportunidad brindar a nuestros huéspedes la vivencia detener la experiencia en la cultura llanera y que más que conocer los platos típicos de la llanura del Casanare y así brindar grandes experiencias con nuestro personal adecuado.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70

4. SIGNIFICADO

Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Reserva Natural

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS
FORMULARIO 1. SITIO NATURAL
 Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Cabalgata por la Llanura			
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)			
1.5. Administrador o Propietario	Estado			
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.			
1.7. Teléfono/Fax	3158109471			
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso		
		Terrestre	X	Acuático
			Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.			

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.3.1	Sabana o Llano
2.2. Descripción:		

Es la oportunidad de disfruta de la cabalgata en la llanura de la reserva natural con la oportunidad de conocer senderos y las sabanas más extremas en cuanto a avistamiento de aves y animales silvestres.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS
FORMULARIO 1. SITIO NATURAL
 Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Recorrido Guiado por la Llanura			
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)			
1.5. Administrador o Propietario	Estado			
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.			
1.7. Teléfono/Fax	3158109471			
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso		
		Terrestre	X	Acuático
				Férreo
				Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.			

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.10.1.2	Reserva Natural
2.2. Descripción:		

El objetivo es que nuestros turistas puedan disfrutar de un hermoso recorrido por la reserva natural con la ayuda de un guía local quien dirigirá el avistamiento de flora y fauna sin limitaciones o encerramientos para nuestros animales.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS**FORMULARIO 1. SITIO NATURAL**

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Humedal Mata de Palma			
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)			
1.5. Administrador o Propietario	Estado			
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.			
1.7. Teléfono/Fax	3158109471			
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso		
		Terrestre	X	Acuático
			Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.			

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.4.4	Humedales
2.2. Descripción:		

Durante los recorridos que se realizaran se podrá observar recorridos de aguas como también diferentes de aguas lenticas como por ejemplo las ciénagas y los humedales propios del llamo y de esta encantadora reserva natural.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70

4. SIGNIFICADO

Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

Diligenciado por:**Fecha:**

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS**FORMULARIO 1. SITIO NATURAL**

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Lugares Encantadores de Senderismo			
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)			
1.5. Administrador o Propietario	Estado			
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.			
1.7. Teléfono/Fax	3158109471			
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso		
		Terrestre	X	Acuático
			Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.			

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2,9	Lugares de Observación de Flora y Fauna
2.2. Descripción:		

Durante los recorridos donde podremos hacer las caminatas o senderismos, encontraremos lugares encantadores donde podrás tener la oportunidad de observar la diversidad de Flora y Fauna que hace de esta reserva un lugar de experiencias nuevas.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70

4. SIGNIFICADO

Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

Diligenciado por:**Fecha:**

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS**FORMULARIO 1. SITIO NATURAL**

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Atardecer Llanero			
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)			
1.5. Administrador o Propietario	Estado			
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.			
1.7. Teléfono/Fax	3158109471			
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso		
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático
				Férreo
				Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.			

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.10.1.2	Reserva Natural
2.2. Descripción:		

Gracias a esta Reserva Natural ubicada en el departamento del Casanare podremos tener la oportunidad de tener bellos paisajes donde podremos observar el resplandor del atardecer llanero.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70

4. SIGNIFICADO

Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

Diligenciado por:**Fecha:**

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS**FORMULARIO 1. SITIO NATURAL**

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Lugares de avistamiento de Flora y Fauna			
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)			
1.5. Administrador o Propietario	Estado			
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.			
1.7. Teléfono/Fax	3158109471			
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso		
		Terrestre	X	Acuático
			Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.			

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.9	Lugares de Observación de Flora y Fauna
2.2. Descripción:		

Durante la estancia en la reserva Natural podemos observar muy cerca de ti animales que podrías no creer que puedan esta al contacto con el ser humano, esto nos lleva a vivir una experiencia muy original con cada uno de estos animales en su habita propia.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS**FORMULARIO 1. SITIO NATURAL**

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Hospedaje Adecuado en la Reserva				
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)				
1.5. Administrador o Propietario	Estado				
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.				
1.7. Teléfono/Fax	3158109471				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	X	Acuático	
				Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.				

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.10.1.2	Reserva Natural
2.2. Descripción:		

La Reserva Natural – El Encanto de Guanapalo se destaca con tener la oportunidad de contar con lugares amplios y con toda la comodidad que un turista podrá obtener gracias a la hospitalidad de nuestros anfitriones.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson gallego

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS**FORMULARIO 1. SITIO NATURAL**

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Esplendor Llanero				
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)				
1.5. Administrador o Propietario	Estado				
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.				
1.7. Teléfono/Fax	3158109471				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	X	Acuático	
				Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.				

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.10.1.2	Reserva Natural
2.2. Descripción:		

La Reserva Natural - EL Encanto de Guanapalo le brinda la oportunidad de poder contar con la oportunidad de ver la llanura y el juego que hace la naturaleza en reunión con sus ecosistemas una su inmensidad.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS**FORMULARIO 1. SITIO NATURAL**

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Hospedaje Llanero				
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)				
1.5. Administrador o Propietario	Estado				
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.				
1.7. Teléfono/Fax	3158109471				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	X	Acuático	
				Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.				

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	
2.2. Descripción:	

En cada uno de los 3 Hatos con los que cuenta la Reserva Natural podres tener la posibilidad de descansar en cada una de sus cómodas habitaciones para persona sola o incluso con capacidad de 5 en una solo habitación.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70
4. SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Luiza Granados

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

FORMATO UNICO PARA LA ELEBORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS**FORMULARIO 1. SITIO NATURAL**

Reserva Natural y Avistamientos

1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Reserva Natural Rodeada de Agua			
1.2. Departamento	Casanare	1.3. Municipio	Yopal	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Luis de Palenque (Guanapalo)			
1.5. Administrador o Propietario	Estado			
1.6. Dirección/Ubicación	Km 63 Vía Cruce la Nevera – Oroche. Hato Mata de Palma.			
1.7. Teléfono/Fax	3158109471			
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso		
		Terrestre	X	Acuático
			Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Vía Yopal – San Luis de Palenque 1 hora y media de trayecto.			

2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado	2.10.1.2	Reserva Natural
2.2. Descripción:		

La Reserva Natural – El Encanto de Guanapalo cuenta con una gran extensión de agua que hace que cada Hato tenga la disposición de paisajes encantadores y la contribución de nuevos nacimientos de especies silvestres y conservación de las mismas.

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Sin Contaminación del aire (10)	10
Sin Contaminación del agua (10)	10
Sin Contaminación Visual (10)	10
Sin Contaminación Sonora (10)	10
Estado de Conservación (10)	10
Diversidad (10)	10
Singularidad (10)	10
SUBTOTAL	70

4. SIGNIFICADO

Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	82



Foto por Wilson Gallego

Diligenciado por:

Fecha:

12-09-2019

Anexo N. 2 – Formato de encuestas.

A continuación, se presenta el modelo de encuesta aplicado al participante

Encuesta de investigación del turismo experiencial.

Somos estudiantes de la Uniagustiniana y agradeceremos su participación en esta encuesta realizada con fines académicos. Estamos haciendo un estudio con respecto al turismo en la región del llano, dentro del departamento de Casanare su interés por esta región. La encuesta solo le tomará cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.

Género:

Ocupación:

Lugar de residencia:

1. ¿Qué edad tiene usted?
 - () Menor a 21 años
 - () De 22 años a 30 años
 - () De 31 años a 45 años
 - () Mayor a 45 años
2. Generalmente cuando viaja ¿quién lo acompaña?
 - () Viaja solo
 - () Viaja con su pareja
 - () Viaja con su familia
 - () No viaja
3. Cuando viaja ¿cuánto tiempo dispone?
 - () Un día
 - () Un fin de semana
 - () De 4 a 5 días
 - () Más de 5 días.
4. Enumere su prioridad al viajar (1 para mayor interés – 3 menor interés)
 - () Compartir con su familia/amigos.
 - () Descanso y uso del tiempo libre.
 - () Conocer nuevos lugares.
 - () Tener nuevas experiencias.
5. Cuando viaja, si tomara usted fotografías ¿Cuál es su intención?
 - () No suele tomar fotos.
 - () Para tener un recuerdo del viaje.

