

PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA “CAMPO HERMOSO” UBICADA EN
PUERTO LOPEZ (META).



JUAN DAVID SÁNCHEZ MORALES
JENNY KATERINE GARAVITO RINCON



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
VILLAVICENCIO

2024

PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA “CAMPO HERMOSO” UBICADA EN
PUERTO LOPEZ (META).

JUAN DAVID SÁNCHEZ MORALES
JENNY KATERINE GARAVITO RINCON

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas
Agropecuarias

Asesora
Ing. Mg. JOYCE SMITH ROJAS ALONSO
Especialista en Gerencia Empresarial
©Maestría en Agronegocios

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
VILLAVICENCIO
2024

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTÉS GALLEGO, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Mg. Julieth Andrea SIERRA TOBON

Secretaria General Seccional Villavicencio

Mg. Mario Fernando PRIETO DELGADILLO

Decano de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias

Dedicatoria

Queremos dedicar este trabajo a todos los campesinos y empresarios agropecuarios de las tierras colombianas, porque gracias a ellos, tenemos seguridad alimentaria y lugares agroturísticos accesibles y hermosos que visitar. Es importante dedicar esta investigación también a todos nuestros compañeros y profesores de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, porque gracias a todos los conocimientos que adquirimos durante nuestros años de estudio es que hoy dejamos este legado, para que a futuro pueda ser consultado académicamente por nuestros colegas en formación y por la población en general.

Agradecimientos

Reconocemos y agradecemos el apoyo de nuestra directora Joyce Smith Rojas, quien guio nuestro proceso con estrategias y ética profesional. También queremos agradecer a los dueños de la finca “Campo Hermoso” por permitirnos ingresar y realizar esta consultoría empresarial.

Por último, queremos agradecer a nuestros familiares y amigos que, durante todos nuestros años de estudio, nos apoyaron y facilitaron la culminación de nuestro proyecto educativo, el cual será a futuro nuestro proyecto de vida también.

Contenido

	Pág.
Resumen	10
Introducción.....	12
1. Planteamiento del problema de investigación	13
1.1. Identificación de la necesidad	13
1.2. Pregunta de investigación.....	14
2. Objetivos	15
2.1. Objetivo general	15
2.2. Objetivos específicos.....	15
3. Justificación.....	16
4. Diseño y metodología de la investigación.....	17
4.1. Población y muestra	17
4.2. Cronograma de actividades	19
4.3. Técnica e instrumento de recolección de datos.....	19
5. Marco referencial	21
5.1. Marco teórico	21
5.2. Marco legal.....	22
5.3. Marco contextual.....	24
5.4. Marco conceptual	30
6. Características generales de la Finca “Campo Hermoso”	33
6.1. Ubicación	33
6.2. Vías de acceso	34
6.3. Descripción de la casa quinta.....	34
6.4. Clima	35
6.5. Fauna y Flora.....	36
7. Análisis del sector turismo en Puerto López (Meta)	37
7.1. Estudio del entorno.....	37
7.1.1 Atractivos y oferta turísticos de la zona	37

7.1.2	Demanda turística de la zona.....	38
7.2.	Plan Integral de Agroturismo para la Finca “Campo Hermoso”.....	40
7.2.1	Análisis del FODA	40
7.2.2	Diseño de la Oferta Turística.....	41
7.2.3	Definición de la oferta	43
7.3.	Planificación de la Inversión.....	45
7.4.	Estrategia de Marketing MIX.....	47
7.5.	Resultados de la encuesta.....	49
8.	Conclusiones	57
	Referencias bibliográficas	58

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1 Aspectos legales.....	23
Tabla 2 Inventario turístico de la zona.....	38
Tabla 3 Creación de paquetes turísticos.....	44
Tabla 4 Costos de Inversión.....	45
Tabla 5 Costos Fijos.....	46
Tabla 6 Costos Variables	47
Tabla 7 Estrategias de Conservación de Biodiversidad	49

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 Visitantes internos destino Meta (MinCIT, 2024).....	17
Figura 2 Formula Estadística para el cálculo del tamaño de la Muestra	18
Figura 3 Cronograma de actividades	19
Figura 4. Lienzo Canvas para Plan de Negocio.....	20
Figura 6 Vista Satelital de la Ubicación de la Finca “Campo Hermoso”.	33
Figura 7 Fotografía tomada en la casa quinta de la finca “Campo Hermoso”.....	34
Figura 8 Climograma de Puerto López (Meta).....	35
Figura 10 Matriz FODA para la finca “Campo Hermoso”.	40
Figura 9 Matriz de Marketing MIX para la finca “Campo Hermoso”.....	48
Figura 10 Primera pregunta de la encuesta.....	50
Figura 11 Segunda pregunta de la encuesta.....	50
Figura 12 ´Cuarta pregunta de la encuesta.....	51
Figura 13 Quinta pregunta de la encuesta.....	52
Figura 14 Sexta pregunta de la encuesta.....	52
Figura 15 Séptima pregunta de la encuesta	53
Figura 16 Octava pregunta de la encuesta	54
Figura 17 Novena pregunta de la encuesta	54
Figura 18 Decima pregunta de la encuesta	55
Figura 19 Onceava pregunta de la encuesta.....	55
Figura 20 Doceava pregunta de la encuesta.....	56
Figura 21 Treceava pregunta de la encuesta.....	56

Resumen

Este trabajo investigativo contiene un estudio de mercado para la implementación de actividades de agroturismo en la finca “Campo Hermoso” ubicada en Puerto López (Meta), con el objetivo de diversificar la actividad económica de la finca, promover el turismo sostenible de la región de Puerto López y proponer estrategias de conservación de la biodiversidad de la región. Esto se justifica en la necesidad de la sociedad moderna de mantener el desarrollo sostenible de las poblaciones rurales, creando actividades económicas que permitan satisfacer la demanda agroturística de la población, sin quebrantar los límites de la naturaleza, y preservando el legado cultural de los pueblos.

En pocas palabras, se trata de una investigación del mercado turístico de la zona de Puerto López (Meta), que permitió proponer estrategias para la apertura de las ofertas turísticas dentro de la finca “Campo Hermoso”. La metodología utilizada fue exploratoria con un método de investigación mixta percepción más completa del comportamiento del agroturismo en Puerto López (Meta), para ello se determinó como población a turistas que visitaban los atractivos turísticos seleccionados, nacionales o extranjeros con una muestra de 151 personas con un margen de error del 8%, utilizando una metodología aleatoria simple. Finalmente, se corroboró que la finca “Campo Hermoso” tiene un gran potencial que permite generar nuevas fuentes de ingreso para sus propietarios y habitantes, pudiendo realizar actividades simultaneas a las tradicionales, tales como el agroturismo que permite que tener nuevas fuentes de ingreso, aportar al desarrollo económico del Municipio y Departamento; así como brindar un servicio adecuado para los turistas.

Palabras Clave: Agroturismo, desarrollo sostenible, cultura, naturaleza e investigación de mercados.

Abstract

This investigative work contains a market study for the implementation of agrotourism activities on the “Campo Hermoso” farm located in Puerto López (Meta), with the objective of diversifying the economic activity of the farm, promoting sustainable tourism in the region of Puerto López and proposes conservation strategies for the region's biodiversity. This is justified by the need of modern society to maintain the sustainable development of rural populations, creating economic activities that satisfy the agrotourism demand of the population, without breaking the limits of nature, and preserving the cultural legacy of the people.

In short, it is an investigation of the tourism market in the area of Puerto López (Meta), which allowed us to propose strategies for the opening of tourist offers within the “Campo Hermoso” estate. The methodology used was exploratory with a mixed research method, a more complete perception of the behavior of agrotourism in Puerto López (Meta), for this purpose, tourists who visited the selected tourist attractions, national or foreign, were determined as a population with a sample of 151 people with a margin of error of 8%, using a simple random methodology. Finally, it was confirmed that the “Campo Hermoso” farm has great potential that allows it to generate new sources of income for its owners and inhabitants, being able to carry out activities simultaneously with the traditional ones, such as agrotourism that allows them to have new sources of income, contribute to the economic development of the Municipality and Department; as well as providing an adequate service for tourists.

Key Word- Agrotourism, sustainable development, culture, nature and marketing research.

Introducción

Este trabajo de grado tiene como objetivo principal, proponer estrategias de implementación de agroturismo en la finca “Campo Hermoso”, la cual se encuentra ubicada en Puerto López en el departamento del Meta. Esto teniendo en cuenta que como explica Estrella Díaz Sánchez, investigadora distinguida del área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Castilla-La Mancha, “el agroturismo es un subsector de la industria del ecoturismo en donde los turistas visitan granjas u otras empresas agrícolas, ya sea con fines educativos o de entretenimiento” (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), 2024).

Esta propuesta incentiva el turismo de visitantes nacionales e internacionales, en la finca “Campo Hermoso”, donde se exploró posibilidades para que los visitantes logren vivir la experiencia del trabajo de llano, se acerquen a la naturaleza, visiten los sitios turísticos cercanos, duerman en la casa quinta o con los trabajadores, y en fin contribuyan a la sostenibilidad económica y ambiental de la finca y de la zona de Puerto López en el departamento del Meta.

Puerto López es un municipio ubicado en el departamento del Meta en Colombia; ubicado en lo que coloquialmente se llama el centro o el ombligo del mundo, es una región económicamente productiva ya que está ubicada estratégicamente en uno de los puertos fluviales más importantes de la región, donde predomina la economía basada en la ganadería y la exploración agrícola. El potencial turístico de la zona ha venido creciendo con el pasar de los años, ya que la construcción de sitios turísticos importantes como lo son el malecón y algunos parques interactivos como el santuario de avestruces, hacen que miles de turistas nacionales e internacionales visiten esta zona durante todo el año, es por esta razón que el objetivo de este trabajo es potencializar el turismo de la zona, ofertando la finca “Campo Hermoso” como objetivo de turismo ecológico y rural, donde los visitantes podrán acceder a vivir una experiencia de trabajo de campo adicional de un contacto directo con la naturaleza.

1. Planteamiento del problema de investigación

1.1. Identificación de la necesidad

La necesidad de mantener el desarrollo sostenible de las poblaciones rurales por parte de la sociedad, las naciones y los mercados, ha explorado actividades económicas suplementarias a la explotación agropecuaria, que permiten satisfacer la demanda agro turística de los visitantes nacionales e internacionales. Desde la pandemia de Covid-19 se ha acrecentado la intención de exploración de los recursos naturales como fuente de turismo, pues “las tendencias indican que justamente el turismo rural y de naturaleza por las cercanías de los visitantes estarán entre las preferencias de los próximos viajeros” (Universidad Nacional de Quilmes, 2020, parr.4).

Sumado a la necesidad de los campesinos de tener un ingreso extra o suplementario a sus actividades económicas tradicionales, debido a que “esta forma de turismo no necesita de grandes extensiones de tierra, así que las fincas pequeñas o medianas con las que cuenta la región pueden optar por implementar los servicios del turismo rural como alternativa de adicionar ingresos a las actividades principales de los agricultores de la región” (Vega Barreto, 2016, p. 3). Es por esta razón que surge la necesidad de ofertar productos turísticos diferentes a los viajeros que brinde un beneficio para el operador turístico sin quebrantar los límites de la naturaleza, y preservando el legado cultural de los pueblos.

En ese mismo orden, este tipo de turismo permite consolidar un desarrollo económico y social, sin afectar al ambiente; en otras palabras, permite materializar el desarrollo sostenible en el plano rural, vinculando la posible oferta y demanda turística con la cultura y las tradiciones ancestrales vs el turismo. Adoptar la sostenibilidad en esta actividad “puede ayudar a conservar la biodiversidad, promover la diversificación económica, preservar la cultura local y fomentar la participación de la comunidad” (Rosquez, s.f, parr.1)

Pues la definición de desarrollo sostenible invita a satisfacer necesidades propias de la población, sin afectar o quizás preservando el legado de las poblaciones futuras, pues la herencia cultural de los pueblos son las que generan la identidad e idiosincrasia de las naciones.

La necesidad principal de este trabajo investigativo es satisfacer la demanda turística de los visitantes de Puerto López (Meta), ofertando en el mercado atractivos turísticos de la finca “Campo Hermoso”, brindado con esto una consultoría empresarial a los dueños de la finca,

quienes obtendrán las herramientas esenciales para tomar decisiones que permitan la implementación de esta actividad económica distintas dentro de la finca.

1.2. Pregunta de investigación

¿Cuál es el potencial de agroturismo como oportunidad de diversificación económica y aporte para el desarrollo sostenible de la finca “Campo Hermoso”, ubicada en Puerto López, ¿Meta?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Diseñar un plan integral de agroturismo para la finca Campo Hermoso en el municipio de Puerto López, Meta, que permita diversificar la actividad económica de la finca.

2.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de la finca “Campo Hermoso” con el fin de identificar el potencial turístico y agropecuario disponibles para la implementación del agroturismo en la finca.
- Analizar el mercado turístico en la región de Puerto López, Meta, para identificar el potencial de los productos turísticos y la posible demanda de agroturismo en la región.
- Elaborar un plan integral de agroturismo para la finca "Campo Hermoso"
- Proponer estrategias de conservación de biodiversidad de la región.

3. Justificación

El desarrollo mundial ha traído consigo nuevas oportunidades de negocio, incluso para quienes se encuentran en las zonas más alejadas, pues la tecnología y las amplias redes de comunicación han visibilizado lugares y experiencias naturales únicas en cada rincón del mundo. De esta manera, se ha promovido un turismo rural o amigable con la naturaleza, en la que se combinan experiencias de alojamiento confortables en lugares con pocas habitaciones, mayor privacidad y rodeadas de fauna y flora de la región. En el caso del agroturismo en los países andinos, “las comunidades rurales están utilizando las tecnologías digitales para promocionar sus ofertas turísticas y llegar a un público más amplio” (Sánchez Carrasco, 2024, p. 9).

La necesidad de estar a la vanguardia en los mercados altamente competitivos obliga a los empresarios del sector agroindustrial a explorar diferentes opciones de oferta con el fin de mantener la sostenibilidad económica de sus negocios y a su vez la diversificación de sus actividades económicas en los mercados, esto con el fin de buscar alternativas de ingreso adicional a su actividad económica principal y tener planes de contingencia ante la fluctuante demanda y oferta del sector. Para plantear el presente este trabajo investigativo, se exploraron variables competitivas para los propietarios de la finca “Campo Hermoso” ubicada en la zona rural de Puerto López (Meta), encontrando en el agroturismo una oportunidad para brindar experiencias únicas a los turistas que contribuya a los ingresos de los propietarios y en general al desarrollo social del municipio.

Con este propósito se realizó un estudio del mercado en el sector del turismo y del agroturismo de la zona, permitiendo brindar estrategias que potencializaran la oferta turística y cultural de la finca en el mercado. De manera que, la investigación se justificó como apoyo epistemológico a las líneas de investigación de la facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la ciudad de Villavicencio (Meta), y a su grupo de investigación Competitividad y Desarrollo Regional GIFAEA; específicamente el denominado “Desarrollo rural sostenible con enfoque territorial”, ya que el análisis de esta propuesta genera conocimientos importantes que pueden ser consultados como material de apoyo académico a los futuros administradores y la población en general, que busquen mejorar las condiciones de las poblaciones rurales respetando el ambiente y logrando un equilibrio entre lo económico, social y ambiental.

