



**MinCIT**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo



**PROYECTO FNT-07-2014 “ESTRUCTURACION DEL PRODUCTO  
TURISTICO DE PESCA DEPORTIVA PARA EL DEPARTAMENTO DEL  
VICHADA”**

**INFORME FINAL**

1

---

Presentador por: NAKUSA RED TURISTICA-CARMENCITA PINEDA-  
Contratista

Abril del 2015



Primer informe  
Contrato No. 221 del 2014 Celebrado entre FIDUCOLDEX y NAKUSA RED  
TURISTICA- Carmencita Pineda Vega



## • INDICE

2. INTRODUCCIÓN.....	12
3. OBJETIVOS.....	15
4. METODOLOGÍA .....	16
4.1 FASE I. Organización y planificación del proyecto.....	17
4.1.2 Objetivo.....	18
4.1.3 Actividades.....	18
4.1.4 Metodología.....	18
4.1.4.1 Diseño de instrumento de aplicación.....	19
4.1.5 Proceso de sensibilización y aplicación de fichas técnicas.....	20
4.2 FASE II. Recopilación de la información para la complementación del diagnostico del proyecto .....	22
4.2.1 Localización.....	23
4.2.1.1 Municipio de Puerto Carreño.....	24
4.2.1.2 Municipio de La Primavera.....	26
4.2.1.3 Municipio de Santa Rosalía.....	26
4.2.2 Infraestructura y accesibilidad.....	27
4.2.2.1 Infraestructura vial.....	27
4.2.2.2 Aeropuertos.....	27
4.2.2.3 Terminales de transporte.....	28
4.2.2.4 Hospitales.....	28
4.2.2.5 Oficinas bancarias.....	28
4.2.2.6 Centros comerciales.....	29
4.2.2.7 Transporte fluvial.....	29
4.2.3 Oferta hídrica.....	29
4.2.3.1 Cuenca Rio Orinoco.....	30
4.2.3.2 Sub Cuenca Río Meta.....	31
4.2.3.3 Sub Cuenca río Bitá.....	32
4.2.3.4 Sub Cuenca Río Tomo.....	32
4.2.3.5 Sub Cuenca Caño Murciélago.....	32
4.2.3.6 Sub Cuenca Río Mesetas.....	32

4.2.4	Concepto de la pesca deportiva.....	33
4.2.5	Datos históricos de la pesca.....	34
4.2.6	Marco legal y normativo.....	37
4.2.7	Los métodos y elementos más utilizados en pesca deportiva.....	41
4.2.8	Principales lugares de pesca.....	41
4.2.8.1	Ruta Río Bitá.....	42
4.2.8.2	Ruta Río Orinoco.....	44
4.2.8.3	Ruta Río Meta.....	46
4.2.9	Oferta y potencial de desarrollo.....	46
4.3	FASE III. Diagnostico, identificación y análisis del producto turístico.....	50
4.3.1	Agencias de viaje y/o operadores turísticos.....	55
4.3.1.1	Identificación y caracterización de la oferta de agencias de viajes / Operador turístico en la zona de influencia del producto turístico, pesca deportiva- Municipio de Puerto Carreño.....	56
4.3.1.2	Identificación y caracterización de la oferta de agencias de viajes / operador turístico en la zona de influencia del producto turístico pesca deportiva- Municipio de La primavera.....	64
4.3.2	Evaluación de los servicios y atractivos del producto.....	73
4.3.2.1	Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte del producto turístico en el municipio de Puerto Carreño.....	73
4.3.2.2	Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte del producto turístico en el municipio de La Primavera.....	84
4.3.3	Equipamiento.....	88
4.3.3.	Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estados del arte del equipamiento del producto turístico en el municipio de Puerto Carreño.....	88
4.3.4	Accesibilidad.....	96
4.3.4.	Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte de accesibilidad turístico en el municipio de Puerto Carreño.....	96
4.3.4.1	Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte de accesibilidad turístico en el municipio de La Primavera.....	101

<b>4.3.5 Infraestructura</b> .....	<b>110</b>
4.3.5.1 Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte de servicio de alojamiento en el municipio de Puerto Carreño.....	<b>112</b>
4.3.5.2 Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte de servicio de alojamiento en el municipio de La Primavera. ....	<b>143</b>
4.3.5.3 Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte de la oferta de alojamiento en el municipio de Santa Rosalía.....	<b>167</b>
4.3.5.4 Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte de la oferta en restaurantes en el municipio de Puerto Carreño.....	<b>181</b>
4.3.5.5 Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte de la oferta en restaurantes en el municipio de La Primavera.....	<b>195</b>
4.3.5.6. Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte de la oferta de restaurantes en el municipio de Santa Rosalía.....	<b>210</b>
<b>4.3.6 Administración y gobernabilidad</b> .....	<b>210</b>
<b>4.3.7 Tecnología</b> .....	<b>218</b>
<b>4.3.8 Capacitación</b> .....	<b>219</b>
4.3.8.1 Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte de la capacitación turística en el municipio de Puerto Carreño.....	<b>220</b>
4.3.8.2. Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte de la capacitación turística en el municipio de la primavera.....	<b>223</b>
<b>4.3.9 Estudio de mercado</b> .....	<b>226</b>
4.3.9.1. Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte del estudio de mercado en el municipio de puerto Carreño.....	<b>226</b>
4.3.9.2. Presentación y análisis de resultados exploración inicial del estado del arte de la capacitación turística en el municipio de la primavera.....	<b>237</b>
<b>4.3.10 Observaciones para mejorar la operación del producto</b> .....	<b>239</b>
<b>Conclusiones</b> .....	<b>241</b>

5. Anexos.....243

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Clasificación por Sub Cuencas Hidrográficas.....	<b>31</b>
<b>Tabla 2:</b> Valor tasa por actividades pesquera y acuícola.....	<b>40</b>
<b>Tabla 3:</b> Principales Zonas del Rio Bitá donde se Realiza Pesca Deportiva...	<b>43</b>
<b>Tabla 4:</b> Principales Zonas del Rio Orinoco donde se Realiza Pesca Deportiva.....	<b>45</b>
<b>Tabla 5:</b> Principal Zona del Rio Meta donde se Realiza Pesca Deportiva.....	<b>46</b>
<b>Tabla 6:</b> Principales especies atractivas para la pesca deportiva.....	<b>48</b>
<b>Tabla 7:</b> Otras especies aprovechadas para la pesca deportiva.....	<b>48</b>
<b>Tabla 8:</b> Presentación de metodología y tabulación de información.....	<b>53</b>
<b>Tabla 9:</b> Agencias de viajes y turismo.....	<b>55</b>
<b>Tabla 10:</b> Agencia de viajes y operadoras turísticas.....	<b>55</b>
<b>Tabla 11:</b> Relación agencias de viajes / operadores turísticos de Puerto Carreño.....	<b>57</b>
<b>Tabla 12:</b> Relación Agencia de viajes / operadores turísticos según su actividad.....	<b>58</b>
<b>Tabla 13:</b> Descripción servicios y Productos turísticos de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos s/n su actividad.....	<b>59</b>
<b>Tabla 14:</b> Servicios Complementarios.....	<b>61</b>
<b>Tabla 15:</b> Relación Agencias de Viajes / Operadores Turísticos según su actividad.....	<b>65</b>
<b>Tabla 16:</b> Descripción servicios y Productos Turísticos de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos según su actividad.....	<b>65</b>
<b>Tabla 17:</b> Descripción Personal de la Agencia de Viajes/Operador Turístico.....	<b>67</b>
<b>Tabla 18:</b> Servicios Complementarios.....	<b>70</b>
<b>Tabla 19:</b> Consolidado Resultados Descripción del Producto Identificado....	<b>73</b>
<b>Tabla 20:</b> Criterios de Calificación.....	<b>76</b>
<b>Tabla 21:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con el producto turístico de pesca deportiva.....	<b>77</b>
<b>Tabla 22:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios.....	<b>79</b>
<b>Tabla 23:</b> Criterios de Calificación.....	<b>84</b>

<b>Tabla 24:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con el producto turístico de pesca deportiva.....	<b>85</b>
<b>Tabla 25:</b> Respuestas Cantidad Embarcaciones y Recurso Humano utilizado en Temporada de pesca deportiva.....	<b>89</b>
<b>Tabla 26:</b> Consolidado Cantidad Embarcaciones y Recurso Humano utilizado en Temporada de pesca deportiva.....	<b>90</b>
<b>Tabla 27:</b> Relación Elementos que conforman la dotación utilizada para instalar un campamento.....	<b>92</b>
<b>Tabla 28:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad.....	<b>96</b>
<b>Tabla 29:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad.....	<b>101</b>
<b>Tabla 30:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios.....	<b>105</b>
<b>Tabla 31:</b> Hoteles municipio de Puerto Carreño, primavera y Santa Rosalía.....	<b>110</b>
<b>Tabla 32:</b> Relación establecimiento de alojamiento Puerto Carreño Encuestados.....	<b>112</b>
<b>Tabla 33:</b> Ubicación Alojamiento.....	<b>113</b>
<b>Tabla 34:</b> Años de funcionamiento del Establecimiento de Alojamiento.....	<b>114</b>
<b>Tabla 35:</b> Afiliación del alojamiento a una organización gremial o asociativa.....	<b>116</b>
<b>Tabla 36:</b> Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros.....	<b>118</b>
<b>Tabla 37:</b> Tipo de habitaciones y cantidad establecimientos de alojamiento.....	<b>119</b>
<b>Tabla 38:</b> Capacidad total de alojamiento.....	<b>120</b>
<b>Tabla 39:</b> Precio habitación por persona según tipo habitación.....	<b>122</b>
<b>Tabla 40:</b> Tarifa promedio habitación por persona según tipo habitación.....	<b>123</b>
<b>Tabla 41:</b> Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes.....	<b>125</b>
<b>Tabla 42:</b> Dotación de las habitaciones.....	<b>127</b>
<b>Tabla 43:</b> Número de Camas según su dimensión.....	<b>129</b>
<b>Tabla 44:</b> Utilización de Camarote.....	<b>130</b>

<b>Tabla 45:</b> Lencería utilizada en las camas.....	<b>131</b>
<b>Tabla 46:</b> Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos.....	<b>133</b>
<b>Tabla 47:</b> Descripción Personal del Hotel.....	<b>136</b>
<b>Tabla 48:</b> Sitios de Alojamiento en hotel o en lugares diferentes al campamento de pesca.....	<b>140</b>
<b>Tabla 49:</b> Preferencia Sitios de Alojamiento en hotel o en lugares diferentes al campamento de pesca elegidos por los encuestados.....	<b>141</b>
<b>Tabla 50:</b> Relación establecimiento de alojamiento La Primavera Encuestados.....	<b>144</b>
<b>Tabla 51:</b> Ubicación Alojamiento.....	<b>144</b>
<b>Tabla 52:</b> Años de funcionamiento del Establecimiento de Alojamiento.....	<b>145</b>
<b>Tabla 53:</b> Afiliación del alojamiento a una organización gremial o asociativa.....	<b>147</b>
<b>Tabla 54:</b> Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros.....	<b>148</b>
<b>Tabla 55:</b> Tipo de habitaciones y cantidad.....	<b>150</b>
<b>Tabla 56:</b> Capacidad total de alojamiento.....	<b>151</b>
<b>Tabla 57:</b> Precio habitación por persona según tipo habitación.....	<b>152</b>
<b>Tabla 58:</b> Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes.....	<b>154</b>
<b>Tabla 59:</b> Dotación de las habitaciones.....	<b>155</b>
<b>Tabla 60:</b> Número de Camas según su dimensión.....	<b>158</b>
<b>Tabla 61:</b> Utilización de Camarote.....	<b>159</b>
<b>Tabla 62:</b> Lencería utilizada en las camas.....	<b>160</b>
<b>Tabla 63:</b> Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos.....	<b>162</b>
<b>Tabla 64:</b> Descripción Personal del Hotel.....	<b>164</b>
<b>Tabla 65:</b> Relación establecimiento de alojamiento La Primavera Encuestados.....	<b>168</b>
<b>Tabla 66:</b> Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros.....	<b>168</b>
<b>Tabla 67:</b> Tipo de habitaciones y cantidad.....	<b>169</b>
<b>Tabla 68:</b> Precio habitación por persona según tipo habitación.....	<b>170</b>
<b>Tabla 69:</b> Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes.....	<b>171</b>
<b>Tabla 70:</b> Dotación de las habitaciones.....	<b>172</b>
<b>Tabla 71:</b> Número de Camas según su dimensión.....	<b>174</b>
<b>Tabla 72:</b> Utilización de Camarote y lencería según su calidad.....	<b>175</b>
<b>Tabla 73:</b> Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos.....	<b>172</b>
<b>Tabla 74:</b> Descripción Personal del Hotel.....	<b>177</b>
<b>Tabla 75:</b> Relación Restaurantes Puerto Carreño Encuestados.....	<b>181</b>

<b>Tabla 76:</b> Ubicación Restaurante.....	<b>182</b>
<b>Tabla 77:</b> Años de funcionamiento del Restaurante.....	<b>183</b>
<b>Tabla 78:</b> Afiliación del Restaurante a una organización gremial o asociativa.....	<b>184</b>
<b>Tabla 79:</b> Número de Mesas.....	<b>185</b>
<b>Tabla 80:</b> Capacidad Total del Restaurante.....	<b>186</b>
<b>Tabla 81:</b> Precio promedio según el tipo de plato.....	<b>187</b>
<b>Tabla 82:</b> Tipos de Platos ofrecidos por el Restaurante.....	<b>188</b>
<b>Tabla 83:</b> Adecuaciones Especiales Restaurantes.....	<b>190</b>
<b>Tabla 84:</b> Servicios Complementarios ofrecidos por el Restaurante.....	<b>192</b>
<b>Tabla 85:</b> Relación Restaurantes de la Primavera Encuestados.....	<b>195</b>
<b>Tabla 86:</b> Ubicación Restaurante.....	<b>196</b>
<b>Tabla 87:</b> Años de funcionamiento del Restaurante.....	<b>197</b>
<b>Tabla 88:</b> Afiliación del Restaurante a una organización gremial o asociativa.....	<b>197</b>
<b>Tabla 89:</b> Número de Mesas.....	<b>199</b>
<b>Tabla 90:</b> Capacidad Total del Restaurante.....	<b>199</b>
<b>Tabla 91:</b> Precio promedio según el tipo de plato.....	<b>201</b>
<b>Tabla 92:</b> Tipos de Platos ofrecidos por el Restaurante.....	<b>201</b>
<b>Tabla 93:</b> Adecuaciones especiales.....	<b>202</b>
<b>Tabla 94:</b> Servicios Complementarios ofrecidos por el Restaurante.....	<b>204</b>
<b>Tabla 95:</b> Descripción Personal del Restaurante.....	<b>206</b>
<b>Tabla 96:</b> Capacitación del Personal Prestador del Servicio.....	<b>220</b>
<b>Tabla 97:</b> Capacitación del Personal Prestador del Servicio.....	<b>223</b>
<b>Tabla 98:</b> Costos paquetes turísticos entre 6 y 8 días todo incluido.....	<b>226</b>
<b>Tabla 99:</b> Costos servicios turísticos por persona/día.....	<b>227</b>
<b>Tabla 100:</b> Otros bienes y servicios que adquiere el turista diferente a los ofrecidos por los prestadores de servicios turísticos y promedio de dinero que gasta.....	<b>229</b>
<b>Tabla 101:</b> Ingreso total en la temporada y cuanto la ganancia neta.....	<b>231</b>
<b>Tabla 102:</b> Conocimiento sobre los costos de Operación.....	<b>232</b>
<b>Tabla 103:</b> Actividades de Comercialización del Producto Turístico.....	<b>235</b>
<b>Tabla 104:</b> Actividades de Comercialización del Producto Turístico.....	<b>237</b>
<b>Tabla 105:</b> Consolidado Observaciones y/o comentarios Ficha 1 Encuesta.....	<b>239</b>

## LISTA DE GRÁFICAS

<b>Grafica 1:</b> Descripción servicios y Productos Turísticos de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos según su actividad.....	<b>60</b>
<b>Grafica 2:</b> Servicios complementarios	62
<b>Grafica 3:</b> Descripción servicios y Productos Turísticos de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos según su actividad	67
<b>Grafica 4:</b> Servicios complementarios	71
<b>Grafica 5:</b> Descripción del Producto Identificado	74
<b>Grafica 6:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con el producto turístico de pesca deportiva	78
<b>Grafica 7:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios	82
<b>Grafica 8:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con el producto turístico de pesca deportiva	86
<b>Grafica 9:</b> Consolidado Cantidad Embarcaciones y Recurso Humano utilizado en Temporada de pesca deportiva	90
<b>Grafica 10:</b> Elementos que conforman la dotación utilizada para instalar un campamento	94
<b>Grafica 11:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad	98
<b>Grafica 12:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad	103
<b>Grafica 13:</b> Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios	107
<b>Grafica 14:</b> Ubicación Alojamiento	113
<b>Grafica 15:</b> Años de funcionamiento del Establecimiento de Alojamiento	115
<b>Grafica 16:</b> Afiliación del alojamiento a una organización gremial o asociativa	116
<b>Grafica 17:</b> Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros	118
<b>Grafica 18:</b> Tipo de habitaciones y cantidad establecimientos de alojamiento	120
<b>Grafica 19:</b> Capacidad total de alojamiento	121
<b>Grafica 20:</b> Precio habitación por persona según tipo habitación	124
<b>Grafica 21:</b> Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes	126
<b>Grafica 22:</b> Dotación de las habitaciones	128
<b>Grafica 23:</b> Porcentaje de Camas existentes según su dimensión	130