- Para compartir en redes sociales.
 - Con fines académicos o profesionales.
6. Frente a la opción de conocer el llano ¿Qué tan interesado se encuentra?
- No le interesa / le es indiferente
 - Tiene interés en conocer esta región.
 - Está decidido en conocer esta región.
 - Conoce la región y tiene deseo de volver.
7. Enumere las actividades que más llamen su atención (1 para mayor interés – 3 menor interés)
- Caminata, avistamiento de animales, contemplación de paisajes
 - Día llanero (actividades propias del trabajo en el llano)
 - Actividades de aventura, deportes extremos.
8. Le gustaría tener un recuerdo su experiencia de viaje
- No está interesado.
 - Le interesa tenerlo de forma digital
 - Le interesa tenerlo de forma física
 - Le interesa crear su recuerdo personalmente.
9. Cuanto estaría dispuesto a invertir en estas actividades
- Menos de \$ 150.000
 - Desde \$151.000 hasta \$ 250.000
 - De \$ 251.000 en adelante

Anexo N. 3 – Tabulación de las encuestas.

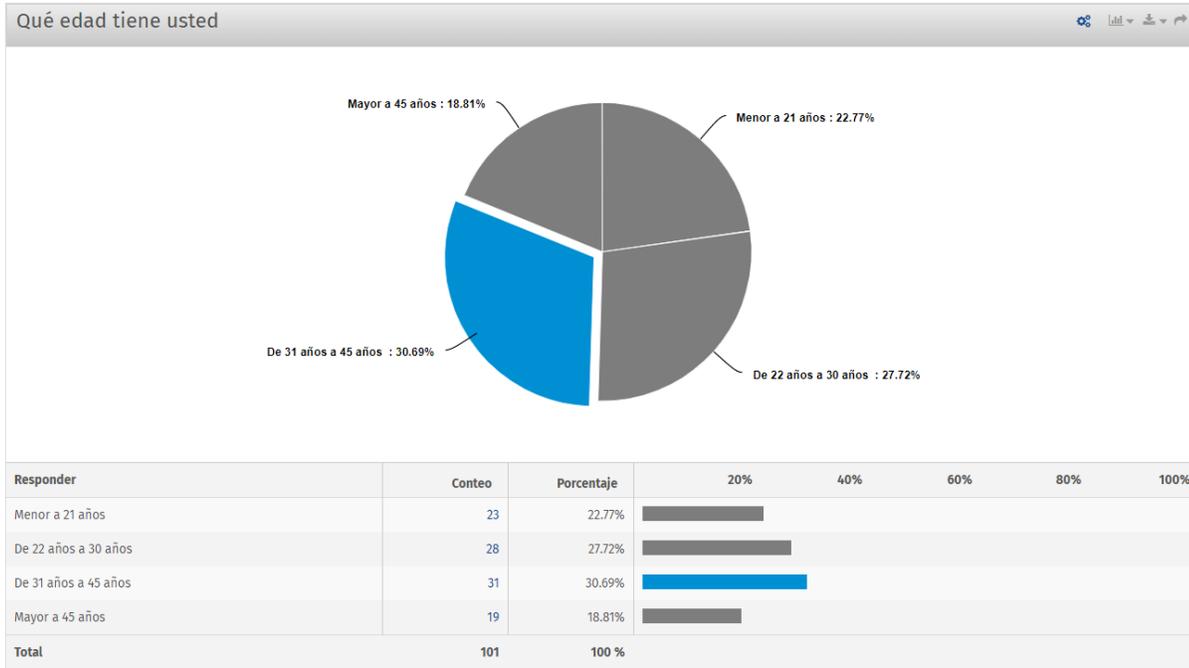


Tabla 1. Resultados encuesta

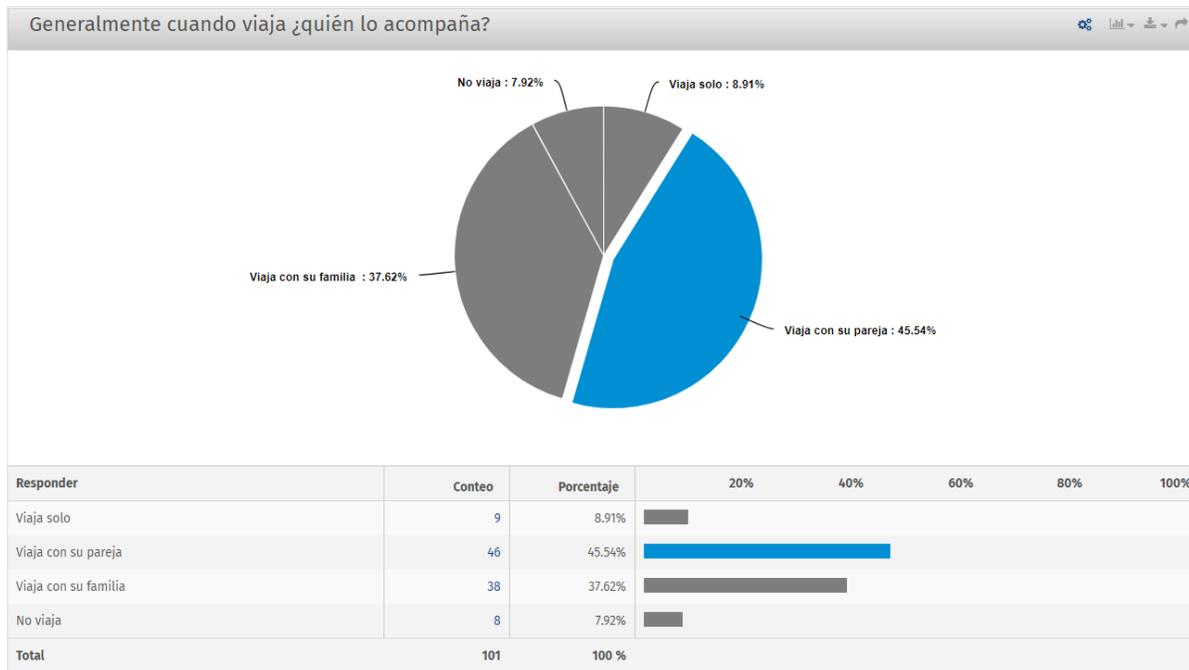


Tabla 2. Resultados encuesta

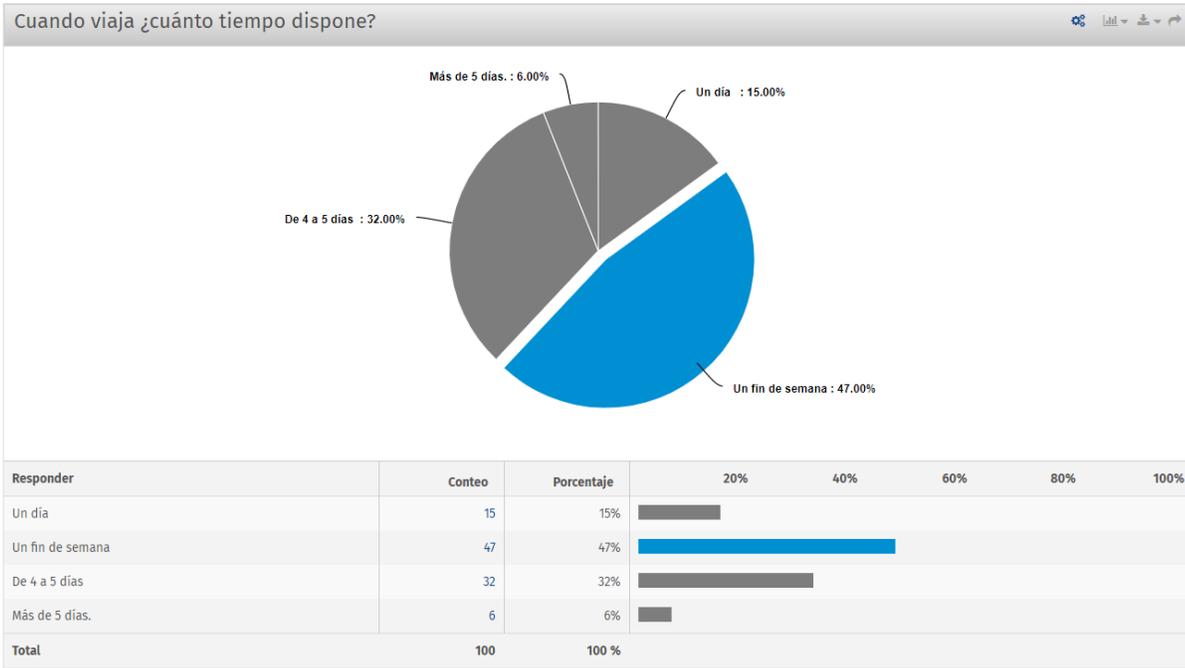


Tabla 3. Resultados encuesta

Enumere de menor a mayor en orden de prioridad al viajar (4 para mayor interés – 1 menor interés)