4. Diseño y metodología de la investigación

Esta investigación se realizó en la zona de Puerto López en el departamento del Meta (Colombia), específicamente en la finca “Campo Hermoso” propiedad de la familia Rincón, quienes permitieron el acceso a sus instalaciones para de realizar un diagnóstico de la finca con el fin de identificar el potencial turístico y agropecuario disponibles para la implementación del agroturismo en el predio.

Empleamos una metodología de investigación mixta para construir esta propuesta. Recopilamos datos cuantitativos sobre el sector turístico de Puerto López, Meta, y llevamos a cabo un análisis cualitativo de la finca 'Campo Hermoso' y las percepciones de los turistas. Esta combinación nos permitió obtener una visión holística del mercado y diseñar una propuesta de agroturismo adaptada a las características únicas de la región y de la finca.

4.1. Población y muestra

La población objetivo de este estudio fueron los visitantes o turistas nacionales y extranjeros del departamento del Meta, específicamente quienes se desplazan hasta el Puerto López (Meta). Para establecer la población se acudió a los datos proporcionados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia en el departamento del Meta, cuyos datos arrojaron que para el año 2022 el departamento recibía un número de visitantes internos aproximado de 92,4 mil personas; siendo importante aclarar que la población objetivo son los ubicados en la categoría “turismo interno”, por ser estos quienes pernoctaron siquiera una noche.

Figura 1

Visitantes internos destino Meta



Nota. Adaptado de (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia, 2024, p. 38)

En tal sentido, se parte de una población de 46,1 mil personas que visitan el departamento, de la cual se pretende alcanzar una muestra representativa con un margen de error del 8% con un nivel de confianza del 95%, dando una segmentación del mercado para la toma de información a un mínimo de 150 personas, distribuido en las personas que visitaban los 3 atractivos turísticos más importantes de la zona, como lo fueron el parque de Avestruces, el obelisco y el Merecure Parque Agroecológico. Esta población se estableció ya que la finca está ubicada en zona rural del municipio de Puerto López (Meta). La fórmula utilizada para hallar la muestra fue la siguiente:

Figura 2

Formula Estadística para el cálculo del tamaño de la Muestra

Parametro	Valor
N	46000
Z	1,96
P	50%
Q	50%
e	8%
Numerador	44178,4
Denominador	295,354
Total	149,577795

$$n = \frac{N x Z^2 x p x q}{e^2 x (N-1) + Z^2 x p x q}$$

Nota. Adaptado de (Martínez Bencardino, 2012)

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

En donde, N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

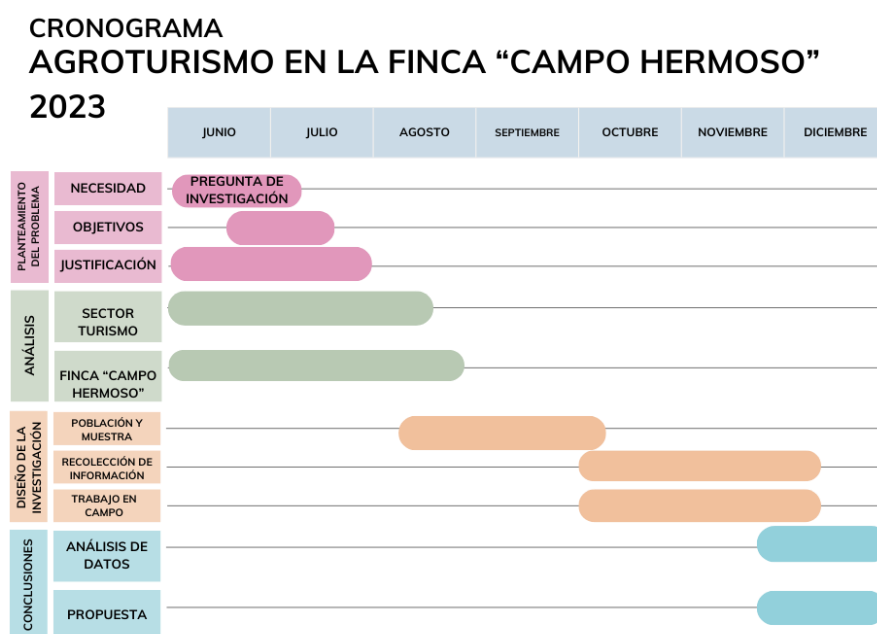
La técnica de recolección de la muestra empleada fue de tipo aleatorio simple por conveniencia, en la que se seleccionaron personas mayores de edad, turistas que visitaban los atractivos turísticos seleccionados, nacionales o extranjeros sin preferencia del idioma.

4.2. Cronograma de actividades

Las actividades de este trabajo investigativo se planearon para ser ejecutadas en lapso de seis meses.

Figura 3

Cronograma de actividades



Nota. Esta tabla demuestra el plan de trabajo y el cronograma de actividades realizadas por los investigadores en la finca “Campo hermoso”.

4.3. Técnica e instrumento de recolección de datos

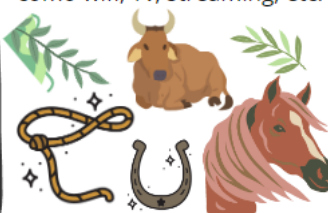
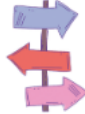
A la muestra seleccionada se le aplicó una técnica de recolección de información primaria y secundaria utilizando como instrumento una encuesta a los visitantes de los principales atractivos turísticos de Puerto López (Meta), como lo son el parque de Avestruces, el obelisco y el Parque Agroecológico Merecure; esto con la finalidad de identificar la intención de visita y el potencial del agroturismo en el municipio. Además de lo anterior, se realizaron entrevistas no estructuradas a personas vinculadas al sector turístico en la zona, para así determinar el potencial de la finca “Campo Hermoso”.

4.4. Lienzo Canvas para Plan de Negocio

Figura 4.

Lienzo Canvas para Plan de Negocio

Modelo Canvas Finca Campo hermoso

Asociaciones Clave - Agencias de viaje nacionales e internacionales. - Operadores turísticos nacionales e internacionales. - Instituto de Turismo del Meta - Secretaría de Turismo de Puerto López (Meta) - Turistas que recomienden el servicio. 	Actividades clave - Trabajo de llano, cabalgatas, paseos en canoa, senderismo, baño de río, camping. - Servicios de piscina, restaurante, música llanera, visita a atractivos turísticos.  Recursos Clave - Naturales - Tecnológicos como el pago en línea. - Humanos, trabajadores de la finca y trabajadores enfocados en turismo. - Económicos para adecuaciones y prestación del servicio.	Propuestas de valor Convertir las vacaciones en una experiencia natural y diferente, permeada de la cultura llanera en una finca ubicada en los llanos orientales, sin perder el confort y las comodidades como wifi, Tv, streaming, etc. 	Relaciones con clientes - Asistencia personal - servicios agro ecológicos - Creación de experiencias únicas adaptadas a las preferencias de los turistas. Canales - Página web - asistencia personal - WhatsApp - Redes Sociales - Booking y Airbnb - Correo electrónico - Vías de comunicación aéreas y terrestres 	Segmentos de mercado - Edades Indefinidas ¿quiénes son nuestros clientes más importantes? - Todo tipo de turistas, especialmente quienes prefieren el eco turismo, entre ellos: - Familias - Grupos de amigos - Empresas para actividades de esparcimiento - Trabajadores - Extranjeros con interés en la naturaleza 
Estructura de costes - Basado en coste: Propuesta de valor basada en precios justos con servicios turísticos básicos. - Basado en valor: creación de valor a través de un servicio cómodo en la naturaleza, combinando el turismo tradicional con la cultura llanera - Costos fijos: Salarios, impuestos como IVA y FONTUR, rentas y permisos de operación..		Fuentes de ingresos TIPOS Pago por estadía, pagos por experiencias o pasadía, eventos, préstamo, alquiler y publicidad. PRECIO FIJO Lista de precios Según características del sector Según el segmento de mercado Según el volumen PRECIO DINAMICO Negociación Gestión de rentabilidad Mercado en tiempo real Subastas Precios empresariales o paquetes especiales 		
Beneficios sociales y ambientales - Separación de residuos sólidos y entrega al centro de reciclaje; creación de abono con residuos orgánicos. - Procesos para eliminación y transformación de residuos sólidos biodegradables. - Biodigestores que eliminan los pozos sépticos y producen gas - Construcción de tanques subterráneos de aguas lluvias para su utilización en verano. 		Costos sociales y ambientales Modificación del paisaje natural Ahuyenta algunas especies naturales por la afluencia de personas al entorno Aumento de residuos por turistas y por materiales de construcción Con el SGA se busca que el impacto de la finca agro turística sea bajo.		

5. Marco referencial

5.1. Marco teórico

La historia del turismo es extensa, pues según lo expuesto por la secretaria de Cultura, Educación y Deporte en Colombia, “tienen sus orígenes en la Antigua Grecia, cuando miles de personas se desplazaban para asistir a las Olimpiadas cada cuatro años” (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2022, parr.1)

Entendido como actividad comercial, el turismo nace de la mano del inglés Thomas Cook, quien organizó el primer viaje turístico de la historia en 1841 y fundó, una década después, la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son. Esta entidad argumenta que el turismo es hoy una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo: con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente ocio. (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2024)

Pese a que la actividad turística proviene de tiempos ancestrales, recientemente la Organización Mundial del Turismo (OMT), (2018), la definió como un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios.

En la actualidad el turismo es analizado como un sector económico y productivo, que abarca una serie de variables socioeconómicas que han sido legisladas y explotadas por los diferentes países, pues el turismo en si reúne varias actividades económicas en un solo sector, es por esto, que se establecen distintas clases de turismo que permiten segmentar de manera más efectiva al público visitante o consumidor de la oferta turística.

Es decir que para comprender el turismo y sus diferentes tipologías la Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte (2024), ha logrado definir los segmentos, para lo cual, esta investigación aborda algunos de ellos los cuales tienen relación directa con el estudio de caso, y son mencionados a continuación:

- **Turismo naturaleza** o llamado también ecoturismo es el que se realiza en medios de protección natural. Suelen participar de esta actividad los residentes del lugar que reciben a los turistas y les presentan el espacio. En el ecoturismo tiene prioridad la preservación de la naturaleza. (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2024)

- **Turismo cultural** se encuentra centrado en visitas a museos, exposiciones, y demás lugares propios del lugar donde el viajero puede conocer más sobre la historia y la vida cultural del sitio que visita (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2024)
- **Turismo de aventura** consiste en una serie de actividades que se realizan en un entorno rural y cuyo objetivo es ofrecer sensaciones de descubrimiento, poner a prueba los límites de supervivencia de los turistas. Se realiza en espacios que hayan sido escasamente explotados a nivel turístico (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2024).
- **El término turismo rural** se refiere a cualquier actividad turística que se encuentre en un medio rural, cerca de áreas naturales, litorales y que permiten actividades relacionadas con el trabajo del sector rural. Es un tipo de turismo opuesto al masificado, el que se estila en las ciudades costeras, y exige un entorno endógeno soportado por un entorno humano y ambiental. Es un turismo respetuoso con el medio ambiente, que intenta unirse al resto de las actividades turísticas aprovechando los recursos locales (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2024)

Para abordar más claramente el objetivo de este estudio, se encontró que según la Organización Mundial del Turismo OMT, el turismo rural se define como un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés (ONU Turismo, s.f, parr.1).

El turismo rural se fomentó y fortaleció como modalidad genérica del turismo, a partir de la concepción novedosa del desarrollo sostenible en la última década del siglo veinte. Esa modalidad de turismo, como su nombre bien lo indica, se desarrolla en espacios rurales modificados por el hombre, que tiene como atractivos más destacables las propias actividades agrícolas y el entorno campestre que lo componen.

5.2. Marco legal

Antes de la Constitución Política del año 1991, el Turismo en Colombia está regulado por las referencias internacionales, pero fue a partir de este año que Colombia comenzó a diseñar e implementar una serie normatividades, regulaciones, y estrategias que aportaron al control, crecimiento y organización del sector económico. Según el Ministerio de Comercio, Industria y

Turismo (2021), en su página web algunas de las normatividades implementadas a lo largo de la historia y que son relevantes en este estudio, en la tabla 2 se muestran los aspectos legales que incluye la norma y la finalidad de la misma:

Tabla 1*Aspectos legales*

Norma	Finalidad
Constitución Política de Colombia	Artículo 52 La actividad turística es un derecho social y económico que contribuye al desarrollo integral de las personas, de los seres sintientes y de los territorios y comunidades, que fomenta el aprovechamiento del tiempo libre y revaloriza la identidad cultural de las comunidades y se desarrolla con base en que todo ser humano y sintiente tiene derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.
Ley 32 de 1990	Reglamenta el ejercicio de la profesión de Agentes de Viajes.
Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo)	Estableció los primeros parámetros para regular la actividad económica, involucrando al Estado, al sector privado, gremios y operadores turísticos, entre otros. Actualizada hasta la Ley 1101 de 2006.
Ley 561 de 2000	Autoriza a la Asamblea Departamental del Meta para ordenar la emisión de la Estampilla de Fomento Turístico y se dictan otras disposiciones.
Ley 1111 de 2006	Modificó el estatuto tributario de los impuestos administrados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Art. 62 Exención del impuesto sobre las ventas de servicios.
Ley 1110 de 2006	Decreto el Presupuesto de Rentas y Recursos de Capital y la Ley de Apropiações para la vigencia fiscal del 1° de enero al 31 de diciembre de 2007. Art. 28 Disposición para bienes inmuebles.
Ley 1429 de 2010	Ley de Formalización y Generación de Empleo
Ley 2068 de 2020	Modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.
Decreto 1095 de 1994	Adopta el Código de Ética Profesional del Agente de Viajes y Turismo.
Decreto 1075 de 1997	Procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.
Decreto 503 de 1997	Reglamenta el ejercicio de la profesión de Guía de Turismo
Decreto 504 de 1997 y Decreto 2194 de 2000	Reglamenta el Registro Nacional de Turismo, el último decreto modificó el plazo para la actualización del Registro Nacional de Turismo.
Decreto 1825 de 2001	Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los guías de turismo.
Decreto 1782 del 23 de mayo de 2007	Por medio del cual se reglamenta el Impuesto con destino al turismo.
Decreto 1036 de 2007	Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo a que se refiere la Ley 1101 de 2006.
Decreto 2438 de 2010	Responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos.
Decreto 1903 de 2014	Reglamenta la devolución del Impuesto sobre las ventas a los turistas extranjeros no residentes en Colombia por la compra de bienes en el territorio nacional y a los visitantes extranjeros no residentes en Colombia por la compra de bienes gravados, realizadas en las Unidades Especiales de Desarrollo Fronterizo

Tabla 1 *Continuación*

Decreto 297 de 2016	Por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para los servicios turísticos, establecida en el literal d) del artículo 481 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 55 de la Ley 1607 de 2012.
Resolución 0118 del 28 de enero de 2005	Establece los criterios técnicos de las diferentes actividades o servicios de ecoturismo de conformidad con lo dispuesto en el párrafo del artículo 12 del Decreto 2755 de 2003
Resolución 0236 del 2 de febrero de 2005	Por la cual se modifican las tarifas de inscripción y de actualización en el Registro Nacional de Turismo.
Resolución 0657 del 8 de abril 2005	Reglamenta la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje que prestan sus servicios en Colombia.
Decreto 2590 de 2009	Por el cual se reglamentan las leyes 300 de 1996 y 1101 de 2006. Viviendas turísticas.
Resolución 3772 del 17 de diciembre de 2009	Por la cual se determinan unos prestadores de servicios turísticos. (Modalidades de viviendas turísticas)
Resolución 2349 del 29 de junio de 2011	Crea el Comité de Capacitación y Formación Turística y se dictan otras disposiciones.
Resolución 2804 de 2014	Reglamenta el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística.
Resolución No. 3160 de 05 de octubre de 2015	Establece los requisitos para la certificación en Normas Técnicas Sectoriales obligatorias y voluntarias por medio de la plataforma virtual para la certificación en calidad turística
Resolución 3860 de 2015	Reglamenta el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales expedida por las Unidades Sectoriales de Normalización para las actividades del denominado Turismo de Aventura y la Sostenibilidad Turística
Circular 002 de 2016	Cobro IVA por servicios prestadores
Circular 003 de 2016	Contratación de guías de turismo y prestadores de servicio turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo
Concordancia con planes sectorial de turismo 2022 – 2026	El proyecto de la Finca agroturística “Campo Hermoso” concuerda con lo definido por el gobierno nacional para el plan sectorial de turismo, debido a que se basa en el desarrollo sostenible como un pilar fundamental para su éxito y funcionamiento. Por medio del cual se busca mejorar las prácticas de inclusión e innovación que realizan los diferentes stakeholders, incrementando las oportunidades para la creación de valor social y económico en la oferta turística de Puerto López y el departamento del Meta, lo cual no solo contribuye al desarrollo de la económica local, sino que ayuda a aumentar la demanda de viajeros y el reconocimiento turístico del país a nivel internacional.