- Grafica 24:** Utilización de Camarote131
- Grafica 25:** Lencería utilizada en las camas131
- Grafica 26:** Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos134
- Grafica 27:** Descripción Personal del Hotel137
- Grafica 28:** Sitios de Alojamiento en hotel o en lugares diferentes al campamento de pesca141
- Grafica 29:** Preferencia Sitios de Alojamiento en hotel o en lugares diferentes al campamento de pesca elegidos por los encuestados142
- Grafica 30:** Ubicación Alojamiento145
- Grafica 31:** Años de funcionamiento del Establecimiento de Alojamiento146
- Grafica 32:** Afiliación del alojamiento a una organización gremial o asociativa147
- Grafica 33:** Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros149
- Grafica 34:** Tipo de habitaciones y cantidad150
- Grafica 35:** Capacidad total de alojamiento151
- Grafica 36:** Precio habitación por persona según tipo habitación 153
- Grafica 37:** Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes154
- Grafica 38:** Dotación de las habitaciones157
- Grafica 39:** Porcentaje de Camas existentes según su dimensión159
- Grafica 40:** Utilización de Camarote159
- Grafica 41:** Lencería utilizada en las camas160
- Grafica 42:** Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos163
- Grafica 43:** Descripción Personal del Hotel166
- Grafica 44:** Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros 169
- Grafica 45:** Tipo de habitaciones y cantidad170
- Grafica 46:** Precio habitación por persona según tipo habitación 171
- Grafica 47:** Dotación de las habitaciones173
- Grafica 48:** Porcentaje de Camas existentes según su dimensión174
- Grafica 49:** Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos176
- Grafica 50:** Descripción personal del hotel178
- Grafica 51:** Ubicación Restaurante182
- Grafica 52:** Años de funcionamiento del Restaurante183
- Grafica 53:** Afiliación del Restaurante a una organización gremial o asociativa184
- Grafica 54:** Número de Mesas185
- Grafica 55:** Capacidad Total del Restaurante186

- Grafica 56:** Precio promedio según el tipo de 188
- Grafica 57:** Adecuaciones Especiales Restaurantes 190
- Grafica 58:** Servicios Complementarios ofrecidos por el Restaurante 193
- Grafica 59:** Ubicación Restaurante 196
- Grafica 60:** Afiliación del Restaurante a una organización gremial o asociativa 198
- Grafica 61:** Número de Mesas 199
- Grafica 62:** Capacidad Total del Restaurante 200
- Grafica 63:** Precio promedio según el tipo de plato 201
- Grafica 64:** Adecuaciones especiales 203
- Grafica 65:** Servicios Complementarios ofrecidos por el Restaurante 205
- Grafica 66:** Descripción Personal del Restaurante 207
- Grafica 67:** Capacitación del Personal Prestador del Servicio 221
- Grafica 68:** Capacitación del Personal Prestador del Servicio 224
- Grafica 69:** Conocimiento sobre los costos de Operación 232
- Grafica 70:** Actividades de Comercialización del Producto Turístico 235
- Grafica 71:** Actividades de Comercialización del Producto Turístico 238

2

## • INTRODUCCION

El presente proyecto fue aprobado por FONTUR y en un proceso de invitación privada FNT- 07-2014 en la que NAKUSA RED TURISTICA presento la oferta y posteriormente, fue seleccionada; proyecto cuyo objeto es denominado: **ESTRUCTURACION DEL PRODUCTO TURISTICO DE PESCA DEPORTIVA PARA EL DEPARTAMENTO DEL VICHADA**, cuyos componentes harán parte del alcance y entregables del presente informe.

El departamento del Vichada se caracteriza por su riqueza hídrica, la cual alberga una gran variedad de especies acuáticas; entre las que se destacan los peces por su importante valor económico; generación de empleo y atractivo turístico. La actividad pesquera es uno de los principales renglones económicos del departamento, por su aprovechamiento en tres líneas de producción, como son la pesca artesanal, los peces ornamentales y a la que debemos este trabajo la Pesca Deportiva.

12

En el proceso de ordenamiento pesquero, la pesca deportiva se ha convertido en uno de los principales aliados de los pescadores artesanales, las instituciones de control y los entes territoriales. De ahí que el esfuerzo de capacitación en los procesos de concientización en la protección del recurso es una de las prioridades de los actores involucrados en la actividad de pesca deportiva.

Históricamente las prácticas pesqueras se han orientado a la extracción de carácter comercial sea para consumo humano u ornamental. Si bien es practicada la pesca deportiva, por lo general ha contado con muy poco espacios normativos y de apoyo institucional lo cual ha impedido el mejor aprovechamiento de las oportunidades geográficas y recursos hidrobiológicos importantes presentes en nuestras aguas jurisdiccionales aptas para este tipo destino.

El presente documento se presenta como una estrategia piloto, de manera participativa, incluyente para el aprovechamiento de este recurso y el fomento del turismo a través de la pesca deportiva. El objetivo principal del presente proyecto ha sido la elaboración y ejecución de una metodología que permita diagnosticar y analizar el sector en sus eslabones principales de la cadena productiva, para el desarrollo del producto de pesca deportiva en el departamento del Vichada.

En conjunto con la Gobernación del Vichada, las alcaldías de los municipios de Puerto Carreño, la Primavera y Santa Rosalía, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, FONTUR, la Asociación de pescadores IMENAY, el gremio de prestadores de servicios turísticos, el gremio hotelero y de restaurantes, entre otros, dio inicio al proyecto que busca armonizar la promoción de la Pesca Deportiva en el departamento del Vichada.

Las nuevas alternativas del mercado turístico, y la generación de empleo, hacen del sector turístico una de las áreas de actividad más relevantes para la economía de las regiones.

13

Es importante, desarrollar nuevos modelos de crecimiento sostenible que incentiven y potencialicen esos productos turísticos que nazcan de la vocación de un territorio, y que responda a las necesidades de una comunidad.

El presente trabajo pretende responder a la necesidad que tiene el Departamento del Vichada de identificar y diseñar el producto turístico de pesca deportiva, dada la oferta hídrica y faunística en variedades de peces.

Con la anterior referencia, las Administraciones deben proveer al sector de un programa de actuación que dé direccionamiento estratégico, diseñe políticas de promoción y acción comercial en el ámbito del sector turístico y potencie la competitividad de su oferta.

Partiendo de esa premisa sobre "PRODUCTO TURISTICO": 1. *"...conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen: recursos y atractivos,*

*equipamientos e infraestructura, servicios, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre” (Sectur, 2004: 13).*

2. *“...Es por medio del concepto de producto turístico que se agrupa la oferta del destino para el consumidor, los atractivos y servicios se pueden agregar para dar forma a productos genéricos tales como el producto cultural, de naturaleza, de aventura, entre otras categorías”.*

*DESTINO TURISTICO: “... espacio en el que tiene lugar la confluencia de agentes, iniciativas y experiencias, que acaban moldeando el lugar como atractivo para la atención del consumo deseado por la demanda de orden turístico, una vez se constituye toda una red de empresas especializadas en diferenciadas parcelas de la satisfacción del ocio, a partir de las cuales toma entidad un espacio como ámbito capaz de suministrar uno o más productos turísticos.” (Monfor Mir, 1999: 108).*

Para el turismo, algunos de los factores de la competitividad no sólo hacen parte del entorno en el que se desenvuelven el sector y la empresa, sino que condicionan el producto mismo. Debemos entender que depende sobremanera de la imagen, la organización, la calidad y la sostenibilidad del destino geográfico en general, es decir, de la competitividad turística.

14

Existe un conjunto específico de factores que definen la competitividad del destino, los cuales a su vez están incluidos dentro del espectro general de la competitividad del territorio.

Es importante dimensionar el negocio del departamento del vichada, en qué se quiere especializar el destino turístico y cuál es el mercado en el que se quiere y debe posicionar. El Turismo de Naturaleza que permite conocer la cultura de la Orinoquia Colombiana, la historia y tradiciones de la comunidades étnicas y disfrutar de la majestuosidad de sus ríos, el avistamientos de los delfines, las rutas de pesca, la exquisitez de su gastronomía, el paisaje exótico de los afloramientos rocosos del escudo guyanés y la belleza de su flora y fauna, en medio de espacio de descanso, tranquilidad y sustentabilidad.

3

## • OBJETIVOS

- 3.1. Sensibilizar a la comunidad por medio de la socialización en los municipios de Puerto Carreño, la Primavera y Santa Rosalía para la identificación, diagnóstico, diseño y estructuración, del producto turístico de pesca deportiva del departamento del Vichada, con su respectivo empaquetamiento, y sensibilización de los empresarios de los eslabones de la cadena de valor del sector por medio de talleres y metodologías de construcción colectiva.
- 3.2. Identificar el estado del arte del producto turístico de pesca deportiva y de los servicios complementarios al producto.
- 3.3. Capacitar por medio de talleres y metodologías de construcción colectiva a los empresarios prestadores, operadores, agencias de viaje y demás eslabones de la cadena de valor del sector turístico en la construcción del producto turístico de pesca deportiva, diagnosticar las capacidades en infraestructura, en talentos humanos y operativas de la región y otras potencialidades, con su respectivo empaquetamiento.

4

# • METODOLOGIA

La organización y su equipo de apoyo, planifican y direccionan los procesos que generen la **estructuración del producto turístico de pesca deportiva del departamento del Vichada** para lo cual diseña, desarrolla y aplica los instrumentos que proporcionan el diagnostico competitivo del entorno.

El enfoque metodológico desarrollado para la consecución de este informe, se compone de tres cuatro fases de trabajo tal y como ilustra el gráfico.

Figura No. 1. Línea de tiempo de las actividades.



# FASE I ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACION DEL PROYECTO.

#### 4.1. FASE I: ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACION DEL PROYECTO

4.1.2. OBJETIVO: Busca establecer los mecanismos e instrumentos necesarios para el desarrollo de la etapa de identificación.

4.1.3. ACTIVIDADES: Las actividades desarrolladas han sido las siguientes:

1. Nombramiento del contacto enlace por parte de la gobernación del Vichada para coordinación, articulación y seguimiento.
2. Nombramiento del Director del Proyecto y del Coordinador del Proyecto
3. Elaboración del documento de planificación, que recoge con detalle todas las etapas, así como el cronograma de actividades.
4. diseño y aplicación de instrumentos para análisis y diagnóstico del sector.
5. Desarrollo de entrevistas dirigidas a los distintos agentes públicos y privados que intervienen en el sector: Asociaciones, fundaciones, autoridades AUNAP y PNN. Entrevistas personales con los principales operadores y prestadores de Puerto Carreño, Vichada y la primavera.
6. Reconocimiento en campo.
7. Desarrollo de encuestas (trabajo de campo) para el estudio de las pautas de las turistas actuales, dirigidas a restaurantes, hotelería y agencias de viaje.
8. Desarrollo de talleres prácticos para diseñar y construir colectivamente el producto turístico de pesca deportiva.

18

4.1.4. **METODOLOGIA:** La metodología utilizada en el presente Proyecto, describe la combinación del análisis documental de primera y segunda mano con visitas de campo y valoración técnica de los productos y servicios complementarios con los actores de la cadena productiva turística en cada uno de los tres municipios, aplicando e interpretando instrumentos diseñados por NAKUSA RED TURÍSTICA y que se encuentran anexos en este documento.

A través de la Gestión documental se busca un reconocimiento integral del territorio con el objetivo de analizar el estado de la articulación de las políticas

públicas nacionales en el nivel turismo con los procesos de adaptación y operatividad de una comunidad cuya oferta turística posee vocación de pesca deportiva.

Una vez se logra Concertación y acuerdo con el ente territorial, la gobernación del Vichada, se implementa de manera conjunta con el contacto o enlace, todas las actividades con las comunidades. Es con la gobernación que a través de un trabajo integral obtenemos una base de datos actualizada de prestadores, agencias, operadores, gremios autoridades e instituciones del sector, y se realizan las convocatorias, buscando sea exitosa en términos de institucionalidad. Otras fuentes de información: AUNAP, PNN Parques Nacionales Naturales, inmigración.

Se planifica un Cronograma de trabajo en concertación con la gobernación y el equipo ejecutor de NAKUSA RED TURÍSTICA.

Se realiza el Diseño de los instrumentos técnicos para caracterizar y diagnosticar el estado del arte del producto turístico de la zona. Los instrumentos de consulta, se han estructurado a partir del análisis técnico y los requisitos básicos que deben cumplir los productos turísticos y los servicios complementarios.

#### 4.1.4.1. **diseño de instrumentos de aplicación**

1. **Fichas técnicas.** Aplicación para identificar el estado del arte del producto turístico a partir de una exploración inicial con los actores que hacen parte de la actividad turística de la zona y que busca definir las características y condiciones de calidad, productividad, competitividad, capacidad de carga, y coherencia entre la oferta de atractivos, productos y servicios turísticos del destino con la demanda (Cliente) y sus expectativas. (Anexo A).
2. **Tabla Pareto.** La aplicación de la técnica de Pareto, enfoca su aplicación en la necesidad de establecer con diferentes personas la unidad de criterio para definir una oferta turística.
3. **Entrevistas.** Se realizaron entrevistas directamente con la comunidad del Sector turístico del departamento del Vichada, para darle un complemento más real y aterrizado al diagnóstico.

4. **Reconocimiento del territorio.** El equipo realiza un reconocimiento en campo con el fin de explorar las zonas, referenciados a través de los lugareños, prestadores y autoridades turísticas.

Para cada uno se tuvieron en cuenta los siguientes elementos:

**a. Producto turístico:** Se determinó la línea de valor del producto y las etapas que se deben ejecutar para lograr la máxima satisfacción del usuario, con base en estos concepto, se exploraron aspectos relacionados con: transporte hasta el lugar de pesca, duración, costo, alistamiento de la infraestructura, requisitos legales, secuencia y valores complementarios.

**b. Alojamiento:** Se identificaron los elementos que evalúa el huésped al momento de elegir y hacer uso de un alojamiento, aspectos como: tipo de habitación, dimensiones de las camas, dotación de lencería, tipo de personal, elementos complementarios de la habitación, tv, baño, radio y demás amenities que observa y califica el cliente.

**c. Restaurante:** Se identificó principalmente la oferta de platos, la capacidad de los restaurantes, su equipamiento, el personal y en especial la coherencia de los platos con la oferta gastronómica del destino.

**d. Agencias de Viaje:** Como elemento encadenador y dinamizador comercial del destino, se identificaron aspectos relacionados con su condición de emisor o receptos, su capacidad y principales productos y servicios que ofertan.

**e. Atractivos turísticos:** como elementos que determina el desarrollo del producto con enfoque natural y que crea dinámica alrededor del producto de pesca deportiva.

Para las jornadas de capacitación, de sensibilización y talleres prácticos de construcción, se realizan las convocatorias a empresarios y comunidad vinculadas al producto turístico de pesca deportiva.

#### 4.1.5. PROCESO DE SENSIBILIZACION Y APLICACIÓN DE FICHAS TECNICAS.

Con presencia de la comunidad, autoridades del sector, operadores, y todos los empresarios turísticos, se proyectan los talleres de sensibilización por medio de la socialización sobre la propuesta para la estructuración del producto turístico diferenciado de la oferta nacional del departamento del Vichada, así mismo se aplica la ficha de exploración inicial del estado del arte de producto turístico dirigido a cada actor involucrado en el proceso, y en cada municipio (Puerto Carreño, la primavera y santa Rosalía) generando un criterio de evaluación y calificación.

Las sesiones de trabajo tienen el objetivo diagnosticar y establecer estrategias fundamentales para el desarrollar del destino turístico:

1. Identificar la Vocación y validar el Negocio turístico del Municipio de Puerto Carreño, la primavera y Santa Rosalía.
2. Desarrollar la Metodología de priorización de producto turístico.
3. Definir el perfil y las fichas técnicas de los productos y servicios complementarios.
4. Reconocer los elementos y acciones de seguridad turística.
5. Definición, técnica, financiera y comercial de los paquetes turísticos.

21

Al finalizar cada actividad se aplica una Encuesta de satisfacción de Prestadores turísticos participantes. (ANEXO B).

Es así como a continuación se presenta un análisis de lo identificado aplicado en cada uno de los escenarios (Puerto Carreño, la primavera y santa Rosalía), buscando tener una mejor comprensión de la situación y las necesidades latentes, para el fortalecimiento empresarial, ratificando la necesidad del compromiso gremial, empresarial, institucional, de la comunidad y de los facilitadores en el logro de dicho propósito, el estado de las variables que se analizaran a continuación permita la toma de decisiones más justa y acertada, articulando las potencialidades del estado- gobierno-comunidad.

## FASE II

### RECOPIACION DE LA INFORMACION PARA LA COMPLEMENTACION DEL DIAGNOSTICO DEL PROYECTO.

---

## 4.2. FASE II: RECOPIACION DE LA INFORMACION PARA LA COMPLEMENTACION DEL DIAGNOSTICO DEL PROYECTO.

- ❖ Localización
- ❖ Oferta hídrica
- ❖ Conceptualización y aspectos culturales.
- ❖ Datos históricos de la pesca deportiva a nivel mundial, nacional, regional y local
- ❖ Marco Normativo y Reglamentario de la pesca deportiva
- ❖ Métodos y elementos de pesca deportiva
- ❖ Principales ríos para pesca deportiva
- ❖ inventario de peces con mayor potencial para la pesca deportiva de agua dulce.

Para la realización del presente estudio, se viene recopilando información primaria complementada con la consulta de estudios previos desarrollados en el departamento y los municipios objeto de estudio, relacionados con políticas de turismo y pesca deportiva. Se vienen realizado visitas y entrevistas breves a los actores involucrados en la actividad de turismo, de pesca artesanal y pesca deportiva, revisión de documentos por internet. Sin embargo parte de la información aquí registrada se basa en un estudio realizado por el ICA en el año 2009 “Diagnostico de la Pesca Deportiva en el municipio de Puerto Carreño”, para lo cual se realizaron entrevistas y se encuestaron a algunos pescadores deportivos.

### 4.2.1. LOCALIZACION.

El Departamento del Vichada, está localizado en el extremo oriental de Colombia, entre los ríos Guaviare, Meta y Orinoco. Limita por el norte con los departamentos de Casanare, Arauca y la República Bolivariana de Venezuela, teniendo como línea limítrofe el rio Meta. Por el sur limita con los departamentos de Guainía y Guaviare, siendo separado por el rio Guaviare.

Por el oriente limita con la República Bolivariana de Venezuela y por el occidente con los departamentos de Meta y Casanare. Tiene una extensión de 100.242 kilómetros cuadrados el cual representa el 10% del territorio nacional, siendo uno de los departamentos con una riqueza hídrica importante.