	Clasificación media	1	2	3	4				
Compartir con su familia/amigos	2.32	[Progress bar]							
Conocer nuevos lugares.	2.39	[Progress bar]							
Descanso y uso del tiempo libre.	2.52	[Progress bar]							
Tener nuevas experiencias.	2.75	[Progress bar]							
Tabla de datos	Clasificación media	1		2		3		4	
		Conteo	Porcentaje	Conteo	Porcentaje	Conteo	Porcentaje	Conteo	Porcentaje
Compartir con su familia/amigos	2.32	32	31.68%	29	29%	16	16%	24	24.24%
Conocer nuevos lugares.	2.39	24	23.76%	31	31%	27	27%	18	18.18%
Descanso y uso del tiempo libre.	2.52	22	21.78%	24	24%	34	34%	20	20.2%
Tener nuevas experiencias.	2.75	23	22.77%	16	16%	23	23%	37	37.37%

Quando viaja, si tomara usted fotografías ¿Cuál es su intención?

Tabla 4. Resultados encuesta

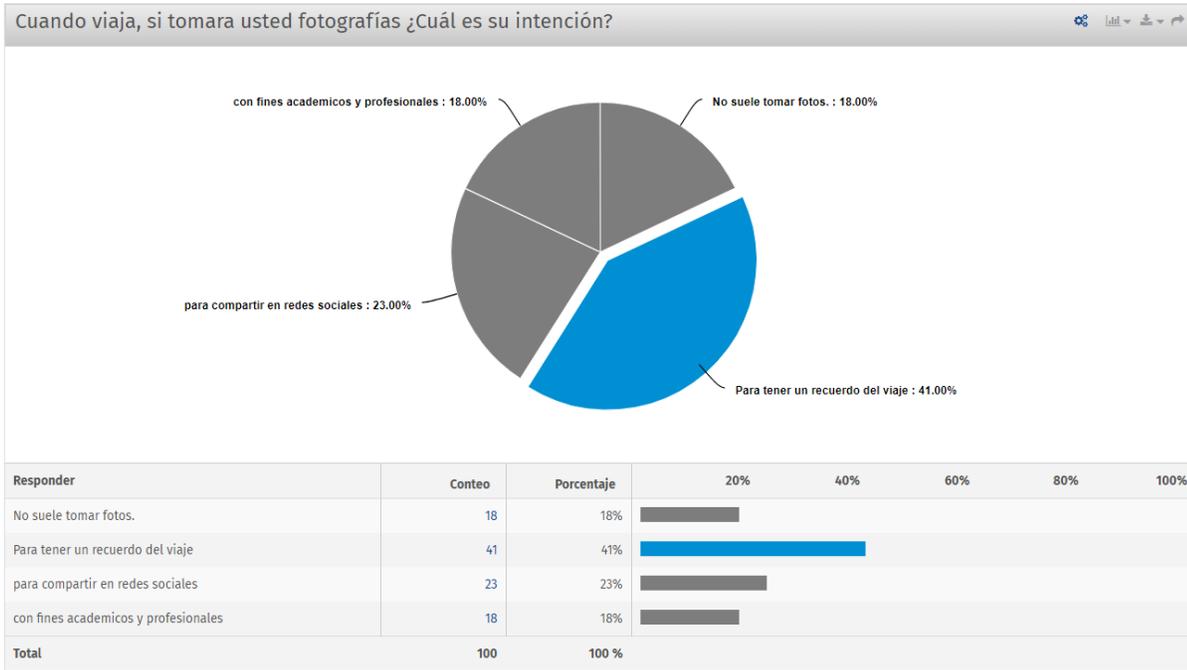


Tabla 5. Resultados encuesta

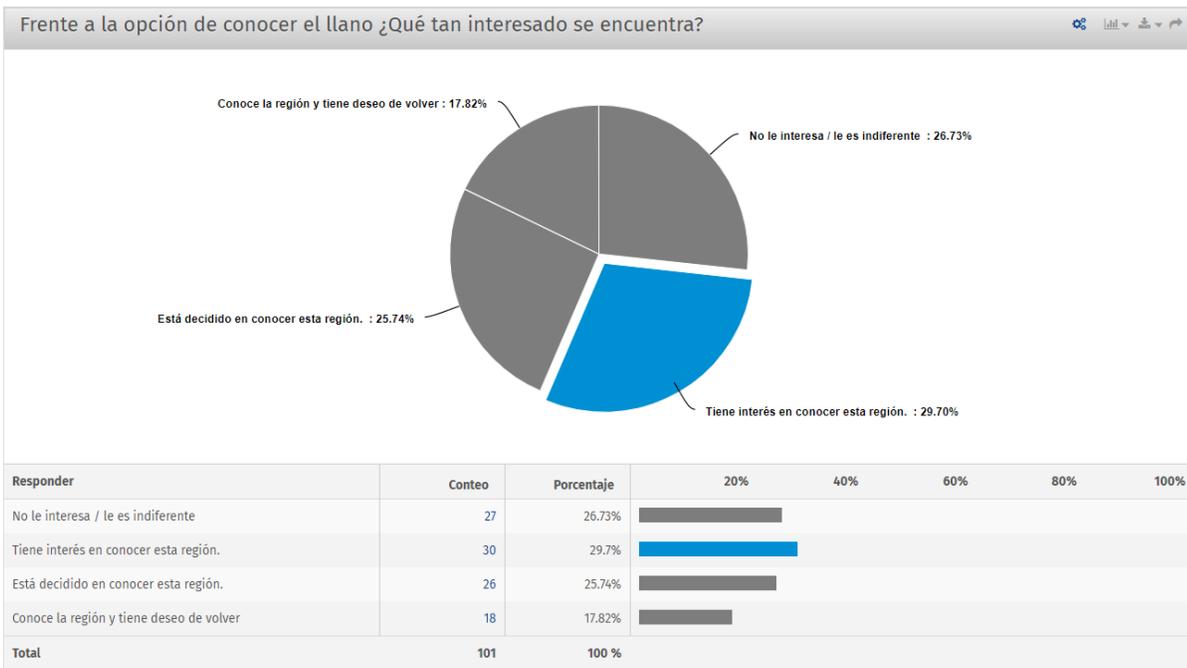


Tabla 6. Resultados encuesta

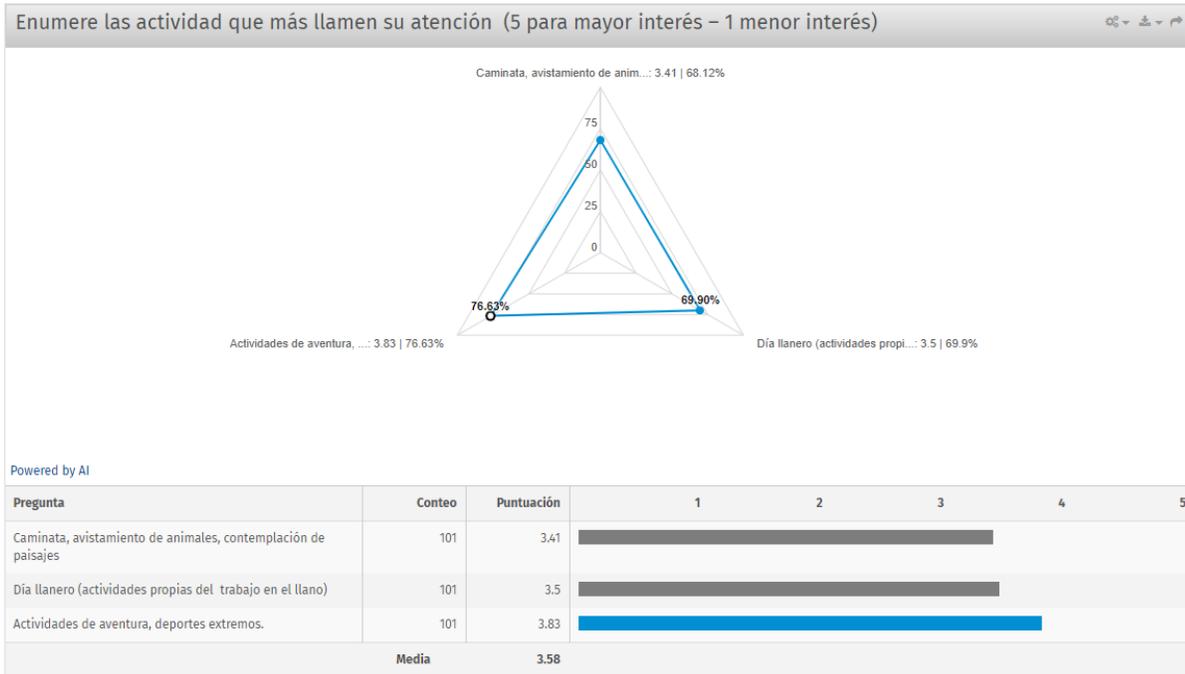


Tabla 7. Resultados encuesta

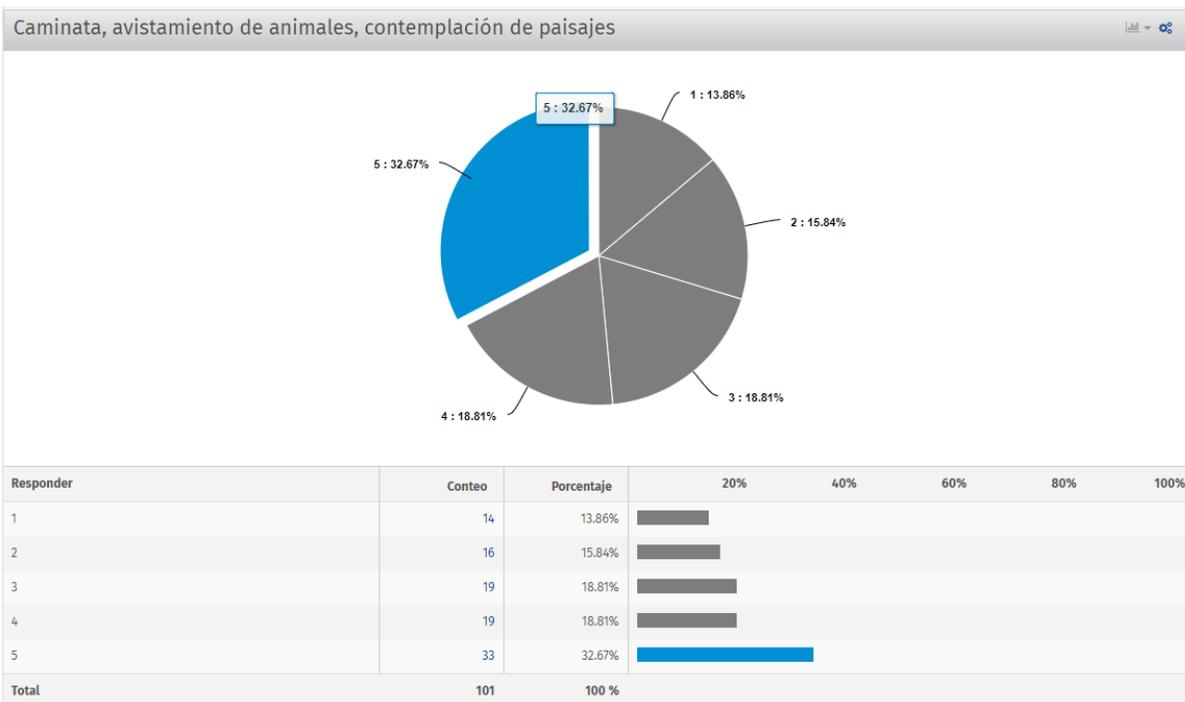


Tabla 8. Resultados encuesta

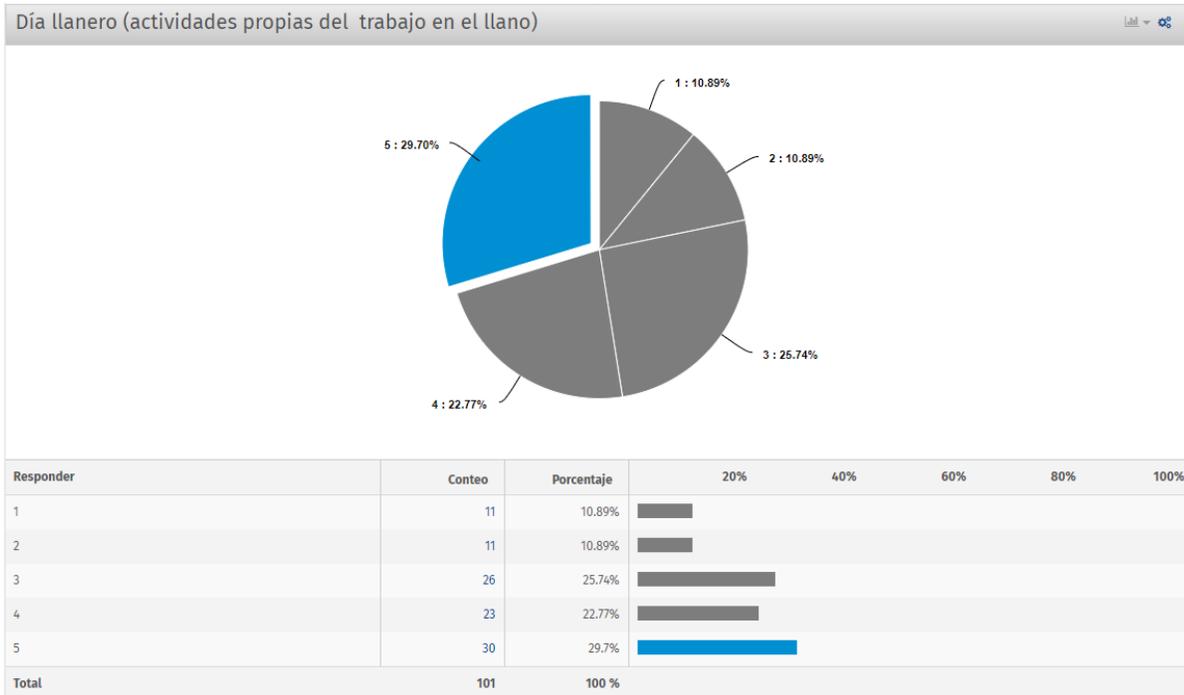


Tabla 9. Resultados encuesta

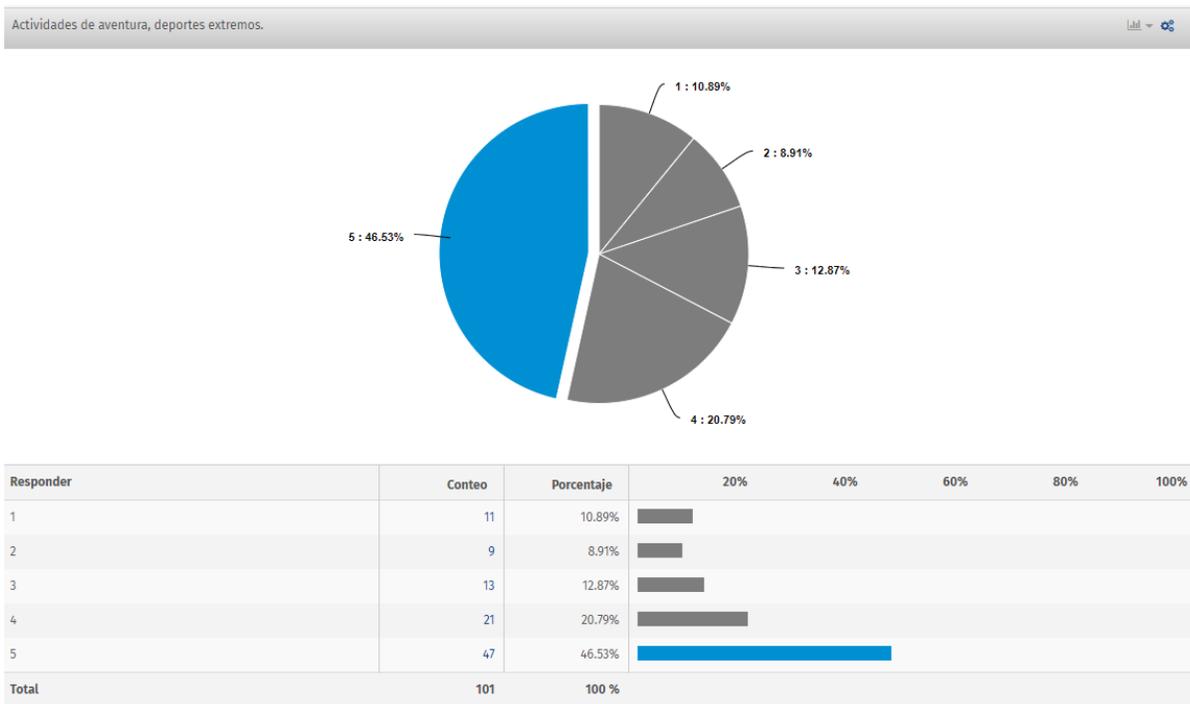


Tabla 10. Resultados encuesta

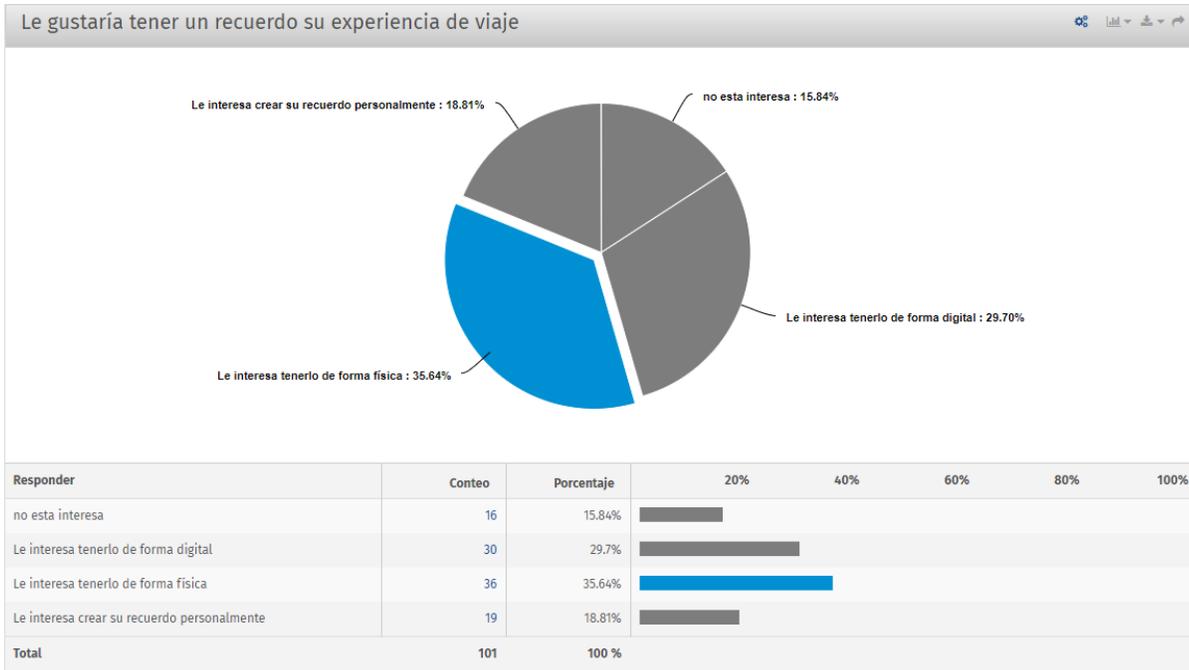


Tabla 11. Resultados encuesta

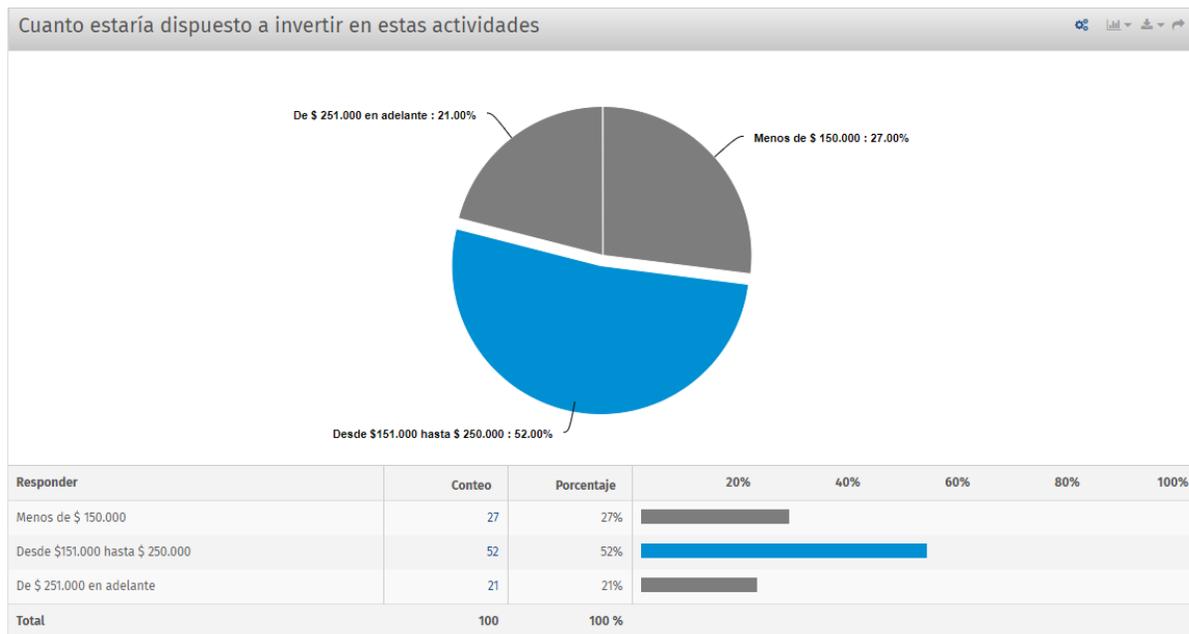


Tabla 12. Resultados encuesta

Anexo N. 4 Formato de entrevista a representante legal de la reserva.

Entrevista:

Esta entrevista se realiza con el fin de conocer un poco de la persona que se encarga de los trámites de la reserva y como hace que la misma pueda sobresalir día a día.

Proyecto de grado: Uniagustiniana – Bogotá

Fecha:

Hora:

Nombre: **Juan Carlos Vargas Zambrano**

Cargo: Representante legal

Lugar: Reserva natural en Encanto de Guanapalo

P1: ¿Cuánto tiempo lleva en el cargo dentro de la reserva natural?

P2: Desde el inicio de la reserva, fueron 18 meses de acierto y error, pero desde el 1° de octubre de 2018 hasta la fecha ocupo el cargo de Representante legal de la reserva.

P1: ¿Cómo describe al Encanto de Guanapalo?

P2: El Encanto de Guanapalo es una reserva natural conformada por tres hatos ganaderos que se unieron para lograr una sola reserva; cada hato es una reserva natural de la sociedad civil.