5.3. Marco contextual

El turismo a lo largo de la historia ha demostrado su capacidad para adaptarse a las problemáticas socioeconómicas y tendencias del mercado, las cuales, por lo general, son acordes a las características del entorno, las necesidades y/o motivaciones de los viajeros.

El turismo es un área de estudios multidisciplinar, por lo cual requiere de aportes de diversas disciplinas para su desarrollo. Por esta razón, se esbozan los principales elementos que están relacionados con el turismo rural, desde una perspectiva económica, social, cultural y ambiental. No obstante, el elemento que predomina en el presente trabajo investigativo es el social, puesto que se tiene en cuenta la oferta de servicios turísticos y los demás elementos que giran alrededor de las configuraciones rurales de las comunidades de Puerto López (Meta). De acuerdo con las teorías aquí expuestas, se puede argumentar que el turismo rural es un complemento a la economía de productos primarios tradicionales del campo, como es el caso de la agricultura y las actividades pecuarias. (Saavedra Camargo et al., 2021)

Para hablar entonces de la identificación cultural con fines turísticos, se debe primero explicar que la identidad no es otra cosa que aquello que nos diferencia de los otros tanto en el ámbito individual como colectivo. Según Soto (2006), esto supone la conciencia de pertenecer a un grupo determinado y una simbología propia que reclama ser reconocida, protegida y promovida. identidad cultural se habla de la identificación con valores generales que expresan, leen e interpretan una cultura que es cambiante, mutable, variable y que se transforma en la continuidad histórica. De esta manera, aparece la idea de una identidad territorial que provee a los bienes y servicios locales de elementos de diferenciación y de calidad que les permiten acceder a mercados cada vez más exigentes en cuanto a los estándares de producción y de exclusividad del producto. Ahora bien, al hablar de patrimonio cultural se hace referencia a un conjunto muy diverso de bienes tangibles o intangibles que se encuentra en permanente construcción y cambio, que tiene diversas formas y procedencias, y que posee una particular significación colectiva así como valores estimables que conforman sentidos y lazos de pertenencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano y los cuales se transforman según las dinámicas socioculturales, económicas y políticas en donde se aprecien. (Soto, 2006).

Las actividades turísticas se generan por diferentes motivos personales entre los que se pueden nombrar la recreación, el descanso, el ocio, los negocios, etc. Estas actividades las pueden realizar personas extranjeras o nacionales, que visitan en este caso los Departamentos del Meta, Guaviare y Casanare. Quienes consumen algunos bienes y servicios como hospedaje, alimentación, restaurantes, transporte, domicilios, bares, renta de vehículos, contratación de operadores turísticos o agencia de viajes, servicios de entretenimiento como cines, zoológicos,

parques, museos, además de servicios profesionales en congresos, seminarios, ferias empresariales, etc.

La oferta turística del Departamento del Meta según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia (2021), se compone principalmente de tres segmentos: el turismo de naturaleza, turismo cultural y el turismo de aventura. Donde según las estadísticas publicadas por el centro de Información Turística de Colombia (2021), durante el año 2020 no se reportó llegada de pasajeros por vía aérea en vuelos regulares, pues el cierre del Aeropuerto de Vanguardia entre otras restricciones en el aislamiento obligatorio, redujo este indicador en 84% con respecto al año 2019 en pasajeros nacionales y en un 100% en pasajeros internacionales.

Estas estadísticas reflejan que después del segundo semestre del año 2020 se obtuvo una cifra de 2.045 visitantes extranjeros con una reducción del 57% con respecto al año anterior, lo que según estas cifras arroja una ocupación hotelera en el departamento del 0% con una disminución del 45%, esto debido a que el ya debilitado sector se encontraba vulnerable tras atravesar el cierre del corredor vial que comunica al departamento con la Capital del País; Bogotá, por alrededor de 4 meses en el año 2018, lo que trajo pérdidas millonarias al sector del turismo. Pero, a pesar de estos indicadores se incrementó el número de operadores o establecimientos prestadores de servicios turísticos activos en el Registro Nacional de Turismo RNT, pasando de 1273 a 1267, lo que supone que solo 8 operadores registrados cerraron sus puertas para siempre tras el difícil momento surgido por el aislamiento obligatorio en medio de la pandemia.

Ahora bien, en estas circunstancias, hoy en día los modelos de gestión turística, tienen que estar en concordancia y línea directa con la acción práctica de la sostenibilidad, esta sea copla a la actividad propositiva del modelo de gestión, manejando sus pilares fundamentales como son la economía, sociedad y ambiente, esto quiere decir que mirando el presente y futuro productivo, ningún proyecto turístico tiene que dejar de ser rentable para quien presta el servicio, al mismo tiempo que es atractivo para la acción clientelar del turista, esta sinergia apunta a preservarse en el tiempo y da capacidad de renovación sin destruir el recurso natural y turístico. (Aguirre Torres y Freire Díaz, 2020)

Es significativo también recalcar que el turismo en Colombia es importante y ha crecido en los últimos años debido a la diversidad cultural y natural del país. Por esta razón hablar de turismo rural apunta siempre a la sostenibilidad de las regiones y el desarrollo de las culturas, pero varios autores han hablado sobre la importancia del turismo en Colombia, especialmente en su

potencial para contribuir al desarrollo económico y social del país, el turismo puede ser una fuente de crecimiento económico y desarrollo social, pero solo si se gestiona adecuadamente y promueve la preservación de la naturaleza y el turismo sostenible para el patrimonio cultural (Román y Font, 2014).

El turismo y su desarrollo en Colombia es importante por varias razones, incluido el potencial para generar ingresos y empleo, promover el desarrollo regional y preservar el patrimonio natural y cultural del país. Varios autores han hablado de la importancia del turismo en Colombia, en la medida en que se promueva un turismo responsable y sostenible, puede ser una herramienta para el desarrollo económico y social del país la importancia del turismo como actividad que contribuye a la preservación del patrimonio natural y cultural del país, así como a la promoción de la participación ciudadana y la diversificación económica (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia, 2023)

Todos los autores consultados proveen opiniones muy diferentes en cuanto al sector turístico en Colombia por un lado es que en el afán de crecer en el ámbito socioeconómico y mercado mundial se ha llegado a contrarrestar los cambios en los recursos naturales y las problemáticas con las que el país sobrevive diariamente, mientras que otros dicen que el turismo en Colombia se enfoca más en el ocio y que no afectan como tal las problemáticas políticas o públicas del país, sin embargo el turismo en Colombia se puede desarrollar sin necesidad de causar un impacto considerable a los recursos naturales, culturales y económicos de las regiones, prolongado así un sector turístico sostenible. (Miranda Barros et al., 2023).

Por eso para entender el agroturismo como una alternativa para las prácticas actuales de servicios, se debe analizar el desarrollo sostenible, como un concepto que nace de las acciones del ser humano que usan recursos naturales en beneficio propio generando impactos que afectan la calidad ambiental y social, pues entender que la administración y gestión de los recursos naturales, se incorpora como un proceso funcional para la conservación, aprovechamiento y desarrollo de las poblaciones ante la defensa de sus territorios y acceso a una calidad de vida digna. (Hurtado Rodríguez y Vanegas Medina, 2020).

5.3.1 Alianzas institucionales para impulsar el agroturismo en Colombia

El Estado colombiano ha creado a lo largo de la historia alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas con el fin de promover y fortalecer el sector del turismo en el territorio nacional, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2021) algunas de estas entidades son:

Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A FIDUCOLDEX. quienes en su página web principal argumentan ser: “Somos una sociedad de economía mixta adscrita al Ministerio de Comercio Industria y Turismo y filial del Banco de Comercio Exterior Bancóldex. A través de nuestros servicios financieros, se pretende apoyar al sector empresarial en el crecimiento de sus negocios y contribuir al desarrollo del país. De igual manera, somos aliados para las personas naturales y jurídicas en la inversión y ahorro por medio de nuestros Fondos de Inversión Colectiva. La Fiduciaria es vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia, la Contraloría General de la República y calificada por Fitch Ratings.” (Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior (Fiducoldex), s.f)

iNNpulsa Colombia. quienes en su página web principal argumentan ser:” Somos la agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional, que, junto al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, acompaña la aceleración de emprendimientos de alto potencial y a los procesos innovadores y de financiación que permiten escalar a las empresas del país para generar más desarrollo económico, equidad y oportunidades para todos los colombianos.” (iNNpulsa Colombia, 2023)

PROCOLOMBIA. quienes en su página web principal argumentan ser: “la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país.” (ProColombia, 2024)

Colombia Productiva. quienes en su página web principal argumentan ser: “es un patrimonio autónomo, que tiene como propósito ser uno de los brazos ejecutores de la Política Industrial del país, ayudando a la industria y sus empresas a producir más, con mejor calidad y mayor valor agregado, para que sea más productiva y competitiva, con la capacidad de responder a las exigencias de la demanda mundial. Por esto, Colombia Productiva, como uno de los patrimonios autónomos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, trabaja en cinco ejes para cerrar la brecha que inhiben el crecimiento de la productividad y dificultan la sofisticación

del aparato productivo, según la Política de Desarrollo Productivo. Estos son: Productividad, Transferencia de Conocimiento, Calidad, Encadenamientos y Sofisticación”. (Colombia Productiva, s.f)

Fondo Nacional De Turismo – FONTUR. quienes en su página web principal argumentan ser: “el brazo técnico ejecutor del MinCIT que contribuye al crecimiento económico y desarrollo social de la nación, potencializando la infraestructura y la competitividad turística, así como la promoción de Colombia y sus destinos, a nivel nacional e internacional, en articulación con entidades gubernamentales, territoriales, el empresariado y las comunidades, mediante asistencia técnica a los territorios, con innovación, inclusión y participación social, propiciando la construcción de paz e incentivando prácticas responsables y sostenibles”. (Fondo Nacional de Turismo (Fontur), 2023)

Instituto Nacional de Metrología – INM. quienes en su página web principal indican que su objetivo es “objetivo la coordinación nacional de la metrología científica e industrial, y la ejecución de actividades que permitan la innovación y soporten el desarrollo económico, científico y tecnológico del país, mediante la investigación, la prestación de servicios metrológicos, el apoyo a las actividades de control metrológico y la diseminación de mediciones trazables al Sistema Internacional de unidades (SI)”. (Instituto Nacional de Metrología (INM), 2021)

Superintendencia de Sociedades. quienes en su página web principal argumentan ser: “un organismo técnico, adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con personería jurídica, autonomía administrativa patrimonio propio, mediante el cual el presidente de la República ejerce la inspección, vigilancia y control de las sociedades mercantiles, así como las facultades que le señala la ley en relación con otros entes, personas jurídicas y personas naturales”. (Superintendencia de Sociedades, s.f)

Superintendencia de Industria y Comercio. quienes en su página web principal argumentan ser: “la autoridad nacional de protección de la competencia, los datos personales y la metrología legal, protege los derechos de los consumidores y administra el Sistema Nacional de Propiedad Industrial, a través del ejercicio de sus funciones administrativas y jurisdiccionales”. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f)

5.4. Marco conceptual

Para entender el concepto de turismo sostenible en regiones rurales, es importante aclarar algunos términos que serán útiles para los empresarios de la finca “Campo Hermoso” a la hora de implementar estos servicios dentro de su finca, esta lista contiene los términos más importantes y sus definiciones técnicas en un vocabulario claro para los empresarios:

Turismo: Es preciso ubicar el concepto de turismo, mismo que por su complejidad puede ser estudiado bajo el tamiz de múltiples disciplinas y enfoques; y por consecuencia no existe un único concepto acertado y estándar que defina universalmente al turismo, sin embargo su conceptualización según la Universidad CESUMA el turismo es una actividad que consiste en el desplazamiento temporal de personas a lugares distintos a su lugar de residencia habitual con el objetivo de disfrutar de experiencias de ocio, culturales, educativas, de negocios, entre otras. Esta actividad puede realizarse tanto a nivel nacional como internacional, y es una de las principales industrias en todo el mundo. (Cortes, 2023)

Ruralidad: Según Roberto Méndez (2009) la ruralidad es la forma de apropiación o territorialización de un espacio rural que se produce mediante una doble vía: a través de la construcción de una identidad y por una valorización de los recursos del espacio rural. La ruralidad constituye en definitiva el "alma" del desarrollo rural, la fuerza que permite construir un proceso integral y sustentable de desarrollo. (Mendez, 2009)

Agroturismo: Para La Universidad Europea es un tipo de turismo que implica la visita a granjas, ranchos y otras propiedades rurales donde se puede participar en actividades agrícolas y ganaderas. A diferencia del turismo convencional, el agroturismo permite a los turistas interactuar de forma directa con los agricultores y ganaderos, aprendiendo sobre prácticas sostenibles y disfrutando de la vida en el campo. Los alojamientos en agroturismos suelen ser casas rurales o cabañas ubicadas en medio de paisajes naturales. (Universidad Europea, 2023).

Sostenibilidad: Para el BBVA la sostenibilidad se rige bajo el principio de asegurar las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, siempre sin renunciar a la protección del medioambiente, el crecimiento económico y el desarrollo social. (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), 2024)

Recurso natural: Según la Real Academia de la Lengua Española, este término reúne un conjunto de componentes de la naturaleza susceptibles de ser aprovechados por el ser humano para la satisfacción de sus necesidades y que tengan un valor actual o potencial, tales como el paisaje

natural, las aguas superficiales y subterráneas, el suelo, subsuelo y las tierras, la biodiversidad, la geo diversidad, los recursos genéticos y los ecosistemas que dan soporte a la vida, los hidrocarburos, los recursos hidro energéticos, eólicos, solares, geotérmicos y similares, la atmósfera y el espectro radioeléctrico, o los minerales, las rocas y otros recursos geológicos renovables y no renovables. (Real Academia Española, 2023).