El departamento cuenta con una población cercana a los 57.000 habitantes, entre indígenas, llaneros y colonos, hacen del departamento un territorio multiétnico y multicultural. Miembros de las etnias sikuani, piaroa, puinave, amorúas, cuiba y saliva, representan, aproximadamente, el 60% del total de la población, ubicado en el municipio de Cumaribo. Puerto Carreño, la capital del departamento, y las zonas ganaderas ubicadas en los municipios de La Primavera y Santa Rosalía, albergan el porcentaje restante, correspondiente en su mayoría a comerciantes y campesinos provenientes de diferentes regiones del país.

La temperatura en el departamento varía entre los 25 °C y 36 °C, según el periodo atmosférico anual. La época de lluvias, entre abril y noviembre, experimenta un nivel máximo durante junio. Así, 1.500 mm en el noroccidente, 2.000 mm en el centro y 2.500 mm al sur, son los promedios de lluvia anual registrados en el departamento. Por su parte, el lapso entre diciembre y los primeros días de abril, correspondiente a la época de verano, advierte un aumento de temperatura, que llega al máximo calor durante las últimas semanas de marzo. (*Acuerdo Plan de Desarrollo Participación Ciudadana 2012 – 2015*)

Para el presente trabajo solamente se tomaron en cuenta tres de los cuatro municipios, Puerto Carreño, La Primavera y Santa Rosalía.

#### 4.2.1.1. Municipio de Puerto Carreño:

Mediante Decreto Comisarial No.15 del 16 de julio de 1930 siendo Comisario Benigno Acosta Salas, el gobierno nacional fijó definitivamente a Puerto Carreño como Capital de la Comisaría Especial del Vichada y se le otorgó su condición de Municipio el 5 de junio de 1974 según el Decreto Nacional No. 1594. (*Plan de Desarrollo Participación Ciudadana 2012-2015*)

El Municipio de Puerto Carreño se encuentra localizado en el extremo nororiental del Departamento del Vichada, con 6°11'16" de latitud norte y 62°28'23" de longitud oeste, a una altura sobre el nivel del mar de 70 m.s.n.m, con una temperatura media de 36°C, brillo solar que oscila entre 1869 y 2537 horas al año, con una precipitación anual de 2174mm, con períodos bien definidos, uno de invierno comprendido entre abril y noviembre, en donde los meses de junio y julio se muestran como los más lluviosos y otra época de verano que se extiende desde diciembre a marzo, siendo enero y febrero los meses de menor índice pluviométrico, evaporación media anual de 2041 mm y una humedad relativa de 70% que varía entre 49 y 88% (*Inst de Estudios Ambientales IDEAM, Pto Carreño, Plan de Desarrollo Participación Ciudadana 2012-2015*).

La población del municipio de Puerto Carreño para el año 2005 según el Departamento Nacional de Estadísticas (DANE) se estimó en 13.288 Habitantes ubicados en 12.393 km<sup>2</sup> de extensión territorial una área urbana de 7.5 km<sup>2</sup> de extensión y una densidad poblacional de 1.2 hab/km<sup>2</sup>. Los datos del DANE contradicen las cifras institucionales por población atendida, los cuales en su momento ascendían a 17.522 personas que corresponde aproximadamente al 80% de la población beneficiada por los diferentes programas del municipio.

25

Limita por el norte y oriente con la República Bolivariana de Venezuela (ríos Meta y Orinoco respectivamente), por el sur con el Río Tomo y por el occidente con el Municipio de la Primavera. (*Plan de Desarrollo Participación Ciudadana 2012-2015*)

Puerto Carreño, Por su ubicación estratégica como ciudad fronteriza, puerto fluvial sobre el Orinoco y su proximidad al Parque Nacional Natural el Tuparro, ofrece ilimitadas posibilidades para el ecoturismo, el turismo de aventura, y el etnoturismo, entre otras actividades como la práctica de Deportes Extremos y la Pesca Deportiva; las etnias representativas y la cultura llanera presente en la región, ofrecen una rica muestra de lenguas y dialectos, igual que creencias, mitos y leyendas.

#### 4.2.1.2. Municipio de La Primavera

El municipio de La Primavera se encuentra ubicado en 05° 29´ 32” latitud norte y 70° 24´ 34” longitud oeste al noroccidente del departamento del Vichada, está dividido administrativamente en sector urbano o cabecera municipal, seis (6) Inspecciones de Policía: Nueva Antioquia, Santa Bárbara, San Teodoro, Santa Cecilia, Matiyure y Buena Vista.

Este municipio de sabanas naturales, playas arenosas, bosques de selva tropical y reservas forestales, entre otros aspectos, se erige como uno de los referentes culturales y tradicionales del departamento. Por las llanuras y pastizales *primaverenses* desfilan ganaderos, agricultores y pescadores, que expresan, como sus antecesores, la identidad del nativo vichadense. Fincas ganaderas, maizales, lagunas, zonas algodóneras, veredas y resguardos indígenas son los escenarios que describen el panorama local y, a su vez, el entorno típico del extremo oriental colombiano. Esta localidad, fundada en 1959, se ubica a 390 km de Puerto Carreño.

#### 4.2.1.3. Municipio de Santa Rosalía

26

El municipio de Santa Rosalía está ubicado en el nor-occidente del departamento del Vichada. Su territorio se extiende desde el caño Camuara al oriente, agua arriba por el río Meta hasta el punto de coordenadas geográficas: 71° 04' 48.53 W y 04° 54' 57.21 N y desde el río Meta al norte hasta el río Tomo al sur.

La región caracteriza por una variedad paisajística lo cual permite realizar turismo dadas las condiciones ecológicas, la cercanía del río Meta, lagunas, reservas forestales e indígenas.

El municipio de Santa Rosalía, administrativamente está conformado por dos Inspecciones Rurales de Policía: Guacacías y Flor Amarillo, siete veredas: Nazareth, La Ladera, Pavanay, Bordereño, El Control, Avispas y El Triunfo; y tres Resguardos Indígenas: Nueva Esperanza del Tomo, resguardo La Pascua y resguardo Santa Rosalía conformadas por las etnias sikuni y saliva, respectivamente.

## 4.2.2. Infraestructura y Accesibilidad

### 4.2.2.1. Infraestructura vial:

Una de las debilidades con que cuenta el departamento, es precisamente la falta de una red vial que conecte internamente a los municipios y al departamento con el resto del país.

El sistema vial terrestre del departamento está dado en un 80,92% por vías en estado natural, aprovechando lo plano del terreno, el restante 19,0% está dado por vías que se les ha dado algún tipo de inversión, como pavimentación, construcción de terraplenes, mejoramiento de banca, cunetas naturales perfilados y algunos kilómetros de diseño geométrico.

Es de notar que el Vichada cuenta con pocos kilómetros de vías pavimentada y solo es transitable en época de verano.<sup>1</sup>

### 4.2.2.2. Aeropuertos:

Los municipios de Santa Rosalía, la primavera y Puerto Carreño cuentan con aeropuertos, siendo este último el aeropuerto German Olano que cuenta con las mejores condiciones técnicas de aeronavegabilidad, lo que le permite prestar servicio en horas nocturnas.

El principal medio de transporte para llegar a Puerto Carreño es por vía aérea, la única empresa que presta este servicio es SATENA, otros medios es el terrestre y se presta solamente en época de verano y el acuático durante 9 meses al año.

El medio más utilizado para llegar a los sitios de pesca es el terrestre, los operadores y los prestadores de servicios reciben a los turistas en el aeropuerto y los trasladan en vehículos 4x4 a los campamentos montados días antes o a los refugios ya establecidos. Y el principal medio para desarrollar la actividad son las embarcaciones pesqueras, los bongos, voladoras, lanchas o chalupas.

<sup>1</sup> Plan de desarrollo Departamental

#### **4.2.2.3. Terminales de transporte:**

Ninguno de los municipios del departamento cuenta con una terminal de transporte; pues las vías de acceso a cada uno de ellos, dificultan el ingreso de vehículos para el transporte de pasajeros. Sin embargo solo una empresa hace este recorrido todos los años hacia cada uno de los municipios, como es la empresa MACARENA y solo presta sus servicios en temporada de verano, esta parte de la ciudad de Villavicencio; otra forma de transporte de pasajero lo presentan personas particulares en camionetas 4x4 sin ningún tipo de control por parte de las autoridades competentes.

#### **4.2.2.4. Hospitales:**

Los servicios de salud son ofrecidos de forma predominante por IPS públicas a través de dos (2) Empresas Sociales del Estado de 1 ° y 2 ° Nivel de Atención, respectivamente, las cuales agrupan las siguientes instituciones prestadoras de servicios de salud: Un (1) hospital de 2° nivel de atención, con sede en Puerto Carreño, Tres (3) hospitales locales de primer nivel ubicados en los municipios de Cumaribo, La Primavera y Santa Rosalía, Tres (3) centros de salud con camas, ubicados en El Sejal, Werima y Santa Rita en el Municipio de Cumaribo.

28

Para la prestación de los servicios de salud, el departamento cuenta con la siguiente red: baja y mediana complejidad: Hospital San Juan de Dios de Puerto Carreño, UBA Nuestra señora del Carmen (actualmente intervenida por la Superintendencia Nacional de Salud). Red Complementaria Externa: Hospital Departamental de Villavicencio, Clínica Meta, Clínica de la Confraternidad de la Ciudad de Villavicencio, Hospital Universitario San Ignacio, Clínica del Occidente, Instituto Roosevelt. (plan de desarrollo departamental)

#### **4.2.2.5. Oficinas bancarias:**

Los servicios financieros son prestados por los bancos Agrario, BBVA, banco de Bogotá y Bancolombia. El banco agrario es una entidad oficial y presta sus servicios en los cuatro municipios del departamento.

#### 4.2.2.6. Centros comerciales:

No existen centros comerciales en el departamento, sin embargo existen tiendas o almacenes con una infraestructura y estanterías, los cuales ofrecen una gran variedad de elementos de consumo.

#### 4.2.2.7. Transporte fluvial:

El departamento del Vichada cuenta con una gran red fluvial, que en época de invierno comunica a los municipio y veredas entre si y al departamento con los departamentos de Casanare, Meta y Guainía.

Los principales puertos fluviales del departamento se encuentran ubicados, por el rio meta en el municipio de Santa Rosalía y La Primavera, por el rio Orinoco municipio de Puerto Carreño, las inspecciones de Casuarito y Puerto Nariño y por el rio Vichada la inspección de Santa Rita. (plan de desarrollo departamental).

#### 4.2.3. OFERTA HIDRICA

Una de las principales riquezas con las que cuenta el Municipio de Puerto Carreño, tiene su origen en su localización dentro de la importante cuenca del Orinoco, conformada por gran cantidad de ríos, caños y lagunas, lo que encierra consigo una diversidad de flora y fauna típica de esta zona.

Los Ríos Meta y Orinoco forman el límite con la República Bolivariana de Venezuela, son las arterias fluviales de mayor importancia, dado que permiten entrada y salida de productos agropecuarios, industriales y demás; entre otros. Además estos ríos permiten navegabilidad en toda época del año, dificultándose un poco para cargueros de gran calado en el período de verano.

Otros cauces que hacen parte de la hidrografía del Municipio y que también tienen su importancia, dado que alrededor de éstos se establecen los bosques de galería de los cuales se benefician los colonos y las comunidades indígenas, son los siguientes: Río Tomo, Bitá y los caños Dagua, Mesetas, Muco, Terecay, Vereño, Avión, Chiquichaque, Negro y Juriepe entre otros. Estos a su vez son alimentados por otros de caudales muy reducidos y poco o nada navegables, que adquieren tal importancia en la época de invierno.

#### 4.2.3.1. Cuenca Río Orinoco

Orinoco en lengua Tamanaco significa serpiente enroscada. La noción básica a partir de la cual se construye la Orinoquía es la de cuenca hidrográfica. El Orinoco y su cuenca son compartidos geopolíticamente por Colombia y la República Bolivariana de Venezuela, la cuenca del río Orinoco nace en Venezuela en la sierra Parima, por la parte derecha recibe los aportes de tributarios que drenan el escudo Guayanés, mientras que por su margen izquierda recibe los ríos que drenan de los andes colombianos, al igual que los llanos ubicados entre los Andes y el escudo Guayanés. Entre los tributarios colombianos están los ríos Guaviare, Vichada, Tuparro, Tomo, Meta y Arauca como principales afluentes de los cuales se calcula aportan la mayor parte del caudal del Orinoco. El caudal promedio anual del río Orinoco está calculado en 36.000 m<sup>3</sup>/seg. Lo cual lo ubica en el tercer lugar a nivel mundial después del Amazonas y el Zaire. El Orinoco, con 2.405 km de longitud, ocupa el primer lugar entre los cauces de Colombia y Venezuela, es el tercero en Sur América, el sexto en América y el vigésimo primero en el globo terráqueo. Lo anterior en cuanto a longitud, porque con relación a su cuenca hidrográfica de 994.000 kilómetros cuadrados, se lleva el décimo puesto en el mundo. 420 Km de su trayecto sirven de límite fronterizo entre Colombia y Venezuela. Al departamento del Vichada le corresponden 250 kilómetros, entre la desembocadura del Río Guaviare y la desembocadura del Río Meta. Casi todo su curso es navegable, a excepción de las áreas de los raudales de Atures y Maipures, los cuales fueron considerados por Humboldt como la octava maravilla del mundo. Dentro de la cuenca del Río Orinoco y dentro del Municipio de Puerto Carreño, se encuentran las siguientes Sub cuencas y Micro Cuencas.<sup>2</sup>

<sup>2</sup>GEOSPATIAL LTDA. 2000. Formulación De Los Lineamientos De Ordenamiento Territorial Para El Departamento Del Vichada.

**TABLA 1. Clasificación por Sub Cuencas Hidrográficas**

CUENCA	N° SC	SUBCUENCA	N° MC	MICROCUENCA
RIO ORINOCO	1	RIO META	1.1	Caño Muco
			1.2	Caño Cachicamo
			1.3	Rio Juriepe
	2	RIO BITA	2.1	Caño Bravo
			2.2	Caño Avión
	3	CAÑO AMARILLO	3.1	Caño Blanco
			3.2	Caño Amarillo
	4	ÁREAS DE CAÑOS MENORES		
	5	CAÑO MURCIÉLAGO	5.1	Caño Dagua
	6	RIO MESETAS		
	7	ÁREAS DE ESCORRENTÍAS MENORES		
	8	RIO TOMO	8.1	Caño Cumachao
			8.2	Caño Grande
			8.3	Caño el Tigre
			8.4	Caño Guayabal
			8.5	Caño Yacueta
8.6			Rio ElBita	
8.7			Caño LioniTerecay	
8.8			Rio Icuili	

Fuente: EOT, Municipio de Puerto Carreño

#### 4.2.3.2. Sub Cuenca Río Meta

Presenta un área total de 93.755 kilómetros cuadrados, nacen en el Páramo de Sumapaz y lo integran varios riachuelos, que ya, en las estribaciones de la cordillera forman el curso definido del río Humadea, al cual confluyen las aguas del Acacías y el Guayuriba para pasar o denominarse Metica.

#### 4.2.3.3. Sub Cuenca Río Bitá

Nace al occidente del municipio de Puerto Carreño, presentado un recorrido en dirección occidente a oriente, siendo navegable en unos 200 kilómetros en época de invierno por embarcaciones pequeñas. Como afluentes tiene numerosos caños, entre ellos: El Bravo, Pendare, Cabrillas, Aviión y Tres Matas. Dentro de esta sub. Cuenca se encuentra la micro cuenca del caño el aviión.

#### 4.2.3.4. Sub Cuenca Río Tomo

Nace cerca de la laguna de Carimagua, en el departamento del Meta, los principales afluentes son el río Tuparro, Tuparrito y el caño Tuparro, existen además otros caños como Urimica, Grande, Guairapali, Caviona, el Boral y negro. El río recorre aproximadamente 606 Km y bordea la parte norte del Parque Nacional Natural Tuparro, para luego desembocar en el río Orinoco; en general la cuenca carece de datos tanto para el río como para sus afluentes, pero por brotar de manantiales y discurrir sobre suelos limpios, se considera que es el río de aguas más limpias del país. Es navegable por embarcaciones hasta de 10 toneladas desde la Palmita hasta el Caño Guaripa y desde este punto hasta su desembocadura en el Río Orinoco, por embarcaciones hasta de 150 toneladas, en una distancia de 280 kilómetros. Dentro de esta sub cuenca se encuentra la micro cuenca de Caño Terecay.

32

#### 4.2.3.5. Sub Cuenca Caño Murciélago

Río de gran belleza escénica y de reserva de peces ornamentales. Es navegable únicamente por embarcaciones pequeñas. Dentro de esta sub. Cuenca se encuentra la micro cuenca de Caño Dagua.

#### 4.2.3.6. Sub Cuenca Río Mesetas

Importante fuente fluvial, navegable por voladoras y bongos. Cuenta con Hermosos paisajes, de aguas cristalinas, rodeados por comunidades indígenas. Esto lo hace de un gran potencial turístico.

#### 4.2.4. CONCEPTO DE LA PESCA DEPORTIVA

La Pesca Deportiva es una actividad pesquera que se realiza con propósitos de recreación, pasatiempo o competición sin fines de lucro. Esta actividad puede practicarse en el mar, ríos, lagos, embalse y estanques ya sea embarcado o desde la orilla. La pesca deportiva se puede dividir en cuatro tipos que son: la pesca de lanzamiento o pinning, la pesca con mosca o flyfishing, la pesca con devolución o catch and release y la pesca de curricán o trolling. La pesca deportiva es administrada por la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca AUNAP quien reglamenta y fiscaliza esta actividad.

La pesca deportiva es una actividad pesquera, realizada por personas naturales, ya sea nacionales o extranjeras, cuyo fin es capturar especies hidrobiológicas, en aguas continentales, en el mar territorial o zona económica exclusiva, sin fines de lucro y con propósitos de deporte, recreación, turismo o pasatiempo.

La pesca realizada con caña en las distintas modalidades establecidas y practicada con forme a normas definidas para su ejecución y sin ánimo de lucro, se conoce como Pesca Deportiva.

La pesca deportiva recreativa, es una categoría de la actividad pesquera que se practica con fines de esparcimiento, que vincula al ser humano con la naturaleza, particularmente con los recursos pesqueros, sin dejar de lado el ambiente que lo rodea.