Se unieron los otros hatos conformando una sola reserva de 9.000 hectáreas. Esta reserva tiene una tradición de más 100 años porque vienen de un hato mucho más grande que era de mi abuelo que se llamaba Gerardo Zambrano.

P1: ¿Anualmente cuantos turistas recibe? Y conoce su procedencia

P2: Desde enero a septiembre 2019 hemos cerrado con cerca de 900 visitas; estas están conformadas por turismo de pasadía, alojamiento y turismo científico.

Brindamos dos tipos de experiencias, una de tradición y cultura llanera y la otra es turismo de naturaleza; debido a que es una reserva natural muy grande hay muchas universidades que nos han llamado para recibir a sus estudiantes para hacer sus respectivas investigaciones.

El 60% de las visitas es de extranjeros y el 40% es de colombianos.

P1: ¿Cuál cree que es la mayor contribución del Encanto de Guanapalo (turístico, social, cultural, natural)?

P2: El Encanto de Guanapalo tiene cinco principios o valores básicos:

- a. Conservamos la naturaleza y los ecosistemas
- b. Preservamos la tradición y cultura llanera

- c. Protegemos el legado que nos dejó el abuelo Gerardo Zambrano
- d. Enseñamos el legado a los visitantes
- e. Los visitantes tengan experiencias inolvidables y únicas en este territorio.

La reserva no es solo de conservación de flora y fauna sino también de preservación de la cultura y tradición llanera.

P1: ¿Por qué cree que se debe desarrollar turismo en los Hatos del Encanto de Guanapalo?

P2: Casanare es un departamento que se diferencia de los demás departamentos que no tienen parque nacionales, Casanare tiene reservas naturales de sociedad civil y en este momento están registradas 69 reservas en la entidad de parque nacionales de Colombia; Estas 69 reservas ocupan alrededor de 80 mil hectáreas, y esas 80 mil son las que van a ofrecer el turismo de experiencia, no existe otro departamento con tanta cantidad de Hectáreas que puedan ofrecer la experiencia de de turismo natural como el Casanare. Este no es un departamento de piscinas o cabañas, no es un turismo de grandes masas, sino es un turismo seleccionado por el costo sino por vivir un turismo de experiencia y es los que identifica nuestra región.

P1: ¿Cuáles han sido los mayores retos de administrar la reserva?

P2: Nosotros cuando nos metimos en el turismo no sabíamos absolutamente nada, yo lo que hice fue aplicar mis conocimientos de arquitectura y profesional como gerente de proyectos, entonces estructure esta reserva con un proyecto, como un emprendimiento, con todos los pasos que se deben tener como lo es la planificación, la dirección, la ejecución y seguimiento del proyecto. En este caso nos dimos cuenta que todos desde la cabeza que soy yo hasta la persona más humilde y sencilla debía capacitarse. Y esa capacitación la hemos recibido a través de Pro-Colombia, a través de la Agencia de Desarrollo Económico de Suiza y el programa de Riqueza Natural de la Agencia de Desarrollo Económico de los Estados Unidos, de ingresar, crear y sacar adelante el prostré de turismo de naturaleza de la cámara de comercio; nos consideramos un proyecto muy exitoso, Porque nuestro diferencial es el talento humano que tenemos para brindar un servicio personalizado por medio de nuestros guías criollos quienes están capacitados en el avistamiento de vida silvestre y de aves con su cultura llanera.

P1: ¿Cuál cree que sería la contribución del proyecto en mención con la reserva?

P2: Lo que más necesitamos en crear procesos de calidad para mejorar el servicio en la Reserva del Encanto de Guanapalo, Si la Tesis se está enfocando en mostrar que es una reserva y como se puede dar a conocer la reserva a través del turismo de naturaleza por medio de unos procesos, yo estaría total mente satisfecho.

Recuerden que estarán siempre bienvenidos y que la reserva esta disposición de estudios que ayuden al crecimiento de nuestra región.

Anexo N. 5 – Formato entrevistas a colaboradores.

A continuación, se presenta el modelo de entrevista aplicado a algunos trabajadores de la reserva natural junto con las respectivas respuestas y comentarios adicionales proporcionados por ellos mismos de forma autónoma.

Esquema en blanco

Entrevista de investigación de la reserva natural El encanto de Guanapalo

Fecha:

Nombre:

Lugar:

1. ¿Cuál fue su trabajo anterior?
2. ¿Qué cargo desempeña actualmente?
3. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando la actividad actual?
4. ¿Cuánto tiempo de experiencia tiene con el turista?
5. Desde su perspectiva de colaborador ¿Cómo describiría la reserva natural El encanto de Guanapalo?
6. En el tiempo de experiencia ¿Qué tipo de turista es el que más reciben?
7. ¿Generalmente conoce de donde originan los turistas?
8. ¿Qué cree usted que buscan los turistas al venir a la reserva natural El encanto de Guanapalo?
9. Desde el punto de vista turista ¿Cómo describe la reserva natural El encanto de Guanapalo?

Respuesta número uno.

Entrevista de investigación de la reserva natural El encanto de Guanapalo

Fecha: 5 de octubre de 2019.

Nombre: Orlando Alfonso Casanare.

Lugar: Reserva natural El encanto de Guanapalo, Hato mata de palma.

P1: Muy buenas tardes, ¿Cómo es su nombre?

P2: Muy buenas tardes, mucho gusto. Mi nombre es Orlando Alfonso, operador turístico “conozcamos a Casanare”.

P1: ¿Cuál fue su trabajo anterior?

P2: Anteriormente editaba una revista que se llamaba “conozcamos a Casanare”

P1: ¿y cuál era el enfoque de la revista?

P2: Promocionar a Casanare cultural y turísticamente a nivel nacional.

P1: ¿Qué cargo desempeña actualmente?

P2: En estos momentos soy el gerente de “Agencia de viajes operadora – Conozcamos a Casanare”

P1: ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando la actividad actual?

P2: Llevamos ocho años promocionando, dando a conocer e invitando a nuestros turistas nacionales e internacionales, que vengan a conocer nuestro hermoso llano.

P1: ¿Cuánto tiempo de experiencia tiene con el turista?

P2: Tenemos ocho años con el turista, haciendo esta expectativa. Inicialmente pues iniciamos con un grupo de amigos, invitando a los amigos que vinieran a conocer a Casanare, vinieran a conocer estas maravillas y de esa manera nos enfocamos al turismo.

P1: Desde su perspectiva de colaborador ¿Cómo describiría la reserva natural El encanto de Guanapalo?

P2: Bueno, el Encanto de Guanapalo es un destino maravilloso, algo totalmente inolvidable, totalmente diferente. Donde el turista viene, disfruta y vive una experiencia con la naturaleza. Aquí en Casanare lo que buscamos es que el turista venga a vivir una experiencia, más que planes, más que destinos, vengan a vivir una experiencia de turismo de naturaleza; para que vengan, se vivan y se enamoren de nuestro hermoso llano, donde van a vivir cultura, turismo, fauna, flora y artesanías.

P1: En el tiempo de experiencia ¿Qué tipo de turista es el que más reciben?

P2: Trabajamos mucho el turista nacional, estoy enfocado inicialmente como se dice, hay que empezar por los mangos bajitos. Entonces tenemos al turista nacional, recibo gente de Boyacá, de Bogotá, de Medellín. El paisa es muy fanático, le gusta venir al llano.

P1: ¿Generalmente conoce de donde originan los turistas?

P2: ¡Sí! Por eso vuelvo y le repito, vienen de Boyacá, vienen de Bogotá, de Medellín. Son las personas que más nos visitan. Más, que apetecen nuestro hermoso llano.

P1: ¿Qué cree usted que buscan los turistas al venir a la reserva natural El encanto de Guanapalo?

P2: Vivir una experiencia, vivir algo que le han contado y que siempre han soñado. Que siempre se han transportado a través del pensamiento, pero aquí lo vive, tiene la vivencia de vivir, de estar, convivir y disfrutar del verdadero llano.

P1: Desde el punto de vista turista ¿Cómo describe la reserva natural El encanto de Guanapalo?