Oferta: La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se encuentran a la venta en una economía a un precio determinado. La oferta hace referencia a aquellos bienes y servicios que los oferentes ponen a la venta en el mercado a un precio determinado. En otras palabras, los bienes y servicios que los agentes económicos (empresas, profesionales, instituciones y organismos) están dispuestos a vender en el mercado a un precio establecido. (Coll Morales, 2022).

Demanda: Este concepto se define como la solicitud para adquirir algo. En economía, es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir. En economía también se refiere a cuántos bienes y servicios desean comprar las personas a los precios que ofrece el mercado para satisfacer sus necesidades y deseos. (Peiro Ucha, 2024)

Mercado: Según el Servicio Nacional del Consumidor Chileno, el mercado se define como un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, que llegan a acuerdo entre el producto o servicio y el precio que se cobra por éste. El mercado, básicamente, funciona en virtud de la relación que exista entre la oferta y la demanda, es decir, el precio de los productos y servicios, está determinado por la oferta que los diversos proveedores realizan y cuál es la demanda, por parte de los consumidores, de dichos bienes y servicios, concluyéndose que a menor demanda hay más oferta y a mayor demanda hay menor oferta. (Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) , s.f)

Biodiversidad: La biodiversidad es la diversidad de vida, la variedad de seres vivos que existen en el planeta y las relaciones que establecen entre sí y con el medio que los rodea. Es el resultado de millones de años de evolución. La especie humana y sus culturas han emergido de la adaptación al medio, su conocimiento y su utilización. Es por ello que la biodiversidad tiene dos dimensiones: la biológica y la cultural. Comprende tanto la diversidad genética, de especies (animales, plantas, hongos y microorganismos), de poblaciones y de ecosistemas, como la de los múltiples procesos culturales que en diferentes épocas y contextos han caracterizado la relación del ser humano con su entorno natural. (Subsecretaría de Ambiente, Argentina, s.f)

Cultura: La cultura es un sistema complejo de conocimientos y de costumbres que caracteriza a una población determinada y que es transmitido a las generaciones siguientes. El lenguaje, los hábitos y los valores son algunos de los aspectos que forman parte de la cultura. La

palabra cultura proviene del latín que significa “cultivar”, “labrar” o “cuidar” y hace referencia a cultivar el conocimiento y la educación, en el sentido de la capacidad intelectual que adquiere un pueblo o civilización. La cultura es el resultado de la acumulación de experiencias y de la adaptación a diferentes circunstancias, que tuvo una población durante un largo período. Es la cultura la que garantiza la supervivencia del grupo social. (Enciclopedia Humanidades, 2024).

6. Características generales de la Finca “Campo Hermoso”

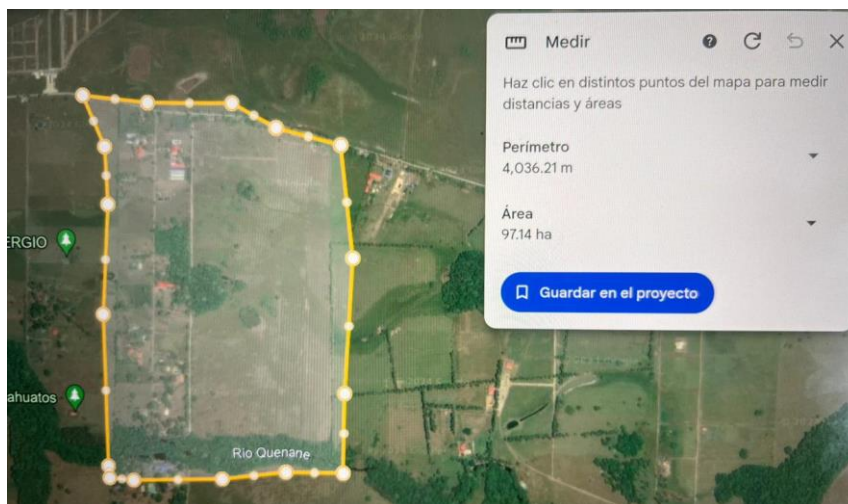
La finca “Campo Hermoso” es propiedad de la familia Rincón quienes adquirieron la finca desde el año 2016 y desde entonces se ha dedicado a actividades agropecuarias como lo son la ganadería de levante y lechera, y algunos cultivos de maíz y arroz.

6.1. Ubicación

La finca “Campo Hermoso” está ubicada en zona rural del municipio de Puerto López en el departamento del Meta (Colombia), más exactamente en la vereda Bocas del Guayuriba. Fundado en 1935, Puerto López es un municipio del Meta con una rica historia como primer puerto fluvial de los llanos orientales. Con una extensión de 6239 km², alberga una población de 33.854 habitantes (Gobernación del Meta, 2020, p. 1) y se encuentra estratégicamente ubicado a 206 km de Bogotá y 83 km de Villavicencio. Su área rural, aunque limitada a 9.5 km², ha sido fundamental para su desarrollo económico.

Figura 5

Vista Satelital de la Ubicación de la Finca “Campo Hermoso”.



Nota. Esta figura muestra la imagen satelital adquirida desde Google Maps (Google Maps, 2023), de la finca “Campo Hermoso”, ubicada en la zona rural de Puerto López (Meta).

6.2. Vías de acceso

La principal vía de acceso a la finca es la Ruta Nacional 40, la cual es una ruta colombiana de tipo transversal que inicia en la ciudad de Buenaventura, departamento del Valle del Cauca y finaliza en Puerto Carreño, departamento del Vichada. Es una de las Rutas más importantes del país que atraviesa de oeste a este el país, uniendo el Pacífico colombiano con las principales ciudades del centro del país y los Llanos orientales. (Fundación Wikimedia,, 2024).

6.3. Descripción de la casa quinta

La casa quinta cuenta con 6 habitaciones, 4 baños, una cocina amplia y una sala para realizar eventos al interior y al exterior de la vivienda. Se espera que esta casa albergue alrededor de 50 huéspedes máximos por día, teniendo en cuenta que cuenta con zonas para instalar campings o glampings a futuro.

Figura 6

Fotografía tomada en la casa quinta de la finca “Campo Hermoso”



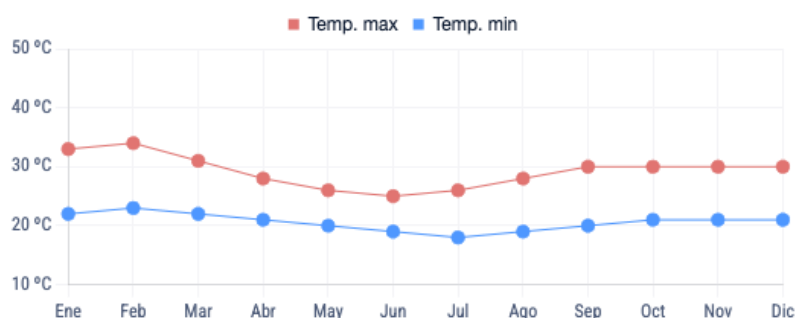
6.4. Clima

En Puerto López, los veranos son cortos, cálidos y nublados; los inviernos son calurosos, mojados y mayormente nublados y está opresivo durante todo el año. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 22 °C a 33 °C y rara vez baja a menos de 20 °C o sube a más de 36 °C (Weather Spark, 2023, parr.1)

La temporada calurosa dura 2,2 meses, del 20 de enero al 26 de marzo, y la temperatura máxima promedio diaria es más de 32 °C. El mes más cálido del año en Puerto López es febrero, con una temperatura máxima promedio de 33 °C y mínima de 23 °C. La temporada fresca dura 3,0 meses, del 17 de mayo al 16 de agosto, y la temperatura máxima promedio diaria es menos de 29 °C. El mes más frío del año en Puerto López es julio, con una temperatura mínima promedio de 22 °C y máxima de 29 °C (Weather Spark, 2023, parr.2)

Figura 7

Climograma de Puerto López (Meta)



Nota. Esta figura muestra la evolución media de la temperatura en cada estación del año en la zona de Puerto López (Meta) y sus zonas rurales cercanas.

6.5. Fauna y Flora

En cuanto a la flora en las sábanas se conservan plantas de Monte que han dejado los colonos para los nacederos de agua, en las semiterrazas aluviales y sabanas húmedas, en los abanicos, las vegas de los ríos y aluviones cubiertos por bosques de galería en donde se encuentran gran variedad de palmas y árboles de diferentes especies; destacándose las siguientes formaciones vegetales: Morichales: Consociaciones de *Mauritia Flexuosa* y asociaciones con otras especies de árboles y palmeras. Presenta una rica ictiofauna asociada; además los frutos de esta palma son consumidos por diversas especies de aves y mamíferos. (Alcaldía de Puerto López (Meta), 2023a).

Matas de Monte, se encuentra asociado al interior de esta formación el Venado Sabanero, *odocoileus Virginianus*, en vías de extinción en zona donde su casa es incontrolada; su alimentación consiste en brotes de plantas leñosas, flores y frutos tiernos de gramíneas. Bosques de Galería, la diversidad de especies vegetales aumenta la presencia de fauna que utiliza este ambiente, ya sea como refugio o como base para su alimentación. En estos bosques, lo mismo que en las “matas de monte”, existe una alta afinidad con la fauna amazónica, que ocasionalmente cruza las sábanas o migra a través de ellas, tal es el caso del Cafuche (*Tayassu Pécari*). (Alcaldía de Puerto López (Meta), 2023a) .

En cuanto a la fauna existen muchas aves se alimentan de inflorescencias de diferentes especies del género *ficus*; la *Ceiba Petandra* es polinizada por murciélagos; las hojas de *inga spp* y *Cassia moschata* son consumidas por micos cotudos o aulladores. Teniendo encuentra la variedad de palmas que se encuentran en este ambiente, es normal la presencia de aves que frecuentan sus frutos como las Pavas, *Cracidae*, Guacamayas y Loros. En estos bosques se pueden encontrar también mamíferos, como: mico, danta, saíno, soches, ardillas, ratones, rata arborícola, puercoespín, lapa o tinajo y picture. (Alcaldía de Puerto López (Meta), 2023a).

7. Análisis del sector turismo en Puerto López (Meta)

7.1. Estudio del entorno

Puerto López es un municipio ubicado en el departamento del Meta (Colombia), considerado como el centro geográfico de Colombia según el Instituto Geográfico Agustín Codazzi. Es reconocido en la región como el primer puerto fluvial de los llanos orientales y uno de los más importantes puertos sobre el Río Meta, se encuentra localizado a 86 km al este de Villavicencio. (Alcaldía de Puerto López (Meta), 2023b).

Dentro de sus celebraciones especiales se destacan el Festival del Canoero, el Reinado del Coleo y la Vaquería, donde la programación incluye un concurso de folclor llanero y la presentación de reconocidos intérpretes de la música llanera. En el festival de río hay concursos de nado, motores fuera de borda, canotaje en tres modalidades y lanzamiento de atarraya. Las reinas, además de su belleza, muestran sus habilidades para jinetear, colear, barbear, guayuquear y tumbar el becerro (Alcaldía de Puerto López (Meta), 2023b). Estas celebraciones atraen millones de turistas nacionales y extranjeros cada año

7.1.1 Atractivos y oferta turística de la zona

Las principales Actividades de Turísticas que se pueden encontrar en esta región son las relacionadas con el trabajo de llano, la pesca, el paseo por el río Meta y Metica, avistamiento de aves, caminatas ecoturísticas, ruta gastronómica y cultural, festividades y celebraciones patronales, etc.

En la tabla 3, se enlista los sitios turísticos más importantes de la zona, con la explicación breve de las actividades que se pueden encontrar:

Tabla 2*Inventario turístico de la zona*

N.º	Nombre del sitio Turístico	Ubicación	Servicios ofertados
1	El obelisco	Kilómetro 5 vía a Puerto Gaitán	Se encuentra el pozo de los deseos, se ofrece una vista panorámica del río Meta y su puesta y opuestas del sol, venta de suvenires.
2	Parque o monumento al Canoero	Calle 6 con carrera 10	Es un monumento en honor a los canoeros que, simbolizando la identidad de sus habitantes, esta obra fue realizada por el maestro Álvaro Vásquez.
3	Parque Principal	Carrera 6 con calle 4	Donde se ofrece vista de la Iglesia principal de la población y una gran oferta gastronómica, además de la alcaldía municipal donde se puede visitar el legado cultural del municipio.
4	Malecón	Carrera 3 con calle 9	Oferta turismo por el río meta con una gran variedad gastronómica.
5	Manga de Coleo y el complejo ganadero	Kilómetro 4 vía a Puerto Gaitán	Oferta servicios económicos y culturales, ya que esta manga se expone la subasta ganadera para el comercio y se realizar los diferentes eventos culturales de la región.
6	Torre mirador Matapalo	Kilómetro 4 vía a Puerto Gaitán	Este nuevo atractivo turístico ofrece una oferta gastronómica mientras los visitantes tienen una vista 360° a la llanura aledaña al río Meta.
7	Parque de Avestruces	Kilómetro 9 vía a Puerto Gaitán	Este parque ofrece una experiencia directa con los avestruces, donde el visitante puede alimentarlas, comer gastronomía hecha con su carne y comprar algunos suvenires e incluso huevos de avestruz.
8	Reserva natural Alto del Menegua	Kilómetro 9 vía a Puerto Gaitán	Ofrece servicios de turismo rural, donde el visitante puede realizar caminatas ecológicas, avistamiento de aves, entre otros.
9	Río Meta y Río Metica	Kilómetro 9 vía a Puerto Gaitán	Se oferta servicios de turismo recreacional en embarcaciones que realizan recorridos por el afluente, donde se ofrece un contacto directo con la naturaleza y el avistamiento de flora y fauna de la zona.

Nota. Esta tabla contiene el inventario de la oferta turística más importante de la zona de Puerto López, Meta, con sus respectivas características y ubicación.

7.1.2 Demanda turística de la zona

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y/o visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. (Socatelli, 2013)

Es entonces que la demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que, influenciadas por

sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos. (Socatelli, 2013).

El sector turístico que es cada vez más importante en la economía de un país o una región específica, pues afecta directa o indirectamente a diversos sectores económicos, lo que impulsa el desarrollo sostenible y un encadenamiento económico, integrando a otros sectores como el gastronómico, el cultural, el comercio en general, entre otros e incluso el sector de la salud.

Ahora si se profundiza en la demanda turística la cual se define como el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar.

Para analizar entonces la demanda turística de la región de Puerto López (Meta) se debe tener en cuenta variables que afectan la decisión de visita como lo es, la oferta gastronómica, las vías de acceso, el precio del combustible, el costo del hospedaje, la tipología de oferta hotelera, el costo de bienes básicos de consumo, el acceso a emergencias médicas, la seguridad civil en lo que influye el conflicto armado y la inseguridad en general, los atractivos turísticos y sus precios de ingreso, e incluso variables como el clima ya que esto afecta directamente la cantidad y tipo de actividades que pueden realizar los visitantes en la región.