La pesca deportiva es una actividad deportiva consistente en la captura de peces con fines recreativos y no lucrativos y puede ser realizada por turistas nacionales o extranjeros con base en los lineamientos definidos por las autoridades competentes, reglamentos y ética, establecidos por la autoridad de pesca Colombiana, Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca AUNAP.

#### 4.2.5. DATOS HISTORICOS DE LA PESCA

##### ❖ HISTORIA DE LA PESCA

*Lo que podríamos llamar, sin incurrir en un término no excesivamente pedantesco, la pre-historia de la pesca comienza en los albores de la humanidad. En un principio las colectividades humanas vivían exclusivamente de la recolección de frutos y raíces. El hombre se aproxima de a poco al mar. Le pierde el instintivo temor que la violencia de las olas y el horizonte infinito le producía. Es, en esos instantes, en que el recolector de frutos terrestres empieza a recoger almejas y crustáceos en las playas, cuando la baja marea deja sobre las arenas. Con ello el hombre primitivo añade un nuevo elemento a su dieta, elemento que resulta tan nutritivo y conveniente para su desarrollo que se han encontrado núcleos que evolucionan de esta forma de vida, no solo en Australia, sino también en nuestro país como lo documenta Charles Darwin en su "Viaje en torno al mundo". Los tripulantes del "Beasgley" barco de S. M. Británica encontraron en Tierra del Fuego a los indios fueguinos que se alimentaban, todavía en esa época (1832), de lo que recogían sobre las playas. No cazaban, desconocían la agricultura y la pesca propiamente dicha que es, a diferencia de la recolección de frutos del mar, una actividad que requiere más dinamismo e ingenio.*

34

##### **Los primeros anzuelos**

*Los hallazgos fósiles, sobre todo en las cavernas de Francia, España y las Costas Atlánticas de Europa, demuestran que el hombre hizo sus primeras presas al mar valiéndose de un arpón. Este arpón estaba compuesto de un hueso dentado que se aseguraba a una pértiga y se hallaba atado a una cuerda tosca, hecha con fibras vegetales de modo que cuando el animal era herido zafaba del palo y se lo mantenía asido con la cuerda. He aquí, en embrión, los tres elementos que constituyeron, luego, los útiles esenciales del pescador con caña: el objeto que hiere a la presa, la vara que lo conduce y la cuerda que la sujeta. Todo lo que el hombre ha hecho en miles y miles de años es desarrollar esta idea embrionaria, perfeccionarla, sutilizarla hasta los límites actuales. El anzuelo aparece más tarde. No se tiene memoria quien fue el pescador que en lejanas épocas tuvo la ocurrencia de curvar la punta del arpón*

dotándola de una rebarba o contrapunto, para que se fije a la carne de la víctima. Son varias las culturas donde el gancho aparece como elemento primordial de la pesca, pero su abundancia y perfeccionamiento se hace evidente en los lugares donde habitaron las poblaciones lacustres de Suiza, las cuales se alimentaban principalmente de pescado. Los restos fósiles hallados demuestran que estas poblaciones primitivas pescaban muchas de las especies que hoy pescan los pescadores deportivos: el sollo o lucio, el salmón, la carpa y la trucha. Muy semejante al anzuelo de hueso trabajado de los primitivos habitantes de Europa es el que usaban las poblaciones ribereñas australianas y los polinesios. Pero lo construían con el nácar de las almejas dejando el reborde curvo de las conchas y desgastando, por frotamiento, todo el resto. De esta manera obtenían un anzuelo afilado, perfectamente curvo y eficaz. No insistiremos con más detalles sobre la prehistoria. Lo dicho es suficiente para poder aquilatar un ciclo evolutivo en el que se halla la simiente de una idea que se convierte en deporte y que hoy día apasiona a muchos millones de aficionados en todo el mundo.

### **Tiempos históricos**

35

Existen pruebas fehacientes sobre la pesca en los Tiempos Históricos. Los fenicios, los griegos y los romanos practicaban habitualmente la pesca con sedal y anzuelo como la demuestran los frisos existentes en el Museo Británico, los dibujos que se han conservado mostrando a pescadores en acción y hasta algunas esculturas. Los egipcios de la época faraónica eran diestros pescadores y el Nilo que les traía los limos fecundantes para el valle donde surgían, como un testamento de aquella civilización aún llena de misterios, las pirámides milenarias traía también el rico maná de los peces que pescadores armados de línea y anzuelo extraían de las aguas. Los griegos conocieron la pesca con caña, sedal y anzuelo, usando presumiblemente como carnada algunos moluscos marinos. Los asirios y los caldeos fueron también grandes pescadores y los romanos conocieron incluso lo técnica de la piscicultura. En los grandes banquetes de la Roma antigua figuraban platos de pescado convenientemente sazonados. Los pescadores al servicio de los poderosos de aquellos tiempos los iban a buscar no solo en el Mare Nostrum, sino también en apartadas playas. En los tiempos bíblicos la pesca era una actividad corriente. El Evangelio según San Mateo (Cap. XVII v. 26) alude a la

*pesca que efectuaba San Pedro en el Lago Tiberíades donde el actual patrono de los pescadores "clavaba" en sus anzuelos abundantes stateras. Isaías habla de los que pescan con sedal en el Nilo. Habacuc y el profeta Amós mencionan asimismo a los que pescan con línea.*

Junto a la pesca comercial, la pesca recreativa también ha acompañado al hombre desde antaño. Cuentan las leyendas japonesas que en el primer siglo de la era actual, la emperatriz Zingo elaboró un anzuelo usando una aguja a la que le colocó como cebo algunos granos de arroz y, con un hilo de uno de sus trajes, confeccionó la cuerda para amarrarlo a una larga vara; con él capturó un hermoso ejemplar de trucha en uno de los ríos cercanos. Además, existen algunos documentos chinos, más antiguos, que contienen relatos de la pesca como una actividad recreativa.<sup>3</sup>

Las técnicas de la pesca han evolucionado con el tiempo. Los anzuelos, que eran de madera o hueso, se fabrican actualmente de metales y hay más de cuatro mil tipos diferentes.

La pesca deportiva en Colombia no se ha desarrollado a la escala de los países del Caribe como Costa Rica y Panamá por ejemplo. La mayoría de la información acerca de la pesca deportiva proviene de clubes y negocios privados. Las leyes e información sobre la pesca en Colombia solo se enfocan en la pesca comercial y existe un vacío de información sobre la pesca deportiva.

Según el informe de FAO sobre pesca en Colombia, la pesca deportiva no es muy importante para la economía del país y porque el número de capturas es pequeño, el gobierno no reporta datos sobre pesca deportiva y no tiene ningún programa para este deporte. Aunque no hay promociones organizadas sobre pesca deportiva en Colombia, hay pescadores deportivos en el país, y también hay clubes y negocios privados que organizan torneos y otras actividades de pesca deportiva.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> *Historia de la pesca*, Por **Alfredo E. Laforque**. <http://www.siap.gob.mx/siaprendes/contenidos>

<sup>4</sup> FAO Fishery Country Profile—La República de Colombia. < <http://www.fao.org/fi/oldsite/FCP/en/COL/profile.htm>>. Agreda Rudenko, Andrei. Sinopsis de la Pesca Deportiva en Colombia. Octubre del 2008.

Actualmente, el sector de la pesca deportiva ha tomado cierta importancia en el ámbito institucional debido precisamente al presente proyecto que se viene desarrollando en el departamento del vichada y pretende posicionar esta actividad en el ámbito turístico; lo que permitirá hacer sinergia entre los ministerios de Comercio, industria y turismo y el ministerio de Agricultura y desarrollo rural.

#### 4.2.6. MARCO LEGAL Y NORMATIVO

1. **Constitución Política Colombiana (1991).** Norma por excelencia que en su Artículo 8° establece: “Es obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación” y en el Artículo 80: “El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.”.
2. **Ley 13 de 1990.** Por la cual se dicta el Estatuto General de Pesca. En su artículo 8, la pesca se clasifica en: donde se realiza (continental y marina), y por su finalidad (Subsistencia, investigación y **deportiva**)
3. **Decreto Reglamentario 2256 de 1991.** Por el cual se reglamenta la ley 13 de 1990. En el artículo 12, numeral 2.3 la pesca deportiva se clasifica por su finalidad como la que se realiza con fines de recreación o esparcimiento. En el artículo 61 se establece el permiso de pesca deportiva, a continuación en la sección 6, (artículo 80, 81 y 82) se encuentran los requisitos necesarios para obtener el permiso de pesca deportiva, expedición de carnet acreditando al titular.

## SECCION 6 PERMISO DE PESCA DEPORTIVA

**ARTICULO 80.** Para obtener permiso de pesca deportiva, el interesado deberá presentar solicitud al INPA, con los requisitos que éste tenga establecidos.

El permiso se otorgará hasta por cinco (5) años mediante la expedición de un carné que identifique a su titular. Este carné tendrá el carácter de personal e intransferible y en él se fijará su vigencia.

**ARTICULO 81.** El INPA mediante acto administrativo autorizará los concursos, áreas, especies, embarcaciones, épocas, sistemas, cantidades y demás aspectos relacionados con la actividad de pesca deportiva.

**ARTICULO 82.** Los clubes de pesca y asociaciones similares, deberán registrarse, previo cumplimiento de los requisitos que establezca el INPA.

4. Decreto 2256 del 4 octubre de 1991. “Por el cual se reglamenta la Ley 13 de 1990”
5. Resolución 0313 de 1992. Por la cual se establecen los requisitos mínimos que deben cumplir los clubes de pesca y asociaciones similares para obtener su registro ante el INPA.
6. Ley 105 del 30 de Diciembre de 1993 “Por la cual se dictan disposiciones básicas sobre el transporte, se redistribuyen competencias y recursos entre la Nación y las Entidades Territoriales, se reglamenta la planeación en el sector transporte y se dictan otras disposiciones”
7. Acuerdo 05 de 1995. Por el cual reglamenta las artes, métodos y sistemas de pesca.
8. Ley 300 de 1996 “Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones”.
9. Acuerdo 009 del 2 de octubre de 2003. “Por el cual se establecen los Requisitos y Procedimientos, para el otorgamiento de los permisos y patentes relacionados con el ejercicio de la Actividad Pesquera y Acuícola”.
10. Acuerdo 05 del 2003. por el cual se establece el valor de las tasas y derechos por el ejercicio de la actividad pesquera y acuícola.
11. Plan Regional de Competitividad 2009

12. Ley 1101 de 22 de Noviembre de 2006 “Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones”.
13. Ley 1558 del 10 de Julio de 2012 “Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones”.
14. Plan Sectorial de Turismo: “Turismo, factor de prosperidad para Colombia” 2011-2014
15. Decreto 4181 de 2011 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Por la cual se escinden unas funciones del instituto Colombiano de Desarrollo Rural- INCODER y del ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, y se crea la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca – AUNAP. Establece en el Artículo 5, dentro de sus funciones: “Realizar el ordenamiento, la administración, el control y la regulación para el aprovechamiento y desarrollo sostenible de los recursos pesqueros y de la acuicultura en el territorio nacional”.
16. Resolución AUNAP 601 de 2012. Por la cual se establecen los requisitos y procedimientos para el otorgamiento de los permisos patentes relacionados con el ejercicio de la actividad pesquera y acuícola. En el Artículo 3, requisitos específicos de acuerdo con la clase de permiso se relacionan los requerimientos necesarios para obtener el permiso de pesca deportiva (Numeral 9)
  - a. Presentar solicitud escrita a las oficinas de la Aunap a nivel nacional.
  - b. Dos fotografías tamaño documento para el carnet y el registro.
  - c. Copia de la consignación del banco autorizado.
  - d. Se expedirá un carnet personal e intransferible, vigencia de un año.
  - e. En el parágrafo 2 se encuentran los requisitos para registrar a una persona o entidad cuando esté interesada en realizar concursos de pesca, indicando número de participantes, nacionalidad, características de las embarcaciones y copia del reglamento que regirá para el concurso.
17. Resolución AUNAP 602 de 2012. Por la cual se establece el valor de las tasas y derechos por el ejercicio de la actividad acuícola y pesquera. En la sección IV, pesca deportiva; artículo 6, se fijan las

tasas de acuerdo con la naturaleza de la persona y el ámbito donde ejerzan la actividad.

- ❖ **Caracterización de la pesca deportiva.** La pesca deportiva en el Departamento del Vichada, se lleva a cabo por personas de origen nacional y extranjeros que tienen un nivel de ingreso de medio a alto. La temporada de verano es la época del año en donde se tienen el mayor registro de turistas que llegan a realizar pesca deportiva; esta empieza en el mes de enero y finaliza en el mes de Marzo. Sin embargo hay temporadas bajas durante los meses de Octubre a Diciembre.

Por lo general se utilizan los servicios y productos turísticos que ofrecen algunas personas o empresas para la práctica de este deporte.

Para efecto de poder desarrollar esta actividad el pescador debe cumplir con unos requisitos, uno de ellos es el establecido por la Ley 13 de 1990 y su Decreto Reglamentario 2256 de 1991, en el que el pescador deportivo debe adquirir un permiso que lo acredite y autorice para poder ejercer esta actividad, para ello debe pagar una tasa, la cual está fijada de acuerdo al incremento del salario mínimo.

**TABLA 2. Valor tasas por actividad pesquera y acuícola**

Clase de usuario	Valor de las tasas (S.M.L.D.V.)	
	Pesca marina	Pesca continental
Persona natural	Tres (3)	Dos (2)
Persona jurídica	Sesenta (60)	Cincuenta (50)
Extranjeros no domiciliados en el país	Treinta (30)	Veinticinco (25)

Fuente: Guía Permiso de Pesca Deportiva, INCODER 2011.

\* smldv: salario mínimo legal diario vigente.

De acuerdo a lo consultado con la AUNAP, estas tasas son establecidas según el salario mínimo legal vigente para cada año en curso. El pago de la tasa se deberá efectuar en: BANCO AGRARIO Código **12805** C.C. # 3-0070-000603-8

Nombre: Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca - AUNAP. N.I.T.: 900479669-8 - Tipo de convenio: RECAUDO.

#### 4.2.7. Los métodos y elementos más utilizados en pesca deportiva son:

##### ❖ Los métodos:

1.- Pesca de lanzamiento o Spinning: Es un aparejo de pesca, que posee un señuelo artificial o cebo de cualquier tipo, unido a una línea, donde el peso para el lanzamiento está dado por el señuelo u otro elemento y no por la línea

2.- Pesca con devolución o Catch and release: Es una modalidad de pesca con mosca, en la que el pez capturado es liberado inmediatamente, en buenas condiciones.

3.- Pesca con mosca o FlyFishing: Esta modalidad utiliza una línea especial con un tramo denominado leader y utiliza un señuelo artificial llamado mosca, en este caso, el peso necesario para el lanzamiento está dado por la línea.

4.- Pesca de curricán o Trolling: Esta modalidad de pesca el cual consiste en un aparejo de pesca en la que se utiliza una línea y señuelo, el cual es arrastrado desde una embarcación.

##### ❖ Elementos:

- |                            |                   |
|----------------------------|-------------------|
| 1.- Caña de pescar en ríos | 2.- Carretes      |
| 3.- Anzuelos               | 4.- Señuelos      |
| 5.- Cucharas               | 6.- Bogagrip      |
| 7.- Nasas                  | 8.- Nylon o línea |

#### 4.2.8. PRINCIPALES LUGARES DE PESCA

En el departamento no se tiene un inventario o zonas bien definidas de pesca, sin embargo por tradición si están establecidas por los prestadores de servicios

de pesca deportiva y los mismos pescadores, los sitios de pesca. Con la información suministrada por operadores y prestadores de servicio turístico de pesca deportiva se tiene un inventario de 26 sitios distribuidos así:

Para efecto del presente estudio se dividió las áreas de pesca en rutas y zonas; al tiempo se identificaron las especies y la modalidad de pesca empleada en cada uno de los sitios identificados. A continuación haremos una descripción de las rutas, las zonas de pesca, los señuelos utilizados y las especies más atractivas para realizar Pesca Deportiva en el municipio de Puerto Carreño, aunque podríamos decir para el Departamento del Vichada.

En el caso de los municipios de Santa Rosalía y la Primavera, no existen registros de prestadores de servicios turístico y de pesca deportiva; sin embargo por su riqueza hídrica y de explotación pesquera son lugares importantes para establecer una alternativa que permita la generación de ingresos y al mismo tiempo la protección del recurso.

Para el presente estudio hemos dividido los lugares de Pesca Deportiva según su importancia en rutas y zonas.

#### 4.2.8.1. Ruta Rio Vita

El rio Vita nace en las serranías noroeste del departamento del vichada en la confluencia de los caños bravo y el pendare, de allí hasta la desembocadura en el rio Orinoco tiene una longitud de 180 km.

Es unos de los ríos más atractivos para practicar pesca deportiva; cuenta con una gran variedad de especies entre los que se destacan la especie de *ciclidoso* pavones más conocidas por los pescadores deportivos que llegan a esta región del país. Otra especie es la *Hydrolycusscomberoideso* payara y *Pellonaflavipinniso* sardinata; son las especie más apetecidas por los turistas que practican el deporte de la pesca deportiva. Sin embargo existen otras especies que dependiendo de la modalidad de PD, también son aprovechadas y son especies que por su tamaño amerita se tengan en cuenta para la práctica de este deporte.

En esta ruta se identifican 12 zonas donde por lo general se puede llegar por vía acuática y terrestre; por agua se puede apreciar la majestuosidad del río, la vegetación y una gran variedad de animales. La vía terrestre se puede apreciar la sabana, sus morichales, las fincas y los animales de monte. TABLA 3.