P2: Bueno, siempre hago una encuesta con los turistas, siempre, ya cuando se termina la labor, cuando se termina la actividad y todos quedan anonadados de la experiencia, de lo que viven, del paisaje, de la fauna y flora que tenemos en Casanare, porque ellos creían que de pronto solo existía la mitad, que de pronto era un mito o que de pronto era una leyenda; pero cuando vienen y viven esta experiencia y miran el potencial que tenemos nosotros de turismo de naturaleza, quedan muy contentos, satisfechos y siguen recomendando más amigos.

P1: Bueno, muchas gracias.

P2: Bueno, para servirles y cordialmente invitados.

Fin de la entrevista.

Comentarios adicionales.

Comentario 1:

Muy buenas tardes, mucho gusto. Mi nombre es Orlando Alfonso. Agencia operadora conozcamos a Casanare

Cordialmente invitando a nuestros turistas para que vengan a nuestro hermoso llano, tengan, conozcan y vivan una experiencia llanera. Nosotros le ofrecemos planes turísticos de tres, de cuatro y de cinco días, con alojamiento. Donde el turista viene disfruta la cultura, el turismo, la gastronomía, nuestra idiosincrasia y nuestra fauna llanera. Cordialmente invitados.

Casanare es un paraíso por descubrir, Casanare el verdadero paraíso para que vengan los turistas a vivir experiencias llaneras. Le recomendamos que nos puedan seguir en las redes sociales como conozcamos a Casanare y estamos ubicados en Yopal, tenemos planes de pasadías, planes de 3 días, de 4 días de 5 días y estamos para servirles.

Comentario 2:

P1: Cómo conoció, o bueno cómo fue ese enlace acá con la reserva. Esa primera conexión con la reserva. Don Orlando, como se unió con don Carlos, con la reserva también.

P2: Bueno, yo conocí El Encanto de Guanapalo antes de iniciar con el tema de turismo, invitado por un amigo, por Yolman vine a conocer este espectáculo de destino, me enamoré y empecé a decirles que Hato mate palma debía ser un destino turístico y empezamos con el tema y yo fui uno de los que más le impulse le decía a la señora Mariela a don Juan Carlos que se vincularán, que se metían en el cuento el turismo, que el turismo era importantísimo y que un destino de estos, era muy fácil de vender porque tenemos mucha fauna y flora llanera. Y bueno, fue cuando ellos se unieron con los Hatos Alto Altamira y Hato, bueno los otros hatos ganaderos y formaron la reserva, y empezamos a, pues apenas montaron la reserva, me llamaron y arrancamos a vender safari llanero y actividades que ofrecen aquí en el Hato.

P1: ¿Alrededor de cuánto tiempo?

P2: Llevamos un promedio de 6 años, un lazo de amistad y vendiendo este hermoso destino.

Comentario 3:

P2: ... Adicional, pues el encanto de Guanapalo es un destino muy bonito y venderlo, meterlo dentro de nuestro portafolio de servicios...

P1: Para don Orlando, a modo de perspectiva propia ¿qué es lo que le impide a la gente venir acá?

P2: Necesitamos promoción a nivel nacional. Necesitamos darnos a conocer. Es que se habla del llano, en Bogotá se habla del llano y la gente piensa que es únicamente el Meta y Villavicencio. Pero tenemos que invitar la gente que venga a vivir el verdadero llano. Yo por eso le digo, en Casanare se vive el verdadero llano. Esto no se vive en el Meta.

P1: No.

P2: Convivir, vean los chigüiros ahí. Eso no se vive en el Meta.

Respuesta número dos.

Entrevista de investigación de la reserva natural El encanto de Guanapalo

Fecha: 5 de octubre de 2019.

Nombre: **John Fredy Gualteros.**

Lugar: Reserva natural El encanto de Guanapalo, Hato mata de palma.

P1: Buenas tardes ¿cuál es su nombre?

P2: Mi nombre es John Fredy Gualteros

P1: ¿Cuál fue su anterior trabajo?

P2: Mi anterior trabajo aquí fue mensual y después a trabajar por días, después cuando comenzaron a llegar los turistas qué fue la reserva acá, hice un curso de guía turístico

P1: ¿Qué cargo desempeña actualmente?

P2: El cargo que desempeñó ahorita actualmente es manejar tractor y en tiempos que hay arto turismo o turistas y que no hay gente para llevarlos me toca a mí guiarlos.

P1: ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando la actividad actual?

P2: Dos años.

P1: ¿Cuánto tiempo de experiencia tiene con el turista?

P2: Como unos tres años.

P1: Desde su perspectiva de colaborador ¿cómo describiría al Encanto de Guanapalo?

P1: El Encanto de Guanapalo es un sitio muy atractivo, se ve mucho animal, también para que la gente se relaje, los turistas digo.

P1: En el tiempo de experiencia ¿qué tipo de turista es el que más reciben?

P2: Extranjeros, acá de Colombia muy poco.

P1: ¿Cada cuánto los reciben?

P2: A veces hay temporadas de cada tres días, como hay temporadas que no. Por ahí cada 15 días o cada mes.

P1: ¿Generalmente conoce de dónde provienen los turistas?

P2: Vienen de varias partes. Como Estados Unidos.

P1: ¿Qué cree usted que buscan los turistas al venir al Encanto de Guanapalo?

P2: Creo que vienen a vivir una experiencia y a ver animales, a divertirse por acá y reconocer la cultura. Vienen a vivir una experiencia porque como por allá casi no hay animales. Los animales que encuentran por acá, no hay por allá; y a relajarse.

P1: ¿Desde el punto de vista de turista como describe al Encanto de Guanapalo?

P2: Los turistas se van muy contentos de vivir la experiencia y de las habitaciones, que es muy bonita. La cultura que hay acá, se van muy contentos de todo lo que hay acá en El Encanto de Guanapalo.

P2: Los invito acá al Encanto de Guanapalo es un sitio muy hermoso para disfrutarlo en familia.

Respuesta número dos.

Entrevista de investigación de la reserva natural El encanto de Guanapalo

Fecha: 6 de octubre de 2019.

Nombre: **Jorge Ramón Durán.**

Lugar: Reserva natural El encanto de Guanapalo, Hato mata de palma.

P1: Muy buenos días ¿cuál es su nombre?

P2: Buenos días mi nombre es Jorge Ramón Durán.

P1: ¿Cuál fue su trabajo anterior?

P2: Mi trabajo anterior; toda la vida he trabajado en fincas, aquí pues en el hato, acompañamiento de la parte turística, oficios varios.

P1: ¿Qué cargo desempeña actualmente?

P2: En este momento desempeñó el cargo como encargado del hato.

P1: ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando la actividad actual?

P2: Un año largo llevo de tiempo desarrollando esta actividad.

P1: ¿Cuánto tiempo de experiencia tiene con el turista?

P2: Con la parte del turismo más o menos, diría yo que dos años, sí. Dos años largos ya.

P1: Desde su perspectiva de colaborador ¿cómo describiría al Encanto de Guanapalo?

P2: Pues para mí el encanto de Guanapalo es una parte muy hermosa, es una parte, lo que yo les digo a ustedes y le digo siempre a todo el personal que llegue, es una maravilla, es una parte donde las personas vienen a relajarse porque se encuentra de todo, tanto como fauna, flora y aves. Es un centro, un terruño de paz, es un descanso para la gente, lo tomo como un descanso para la gente porque de verdad es muy hermoso

P1: En el tiempo de experiencia ¿qué tipo de turista es el que más reciben?

P2: Al Encanto de Guanapalo le entran mucho turista nacional e internacional, Brasil, Estados Unidos, Argentina. De Colombia, casi se puede decir que todas las partes de Colombia como Bogotá, Medellín, Cali, Neiva, Villavicencio. Es más, hasta la gente de Villavicencio viene aquí al Encanto de Guanapalo.

P1: ¿Generalmente conoce de dónde provienen los turistas?

P2: De todas maneras, de todas partes llegan los turistas, lo que le estoy diciendo, Luiza. Le estoy diciendo que vienen porque de todas maneras uno tiene conexión con ellos y les pregunta de qué parte vienen. La prioridad de uno como acompañante de ellos es saber más o menos de qué origen vienen, de qué parte vienen para así mismo prestarles un servicio adecuado.