La demanda de Turista ha disminuido con el paso de los años pues el constante cierre de la vía que comunica la ciudad de Villavicencio con la capital del país Bogotá, ha hecho que visitantes de otras regiones diferentes a la Orinoquia e incluso visitantes internacionales se rehúsen o tomen otras regiones como opción de visita en su temporada vacacional. A pesar de los esfuerzos de las entidades locales por avanzar cada día más en mantener abierta la oferta de servicios turísticos en la región, la incertidumbre de seguridad y el cierre de la vía si ha afectado notoriamente a los prestadores de servicios de turismo en Puerto López. Ahora, para analizar a profundidad la intención de visita y como esta podría aprovecharse para implementar el agroturismo en la finca “Campo Hermoso” los investigadores de este proyecto realizaron un estudio de mercado logrando encontrar variables de aprovechamiento de la demanda de turismo en la región de Puerto López (Meta).

7.2. Plan Integral de Agroturismo para la Finca “Campo Hermoso”

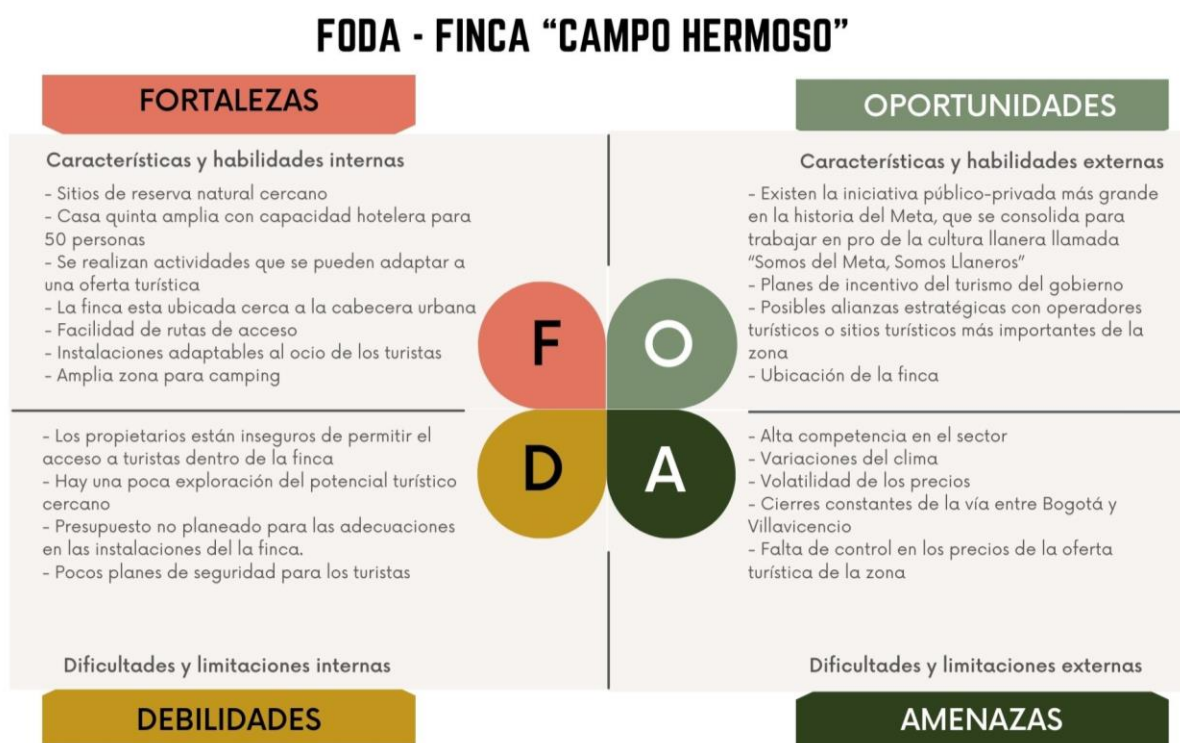
En un mundo cada vez más urbanizado y con una creciente conciencia ambiental, el agroturismo se presenta como una alternativa atractiva para los viajeros. La finca 'Campo Hermoso' tiene la oportunidad de convertirse en un ejemplo de turismo sostenible, promoviendo la conservación del medio ambiente, el desarrollo local y la preservación de las tradiciones culturales. Este plan detalla las estrategias necesarias para alcanzar este objetivo.

7.2.1 Análisis del FODA

Se realizó una matriz FODA con el fin de identificar los principales factores internos y externos que afectan la implementación del agroturismo en la finca “Campo Hermoso”.

Figura 8

Matriz FODA para la finca “Campo Hermoso”.



Nota. La matriz FODA muestra los factores internos y externos que afectan a la finca “Campo Hermoso” en su implementación de agroturismo dentro de sus instalaciones.

7.2.2 *Diseño de la Oferta Turística*

La propuesta de agroturismo para la finca Campo Hermoso en el municipio de Puerto López (Meta), se basa en la promoción de actividades locales basadas en la cultura llanera, a partir de la cual se puedan aprovechar las instalaciones de la finca sin dejar de realizar las demás actividades productivas, como lo son la ganadería, agricultura y ordeño. De esta manera, se podrá sumergir a las personas en el trabajo de llano con las comodidades de un hotel citadino. Dentro de esta propuesta se busca un equilibrio entre el descanso, la diversión, culturización y la conciencia ambiental, donde los visitantes puedan satisfacer sus necesidades y preferencias de hospedarse en un lugar tranquilo en la naturaleza sin ver afectada su comodidad; también estas personas podrán aprender de la cultura llanera mediante las actividades prestadas en el alojamiento, así como concientizarse de la importancia de preservar las prácticas rurales como modo de supervivencia social y ambiental.

Para lograr este objetivo, se propone utilizar las instalaciones existentes en la Finca Agroturística con el fin de adecuarlas para el recibimiento de los turistas, para ello se equiparán con una o dos camas dobles, ventiladores, mesas de noche, televisor, servicios de wifi y televisión nacional; además se habilitará una zona de restaurante donde se ubicarán mesas y un área de buffet donde se servirán productos de gastronomía regional, se comprarán hamacas y mobiliario de descanso para los huéspedes, también se destinará un área de juegos con el fin de que los turistas puedan encontrar un espacio de esparcimiento.

Dentro de los servicios que ofrecerá el alojamiento será realizar tours a los principales atractivos turísticos, actividades como pesca, trabajo de llano, caminatas ecológicas, avistamiento de aves, piscina, siembra de árboles, entre otras. Con estas actividades se logrará cubrir los diferentes ámbitos de impacto, todos orientados a promover la conservación de la biodiversidad de la región; pues no solo se tratará de las actividades, sino que durante su desarrollo se irán realizando charlas a los turistas que brinden datos acerca del ecosistema de los Llanos orientales, su importancia ecológica y la conexión que tiene con el Amazonas, la importancia que representa para reducir el impacto ambiental y aportar a la generación de oxígeno que reduzca los gases de efecto invernadero. Aunado a ello, se brindará datos sobre la cultura llanera (música, trajes, comidas, tradiciones, arte, etc.), la fauna y flora de la región e incluso datos sobre los primeros colonos, la presencia de comunidades étnicas, entre otros.

De esta manera, la Finca Campo Hermoso logrará satisfacer las necesidades de los turistas, debido a que como se mencionó en párrafos anteriores desde hace un tiempo se ha venido incrementando la demanda por alojamientos agroturísticos, donde las personas buscan alejarse del ruido de la ciudad y hospedarse en lugares alejados, rodeados de naturaleza y en donde puedan realizar actividades distintas.

La implementación de esta propuesta será fundamental para alcanzar los objetivos propuestos, destacándose que, al contar con un terreno, una casa amplia, buena ubicación y diferentes actividades económicas, se pueden realizar las adecuaciones necesarias para distribuir las habitaciones, las áreas de ocio, así como las relacionadas con las actividades de trabajo de llano.

En términos generales, los costos asociados a este proyecto serán menores en comparación con un alojamiento que debe iniciar de cero, pues en últimas se le está agregando un uso a una Finca que ya tiene otras actividades económicas, por lo que costos asociados a la búsqueda del terreno, su adquisición, construcción, tiempo de obra, dotación de mobiliario, entre otros, aumentan considerablemente la inversión inicial; mientras en este caso, ya se cuenta con todos esos elementos y solo se trataría de realizar unas adecuaciones y agregar servicio de restaurante. Lo anterior, representa una ventaja competitiva porque esto permitirá una pronta operación, reducción de los costos y por ende, destinar otros recursos para marketing. A estos costos se sumará, la capacitación al personal, contratación de personal de limpieza y cocina, junto con las alianzas estratégicas con empresas turísticas para los tours.

La propuesta de agroturismo para la finca Campo Hermoso a los propietarios y stakeholders involucrados, consiste en brindar un servicio que brinde un valor agregado a los servicios de agroturismo, a partir de obsequios, actividades gratuitas y descuentos por fidelidad. Aunado a ello, los turistas podrán encontrar todo en un solo lugar resultándoles en un beneficio a los costos de viaje, por no tener que tomar transporte, comisiones, entre otros.

Ahora, el valor que se le brindará a los stakeholders es la generación de empleo directo e indirecto, la apertura de mercados, la preservación de la identidad cultural, la conservación y restauración del ambiente y el desarrollo de programas sociales en los que participe la comunidad. De esta manera, se logrará obtener el apoyo y compromiso para la implementación del proyecto.

Los turistas contarán con facilidades de pago, debido a que se dispondrá de pago en efectivo, tarjeta de crédito, transferencias bancarias y demás plataformas. A su vez, se brindarán descuentos a quienes contraten los servicios grupales y también se ajustará el precio conforme a la temporada turística. Adicionalmente, se propone como estrategia de distribución el

establecimiento de programas que prevean contratiempos, capacitación permanente al personal y el establecimiento de reglas de comportamiento y atención al cliente. Finalmente, el hotel contará con presencia en redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok y plataformas digitales como la página web.

7.2.3 Definición de la oferta

7.2.3.1 Alojamiento.

Casa Quinta: Para familias o grupos grandes que buscan comodidad y privacidad. Se ofrece habitaciones amplias, cocina equipada, sala de estar, zonas comunes y, piscina privada.

Camping: Con acceso a baños y duchas compartidas.

Hamacas: Opción más económica y rústica, ubicadas en zonas estratégicas de la finca.

Alimentación: Restaurante con productos de la finca.

Actividades:

Trabajo de llano, senderismo, observación de aves visitas guiadas a cultivos, recolección de frutos, historia sobre la cultura llanera.

Relax y Naturaleza

Senderismo: rutas guiadas por senderos ecológicos, observación de flora y fauna, Picnic en zonas designadas.

Observación de aves: Rutas especializadas con guías experta, alquiler de binoculares, Charlas sobre las aves de la región.

Recolección de frutos: Participación en la recolección de frutas de temporada, elaboración de productos artesanales con los frutos recolectados (mermeladas, jugos).

7.2.3.2 Inmersión en la Cultura Llanera.

Aventura Llanera

Trabajo de llano: Demostraciones de actividades tradicionales (doma, arreo de ganado), talleres prácticos para los visitantes (ensillado de caballos, tejido de hamacas).

Descubriendo las Raíces

Historia y cultura llanera: Charlas sobre la historia de la región y sus tradiciones, alrededor de una fogata, presentaciones de música y danza llanera.

Visitas guiadas a cultivos: Explicación de los procesos agrícolas tradicionales, degustación de productos frescos de la huerta.

7.2.4 Creación de paquetes turísticos

En la Tabla 3 se presenta un desglose de los servicios y actividades incluidos en cada uno de los paquetes turísticos diseñados.

Tabla 3

Creación de paquetes turísticos

Sección	Detalles	Precio
Paquetes	Aventura Llanera: trabajo de llano. Descubriendo las Raíces: Historia, cultura, gastronomía. Relax y Naturaleza: senderismo, pesca observación de aves, recolección de frutos.	Aventura Llanera: \$250.000 por persona. Descubriendo las Raíces: \$250.000 - por persona. Relax y Naturaleza: \$280.000 por persona.
Diseño de Itinerarios	Duración: Fin de semana - 3 días y 2 noches - Semana Variedad de Actividades: - Equilibrio entre actividades físicas y de relajación. - Consideración de la temporada y el clima. Itinerario "Aventura Llanera": - Día 1: Llegada y bienvenida, alojamiento, senderismo. - Día 2: Cabalgata, almuerzo típico, fogata. - Día 3: Desayuno, productos artesanales con los frutos recolectados (mermeladas, jugos), salida.	Duración: Variable según paquete. Actividades: Incluidas en el precio total del paquete.
Definición de Servicios Incluidos	Alojamiento: - Tipo de habitación o camping. - Número de noches. Alimentación: - Desayunos, almuerzos, cenas. - Bebidas. Actividades: - Todas las actividades incluidas en el paquete. Servicios Adicionales: - Transporte interno. - Guía turístico. - Seguro de viaje.	Alojamiento: Incluido en el precio total del paquete. Alimentación: Incluida en el precio total del paquete. Servicios Adicionales: Costos adicionales dependiendo del paquete.

Tabla 3 Continuación

Establecimiento de Precios	Costos Considerados: - Alojamiento, alimentación, actividades, personal, gastos operativos. Margen de Ganancia: - Considerar competencia y demanda. Ofertas: - Descuentos por grupos o reservas anticipadas.	Aventura Llanera: \$250.000 por persona. Descubriendo las Raíces: \$250.000 - por persona. Relax y Naturaleza: \$280.000 por persona.
Promoción y Venta	Materiales Promocionales: - Folletos, catálogos, videos, página web y redes sociales. Canales de Distribución: - Agencias de viajes. - Plataformas de reservas en línea. - Ventas directas.	Costos Promocionales: Incluidos en la estrategia general de marketing.

Los precios son sugeridos basados en una estimación general para paquetes turísticos similares. Al calcular precios para un paquete turístico, se consideran varios factores, como:

- Alojamiento. (hotel, cabaña, camping).
- Alimentación: Comidas incluidas (desayuno, almuerzo, cena) y la calidad de los restaurantes o servicios de comida.
- Actividades: Costos asociados a guías, entradas, transporte interno, alquiler de equipos, etc.
- Personal: Costos del personal necesario (guías, conductores, coordinadores).

7.3. Planificación de la Inversión

La Tabla 4 contiene un esquema de financiamiento que detalla los recursos necesarios para la implementación del proyecto

Tabla 4

Costos de Inversión

INVERSIÓN							
Rubro	Ítem	Descripción	Unidad	Cant	Valor Un	Valor Tot	Sub Total
Adecuaciones Locativas	Pintura Casa Arreglo Goteras	Contrato a todo costo	Global	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	
	Palmas	Jardín	Unid	20	\$ 120.000	\$ 2.400.000	
	Flores	Jardín	Unid	100	\$ 15.000	\$ 1.500.000	
	Swingla	Jardín	Unid	2.000	\$ 1.500	\$ 3.000.000	

Tabla 4 Continuación

	Menaje Habitaciones y Cocina	Dotación Casa	Unid	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 14.400.000
Oficina	Computador	Equipos de Oficina	Unid	1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	
	Impresora	Equipos de Oficina	Unid	1	\$ 500.000	\$ 500.000	
	Escritorios	Equipos de Oficina	Unid	1	\$ 500.000	\$ 500.000	
	Sillas	Equipos de Oficina	Unid	2	\$ 180.000	\$ 360.000	\$ 4.860.000
Adecuaciones habitaciones	Camas		Unid	30	\$ 1.200.000	\$ 36.000.000	
	Ventiladores		Unid	30	\$ 120.000	\$ 3.600.000	
	Mesa de noche		Unid	30	\$ 80.000	\$ 2.400.000	
	Televisores		Unid	8	\$ 1.500.000	\$ 12.000.000	
	Sábanas, cobijas		Unid	60	\$ 100.000	\$ 6.000.000	
	Toallas		Unid	100	\$ 30.000	\$ 3.000.000	
	Implementos de aseo		Global	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	
	Camping		Unid	10	\$ 400.000	\$ 4.000.000	
	Mesas y sillas		Unid	25	\$ 100.000	\$ 2.500.000	
	Mesón de bufette		Unid	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	
	Hamacas		Unid	20	\$ 250.000	\$ 5.000.000	
	Elementos Varios		Global	1	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 89.500.000
SST	Equipos de Seguridad	SST	Global	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Capacitación	Capacitación Personal	Director de la Capacitación	Global	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Total							\$111.260.000

La Tabla 5 muestra el presupuesto destinado a cubrir los costos operativos fijos del proyecto.