**TABLA 3. Principales Zonas del Río Vita donde se Realiza Pesca Deportiva**

ZONAS	RUTA Accesibilidad	INFRAESTRU CTURA/CAM PIN	ESPECIES	MODALIDAD DE PESCA
LA RAMPLA	Acuática, Terrestre	Camping	Pavón, Payara, Sardinata, Caribe, Bagre, Cachama, Cajaro Valentón	Trolling Spinning Mosqueo Fondeo Gareteo
EL CARAJÓ	Acuática, Terrestre	Camping	Pavón, Payara, Sardinata, Caribe, Bagre, Cachama, Cajaro	Trolling Spinning Mosqueo Fondeo
EL MORICHAL	Acuática, Terrestre	REFUGIO CABAÑAS 20 PERSONAS	Pavón, Payara, Sardinata, Caribe, Bagre, Cachama, Cajaro	Trolling Spinning Mosqueo Fondeo Gareteo
PASO LA ESMERALDA	Acuática, Terrestre	Camping	Pavón, Payara, Sardinata, Caribe, Bagre, Cachama, Cajaro	Trolling Spinning Mosqueo Fondeo
CHARCO CAIMAN	Acuática, Terrestre	Camping	Pavón, Payara, Sardinata, Caribe, Bagre, Cachama, Cajaro	Trolling Spinning Mosqueo Fondeo
ALTAMIRA	Acuática, Terrestre	Camping	Pavón, Payara, Sardinata, Caribe, Bagre, Cachama, Cajaro	Trolling Spinning Mosqueo Fondeo
			Pavón, Payara, Sardinata, Caribe,	Trolling

<b>MANATI</b>		Acuática, Terrestre	Camping	Bagre, Cachama, Cajaro	Spinning Mosqueo Fondeo
<b>NIMAJAY</b>		Acuática, Terrestre	REFUGIO 4 CABAÑAS	Pavón, Payara, Sardinata, Caribe, Bagre, Cachama	Trolling Spinning Mosqueo Fondeo
<b>PASO EGANAO</b>		Acuática, Terrestre	Camping	Pavón, Payara, Sardinata, Caribe, Bagre, Cachama, Cajaro	Trolling Spinning Mosqueo Fondeo
<b>TRES BOCAS</b>		Acuática	Camping	Pavón, Payara, Sardinata, Caribe, Bagre, Cachama, Cajaro	Trolling Spinning Mosqueo Fondeo
<b>FINCA TATA</b>	<b>LA</b>	Acuática, Terrestre	Camping	Pavón, Payara, Sardinata, Caribe, Bagre, Cachama, Cajaro	Trolling Spinning Mosqueo
<b>FINCA PEDREGOZA</b>	<b>LA</b>	Acuática, Terrestre	En construcción		

Existen cuatro refugios los cuales cuentan con alguna infraestructura que les permite albergar hasta 20 personas, como son refugio nimajay ubicado a orillas del río Bita a 1,5 horas y refugio Morichal a 2 horas de Puerto Carreño, finca La Tata que tiene un área para camping, finca La Pedregosa; además de casa de habitación, también ofrecen áreas donde se puede acampar.

Aparte de las zonas mencionadas, se destacan en el área de Puerto Carreño zona de Las Granjas pequeñas fincas acondicionadas para prestar servicios de recreación y el servicio de camping a solo 10 minutos de Carreño.

#### 4.2.8.2. Ruta Rio Orinoco

El Río Orinoco nace en el estado Amazonas Venezuela en la Sierra Parima, en el Cerro Delgado Chalbaud (1.047 m.s.n.m.), cerca de la frontera con Brasil y en su recorrido bordea el escudo de las Guayanas; con una longitud de 2063 km de longitud. En la parte sur de la vertiente los principales ríos tributarios provienen del escudo Guayanés, en la margen derecha se encuentra el

Ocamo, el Matacuni, el Ventuari y el Parú y en la margen izquierda el Mavaca y el Casiquiare, este último puente de comunicación entre el Orinoco y el sistema del río Amazonas a través del río Negro. Otros ríos importantes que drenan el escudo de las Guayanas y entran por la margen derecha en todo el recorrido, son el Caroní, Caura, Aro, Suapure, Cuchivero, Caura y Ventuari entre otros. El río Orinoco sirve de frontera entre Colombia y la República Bolivariana de Venezuela en un tramo de 270 km, en cuyo trayecto se destaca una franja de rocas ígneas y metamórficas del precámbrico que en algunos sitios forman grandes raudales o rápidos, entre los que se destacan Mantequero, el Palomazón, Rabipelao, Guahibo, Ature y Maipure. En esta zona por la margen izquierda el Orino recibe las aguas de los ríos Guaviare, el Meta provenientes de la cordillera de los Andes y además los ríos Vichada, Tomo y el Bitá que bajan de las sabanas del Vichada. (Hernando Ramírez, Rosa Elena Ajiaco, La pesca en la baja Orinoquia Colombiana una visión integral) TABLA 4

**TABLA 4. Principales Zonas del Rio Orinoco donde se Realiza Pesca Deportiva**

ZONAS	RUTA Accesibilidad	INFRAEST RUCTURA /CAMPIN	ESPECIES	MODALIDAD PESCA	DE
RAPIDO YARIBEN	Acuática	Camping	Payaras, sardinata	Troling Spining Mosqueo Fondeo *	
EL DAGUA	Acuática	Camping	Pavón, Payara, Sardinata, Caribes o pirañas	Troling Spining Mosqueo Fondeo Gareteo	
RONCADOR	Acuática, Terrestre	Camping	Payaras, sardinata, Caribe	Troling Spining Mosqueo Fondeo	
ISLA SANTA ELENA	Acuática	Cabaña, Camping	Payara, Sardinata, Caribes, Bagres, Cachamas, Cajaro, Amarillo, Valentón	Troling Spining Mosqueo Fondeo	
CHORRO		Camping	Curvinata, Payara, Sardinata,	Troling Spining	

<b>VENTANAS</b>	Acuática, terrestre		Caribes, Bagres, Amarillo, Cajaro	Mosqueo Fondeo
<b>PAÑUELOS</b>	Acuática	Camping	Payara, Sardinata, Caribes, Curvinatas	Troling Spining Mosqueo Fondeo

En esta Ruta se destaca Refugio Santa Elena sobre el río Orinoco a 45 minutos de Carreño y finca Ventas y Refugio el Dagua a 1 hora.

#### 4.2.8.3. Ruta Rio Meta.

Nace en el Páramo de Sumapaz y se origina de la confluencia de los ríos Guamal y Humea, inicialmente recibe el nombre de Metica; a partir de su encuentro con el río Humea recibe el nombre de río Meta. Tiene una longitud aproximada de 1110 km desde su nacimiento hasta la desembocadura en el Orinoco, es línea fronteriza entre Colombia y Venezuela en 270 km. TABLA 5

Aunque en este río existen muchas áreas donde se puede practicar la pesca deportiva, solo se utiliza una sola zona rica en especies como es el Juriepe:

**TABLA 5. Principal Zona del Rio Meta donde se Realiza Pesca Deportiva**

ZONAS	RUTA Accesibilidad	INFRAESTRUCTURA CAMPIN	ESPECIES	MODALIDAD DE PESCA
<b>JURIEPE</b>	ACUATICA, TERRESTRE	CAMPING	Pavón, Payara, Sardinata, Caribes o pirañas Cachama, Bagres, Curvinata, Cajaro Palometa	Troling Spining Mosqueo Fondeo Gareteo

#### 4.2.9. OFERTA Y POTENCIAL DE DESARROLLO: INVENTARIO DE PECES

Para describir la oferta se mencionaran aspectos relacionados con las principales especies atractivas para la pesca deportiva y otras especies que aunque no son de interés para los aficionados a la pesca deportiva, si hacen

parte de la riqueza ícticas de nuestros ríos y lagunas donde se desarrolla esta actividad y que pueden ser otra alternativa importante para ampliar la oferta turística, en otra fecha diferente a la ya establecida.

También se hace una breve descripción de los principales sitios de pesca y la accesibilidad.

Para la Orinoquia, existe gran potencial para el desarrollo de la pesca deportiva, al albergar a más de 80 especies de interés pesquero\*, incluidas todas las especies atractivas para la pesca deportiva. (*Instituto Humboldt, Pesquerías Continentales de Colombia*).

Se destacan tres especies como atractivas para la pesca deportiva; los pavones, pertenecientes a la familia de los Cíclidos, peces carnívoros de gran colorido que habita las riveras de los ríos, caños y lagunas. De esta especie se identifican 3 especies *Cichlaorinocensis* pavón tres estrellas, *Cichla intermedia* o pavón real y *Cichlatemensis* o pavón pintaelapa; sin embargo según información bibliográfica e información suministrada por pescadores y operadores, se identifican en total cinco especies, además de las anteriores están *Cichlamonoculus* y *Cichlaocellaris*. Estas especies tiene fama mundial por ser considerados peces sumamente agresivos. En el ámbito internacional estas especies también son conocidas como *Peacock Bass* y su talla máxima de captura es de 30 cm, aunque se capturan animales más grandes.

47

Otra especie es la Payara *Hydrolycus scomberoides* y el *Hydrolycus armatus*; también es una especie carnívora que al igual que los pavones habita las riveras de los ríos, lagunas y la pesca más llamativa se da en lugares corrientosos. En Colombia y Venezuela se conocen como payaras, cachorro en Bolivia y peixe cachorro o pirandirá en Brasil. (*Hernando Ramírez, Rosa Elena Ajiaco, La pesca en la baja Orinoquia Colombiana: una visión integral*).

Sin lugar a dudas para los pescadores de agua dulce del neotrópico, la payara está considerada entre los tres grandes trofeos de agua dulce más importante de América. La talla máxima de captura establecida es de 55 cm.

La otra especie es la sardinata, pertenecen a la familia *Clupeidae*; se relacionan dos especies *Pellona flavipinnis* conocida en Colombia como

sardinata blanca y *Pellonacastelnaeana* la más atractiva para pesca deportiva conocida como sardinata dorada, en Venezuela recibe el nombre sardinata y en Brasil bacalao, apapá-amarelo. La talla máxima de captura establecida es de 40 cm.

**TABLA 6. Principales especies atractivas para la pesca deportiva**

ESPECIES	NOMBRE CIENTIFICO	TALLA DE CAPTURA
Sardinata real o dorada	<i>Pellonacastelnaeana</i>	40 cm
Sardinata blanca	<i>Pellonaflavipinnis</i>	40 cm
Pavón pintaelapa	<i>Cichlatemensis</i>	30 cm
Pavón tres estrellas	<i>Cichlaorinocensis</i>	30 cm
Pavón real	<i>Cichla intermedia</i>	30 cm
Pavón sp	<i>Cichlamonoculus</i>	30 cm
Pavón sp	<i>Cichlaocellaris</i>	30 cm
Payara	<i>Hydrolycusscomberoides</i>	55 cm
Payara	<i>Hydrolycusarmatus</i>	55 cm

Además de las especies descritas anteriormente, también se ha establecido la captura de las siguientes especies:

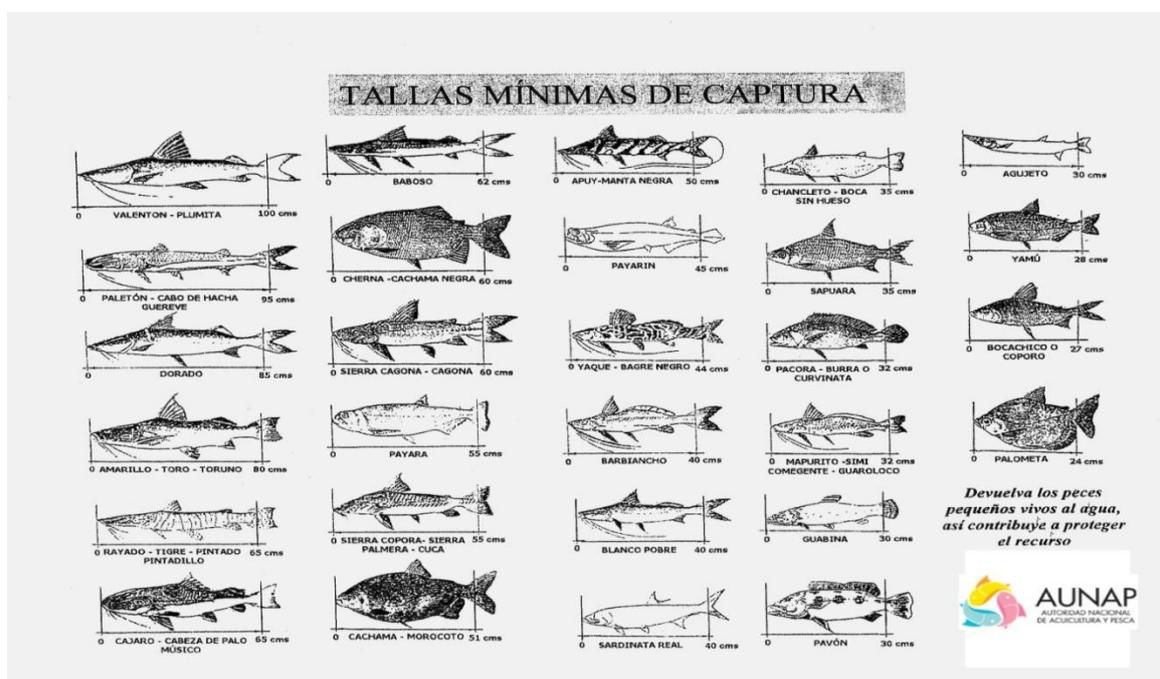
**TABLA 7. Otras especies aprovechadas para la pesca deportiva**

ESPECIE	NOMBRE CIENTIFICO	TALLA DE CAPTURA
Agujón	<i>Boulengerellasp</i>	ornamental
Amarillo	<i>Paulicealuetkeni</i>	80
Bagre	<i>Pseudoplatystomasp</i>	65
Barbiancho	<i>Piniranpuspinirampus</i>	40
Cachama negra	<i>Colossomamacropomum</i>	60
Cajaro	<i>Phractocephalushemiliopterus</i>	65
Caribe	<i>Pygocentruscariba</i>	indeterminada

Curvinata	<i>Plagioscion squamosissimus</i>	32
Morocoto	<i>Piaractus brachipomus</i>	51
Payarin	<i>Rhaphiodon vulpinus</i>	45
Guabina	<i>Hopliasp</i>	30

El ministerio de Agricultura a través de la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca AUNAP, tiene establecido las especies que son susceptibles de ser capturadas y comercializada y fija sus tallas mínimas de capturas por especies.

**Figura No. 2 Tallas mínimas de captura**



Fuente: Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca

# FASE III **DIAGNOSTICO, IDENTIFICACION Y ANALISIS DEL PRODUCTO TURISTICO.**

#### 4.3. FASE III: DIAGNOSTICO, IDENTIFICACION Y ANALISIS DEL PRODUCTO TURISTICO.

Se ha realizado el análisis de la situación actual del sector y de los eslabones que hacen parte de la cadena de valor del producto turístico, comprende una descripción cualitativa y cuantitativa de los componentes del diagnóstico, que se realiza a partir de los insumos recogidos. Comprende las siguientes actividades:

- ❖ Diagnóstico, identificación y análisis del producto con los servicios de accesibilidad, infraestructura, administración y gobernabilidad, tecnología, capacitación y estudio de mercado.

#### ANALISIS ENCUESTA- EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE SERVICIOS TURISTICOS

51

**PRESENTACION:** Con el presente informe se pretende dar a conocer el análisis de los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas a un grupo de personas, integradas por prestadores de servicios turísticos entre ellos, restaurantes, agencias, operadores, hoteleros, pescadores, funcionarios representantes de la AUNAP y Migración Colombia de los municipios de Puerto Carreño, La primavera y Santa Rosalía; con el propósito de obtener una exploración inicial del estado del arte del producto turístico de pesca deportiva en el Vichada .

La encuesta se orientó a la identificación y valoración de los diferentes factores determinantes en la estructuración y definición tanto del producto turístico como de la prestación del servicio por parte de los diferentes operadores, guías y demás prestadores involucrados en el desarrollo de la pesca deportiva como atractivo turístico.

Dentro de este marco, se evaluaron aspectos contenidos en las siguientes variables:

- Exploración del producto
- Capacitación para el personal vinculado a la prestación del servicio
- Mercado y ventas para la comercialización del producto
- Servicios complementarios de alojamiento, restaurantes, operadores turísticos, transporte, etc.
- Otros Aspectos de análisis como capacidad de carga, sostenibilidad y buenas prácticas, seguridad turística y análisis económico de los costos tanto para los prestadores del servicio como para los turistas e ingresos obtenidos por la actividad.

**OBJETIVO:** El propósito general es el de Identificar el estado del Arte del producto turístico, a partir de una exploración inicial con los actores que hacen parte de la actividad turística de la zona.

**LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:** La encuesta fue diseñada para ser aplicada y respondida por los diferentes actores que intervienen en el desarrollo de la pesca deportiva como actividad turística del Departamento del Vichada, la cual fue diligenciada por las personas que asistieron a la convocatoria realizada por la Gobernación del Vichada.

52

La aplicación de las Encuestas se efectuaron en el mes de noviembre de 2014 en el municipio de Puerto Carreño, la primavera y Santa Rosalía, utilizando el método de entrevista directa a un grupo de personas con domicilio en el mismo municipio y que hacen parte de la actividad de pesca deportiva, como prestadores de servicios, entre ellos, transporte, guianza, restaurantes, alojamiento, operadores turísticos, agentes de viaje y funcionarios pertenecientes a la AUNAP y Migración Colombia.

Las muestras obtenidas para la recolección de datos, fue seleccionada con base en la información sobre prestadores de servicios turísticos registrados por la Gobernación del Vichada.

Se ha realizado el diagnóstico de la situación actual del sector y de los eslabones que hacen parte de la cadena de valor del producto turístico. Este análisis de la situación actual comprende El análisis cualitativo y cuantitativo de los componentes del diagnóstico, se realiza a partir de los insumos recogidos.

Después de aplicar las fichas a los empresarios prestadores y operadores del sector turístico, asistentes a los talleres, se pudo realizar el diagnóstico, identificación y análisis del producto con los servicios de accesibilidad infraestructura, administración y gobernabilidad, tecnología, capacitación y estudio de mercado.