P1: ¿Qué cree usted que buscan los turistas al venir al encanto de Guanapalo?

P2: Pues yo diría que buscar en sí, casi que no, sino a disfrutar. Porque el Encanto de Guanapalo, la persona que viene llega a disfrutar de la maravilla que tiene el encanto, de la parte de fauna. Hay mucha fauna, hay muchas aves, hay 268 especies de aves registradas en El encanto de Guanapalo; y de fauna tenemos cinco clases de felinos, está el cunaguaro, está el puma, está la onza, el gato cervantes y caninos si, ya lo que son los zorros y parte canina.

P1: ¿Desde el punto de vista del turista de ¿cómo describiría al encanto de Guanapalo?

P2: Pues describiría al encanto, que va punteando como parte de reserva naturales de este municipio San Gil de Palenque; y no tengo duda para decirlo que a nivel departamental. El Encanto de Guanapalo ha sido una reserva muy nueva desde que está registrada, pero tiene muchas fuerzas porque en el 2018 estuvieron más de 2000 personas visitando El Encanto de Guanapalo. Fuera de lo que ya llevamos de 2019, se aspira que el 2019 lleguen aproximadamente 4000 personas al encanto de Guanapalo.

P2: De parte de aquí de la reserva el encanto de Guanapalo, los invito a todos para que conozcan la maravilla que tiene esta reserva natural ubicada en el municipio San Gil de Palenque. Estamos a 20 Kilómetros del municipio de Palenque, 110 kilómetros del departamento de Yopal Casanare, vía nevera a Orocué. Aquí de entrada, se les presta un buen servicio. Los que quieran venir si desean está la buseta

que hace línea de Yopal a Orocué, aquí en la entrada se le hace recogida del personal se lleva al hato y se le presta el servicio adecuado. Bienvenidos al Encanto de Guanapalo.

Anexo N. 6 – Tablas financieras del proyecto.

COSTOS 2 DIAS 1 NOCHE HATO PALMA Y ALTAMIRA		
CANTIDAD DE PAX		4
TRANSPORTE	\$	304.000
GUIA CRIOLLO	\$	49.700
INGRESO A LA RESERVA	\$	16.557
ACTIVIDADES (SUJETA AL HATO)	\$	182.123
RECURSOS (BITACORA)	\$	50.000
SEGURO TODO RIESGO	\$	33.113
DIA LLANERO	\$	49.670
ALIMENTACIÓN	\$	25.000
HOSPEDAJE	\$	20.000
COSTO TOTAL	\$	730.163
COSTO POR PAX	\$	182.540,71
% DE COSTO ESTABLECIDO		65%
PRECIO POTENCIAL DE VENTA	\$	280.832
PRECIO REAL DE VENTA	\$	281.513
IVA 19%	\$	53.487
% REAL DE COSTOS		64,84%
	\$	53.358
PRECIO DE VENTA FINAL	\$	335.000
	\$	334.190

Tabla 13. Elaboración propia.

COSTOS 2 DIAS 1 NOCHE HATO MONTANA		
CANTIDAD DE PAX		4
TRANSPORTE	\$	304.000
GUIA CRIOLLO	\$	63.202
INGRESO A LA RESERVA	\$	21.067

ACTIVIDADES (SUJETA AL HATO)	\$	231.740	
RECURSOS (BITACORA)	\$	50.000	
SEGURO TODO RIESGO	\$	42.135	
DIA LLANERO	\$	49.670	
ALIMENTACIÓN	\$	25.000	
HOSPEDAJE	\$	20.000	
COSTO TOTAL	\$	806.814	
COSTO POR PAX	\$	201.703,44	
% DE COSTO ESTABLECIDO		65%	
PRECIO POTENCIAL DE VENTA	\$	310.313	
PRECIO REAL DE VENTA	\$	310.924	
IVA 19%	\$	59.076	
% REAL DE COSTOS		64,87%	\$ 58.959
PRECIO DE VENTA FINAL	\$	370.000	\$ 369.272

Tabla 14. Elaboración propia.

2 DIAS 1 NOCHE HATO PALMA Y ALTAMIRA	
COSTO VARIABLE UNITARIO	
precio de venta unitario	\$ 281.513
costo variable unitario	\$ 182.540,71
COSTO FIJOS	
Mantenimiento cámaras	\$ 700.000,00
Mantenimiento pagina	\$ 500.000,00
TOTAL, COSTOS FIJOS	\$ 1.200.000,00
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN = PVU*CVU	
Precio de venta unitario (PVU)	\$ 281.513
Costo de variable unitario (CVU)	\$ 182.540,71
MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 98.971,89
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES (PE)	
=CF/MC	

costos fijos	\$ 1.200.000,00
Margen de contribución	\$ 98.971,89
PUNTO DE EQUILIBRIO PE	12
COMPROBACIÓN DEL EJERCICIO	
Unidades a vender	12,12
costo variable unitario	\$ 182.540,71
costo variable total	\$ 2.213.243,07
costos fijos	\$ 1.200.000,00
costos totales	\$ 3.413.243,07
precio de venta unitario	\$ 281.513
ingresos totales	\$ 3.413.243,07
VALIDACIÓN	\$ -

Tabla 15. Elaboración propia.

2 DIAS 1 NOCHE HATO MONTANA	
COSTO VARIABLE UNITARIO	
precio de venta unitario	\$ 310.924
costo variable unitario	\$ 201.703,44
COSTO FIJOS	
Mantenimiento cámaras	\$ 700.000,00
Mantenimiento pagina	\$ 500.000,00
TOTAL, COSTOS FIJOS	\$ 1.200.000,00
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN = PVU*CVU	
Precio de venta unitario (PVU)	\$ 310.924
Costo de variable unitario (CVU)	\$ 201.703,44
MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 109.220,93
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES (PE)	
=CF/MC	
costos fijos	\$ 1.200.000,00
Margen de contribución	\$ 109.220,93

PUNTO DE EQUILIBRIO PE		11
COMPROBACIÓN DEL EJERCICIO		
Unidades a vender		10,99
costo variable unitario	\$	201.703,44
costo variable total	\$	2.216.096,49
costos fijos	\$	1.200.000,00
costos totales		\$ 3.416.096,49
precio de venta unitario	\$	310.924
ingresos totales		\$ 3.416.096,49
VALIDACIÓN	\$	-

Tabla 16. Elaboración propia.

Tamaño de la muestra:

Para generar el tamaño de la muestra, se valida un apoyo en la herramienta virtual SurveyMonkey. Esta página es uno de los métodos virtuales para aplicación de encuestas y de esta misma manera permite generar un proceso completo, desde definir el tamaño de la muestra, hasta la aplicación de las preguntas y el análisis de los datos. Dentro del proceso de resultados, se evaluaron diferentes fuentes y la asistencia de SurveyMonkey en este proyecto, es en cuenta al tamaño de la población y el margen de error.

Calcula el tamaño de la muestra

Tamaño de la población ?

Nivel de confianza (%) ?

Margen de error (%) ?

Tamaño de la muestra

97

Imagen – Tamaño de la muestra (SurveyMonkey, 2019)

Su sistema, tiene un algoritmo ya preparado que permite el cálculo de forma automática, solo requiere ingresar datos para que arroje los resultados. “El tamaño de la muestra es la cantidad de respuestas completas que tu encuesta recibe. Se le llama muestra porque solo representa parte del grupo de personas

(o población objetivo) cuyas opiniones o comportamiento te interesan.” (SurveyMonkey, 2019)

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 * p (1 - p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 * p (1 - P)}{e^2 N}\right)}$$

Dónde:

N: Tamaño de la población

e: Margen de error (porcentaje expresado con decimales)

z: Puntuación.

Otra manera de hacer el cálculo es por medio de la siguiente formula:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + z^2 * N * p * q}$$

Variables		N	Tamaño de la muestra
z	95%	z	Nivel de confianza
N	1637136	N	Tamaño de la población
p	88,5	p	Probabilidad a favor
q	11,5	q	Probabilidad de que no suceda
e	10	e	Error de estimación
n	97	N-1	Factor corrección por finito