Tabla 5*Costos Fijos*

COSTOS FIJOS								
Rubro	Ítem	Descripción	Unidad	Cant	Salario / Honorarios	Valor Un	Valor Total	Sub Total
Salarios y Honorarios	Administrador		Mes	12	3.000.000	4.740.000	56.880.000	
	Encargado de la parte agropecuarias		Mes	12	1.500.000	2.370.000	28.440.000	
	Servicios varios (cocina, aseo, seguridad)		Mes	12	5.000.000	7.900.000	94.800.000	
	Contador		Mes	12	300.000	300.000	3.600.000	183.720.000
Mto Oficina	Gastos Administrativos		Mes	12		500.000	6.000.000	
	Mantenimiento Oficina		Mes	12		150.000	1.800.000	7.800.000
Seguros	Seguro RC		Mes	12		350.000	4.200.000	4.200.000
Servicios	Agua		Mes	12		40.000	480.000	

Tabla 5 Continuación

	Luz	Mes	12	60.000	720.000	
	Teléfono	Mes	12	70.000	840.000	
	Internet	Mes	12	50.000	600.000	2.640.000
Mto de la finca	Fertilizantes	Mes	12	150.000	1.800.000	
	Varios	Mes	12	200.000	2.400.000	4.200.000
Total						202.560.000
Costo fijo mensual						16.880.000
Costo fijo diario						562.667

La Tabla 6 presenta un desglose de los gastos variables que dependerán del nivel de actividad del proyecto

Tabla 6*Costos Variables*

COSTOS VARIABLES POR JORNADA DE OPERACIÓN							
Rubro	Ítem	Descripción	Unid	Cant	Valor Un	Valor Total	Sub Total
Honorarios	Guía		Día	6	100.000	600.000	600.000
	Gasolina		Galón	10	8.500	85.000	
	Almuerzo guías día 1		Unidad	3	8.000	24.000	
	Refrigerio guías día 1		Unidad	3	4.000	12.000	
	Cena guías día 1		Unidad	3	8.000	24.000	
	Hidratación día 1		Botella	9	1.500	13.500	
	Desayuno guías		Unidad	3	5.000	15.000	
	Almuerzo guías		Unidad	3	8.000	24.000	
	Refrigerio guías		Unidad	3	4.000	12.000	
	Hidratación		Botella	9	1.500	13.500	
	Seguros			10	4.000	40.000	263.000
	Sub-Total						963.000
	Imprevistos 10%					96.300	
							96.300
Costo total jornada							1.059.300
Costo total día operación							529.650

7.4. Estrategia de Marketing MIX

Se realizó un marketing mix con el fin de analizar el producto o servicio ofertado, precio sugerido, promoción y plaza de la estrategia.

Figura 9

Matriz de Marketing MIX para la finca “Campo Hermoso”.



Nota. La matriz del marketing mix propuesta muestra el servicio que deben ofertar, el precio sugerido, la promoción y el lugar de implementación.

7.5. Estrategias de Conservación de la Biodiversidad

La Tabla 7 presenta un resumen de la propuesta de las estrategias de conservación de la biodiversidad en la región

Tabla 7*Estrategias de Conservación de Biodiversidad*

Estrategia	Descripción	Beneficios
Restauración ecológica	Replantar especies nativas, restaurar ecosistemas degradados y crear corredores biológicos.	Aumenta la biodiversidad, mejora la calidad del suelo y del agua, y embellece el paisaje.
Agricultura sostenible	Implementar prácticas agrícolas que minimicen el uso de agroquímicos, promuevan la rotación de cultivos y la conservación del suelo.	Reduce la contaminación, protege la fauna y flora local, y garantiza la producción de alimentos saludables.
Manejo de residuos	Implementar sistemas de gestión de residuos sólidos y orgánicos, promoviendo el reciclaje y el compostaje.	Reduce la generación de residuos, disminuye la contaminación del suelo y del agua, y fomenta la economía circular.
Educación ambiental	Desarrollar programas educativos para visitantes, trabajadores y comunidades locales sobre la importancia de la biodiversidad y las acciones para protegerla.	Genera conciencia ambiental, fomenta la participación ciudadana y promueve prácticas sostenibles.
Investigación científica	Realizar investigaciones para conocer mejor la biodiversidad de la región y evaluar el impacto de las actividades turísticas.	Permite tomar decisiones basadas en evidencia y ajustar las estrategias de conservación.
Monitoreo de la biodiversidad	Implementar sistemas de monitoreo para evaluar el estado de conservación de los ecosistemas y detectar cambios a tiempo.	Permite identificar amenazas y tomar medidas correctivas.
Participación comunitaria	Involucrar a las comunidades locales en la toma de decisiones y en la implementación de las estrategias de conservación.	Fortalece el sentido de pertenencia y garantiza la sostenibilidad a largo plazo.
Certificación ambiental	Obtener certificaciones que reconozcan las prácticas sostenibles de la finca.	Mejora la imagen de la marca, atrae a un público más consciente y puede abrir nuevas oportunidades de mercado.

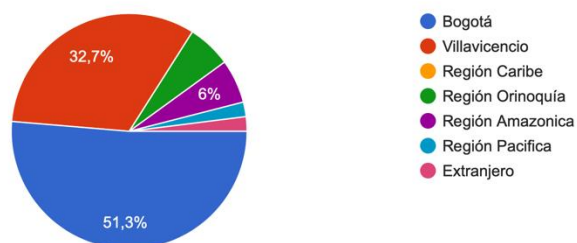
7.6. Resultados de la encuesta

Se realizaron 150 encuestas a turistas y visitantes del parque de Avestruces, El obelisco y el Merecure Parque Agroecológico en noviembre del 2023. Se realizó un muestreo aleatorio simple por conveniencia, tratando de seleccionar visitantes mayores de edad que estuvieran dispuestos a contestar el cuestionario con tiempo y honestidad.

Se evaluaron aspectos como el lugar de origen de los turistas o visitantes encontrando que 51,3% de las personas censadas venían de Bogotá D.C, mientras que el 32,7% afirmaban que venían de ciudades cercanas a Villavicencio. Lo que nos sorprendió fue que solo el 2% de las personas consultadas venían de otro país, exactamente de Estados Unidos de Norte América, aunque eran latinos colombianos que venían de visita por temporada vacacional.

Figura 10*Primera pregunta de la encuesta*

¿Cuál es su lugar de origen?
150 respuestas

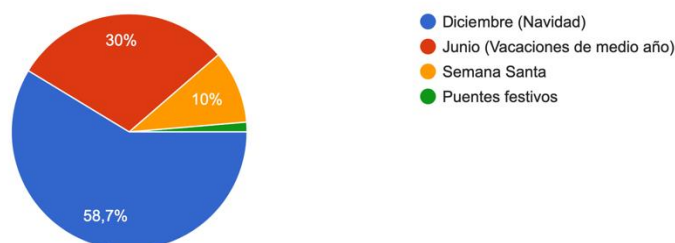


Nota. Esta grafica muestra el resultado en porcentaje de la primera pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

También se consultó cual era la época del año con mayor preferencia por los turistas, que venían a realizar actividades de esparcimiento en la zona, encontrando que el 58,7% preferían el mes de diciembre, pues no solo concedía con la celebración de navidad y fin de año, sin que además el clima en la zona favorecía el disfrute de toda la oferta turística de la región. También se evidenció en el resultado de la encuesta que junio a pesar de ser una época de lluvias, el 30% de las personas encuestadas afirmaron que aprovechaban el receso escolar de mitad de año para compartir momentos en familia en la región.

Figura 11*Segunda pregunta de la encuesta*

¿En qué época del año prefiere usted viajar o tomar vacaciones?
150 respuestas



Nota. Esta gráfica muestra el resultado en porcentaje de la segunda pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

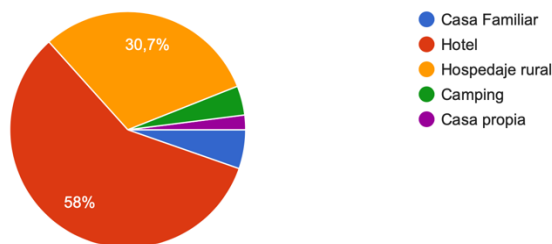
Al indagar sobre las motivaciones por las que los encuestados escogieron visitar esta zona del país y no otra, la mayoría argumentaron que confiaban en la seguridad de las carreteras, que cada día se encontraba mayor oferta turística, gastronómica y de hospedaje. Además, indicaron que les gustaba venir solo por un fin de semana, ya que era muy cerca de la ciudad de Villavicencio, y que en realidad lo que más los motivaba era tener contacto con la naturaleza y disfrutar de una buena comida típica de la región.

Adicionalmente, se consultó sobre la preferencia de hospedaje, evidenciando que el 58% de las personas examinadas se hospedaron en hoteles tradicionales dentro de la ciudad, aludiendo que les permitía disfrutar un poco más de los atractivos del pueblo y poder caminar tranquilos por el malecón en horas de la noche. Asimismo, se destaca que el 30,7% de las personas prefirieron buscar acomodaciones u hospedaje en zonas rurales, manifestando que preferían estos lugares alejados del ruido de la ciudad y de la contaminación, siendo sus planes favoritos recibir el amanecer con el canto de las aves y los colores del cielo. Adujeron que son pocos los lugares que ofrecen un buen servicio de hospedaje y que además los guíen para conocer los demás sitios turísticos de la región.

Figura 12

‘Cuarta pregunta de la encuesta

¿En dónde se está hospedando actualmente?
150 respuestas



Nota. Esta grafica muestra el resultado en porcentaje de la cuarta pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

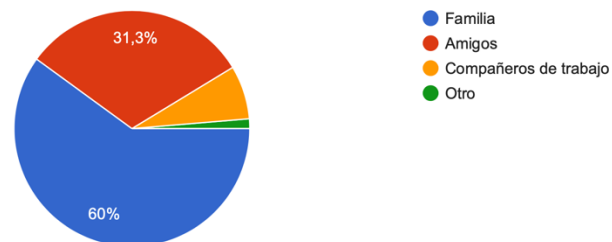
Gran parte de los encuestados prefieren viajar en plan familiar representando aproximadamente el 60% de respuestas a la pregunta, relacionada con el tipo de actividades que pueden realizar. Por su parte, el 31,3% de los participantes prefirieron viajar con amigos, siendo quienes mayoritariamente se hospedaban en lugares rurales de la zona, por considerar que podían tener espacio y libertad para compartir momentos agradables con los amigos. Durante la aplicación

del instrumento, se pudo encuestar a un grupo de excursión empresarial correspondiente al 11% de los resultados, quienes se hospedaron en un hotel de la ciudad.

Figura 13

Quinta pregunta de la encuesta

¿Con quien realizo este viaje?
150 respuestas



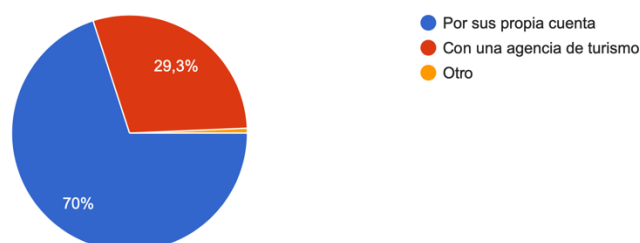
Nota. Esta grafica muestra el resultado en porcentaje de la quinta pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

Se consultó sobre las preferencias respecto a las personas con las que planean realizar el viaje de turismo, encontrando que el 70% de los examinados preferían buscar por su propia cuenta y no a través de agencias de turismo, bien sea por medio de redes sociales, recomendaciones de amigos, internet o folletos informativos, la decisión de adquisición de la oferta turística en su mayoría dependía del costo y de la información que se encontrara en metabuscadores como Google. El 29,3% dijeron que optaron por buscar agencias de viajes que facilitaran la adquisición de los planes de turismo, sin embargo, expresaron inconformidad con los precios ofertados por estas empresas.

Figura 14

Sexta pregunta de la encuesta

¿Con quien planeo este viaje?
150 respuestas



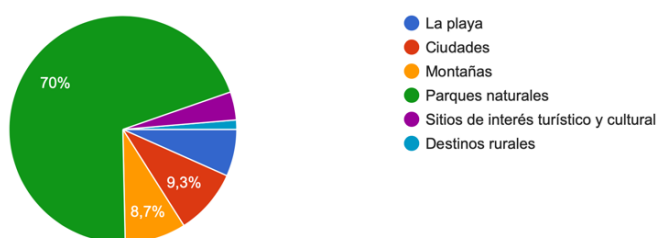
Nota. Esta grafica muestra el resultado en porcentaje de la sexta pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

También se consultó sobre las preferencias de los viajeros en cuanto a la oferta de alojamientos ecoturísticos, en la que el 70% de las personas indicaron que buscan lugares que conecten con la naturaleza, especialmente si se trataba de parques naturales asociándolo con actividades que se pudieran realizar al aire libre y en contacto directo con la naturaleza. La finalidad de esta pregunta era medir el tipo de turismo rural que prefieren los visitantes del municipio de Puerto López (Meta), empero se generó un sesgo debido a que gran parte de las personas confundieron las zonas montañosas con lugares de contacto directo con la naturaleza. Finalmente, se advierte que un porcentaje del 9,3% los viajeros prefieren visitar ciudades o cabeceras urbanas que ofrezcan diferentes comodidades a los usuarios.

Figura 15

Séptima pregunta de la encuesta

Cuando planea sus viajes de turismo, ¿Que prefiere visitar?
150 respuestas



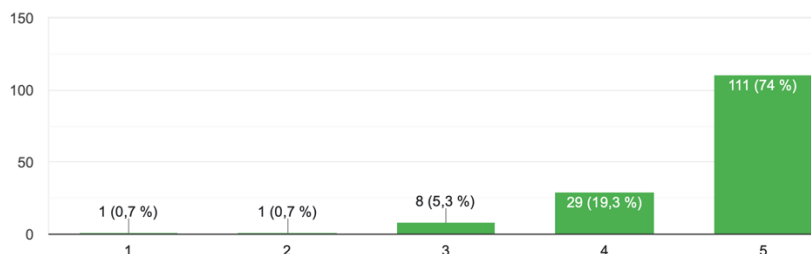
Nota. Esta grafica muestra el resultado en porcentaje de la séptima pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

En lo referente a la percepción de la relación precio oferta, el 74% de las personas están conformes con el precio de los bienes y servicios consumidos durante su experiencia, en donde solo el 5,3% afirmaron que al adquirir los servicios con agencias de turismo el costo se elevaba significativamente, a pesar de que les facilitaban realizar varias actividades en un mismo día.