**TABLA 8. Presentación de metodología y tabulación de información**

CADENA DE VALOR	PRESENTACION	OBETIVOS	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION
Agencia de viaje	Se aplicó una encuesta a Agencias de viaje y Operadores Turísticos con sede en el Municipio de Puerto Carreño; con el propósito de obtener información sobre el estado del Arte de los Servicios Turísticos complementarios al producto Pesca Deportiva. La encuesta se estructuró con aspectos relacionados a la identificación de los servicios básicos ofrecidos.	Identificar y caracterizar la oferta de agencias de viajes u operadores turísticos en la zona de influencia del producto turístico "Pesca Deportiva Para El Departamento de Vichada".	La encuesta fue aplicada y diligenciada por 9 Agencias de Viajes y/u Operadores Turísticos, que ofrecen servicios complementarios a los turistas que visitan Puerto Carreño para realizar la actividad de pesca deportiva. La encuesta se efectuó en el mes de noviembre de 2014, utilizando el método de entrevista directa a los propietarios o representantes legales del establecimiento. La muestra obtenida para la recolección de datos, fue seleccionada con base en la información suministrada por la Gobernación del Vichada.
Hoteleros	Continuando con la exploración inicial del producto turístico de la Pesca Deportiva en el Departamento del Vichada, se aplicó una segunda encuesta a Hoteles, Restaurantes con sede en el Municipio de Puerto Carreño, la primavera y Santa Rosalía; con el propósito de obtener información sobre el estado del Arte de los Servicios Turísticos complementarios al producto Pesca Deportiva. La encuesta se estructuró con aspectos relacionados a la identificación del establecimiento comercial (hotel) la infraestructura que posee, los servicios básicos ofrecidos, complementarios o accesorios; capacidad total de atención por persona, los empleos generados y tipo ocupación laboral (permanente o temporal).	Identificar y caracterizar la oferta de alojamiento, en la zona de influencia del producto turístico "Pesca Deportiva Para El Departamento de Vichada".	La encuesta fue aplicada y diligenciada por 10 hoteles en puerto Carreño, 7 en la Primavera y 1 den Santa Rosalía, que ofrecen servicios complementarios a los turistas para realizar la actividad de pesca deportiva. La encuesta se efectuó el mes de noviembre de 2014, utilizando el método de entrevista directa a los propietarios o representantes legales del establecimiento. La muestra obtenida para la recolección de datos, fue seleccionada con base en la información suministrada por la Gobernación del Vichada.

<p><b>Restaurantes</b></p>	<p>se aplicó una tercera encuesta a Restaurantes y Operadores Turísticos con sede en el Municipio de Puerto Carreño, la primavera y Santa Rosalía; con el propósito de obtener información sobre el estado del Arte de los Servicios Turísticos complementarios al producto Pesca Deportiva . La encuesta se estructuró con aspectos relacionados a la identificación del establecimiento comercial (restaurante), la infraestructura que posee, los servicios básicos ofrecidos, complementarios o accesorios; capacidad total de atención por persona, los empleos generados y tipo ocupación laboral (permanente o temporal).</p>	<p>Identificar y caracterizar la oferta de restaurantes, en la zona de influencia del producto turístico "Pesca Deportiva Para El Departamento de Vichada".</p>	<p>La encuesta fue aplicada y diligenciada por, 4 restaurantes en Puerto Carreño, 2 en la Primavera y 1 en Santa Rosalía, que ofrecen servicios complementarios a los turistas que visitan para realizar la actividad de pesca deportiva. La encuesta se efectuó el mes de noviembre de 2014, utilizando el método de entrevista directa a los propietarios o representantes legales del establecimiento. La muestra obtenida para la recolección de datos, fue seleccionada con base en la información suministrada por la Gobernación del Vichada.</p>
<p><b>operador turístico/ pescador</b></p>	<p>Continuando con la exploración inicial del producto turístico de la Pesca Deportiva en el Departamento del Vichada, se aplicó una cuarta encuesta a operadores, gremios y pescadores con sede en el Municipio de Puerto Carreño, la Primavera y Santa Rosalía; con el propósito de obtener información sobre el estado del Arte de los Servicios Turísticos complementarios al producto Pesca Deportiva en el departamento. La encuesta, y metodología se estructuró con aspectos relacionados a la identificación y análisis de la infraestructura (hoteles, restaurantes), equipamiento, los servicios básicos ofrecidos, complementarios o accesorios; capacitación del recurso humano, capacidad total de atención por persona, los empleos generados y tipo ocupación laboral (permanente o temporal). atractivo turístico (zona/rio), capacidad de carga, seguridad turística, sostenibilidad y buenas practicas, análisis económico básico , accesibilidad.</p>	<p>Identificar y caracterizar los servicios de alojamiento, restaurantes, la operación del producto a través de las agencias de viajes u operadores turísticos en la zona de influencia del producto turístico "Pesca Deportiva Para el Departamento de Vichada".</p>	<p>La encuesta fue aplicada y diligenciada por Operadores Turísticos y pescadores que ofrecen servicios complementarios a los turistas que visitan Puerto Carreño, la primavera o Santa Rosalía, para realizar la actividad de pesca deportiva. La encuesta se efectuó el mes de noviembre de 2014, utilizando el método de entrevista directa a los propietarios o representantes legales del establecimiento, análisis DOFA y método de grafico de paretto. La muestra obtenida para la recolección de datos, fue seleccionada con base en la información suministrada por la Gobernación del Vichada.</p>

4.3.1.

• AGENCIAS DE VIAJE Y/O OPERADORES TURISTICOS

INVENTARIO

**TABLA 9. Agencias de viajes y turismo**

N °	NOMBRE APELLIDOS	CARGO	EMPRESA	CIUDAD	DIRECCIÓN	TELEFONO	CORREO	RNT
1	JUAN CARLOS MONTAÑA	Gerente	ALL SOLUTIONS	Puerto Carreño	CRR 9 N° 18-01	312-444-6364	<a href="mailto:allsolutions@hotmail.com">allsolutions@hotmail.com</a>	ACTIVO
2	LUIS CARLOS BENAVIDEZ	Gerente	UNITOUR'D	Puerto Carreño	Cll. 18 N° 9-30	5654099 320 838 4120	<a href="mailto:uniturpcr@hotmail.com">uniturpcr@hotmail.com</a>	ACTIVO
3	SONIA ROJAS	Gerente	CONOCER VIAJES Y TURISMO	Puerto Carreño	Cra. 7 N° 18-44 b	311-5776999	<a href="mailto:conocerviajesyturismo2013@gmail.com">conocerviajesyturismo2013@gmail.com</a>	ACTIVO
4	ALEJANDRO DIAZ	Gerente	TUCUNARE LODGE	Puerto Carreño		317-2485165	<a href="mailto:alejandrotucunarelodge.com">alejandrotucunarelodge.com</a>	ACTIVO

Fuente: encuesta NAKUSA RED TURISTICA

**TABLA 10. Agencia de viajes operadoras turísticas**

N °	NOMBRE APELLIDOS	CARGO	INSTITUCIÓN	CIUDAD	DIRECCIÓN	TELEFONO	CORREO	RNT
1	ROSEVEL RODRIGUEZ LEON	Gerente	Vichada Exótica	Puerto Carreño		312-4446364	<a href="mailto:vichadaexotica@yahoo.com">vichadaexotica@yahoo.com</a>	ACTIVO
2	PEDRO PABLO OSORIO	Gerente	Reserva del Bitá	Puerto Carreño	CLL 17 N° 11-119	313-4627895	<a href="mailto:oso621@hotmail.com">oso621@hotmail.com</a>	ACTIVO
3	WILSON RESTREPO	Gerente	Transmaranata	Puerto Carreño	Crr 8 N°11-10	313-4993567	<a href="mailto:wilrescar@hotmail.com">wilrescar@hotmail.com</a>	ACTIVO

4	AMALIA ARIZA	Gerente	Wetravel Colombia	Puerto Carreño	cil 20 N° 7-29	314-4613488	<a href="mailto:amaliariza@hotmail.com">amaliariza@hotmail.com</a>	ACTIVO
5	GLADYS CORDERO	Gerente	Restaurante La Orquidea del Oriente	Puerto Carreño	Cil 19 N° 1	310-5894241	<a href="mailto:yosipacuco@hotmail.com">yosipacuco@hotmail.com</a>	ACTIVO
6	ALIRIO RONDON	Gerente	Turapezca "D"	Puerto Carreño	Cil 19N° 1-40	310-2049274	<a href="mailto:aliriorondon@hotmail.com">aliriorondon@hotmail.com</a> <a href="mailto:m_sneijder-ek@hotmail.com">m_sneijder-ek@hotmail.com</a>	ACTIVO
7	JAIRO NOVOA	Gerente	Agropesca Novoa	Puerto Carreño		314-2131343	<a href="mailto:agropescanovoa@hotmail.com">agropescanovoa@hotmail.com</a>	ACTIVO
8	LIGIA CARRILLO	Gerente	Asociación Imenay	Puerto Carreño	Crr 1 N° 9-81	321-7203153 317-8590845	<a href="mailto:imenay.orinoco@hotmail.com">imenay.orinoco@hotmail.com</a>	ACTIVO
9	JAVIER PORRAS QUIROZ	Gerente	PAVON DE LA ORINOQUIA S.A.S	Puerto Carreño		321-3321437	<a href="mailto:javier.orinoco@hotmail.com">javier.orinoco@hotmail.com</a>	ACTIVO
10	NATALY HERRERA	Gerente	IKAJANE SAS	Puerto Carreño	Crr 11 N° 19-45	3173750323	<a href="mailto:ikajane.vichada@gmail.com">ikajane.vichada@gmail.com</a>	ACTIVO
11	PABLO ABDON GARCIA	Gerente	TURISMO PAVONES DEL VICHADA	Puerto Carreño	CLL 32 N° 10-53	3104565734	<a href="mailto:pabloabdon.garcia@hotmail.com">pabloabdon.garcia@hotmail.com</a>	ACTIVO
12	ELVER MONTOYA BERNAL	Gerente	AVENTURA EN EL VICHADA	Puerto Carreño		3125497609	<a href="mailto:elver36@hotmail.com">elver36@hotmail.com</a>	ACTIVO

Fuente: Encuesta NAKUSA RED TURISTICA

#### 4.3.1.1 IDENTIFICACION Y CARACTERIZACION DE LA OFERTA DE AGENCIAS DE VIAJES / OPERADOR TURISTICO EN LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PRODUCTO TURISTICO PESCA DEPORTIVA.- MUNICIPIO DE PUERTO CARREÑO

La encuesta igualmente fue aplicada a 8 Agencias de viajes y un operador turístico, quienes suministraron datos relacionados con información general del establecimiento, años de funcionamiento, si se encuentra afiliado a algún tipo de agremiación o asociación, principales destinos en los que realiza la actividad y descripción de servicios y productos turísticos que comercializa.

Las Agencias de Viajes / Operador que participaron en la encuesta fueron:

- DATOS GENERALES AGENCIAS DE VIAJES / OPERADORES

**RESULTADOS:**

**TABLA 11. Relación Agencias de Viajes / Operadores Turísticos de Puerto Carreño**

No	Nombre Establecimiento	Años de Funcionamiento	Organización a la que pertenece			Tipo de Agencia/Operador		
			SI	NO	CUAL?	Agencia/Operador local	Sucursal Entidad Nacional	Sucursal Entidad Internacional
1	ASOCIACION DE PESCADORES IMENAY	NR	X		IMENAY	X		
2	PABLO ABDON GARCIA	NR		X		X		
3	ORQUIDEAS DEL ORIENTE	NR		X		X		
4	AVENTURA DEL VICHADA	NR		X		X		
5.	AGRENCIA DE VIAJES Y TURISMO PAVON DE LA ORINOQUIA S.A.S.	7 MESES		X		X		
6.	VICHADA EXOTICA	8 AÑOS		X		X		
7.	LA RESERVA DEL VITA	15 AÑOS		X		X		
8.	CONOCER VIAJES Y TURISMO S.A.S.	18 MESES		X		X		

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS:**

El 100% de los encuestados son Agencia u Operadores Locales; un establecimiento se encuentra asociado; dos (2) tienen entre 8 y 15 años de funcionamiento, y otros dos (2) operadores tienen menos de dos años de estar abiertos al público.

**CONCLUSIONES:**

Existe una amplia oferta de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos, y algunas de ellas con muchos años de experiencia, lo cual garantiza un conocimiento general la región para los casos de turismo receptivo, brindando a los turistas que ingresan al Departamento del Vichada un mejor servicio.

En general, no se puede establecer los años de funcionamiento de 4 Agencias de Viaje/Operadores Turísticos, ya que no respondieron a la pregunta formulada.

- TIPO DE ACTIVIDAD Y PRINCIPALES DESTINOS

Este aspecto fue diligenciado por un Operador Turístico, a continuación damos a conocer la información suministrada:

**TABLA 12. Relación Agencias de Viajes / Operadores Turísticos según su actividad**

No.	NOMBRE ESTABLECIMIENTO	EMISIVA		RECEPTIVA		PRINCIPALES DESTINOS
		NAL	INTERNAL	NAL	INTERNAL	
1.	CONOCER VIAJES Y TURISMO S.A.S.	X	X	X	X	PASA DIA PCR ISLA MARGARITA SALTO ANGEL TOBOGAN DE LA SELVA SAN FERNANDO

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

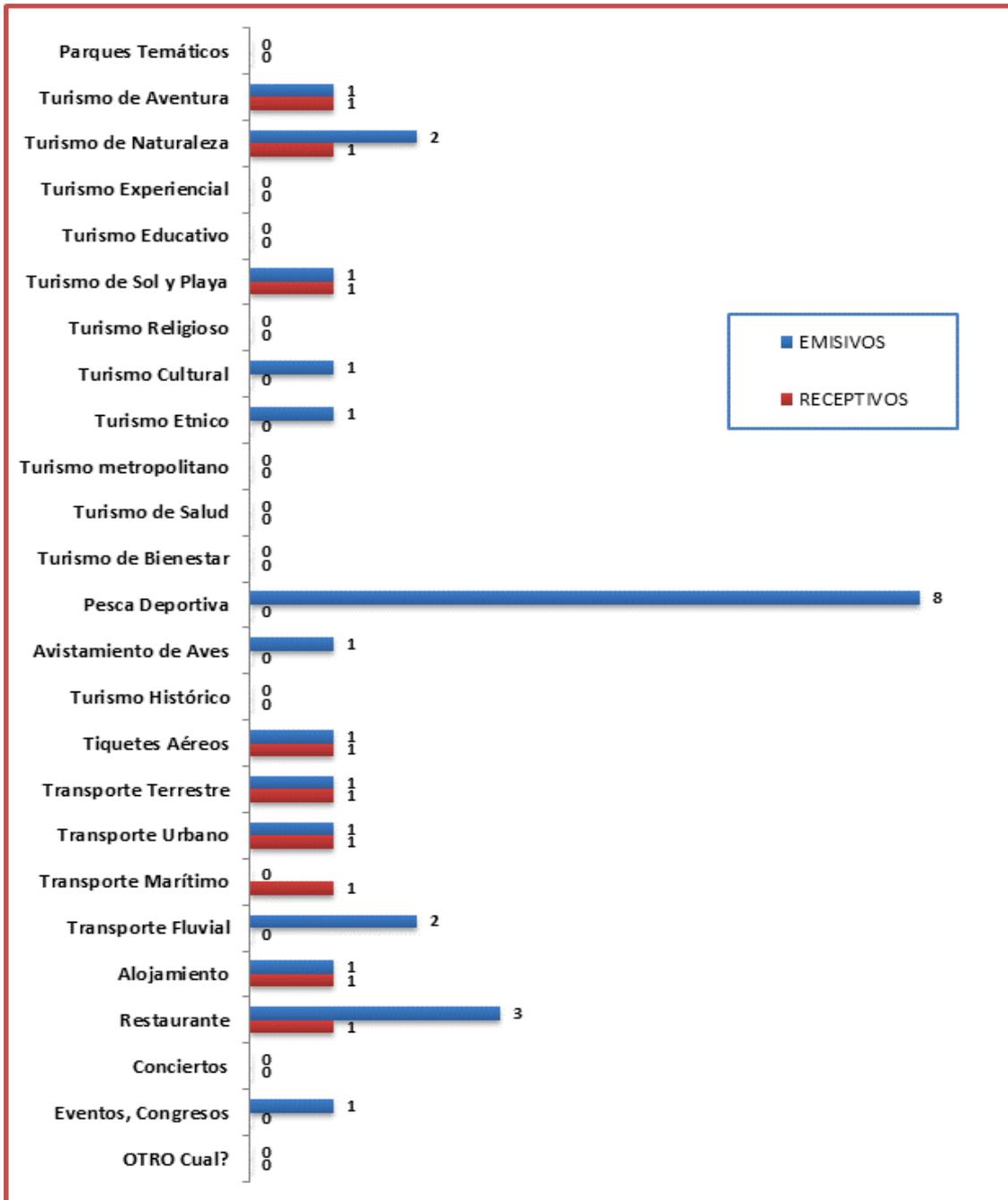
- DESCRIPCIÓN SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS DE AGENCIAS DE VIAJES / OPERADORES TURÍSTICOS SEGÚN SU ACTIVIDAD

**TABLA 13. Descripción servicios y Productos turísticos de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos s/n su actividad**

No.	SERVICIO Y PRODUCTOS TURISTICOS	EMISIVOS	RECEPTIVOS
1	Parques Temáticos	0	0
2	Turismo de Aventura	1	1
3	Turismo de Naturaleza	2	1
4	Turismo Experiencial	0	0
5	Turismo Educativo	0	0
6	Turismo de Sol y Playa	1	1
7	Turismo Religioso	0	0
8	Turismo Cultural	1	0
9	Turismo Etnico	1	0
10	Turismo metropolitano	0	0
11	Turismo de Salud	0	0
12	Turismo de Bienestar	0	0
13	Pesca Deportiva	8	0
14	Avistamiento de Aves	1	0
15	Turismo Histórico	0	0
16	Tiquetes Aéreos	1	1
17	Transporte Terrestre	1	1
18	Transporte Urbano	1	1
19	Transporte Marítimo	0	1
20	Transporte Fluvial	2	0
21	Alojamiento	1	1
22	Restaurante	3	1
23	Conciertos	0	0
24	Eventos, Congresos	1	0
25	OTRO Cual?	0	0

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 1. Descripción servicios y Productos turísticos de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos según su actividad**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**RESULTADOS:**

La actividad común a la cual se dedican la totalidad de Agencias de Viajes / Operadores Turístico es la Pesca Deportiva, en segundo lugar se encuentra la de Restaurante con 3 operadores para turismo emisoro y por 1 operador para turismo receptivo, seguida por el transporte fluvial y turismo de naturaleza oferta por 2 operadores, y en un menor grado por alguno de las Agencias de Viaje/Operadores se encuentran Turismo de Aventura, turismo de Sol y Playa, tiquetes aéreos, transporte terrestre, transporte urbano y alojamiento que se realiza tanto emisor como receptor.