Figura 16*Octava pregunta de la encuesta*

En una escala de 1 a 5, donde uno es un total desacuerdo y 5 totalmente satisfecho. ¿Considera que los precios de las actividades turísticas que ha...o a sus expectativas versus la experiencia vivida?

150 respuestas



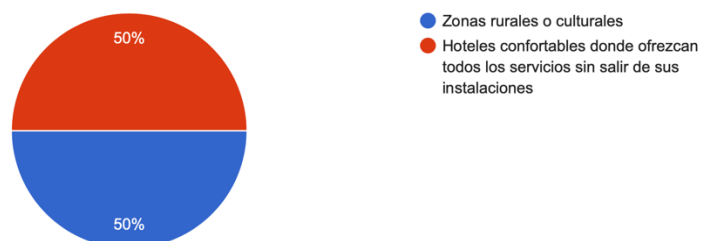
Nota. Esta grafica muestra el resultado en porcentaje de la octava pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

En cuanto a las preferencias de los turistas en la experiencia de las estadías, se evidencia que la mitad de los encuestados optan por alojarse en zonas rurales y la otra mitad prefieren hoteles todo incluido que no les implique salir del alojamiento.

Figura 17*Novena pregunta de la encuesta*

¿Prefiere usted visitar zonas rurales y culturales, o prefiere la estadía en hoteles confortables donde ofrezcan todos los servicios sin salir de sus instalaciones?

150 respuestas



Nota. Esta grafica muestra el resultado en porcentaje de la novena pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

Respecto a las expectativas de los turistas cuando se trata de agroturismo o turismo rural como opción para su plan vacacional, se encontró que las personas lo asimilan con un lugar de descanso, libre del estrés de las ciudades con contacto directo con la naturaleza, las tradiciones culturales de la región (como la música, el trabajo de llano, la gastronomía y los bailes típicos). A

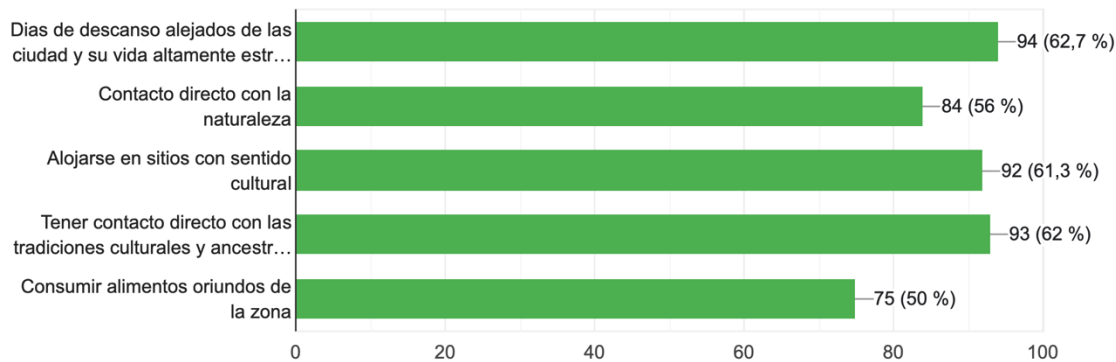
ello se suma la posibilidad de explorar lugares exóticos o deslumbrantes, a los que pocas personas han tenido acceso.

Figura 18

Decima pregunta de la encuesta

¿Cuales son sus expectativas, cuándo escucha el agroturismo como opción en sus vacaciones?

150 respuestas



Nota. Esta grafica muestra el resultado en porcentaje de la décima pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

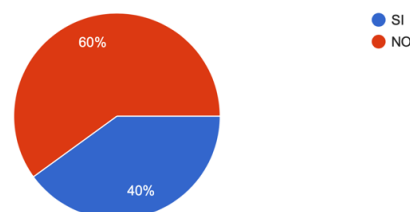
Se preguntó a los turistas si alguna vez en su vida han practicado o han vivido la experiencia del turismo rural, donde el 60% de las personas encuestadas afirmaron que sí han practicado actividades relacionadas directamente con la naturaleza, pero que no en todos los casos han dormido directamente en un sitio ecoturístico.

Figura 19

Onceava pregunta de la encuesta

¿Ha tenido la oportunidad de practicar el turismo rural?

150 respuestas



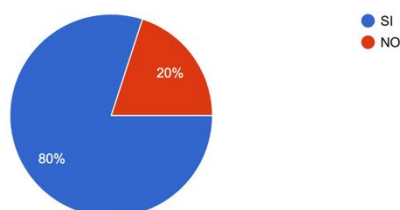
Nota. Esta grafica muestra el resultado en porcentaje de la onceava pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

Se midió la intención de visita a los sitios rurales encontrando que el 80% de las personas quisieran vivir una experiencia de agroturismo, pero sin perder las comodidades a las que están acostumbrados en la ciudad. Además, un 90% indico que les interesaría conocer más sitios naturales dentro de la ciudad de Puerto López, señalando que el trabajo de llano y la naturaleza en esta zona es un potencial gigante para la región. Los encuestados manifestaron estar muy interesados en conocer lugares de poco acceso, pero con encantadoras vistas, fauna y flora típica de la región llanera.

Figura 20

Doceava pregunta de la encuesta

Si encontrara en la zona, una lugar donde usted pueda vivir una experiencia cultural llanera con contacto directo con la naturaleza, y hospedándose ...neras, ¿Le interesaría tomar esta oferta turística?
150 respuestas

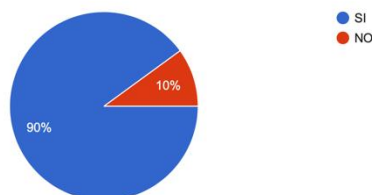


Nota. Esta grafica muestra el resultado en porcentaje de la doceava pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

Figura 21

Treceava pregunta de la encuesta

¿Considera usted que esta zona de Puerto Lopez tiene un gran potencial para implantar sitios donde se pueda realizar turismo rural?
150 respuestas



Nota. Esta grafica muestra el resultado en porcentaje de la treceava pregunta de la encuesta aplicada en esta investigación.

8. Conclusiones

El proyecto de la finca “Campo Hermoso” concuerda con las últimas tendencias y preferencias de los clientes, partiendo de la promoción del agroturismo como una nueva modalidad de vacaciones. La ubicación estratégica de la Finca permite que los turistas accedan a otros sitios turísticos y que puedan salir al municipio en caso de que lo deseen. Esta finca tiene un gran potencial que permite generar nuevas fuentes de ingreso para sus propietarios y habitantes, pudiendo realizar actividades simultaneas a las tradicionales, tales como el agroturismo que permite tener nuevas fuentes de ingreso, aportar al desarrollo económico del Municipio y Departamento; así como brindar un servicio adecuado para los turistas.

En consecuencia, existe un beneficio económico para los propietarios de la finca, pero también un beneficio social para los colaboradores de la finca y sus familias, permitiendo que tengan mayores plazas de empleo, cubran las necesidades básicas de la población, promoviendo el desarrollo del municipio. Además de estos beneficios, el proyecto al tener un enfoque sostenible permite continuar impactando positivamente a los locales, pero también a la fauna y flora a través de la concientización sobre su cuidado, preservación y recuperación, cumpliendo con las diferentes facetas del desarrollo sostenible.

Se recomienda a los dueños de la finca mejorar las instalaciones ya existentes para que tengan una capacidad de hospedaje de aproximadamente 50 personas. La casa quinta cuenta con todos los servicios básicos de luz, agua y gas. Pero se recomienda la contratación de servicios de wifi y televisión, y se adecuen las habitaciones para albergar a familias de manera independiente.

En cuanto a los sitios potenciales lo recomendable es realizar alianzas estratégicas con los sitios turísticos más representativos de la región para promover el turismo en la zona, ofertando a las posibles clientes alternativas de recreación y aprovechamiento del tiempo a un precio asequible y con alta variedad. A demás de ofrecer servicios dentro de la finca como lo es la experiencia en el trabajo de llano, el ordeño en la mañana, cabalgatas por la zona, caminatas y demás que puedan aprovechar el potencial de fauna y flora de la finca.

Con el fin de promover un turismo sostenible en Puerto López, se diseñó una estrategia de agroturismo basada en las preferencias de los visitantes, identificadas a través de una encuesta a 150 turistas. Esta propuesta busca generar un impacto positivo en la comunidad local, fortaleciendo la economía y preservando el entorno natural. Los canales de comercialización seleccionados, como Booking y Airbnb, permitirán alcanzar un público más amplio y diversificado.

Referencias bibliográficas

- Aguirre Torres, G., & Freire Díaz, Á. (2020). Modelo de gestión de turismo gastronómico para fincas agroturísticas, caso cantón Milagro. *Mapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanísticas*, 4(19), 210-227.
<https://doi.org/https://www.revistamapa.org/index.php/es/article/view/240>
- Alcaldía de Puerto López (Meta). (2023a). *Puerto Lopez - Mi Municipio - Ecología*. puertolopez-meta.gov.co: <https://www.puertolopez-meta.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Ecologia.aspx>
- Alcaldía de Puerto López (Meta). (2023b). *Presentació del Municipio*. puertolopez-meta.gov.co: <https://www.puertolopez-meta.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Presentacion.aspx>
- Asamblea Nacional Constituyente. (7 de Julio de 1991). Constitución Política de Colombia. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125>
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). (2024). *¿Qué es la sostenibilidad? Un camino urgente y sin marcha atrás*. bbva.com: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-sostenibilidad-un-camino-urgente-y-sin-marcha-atras/>
- Clima Colombia. (2023). *Clima para Puerto López*. clima.com: <https://www.clima.com/colombia/meta/puerto-lopez>
- Coll Morales, F. (5 de agosto de 2022). *Definición de Oferta*. rankia.com: <https://www.rankia.com/diccionario/economia/oferta>
- Colombia Productiva. (s.f). *¿Que hace Colombia productiva?* colombiaproductiva.com: <https://www.colombiaproductiva.com/conozcanos/que-hace-colombia-productiva>
- Congreso de la República de Colombia. (8 de marzo de 1990). Ley 32 de 1990. *Por medio de la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión del Agente de Viajes*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66143>
- Congreso de la República de Colombia. (26 de julio de 1996). Ley 300 de 1996. *Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No. 42.845. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0300_1996.html
- Congreso de la República de Colombia. (2 de febrero de 2000). Ley 561 de 2000. *Por medio de la cual se autoriza a la Asamblea Departamental del Meta para ordenar la emisión de la "Estampilla de Fomento Turístico" y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No 43.883. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0561_2000.html

- Congreso de la República de Colombia. (27 de diciembre de 2006). Ley 1110 de 2006. *Por la cual se decreta el Presupuesto de Rentas y Recursos de Capital y la Ley de Apropiações para la vigencia fiscal del 1o de enero al 31 de diciembre de 2007*. Diario Oficial No. 46.494. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1110_2006.html
- Congreso de la República de Colombia. (7 de diciembre de 2006). Ley 1111 de 2006. *Por la cual se modifica el estatuto tributario de los impuestos administrados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales*. Diario Oficial No. 46.494. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1111_2006.html
- Congreso de la República de Colombia. (29 de diciembre de 2010). Ley 1429 de 2010. *Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo*. Diario Oficial No. 47.937. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html
- Congreso de la República de Colombia. (31 de diciembre de 2020). Ley 2068 de 2020. *Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No. 51.544. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2068_2020.html
- Consejo Municipal de Villavicencio. (31 de julio de 2023). Acuerdo 587 de 2023. *por medio del cual se adopta la política pública de turismo de Villavicencio 2023-2034*. https://concejo-municipal-de-villavicencio.micolombiadigital.gov.co/sites/concejo-municipal-de-villavicencio/content/files/000279/13919_acuerdo-no-587-de-2023.pdf
- Cortes, D. (2023). *Conceptualización sobre turismo*. Universidad Cesuma. <https://www.cesuma.mx/blog/que-es-el-turismo.html>
- Darias Fuertes, M., Ramírez Pérez, J. F., & Pérez Hernández, M. d. (2016). El desarrollo del turismo rural desde la concepción de la Educación Popular. *Mendive. Revista de Educación*, 14(4), 308-313. <http://scielo.sld.cu/pdf/men/v14n4/men03416.pdf>
- Enciclopedia Humanidades. (2024). *Conceptualización de Cultura*. Editorial Etecé. <https://humanidades.com/cultura/#ixzz8ZkM1gHJJ>
- Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior (Fiducoldex). (s.f). *Información empresarial - Nosotros*. [fiducoldex.com.co: https://www.fiducoldex.com.co/nosotros](https://www.fiducoldex.com.co/nosotros)
- Fondo Nacional de Turismo (Fontur). (2023). *Quiénes somos*. [fontur.com.co: https://fontur.com.co/es/quienes-somos](https://fontur.com.co/es/quienes-somos)
- Fundación Wikimedia,. (2024). *Ruta Nacional 40 (Colombia)*. [wikipedia.org: https://es.wikipedia.org/wiki/Ruta_Nacional_40_\(Colombia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Ruta_Nacional_40_(Colombia))

- Gobernación del Meta. (2020). *Puerto López*. meta.gov.co: https://devx.meta.gov.co/media/centrodocumentacion/2020/06/08/Ficha_Municipal_Puerto_Lopez.pdf
- Google Maps. (2023). *Geo localizador Municipio de Puerto López (Meta)*. maps.app.goo.gl: <https://maps.app.goo.gl/dhKqxDuxpm97tW2Z7>
- Hurtado Rodríguez, D., & Vanegas Medina, Y. C. (2020). Diseño de plan de agroturismo para las zonas de alto potencial del municipio de Sutatausa en Cundinamarca, Colombia. *[Trabajo de grado, Universidad El Bosque]*. Repositorio Institucional. <https://repositorio.unbosque.edu.co/server/api/core/bitstreams/07bddd92-97f6-4c9a-973b-9a5bc3df7b4d/content>
- IGI Global. (2023). *What is Tourism Demand*. igi-global.com: <https://www.igi-global.com/dictionary/the-impact-of-exchange-rate-on-tourism-industry/49776>
- INNpuls Colombia. (2023). *Información empresarial - Nosotros*. innpulsacolombia.com: <https://www.innpulsacolombia.com/nosotros/>
- Instituto Nacional de Metrología (INM). (2021). *Misión, Visión, Creación, Objetivo, Funciones y Obligaciones del INM*. inm.gov.co: <https://inm.gov.co/web/mision-y-vision/>
- Jiménez Castro, J. D. (2021). Análisis de la efectividad de las acciones y estrategias del Banco de Desarrollo Empresarial – Bancóldex, en la reactivación económica de las mipymes del sector comercio y turismo durante la pandemia COVID-19. *[Trabajo de grado, Universidad Militar Nueva Granada]*. Repositorio Institucional. <https://repository.unimilitar.edu.co/items/6e366189-d899-46b0-a4af-bdbf06c8bcd8>
- Martínez Bencardino, C. (2012). *Estadística y Muestreo* (13a ed.). Ecoe Ediciones.
- Medrano Acosta, D. A. (2020). *Turisteando ando en la Orinoquia*. *[Documento de trabajo, Universidad de los Andes]*. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/1992/31445>
- Mendez, R. (23 de abril de 2009). *¿Qué es la ruralidad? Por el doctor Marcelo Sili*. acabase.com.a: <http://portal.acabase.com.ar/lacooperacion/Lists/EntradasDeBlog/Post.aspx?ID=128>
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Colombia. (28 de enero de 2005). Resolución 0118 de 2005. *Por la cual se establecen los criterios técnicos de las diferentes actividades o servicios de ecoturismo de conformidad con lo dispuesto en el párrafo del artículo 12 del Decreto 2755 de 2003*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/historico->

normatividad/2005/resolucion-0118-del-28-de-enero-de-2005-por-la-cua/resolucion-0118-del-28-de-enero-de-2005.pdf.aspx

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (2 de febrero de 2005). Resolución 0236 de 2005. *por la cual se modifican las tarifas de inscripción y de actualización en el Registro Nacional de Turismo*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/656c83d2-6e26-44ca-bae3-623238e27666/Resolucion-0236-de-14-de-febrero-2005-Por-el-cual.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (8 de abril de 2005). Resolución 0657 de 2005. *"Por la cual se reglamenta la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje que prestan sus servicios en Colombia"*. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=16635&dt=S>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (17 de diciembre de 2009). Resolución 3772 de 2009. *por la cual se determinan unos prestadores de servicios turísticos*. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=4027092>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (29 de junio de 2011). Resolución 2349 de 2011. *Por la cual se crea el Comité de Capacitación y Formación Turística y se dictan otras disposiciones*. <https://faolex.fao.org/docs/pdf/col104148.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (25 de junio de 2014). Resolución 2804 de 2014. *por la cual se reglamenta el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística*. [https://www.suin-juriscol.gov.co/clp/contenidos.dll/Resolucion/4026545?fn=document-frame.htm\\$f=templates\\$3.0](https://www.suin-juriscol.gov.co/clp/contenidos.dll/Resolucion/4026545?fn=document-frame.htm$f=templates$3.0)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (28 de diciembre de 2015). Resolución 3860 de 2015. *Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización para las actividades del denominado Turismo de Aventura y la Sostenibilidad Turística*. https://normas.cra.gov.co/gestor/docs/resolucion_mincomercioit_3860_2015.htm

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (05 de octubre de 2015). Resolución No. 3160 de 2015. *“Por la cual se establecen los requisitos para la certificación en Normas Técnicas Sectoriales obligatorias y voluntarias por medio de la plataforma virtual para la certificación en calidad turística”*. https://normas.cra.gov.co/gestor/docs/resolucion_mincomercioit_3160_2015.htm

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (1 de febrero de 2016). Circular 002 de 2016. *Cobro IVA por servicios prestadores*.
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/c46f5b6c-ec31-49c4-aa67-a59596519643/Circular-002-de-2016-quot-Cobro-IVA-por-servicios.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (16 de febrero de 2016). Circular 003 de 2016. *Contratación de guías de turismo y prestadores de servicio turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo*.
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2016/circular-003-de-2016-contratacion-de-guias-de-turi/circular-003-de-2016.pdf.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (2021). *Estadísticas departamentales*. Centro de Información Turística de Colombia (CITUR).
<https://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental#gsc.tab=0>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (2022). Plan sectorial de turismo 2022 – 2026. *Turismo en Armonía con la vida*. MinCIT.
<https://www.mincit.gov.co/participa/consulta-ciudadana/20-12-2022-plan-sectorial-de-turismo-vfpp.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (2023). *Política de Turismo Sostenible: Unidos por la Naturaleza*. MinCIT. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (2024). *Perfiles Económicos Departamentales - Departamento del Meta*. MinCIT.
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos/perfiles-economicos-por-departamentos/meta/enero-2024/oe-e-perfil-departamental-meta-24ene24.pdf.aspx>
- Ministerio de Transporte, Colombia. (2023). Plan Maestro de Transporte Intermodal PMTI. *Una política de estado para hacer de Colombia un país más competitivo*. Mintransporte.
https://www.ani.gov.co/sites/default/files/u233/pmti_entregable_1_final_nov11.pdf
- Miranda Barros, A. V., Caballero Granado, J. D., & Rolón Rodríguez, B. M. (2023). Problemáticas del Turismo Colombiano. *Revista Investigación & Gestión*, 6(2), 15-23.
<https://doi.org/10.22463/26651408.4287>

- ONU Turismo. (2021). *Glosario de términos de turismo*. unwto.org: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%2C%20profesionales%20o%20de%20negocios>.
- ONU Turismo. (s.f). *Conceptualización de Turismo Rural*. unwto.org: <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2010). Chapter 1. Development and needs for tourism statistics. En *International Recommendations for Tourism Statistics for Tourism Statistics 2008* (págs. 12-18). Organización Mundial del Turismo (OMT). https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=12
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2018). *Introducción al Turismo*. OMT. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>
- Peiro Ucha, A. (26 de enero de 2024). *Demanda: Qué es, características y tipos*. economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Presidencia de la República de Colombia. (30 de mayo de 1994). Decreto 1095 de 1994. *Por el cual se adopta el Código de Ética Profesional del Agente de Viajes y Turismo*. Diario oficial No.41.375. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1223232>
- Presidencia de la República de Colombia. (14 de abril de 1997). Decreto 1075 de 1997. *Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos*. Diario Oficial No.43.023. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14696>
- Presidencia de la República de Colombia. (28 de febrero de 1997). Decreto 503 de 1997. *Por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Guía de Turismo de que trata el artículo 94 de la Ley 300 de 1996*. Diario Oficial No. 42.994. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1109383>
- Presidencia de la República de Colombia. (28 de febrero de 1997). Decreto 504 de 1997. *"Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo de que tratan los artículos 61 y 62 de la Ley 300 de 1996"*. Diario Oficial No.42.994. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=9246>

- Presidencia de la República de Colombia. (27 de octubre de 2000). Decreto 2194 de 2000. *por el cual se deroga el Decreto 2140 de 1998 y se dictan unas disposiciones*. Diario Oficial No.44.212. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1416470>
- Presidencia de la República de Colombia. (3 de septiembre de 2001). Decreto 1825 de 2001. *por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los Guías de Turismo*. Diario Oficial No.44.543. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1357106>
- Presidencia de la República de Colombia. (30 de marzo de 2007). Decreto 1036 de 2007. *Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo a que se refiere la Ley 1101 de 2006*. Diario Oficial NO.46.586. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=27981>
- Presidencia de la República de Colombia. (23 de mayo de 2007). Decreto 1782 de 2007. *por medio del cual se reglamenta el Impuesto con destino al turismo*. Diario Oficial No. 46.637. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=25012>
- Presidencia de la República de Colombia. (9 de julio de 2009). Decreto 2590 de 2009. *Por el cual se reglamentan las Leyes 300 de 1996 y 1101 de 2006*. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36779>
- Presidencia de la República de Colombia. (9 de julio de 2010). Decreto 2438 de 2010. *"Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos"*. Diario Oficial nO. 47.765. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=39997>
- Presidencia de la República de Colombia. (1 de octubre de 2014). Decreto 1903 de 2014. *Por el cual se reglamenta la devolución del Impuesto sobre las ventas a los turistas extranjeros no residentes en Colombia por la compra de bienes en el territorio nacional...* Diario Oficial No.49.291. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=59599>
- Presidencia de la República de Colombia. (23 de febrero de 2016). Decreto 297 de 2016. *por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para los servicios turísticos, establecida en el literal d) del artículo 481 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 55 de la Ley 1607 de 2012*. Diario Oficial No. 49.795. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/30021720>

- ProColombia. (2024). *Conozca a ProColombia*. procolombia.co:
<https://procolombia.co/nosotros/que-es-procolombia>
- Real Academia Española. (2023). Definición de recurso natural. Diccionario panhispánico del español jurídico. <https://dpej.rae.es/lema/recurso-natural>
- Román, B., & Font, X. (2014). Turismo sustentable como herramienta de competitividad en Chile. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(3), 421-446.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180731336001>
- Rosquez, A. (s.f). Sostenibilidad en el Agroturismo. CEUPE - European Bussiness School.
<https://www.ceupe.pe/blog/sostenibilidad-y-agroturismo-un-enfoque-responsable-para-la-conexion-con-la-naturaleza.html#:~:text=La%20sostenibilidad%20en%20el%20agroturismo,tur%C3%ADstica%20en%20las%20zonas%20rurales.>
- Saavedra Camargo, J. A., García Revilla, M. R., Martínez Moure, O., & Mora Forero, J. (2021). *Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: Estudio de casos*. Universidad a Distancia de Madrid. <https://udimundus.udima.es/handle/20.500.12226/896>
- Sánchez Carrasco, R. A. (2024). El agroturismo y oferta turística en el sector de valle hermoso del cantón pelileo. [Trabajo de grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/41730>
- Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (2022). *Turismo*. Alcaldía Distrital de Bogotá. <https://www2.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/de-la-la-z/turismo#:~:text=La%20historia%20del%20turismo%20es,las%20Olimpiadas%20cada%20cuatro%20a%C3%B1os.>
- Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (2024). *Glosario Turismo*. Alcaldía Distrital de Bogotá. <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/de-la-la-z/turismo>
- Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) . (s.f). *El mercado y su funcionamiento*. sernac.cl:
<https://www.sernac.cl/portal/607/w3-propertyvalue-21057.html>
- Socatelli, M. (2013). *Mercadeo aplicado al turismo: La comercialización de servicios, productos y destinos turísticos sostenibles*. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.
- Soto, D. (2006). *La identidad cultural y el desarrollo territorial rural, una aproximación desde Colombia*. RIMISP - Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural Colombia.
www.rimisp.org/getdoc.php?docid=3744

- Subsecretaría de Ambiente, Argentina. (s.f). *¿Qué es la biodiversidad?* argentina.gob.ar:
<https://www.argentina.gob.ar/ambiente/contenidos/biodiversidad>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f). *Nuestra entidad*. sic.gov.co:
<https://sedeelectronica.sic.gov.co/nuestra-entidad>
- Superintendencia de Sociedades. (s.f). *Quiénes somos*. supersociedades.gov.co:
<https://www.supersociedades.gov.co/web/nuestra-entidad/quienes-somos>
- Universidad Europea. (21 de diciembre de 2023). Agroturismo: desarrollo y actividades. [Blog].
Turismo. <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-agroturismo/>
- Universidad Nacional de Quilmes. (7 de septiembre de 2020). *El turismo rural y de naturaleza será la preferencia de los viajeros*. deya.unq.edu.a: <https://deya.unq.edu.ar/2020/09/el-turismo-rural-y-de-naturaleza-sera-la-preferencia-de-los-proximo-viajer/>
- Vega Barreto, V. A. (2016). El turismo rural o agroturismo visto como alternativa de ingresos, generando valor agregado a las actividades agropecuarias de la región Fortuleña. [Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional.
<https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/b7da8c76-ea24-4d04-92be-6735caa4ffa2>
- Weather Spark. (2023). *El clima y el tiempo promedio en todo el año en Puerto López Colombia*.
weatherspark.com: <https://es.weatherspark.com/y/25249/Clima-promedio-en-Puerto-L%C3%B3pez-Colombia-durante-todo-el-a%C3%B1o>

Anexos

Anexo 1 Estructura Encuesta

Percepción agroturismo

Bienvenidos a la encuesta sobre el potencial del Agroturismo en la zona de Puerto Lopez (Meta), su participación es voluntaria y en cumplimiento con la Ley 1581 de 2012 y los decretos 1377 de 2013 y 886 de 2014, se informa que el tratamiento de sus datos personales, salvo la información pública, no podrán estar disponibles en internet u otros medios de divulgación o comunicación masiva, salvo que el acceso sea técnicamente controlable para brindar un conocimiento restringido a los titulares o terceros autorizados conforme a la presente ley .

Por lo cual, si usted autoriza la realización de la siguiente encuestas por favor de clic en el botón SIGUIENTE, d lo contrario puede cerrar este cuestionario ahora, recuerde que los resultados se socializaran con los dueños de la finca "Campo Hermoso" y las entidades académicas de la Universidad Santo Tomás, sede Villavicencio, de manera anónima y con el fin de plantear estrategias de mejora netamente académicas.

** Indica que la pregunta es obligatoria*

Sección sin título

1. ¿Cuál es su lugar de origen? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Bogotá
- ☐ Villavicencio
- ☐ Región Caribe
- ☐ Región Orinoquía
- ☐ Región Amazonica
- ☐ Región Pacifica
- ☐ Extranjero

2. ¿En qué época del año prefiere usted viajar o tomar vacaciones? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Diciembre (Navidad)
- ☐ Junio (Vacaciones de medio año)
- ☐ Semana Santa
- ☐ Puentes festivos

3. ¿Que lo motivo a visitar estos sitios turísticos? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Vacaciones
- ☐ Negocios
- ☐ Esparcimiento familiar
- ☐ Otro

4. ¿En dónde se esta hospedando actualmente? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Casa Familiar
- ☐ Hotel
- ☐ Hospedaje rural
- ☐ Camping
- ☐ Casa propia

5. ¿Con quien realizo este viaje? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Familia
- ☐ Amigos
- ☐ Compañeros de trabajo
- ☐ Otro

6. ¿Con quien planeo este viaje? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Por sus propia cuenta
- ☐ Con una agencia de turismo
- ☐ Otro

7. Cuando planea sus viajes de turismo, ¿Que prefiere visitar? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ La playa
- ☐ Ciudades
- ☐ Montañas
- ☐ Parques naturales
- ☐ Sitios de interés turístico y cultural
- ☐ Destinos rurales

8. En una escala de 1 a 5, donde uno es un total desacuerdo y 5 totalmente satisfecho.

¿Considera que los precios de las actividades turísticas que ha realizado en la zona, son justos de acuerdo a sus expectativas versus la experiencia vivida?

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Tota	☐	☐	☐	☐	☐	Totalmente satisfecho

9. ¿Prefiere usted visitar zonas rurales y culturales, o prefiere la estadía en hoteles confortables donde ofrezcan todos los servicios sin salir de sus instalaciones?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Zonas rurales o culturales
- ☐ Hoteles confortables donde ofrezcan todos los servicios sin salir de sus instalaciones

10. Si encontrara en la zona, un lugar donde usted pueda vivir una experiencia cultural llanera con contacto directo con la naturaleza, y hospedándose en fincas netamente llaneras, ¿Le interesaría tomar esta oferta turística?

Marca solo un óvalo.

- ☐ SI
- ☐ NO

11. ¿Cuales son sus expectativas, cuándo escucha el agroturismo como opción en sus vacaciones? *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Dias de descanso alejados de las ciudad y su vida altamente estresante
- ☐ Contacto directo con la naturaleza
- ☐ Alojarse en sitios con sentido cultural
- ☐ Tener contacto directo con las tradiciones culturales y ancestrales de la zona
- ☐ Consumir alimentos oriundos de la zona

12. ¿Ha tenido la oportunidad de practicar el turismo rural? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ SI
- ☐ NO

13. ¿Considera usted que esta zona de Puerto Lopez tiene un gran potencial para implantar sitios donde se pueda realizar turismo rural?

Marca solo un óvalo.

- ☐ SI
- ☐ NO

Nota. Esta figura muestra la quinta página de la encuesta realizada para medir la expectativa del agroturismo en la zona de Puerto López (Meta).