### CONCLUSIONES:

Las Agencias de Viajes / Operadores Turísticos han sido los principales promotores de la actividad de pesca deportiva, para lo cual brindan además los servicios de tiquetes aéreos, alojamiento, restaurante, transporte urbano, fluvial, entre otros, para ofrecerle al turista la posibilidad de realizar esta práctica deportiva en el Departamento del Vichada.

- ❖ **Variables de Servicios Complementarios:** Con la aplicación de la Encuesta, se busca conocer por parte de los prestadores del servicio, el conocimiento que poseen sobre la infraestructura y equipamiento existente en la zona, para el desarrollo del producto turístico.

### RESULTADOS:

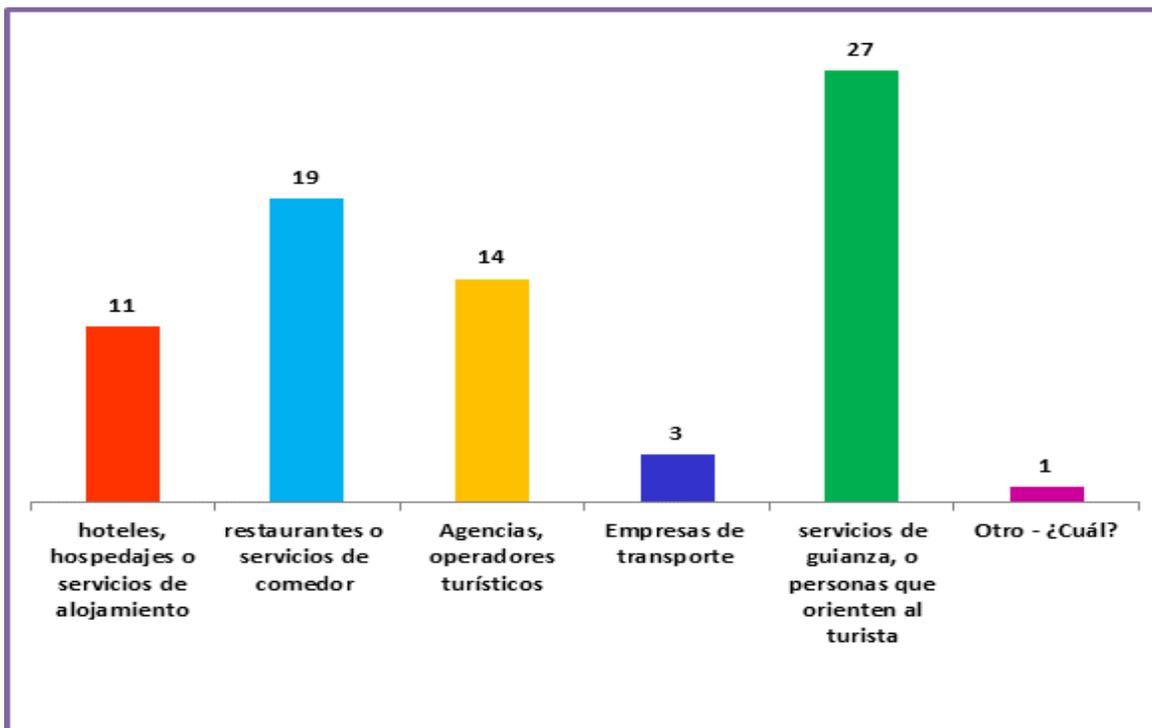
**TABLA 14. Servicios Complementarios**

7.	Variables de Servicios Complementarios	No. PERSONAS / RESPUESTAS											TOTAL PERSONAS / PROMEDIO RESPUESTAS	
		1	3	3	3	2	6	1	4	1	3	2		
7.1.	Cuántos hoteles, hospedajes o servicios de alojamiento hay en la zona	1	3	3	3	2	6	1	4	1	3	2		29
		30	15	13	12	11	10	9	8	7	2	1		11
7.2.	Cuantos restaurantes o servicios de comedor hay en la zona	1	1	2	15	1	2	3						25
		40	35	20	15	9	7	4						19
7.3.	Cuántas agencias, operadores turísticos hay en la zona	1	1	1	1	2	1	3	4	6	2			22
		46	22	20	15	12	8	7	6	4	3			14

7.4.	Cuántas empresas de transporte prestan el servicio para llegar al producto turístico	1	1	4	13									19
		6	4	2	1									3
7.5.	Cuántos servicios de guianza, o personas pueden orientar al turista	1	1	1	1	1	4	2	1	6	2	1	3	24
		100	46	42	40	30	20	17	15	6	5	4	1	27
7.6.	Otro - ¿Cuál?	1												1
		1												1

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

### Gráfica 2. Servicios Complementarios



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

### ANÁLISIS E INTERPRETACION:

Los resultados arrojados con la aplicación de la Encuesta fueron los siguientes:

A la pregunta **Cuántos hoteles, hospedajes o servicios de alojamiento hay en la zona?**, los encuestados respondieron entre **1 a 30** lugares de

alojamiento; siendo la cifra 10, de mayor coincidencia elegida por 6 encuestados. El promedio de todas las respuestas dadas es 11.

En cuanto al interrogante de **Cuántos restaurantes o servicios de comedor hay en la zona?**, las respuestas suministradas estuvieron entre 4 y 40 sitios para este servicio; la cifra más reiterada fue de 15 restaurantes o servicios de comedor contestada por 15 encuestados. El promedio de las respuestas a este punto fue 19.

Respecto a **Cuántas agencias, operadores turísticos hay en la zona?** Los encuestados respondieron con cifras que van desde 3 hasta 46; sin embargo 4 es el número que fue respondido más veces por 6 personas. El promedio de las respuestas fue 14.

Sobre la pregunta de **Cuántas empresas de transporte prestan el servicio para llegar al producto turístico?** Las respuestas suministradas oscilaron entre 1 y 6; siendo 1 la cifra que fue respondida más veces por 13 encuestados. El promedio de las respuestas fue 3.

Ante el interrogante de **Cuántos servicios de guía, o personas pueden orientar al turista?** Las respuestas consignadas fueron desde 1 hasta 100; siendo 6 el número de mayor veces suministrado por 6 encuestados. El promedio de las respuestas fue 27.

## CONCLUSIONES:

Teniendo en cuenta la disparidad de cifras suministradas en las respuestas dadas por los encuestados, se observa que no existe un conocimiento real por parte de los prestadores de servicios turísticos, sobre la infraestructura turística y equipamiento con que cuenta la zona para atender a los turistas, y menos aún se tiene claro quienes efectivamente desarrollan la labor o actividad de guía u orientador turístico.

Es así, que los resultados obtenidos en la encuesta aplicada no pueden ser considerados para la construcción de la base de datos respecto a los servicios

complementarios con que cuenta la zona, sin que sean corroborados con cada uno de los componentes que integran esta variable.

Resulta de significativa importancia que los prestadores de servicios turísticos posean el inventario real de servicios complementarios que se encuentran presentes en la zona, con el fin que puedan orientar efectivamente al turista y brindarle un mejor servicio.

De acuerdo con lo señalado por los prestadores de servicios turísticos, el siguiente es el conocimiento que poseen sobre los servicios complementarios existentes en Puerto Carreño:

- Hoteles entre 10 y 15
- Posadas Turísticas
- Alojamientos Rurales: Anacay, Reservas del Bitá, Morichal, Nimajay con capacidad de 8 a 14 personas
- Restaurantes de 15 a 20
- Campamentos de 25 a 30
- Agencias de Viajes y Turismo: AllSolutioons; Conocer; Alitur
- Agencias Operadoras: 16 agencias registradas R.N.T.
- Operadores sin Legalización: 8
- Operadores en Proceso: 8
- Transporte para llegar a sitios de pesca: Terrestre (Camiones, camperos, camionetas 4x4); Fluvial (Botes particulares propios de operadores de 100 a 120)
- Transportadores Independientes: 200
- Guías expertos: de 40 a 50

#### 4.3.1.2. IDENTIFICACION Y CARACTERIZACION DE LA OFERTA DE AGENCIAS DE VIAJES / OPERADOR TURISTICO EN LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PRODUCTO TURISTICO PESCA DEPORTIVA.- MUNICIPIO DE LA PRIMAVERA

La encuesta igualmente fue aplicada a 1 Agencia de viaje / Operador turístico que tiene su centro de actividades en el Municipio de la Primavera. A través de

la encuesta se obtuvo información relacionada con la descripción de la empresa, principales destinos en los que realiza la actividad y descripción de servicios y productos turísticos que comercializa.

Nombre Agencia de Viaje/Operador Turístico: MANUEL PARALES, Operador Turístico.

- TIPO DE ACTIVIDAD Y PRINCIPALES DESTINOS

**TABLA 15. Relación Agencias de Viajes / Operadores Turísticos según su actividad**

No.	NOMBRE ESTABLECIMIENTO	EMISIVA		RECEPTIVA		PRINCIPALES DESTINOS
		NAL	INTERNAL	NAL	INTERNAL	
1.	MANUEL PARALES, Operador Turístico	X		X		LA PRIMAVERA

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

- DESCRIPCIÓN SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS DE AGENCIAS DE VIAJES / OPERADORES TURÍSTICOS S/N SU ACTIVIDAD

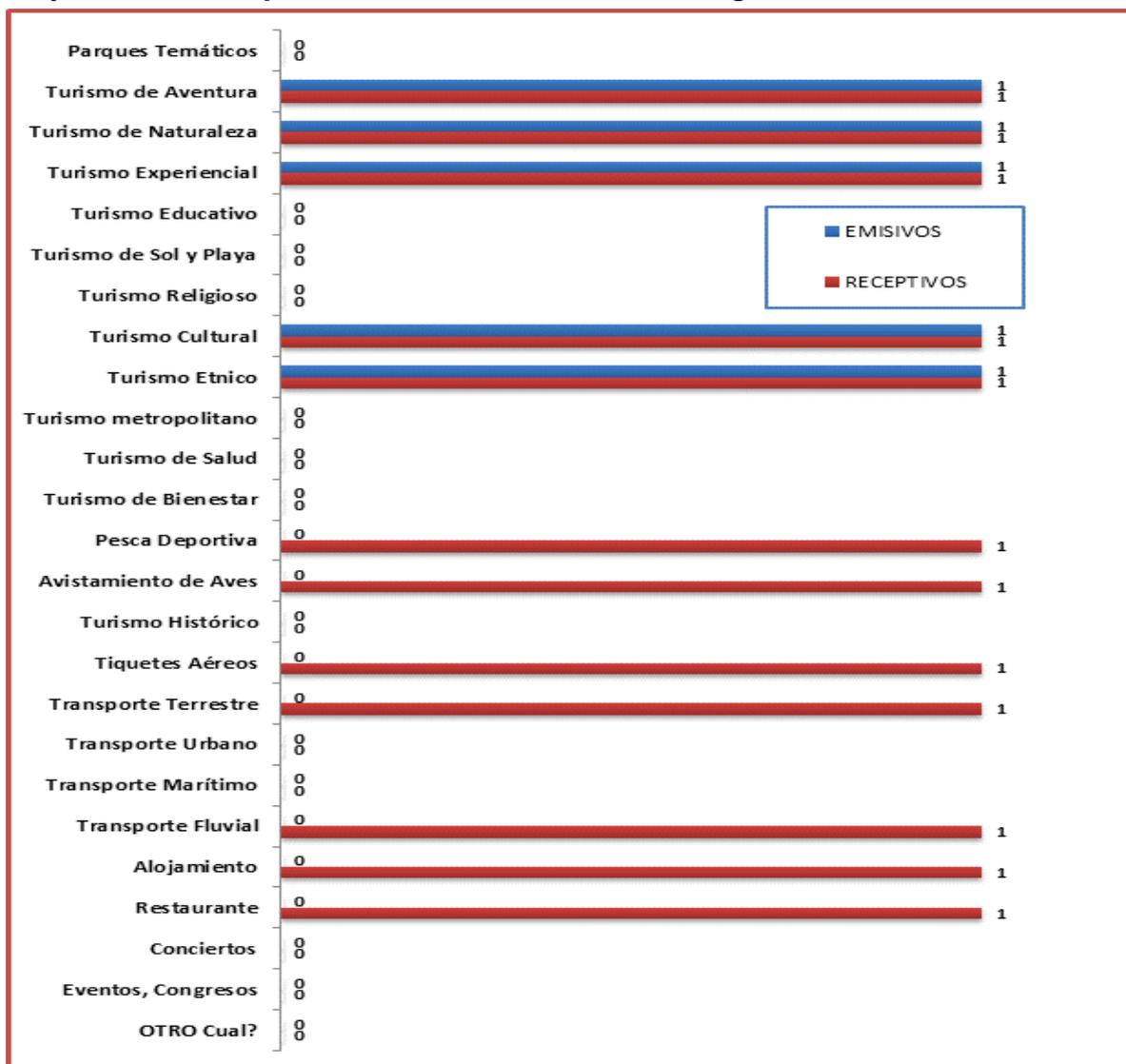
**TABLA 16. Descripción servicios y Productos Turísticos de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos según su actividad**

No.	SERVICIO Y PRODUCTOS TURISTICOS	EMISIVOS	RECEPTIVOS
1	Parques Temáticos	0	0
2	Turismo de Aventura	1	1
3	Turismo de Naturaleza	1	1
4	Turismo Experiencial	1	1
5	Turismo Educativo	0	0
6	Turismo de Sol y Playa	0	0
7	Turismo Religioso	0	0
8	Turismo Cultural	1	1
9	Turismo Étnico	1	1
10	Turismo metropolitano	0	0
11	Turismo de Salud	0	0

12	Turismo de Bienestar	0	0
13	Pesca Deportiva	0	1
14	Avistamiento de Aves	0	1
15	Turismo Histórico	0	0
16	Tiquetes Aéreos	0	1
17	Transporte Terrestre	0	1
18	Transporte Urbano	0	0
19	Transporte Marítimo	0	0
20	Transporte Fluvial	0	1
21	Alojamiento	0	1
22	Restaurante	0	1
23	Conciertos	0	0
24	Eventos, Congresos	0	0
25	OTRO Cual?	0	0

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 3. Descripción servicios y Productos Turísticos de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos según su actividad**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**TABLA 17. Descripción Personal de la Agencia de Viajes/Operador Turístico.**

CARGO	TIPO DE EMPLEO		TOTAL OCUPACION
	PERMANENTE	TEMPORAL	
Gerente/Administrador	1	0	1
Secretaria	0	0	0

Contador /Auxiliar Contable	0	0	0
Ejecutivo de Cuenta Nacional emisor	0	0	0
Ejecutivo de Cuenta Nacional Receptor	1	0	1
Ejecutivo de Cuenta Internacional emisor	0	0	0
Ejecutivo de Cuenta Internacional Receptor	0	0	0
Aseador	0	0	0
Mensajero	0	0	0
Otro Cual?	0	0	0
<b>TOTAL PERSONAL EMPLEADO</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
<b>PARTICIPACION</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

## ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo a las respuestas dadas por el único Operador Turístico del Municipio de la Primavera, sus actividades se orientan específicamente al Turismo Nacional emisor y receptor. El principal destino turístico que promociona es La Primavera (Vichada).

Los servicios y productos turísticos ofertados son el Turismo de Aventura, Naturaleza, Experiencial, Cultural y étnico, que son promocionados y comercializados tanto para turismo emisor como receptor.

Así mismo oferta servicios y productos para el turismo receptor, como la pesca deportiva y avistamientos de aves, venta de tiquetes aéreos, transporte terrestre y transporte fluvial, los servicios de alojamiento y restaurante para turismo receptor.

En desarrollo de su actividad como Operador Turístico genera dos empleos, Gerente/Administrador y Ejecutivo de Cuenta Nacional Receptor.

## CONCLUSIONES:

La Agencia de Viaje/Operador Turístico que opera en el Municipio de la Primavera, promueve los atractivos turísticos de la región, teniendo en cuenta las riquezas naturales y culturales que hacen parte del inventario turístico, propicias para desarrollar turismo bajo las temáticas de aventura, experiencial, así como la pesca deportiva y el avistamiento de aves.

## CONCLUSIONES GENERALES:

El producto turístico de la pesca deportiva en el Municipio de la Primavera no es reconocido como atractivo turístico de la localidad, toda vez que no se dispone de planes de servicios y adecuaciones en el sitio para promocionar la práctica de esta actividad. Factores como la accesibilidad en estado de construcción, la ausencia de señalización Turística e Información vial y de orientación general, la no disponibilidad de servicio de guía experta y/o certificada, las difíciles condiciones de tecnología y comunicación, la inexistencia de Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas) y Vigilancia y seguridad privada en el producto, la insuficiente disponibilidad de servicios complementarios, entre otros, afectan el desarrollo y fortalecimiento del producto turístico en la zona en consecuencia generan la baja demanda para la práctica de esta actividad en la zona.

Sumando a que por su principal actividad económica como lo es la Ganadería y la disponibilidad del patrimonio cultural y étnico de la región, el municipio de la Primavera ha conformado su oferta turística con otros productos como son: eventos ganaderos (ferias y exposición de ganado) y culturales (festivales danzas folclóricas, tradiciones autóctonas étnicas, artesanías), trabajo de llano, el turismo natural y experiencial por las lagunas y ríos, avistamientos de aves, caminatas ecológicas.

No obstante, existen otros aspectos de gran importancia que hacen viable el desarrollo y posicionamiento de la pesca deportiva como atractivo turístico de la Primavera, como lo es la ubicación de un aeropuerto en esa localidad, propiciando condiciones de accesibilidad por vía aérea, las condiciones de seguridad son óptimas debido a la presencia de autoridades de policía, militares, marítimas o fluviales en el área de influencia; la oferta amplia de establecimientos de alojamiento.

- ❖ **Variables de Servicios Complementarios:** Con la aplicación de la Encuesta, se busca conocer por parte de los prestadores del servicio, el conocimiento que poseen sobre la infraestructura y equipamiento existente en la zona, para el desarrollo del producto turístico.

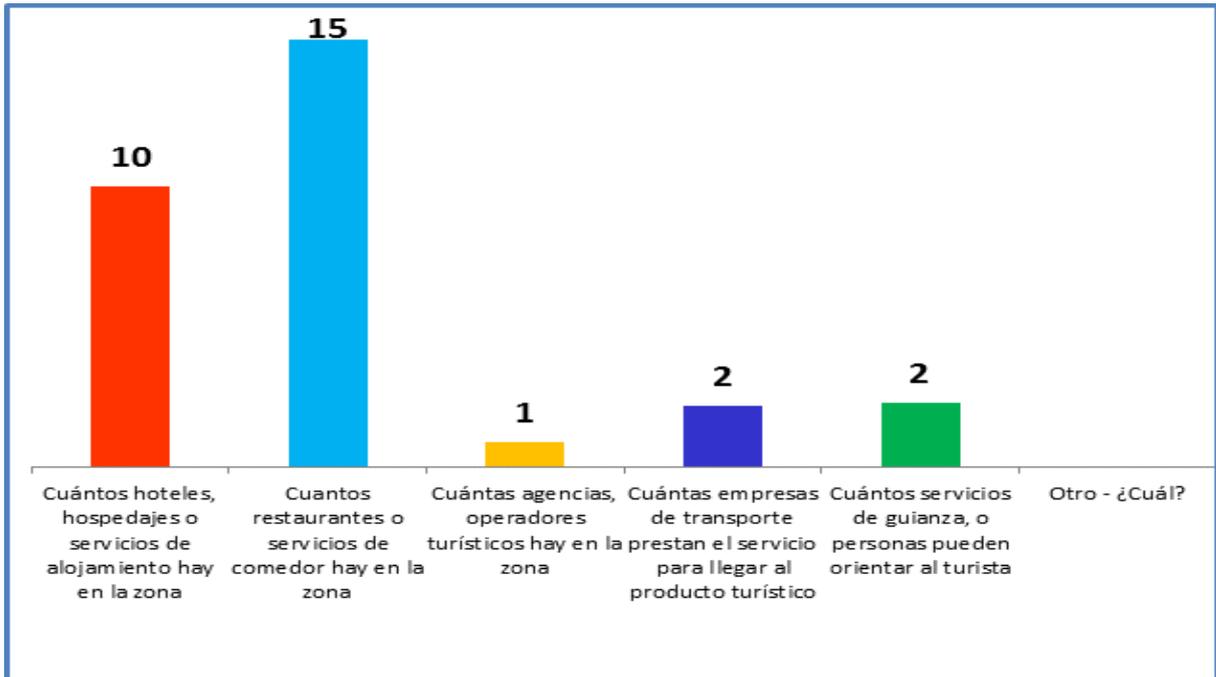
## RESULTADOS:

**TABLA 18. Servicios complementarios.**

Variables de Servicios Complementarios	promedio
Cuántos hoteles, hospedajes o servicios de alojamiento hay en la zona	10
Cuántos restaurantes o servicios de comedor hay en la zona	15
Cuántas agencias, operadores turísticos hay en la zona	1
Cuántas empresas de transporte prestan el servicio para llegar al producto turístico	2
Cuántos servicios de guía, o personas pueden orientar al turista	2
Otro - ¿Cuál?	0

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 4. Servicios complementarios.**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los resultados arrojados con la aplicación de la Encuesta fueron los siguientes:

A la pregunta **Cuántos hoteles, hospedajes o servicios de alojamiento hay en la zona?**, los encuestados respondieron en promedio **10**.

En cuanto al interrogante de **Cuántos restaurantes o servicios de comedor hay en la zona?**, las respuestas suministradas estuvieron entre 14 y 25 sitios para este servicio; la cifra más reiterada fue de 14 restaurantes o servicios de comedor contestada por 8 encuestados. El promedio de las respuestas a este punto fue **15**.

Respecto a **Cuántas agencias, operadores turísticos hay en la zona?** Los encuestados respondieron que solo hay 1 operador turístico. El promedio de las respuestas fue **1**

Sobre la pregunta de **Cuántas empresas de transporte prestan el servicio para llegar al producto turístico?** Las respuestas suministradas osciló entre 2 y 4; siendo 2 la cifra que fue respondida más veces por 9 encuestados. El promedio de las respuestas fue 2.

Ante el interrogante de **Cuántos servicios de guianza, o personas pueden orientar al turista?** Las respuestas consignadas fueron desde 1 hasta 13; siendo 1 el número de mayor veces suministrado por 8 encuestados. El promedio de las respuestas fue 2.

### CONCLUSIONES:

De acuerdo a los resultados, existe una amplia oferta de servicios de alojamiento y restaurantes en la zona, contrastado con el número reducido de operadores turísticos, servicio de guianza y empresas de transporte.

En general, se requiere fortalecer la oferta de servicios complementarios principalmente de guianza, transporte y operadores turísticos en el Municipio de la Primavera, con el fin de consolidar el producto turístico de la pesca deportiva, logrando aumentar la demanda de turistas para la realización de la actividad.

### 4.3.2.

## • EVALUACION DE LOS SERVICIOS Y ATRACTIVOS DEL PRODUCTO

### 4.3.2.1. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DEL PRODUCTO TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE **PUERTO CARREÑO**.

Con el objetivo de identificar el servicio prestado por cada uno de los encuestados como actores de la actividad del producto pesca turística del Departamento del Vichada, se agruparon las respuestas similares, obteniendo los siguientes resultados:

73

#### DESCRIPCION DEL PRODUCTO IDENTIFICADO (FICHA 1)

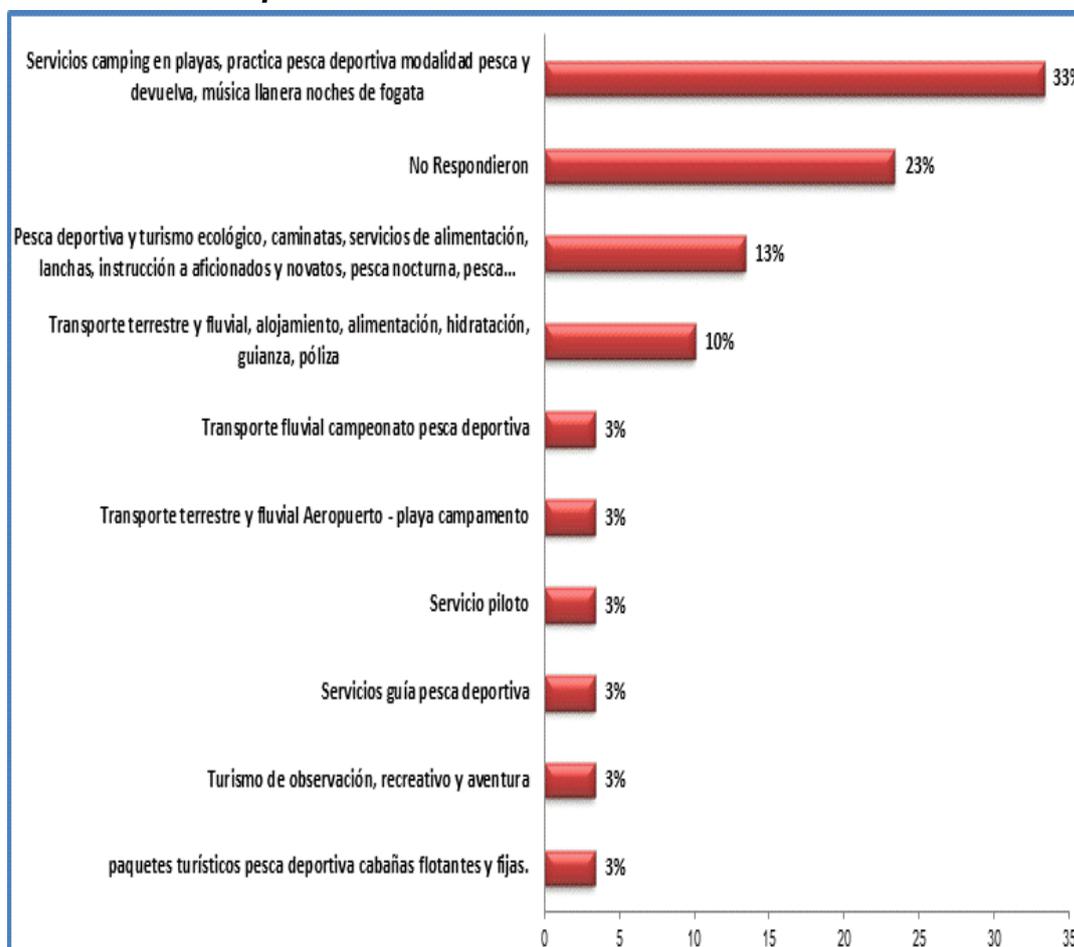
**TABLA 19. Consolidado resultados descripción del producto identificado**

Respuesta	Total	Participación
Servicios camping en playas, práctica pesca deportiva modalidad pesca y devuelva, música llanera noches de fogata	10	33%
No Respondieron	7	23%
Pesca deportiva y turismo ecológico, caminatas, servicios de alimentación, lanchas, instrucción a aficionados y novatos, pesca nocturna, pesca exclusiva con linterna	4	13%
Transporte terrestre y fluvial, alojamiento, alimentación, hidratación, guianza, póliza	3	10%
Transporte fluvial durante campeonato pesca	1	3%

deportiva		
Transporte terrestre y fluvial Aeropuerto - playa campamento	1	3%
Servicio piloto	1	3%
Servicios guía pesca deportiva	1	3%
Turismo de observación, recreativo y aventura	1	3%
Paquetes turísticos pesca deportiva cabañas flotantes y fijas.	1	3%
<b>TOTALES</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 5. Descripción del Producto Identificado**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

## ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con los resultados obtenidos, del 100% de los encuestados, el 33% presta el servicio de camping y guía, en las playas donde se practica la pesca deportiva, bajo la modalidad de “pesca y devuelva”, estos planes tienen una duración de 1 a 15 días, siendo el de 8 días el más solicitado por los turistas que incluyen fogata con música llanera el último día de campamento; seguido de un 13% de personas que ofrecen además del servicio de pesca deportiva, excursiones de turismo ecológico y autosustentable que generen el menor impacto negativo sobre la riquezas de flora y fauna de la zona, con caminatas y baño en los ríos; este plan incluye alimentación, servicio de transporte fluvial (lancha) e instrucción para los pescadores aficionados y novatos. Así mismo un 10% indica que brinda el servicio de transporte terrestre y fluvial, alojamiento, alimentación, hidratación, guianza y póliza.

En menor porcentaje, otros servicios brindados por estos prestadores turísticos, son Transporte terrestre y fluvial desde el aeropuerto donde reciben a los turistas, hasta la playa donde se haya instalado el campamento de pesca (3%); Transporte fluvial solo durante el campeonato de pesca deportiva (3%); Servicio de guianza de pesca deportiva (3%); Servicio de piloto (3%) y por último se encuentra los servicios de paquetes turísticos de pesca deportiva que ofrecen cabañas fijas y flotantes y aquellos para quienes prefieren el turismo de observación, recreativo y de aventura.

75

## CONCLUSION:

De la población encuestada más de un 70% hace parte de forma permanente de la cadena productiva local de la actividad turística de Pesca Deportiva, bien sea como proveedor de servicios o bienes necesarios para desarrollar el producto turístico.

Los servicios o bienes brindados, inician desde el recibimiento del Turista en el aeropuerto, transporte terrestre y fluvial hasta la playa del campamento o zona de pesca, alimentación, hospedaje, servicio de guianza, seguro, instrucción, recorrido por las zonas de pesca; adicionalmente actividades de turismo

ecológico, de observación, recreativo y de aventura; y fogatas con música llanera; predominando el respeto hacia el medio ambiente.

Se evidencia que existe una organización local de Operadores turísticos que ofrecen los planes de Pesca deportiva con todos los servicios incluidos a excepción de tiquetes aéreos, y que éstos a su vez contratan entre otros, los servicios de transporte y guianza.

### EVALUACION Y CALIFICACION DEL ATRACTIVO.

Dentro de este componente, se establecieron variables de exploración del producto, así como de Capacitación, mercadeo y Ventas, servicios complementarios y otros; con el propósito de obtener por parte de la muestra encuestada, una aproximación de acuerdo al criterio de evaluación y calificación asignado, del estado de estructuración del producto turístico de “Pesca Deportiva”.

- ❖ **Variables de Exploración:** Se definieron como criterios de calificación para la definición del producto objeto de la presente investigación, los siguientes valores:

**TABLA 20. Criterios de Calificación**

Definido Técnicamente	Definido sin documentación	En construcción	En idea	No existe
5	4	3	2	1

Las variables de exploración establecidas para llevar a cabo la evaluación y calificación del atractivo por parte de los encuestados, abordaron los siguientes aspectos: Aspectos relacionados con: el producto turístico de pesca deportiva; accesibilidad; servicios complementarios y seguridad.

- ASPECTOS RELACIONADOS CON EL PRODUCTO TURÍSTICO DE PESCA DEPORTIVA:

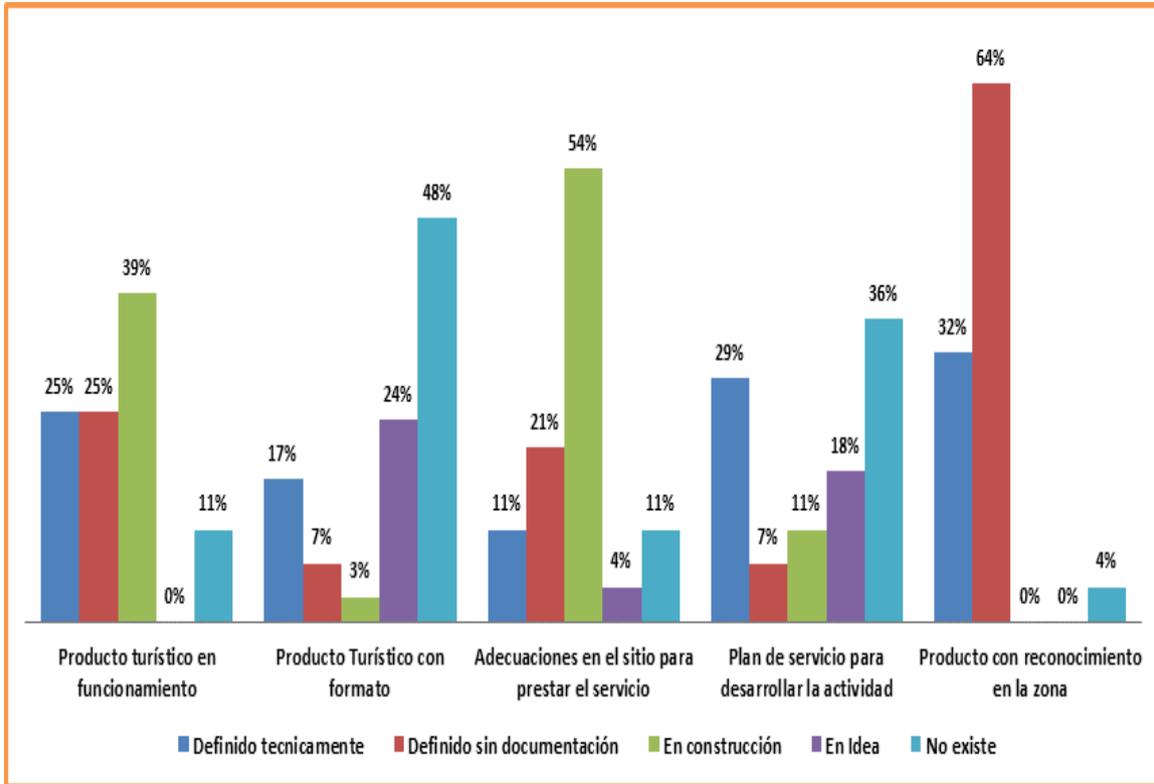
**RESULTADOS:**

**TABLA 21. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el producto turístico de pesca deportiva**

1.	Aspectos relacionados con el	Criterio	Total	Participación
1.1.	Producto turístico en funcionamiento	5	7	25%
		4	7	25%
		3	11	39%
		2	0	0%
		1	3	11%
1.2.	Producto Turístico con formato	5	5	17%
		4	2	7%
		3	1	3%
		2	7	24%
		1	14	48%
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	5	3	11%
		4	6	21%
		3	15	54%
		2	1	4%
		1	3	11%
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	5	8	29%
		4	2	7%
		3	3	11%
		2	5	18%
		1	10	36%
1.5.	Producto con reconocimiento en la zona	5	9	32%
		4	18	64%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	1	4%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 6. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el producto turístico de pesca deportiva**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los resultados obtenidos indican que el producto turístico de pesca deportiva **en funcionamiento**, se encuentra en construcción (39%); mientras que un 25% considera que esta “Definido técnicamente” y otro 25% lo evalúa como “Definido pero sin documentación”.

En cuanto al Producto Turístico **con formato**, un 48% de la muestra encuestada, lo calificó como “No existe”, seguido de un 24% que afirma que éste se encuentra “En idea”.

Sobre el aspecto de **Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio**, el 54% de los encuestados evaluaron que se encuentra “En construcción”, mientras un 21% considera que está “definido sin documentación”.

Referente al aspecto de **Plan de Servicio para desarrollar la actividad**, un 36% de los encuestados lo calificó como “No existe”, en contraste con un 29% que lo señaló como “Definido Técnicamente” y un 18% considera que este se encuentra “en idea”.

Para el caso del aspecto **Producto con reconocimiento en la zona**, fue evaluado por un 64%, como “definido sin documentación”, seguido de un 32% que lo califica como “Definido técnicamente”.

**CONCLUSION:**

El producto turístico de pesca deportiva cuenta con reconocimiento en la zona por lo tanto es un producto definido, que se encuentra en la fase de construcción y carece de formatos y de planes de servicio para el desarrollo de la actividad turística.

Para la prestación del servicio turístico de la pesca deportiva, se realizan adecuaciones en el sitio, lo que evidencia el interés de los actores involucrados en la actividad por mejorar el servicio y convertir este producto en un atractivo turístico.

- ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:

**RESULTADOS:**

**TABLA 22. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios**

3.	Aspectos relacionados con Servicios Complementarios	Criterio Evaluación	Total	Participación
3.1.	Guianza experta	5	8	28%
		4	11	38%
		3	2	7%
		2	1	3%

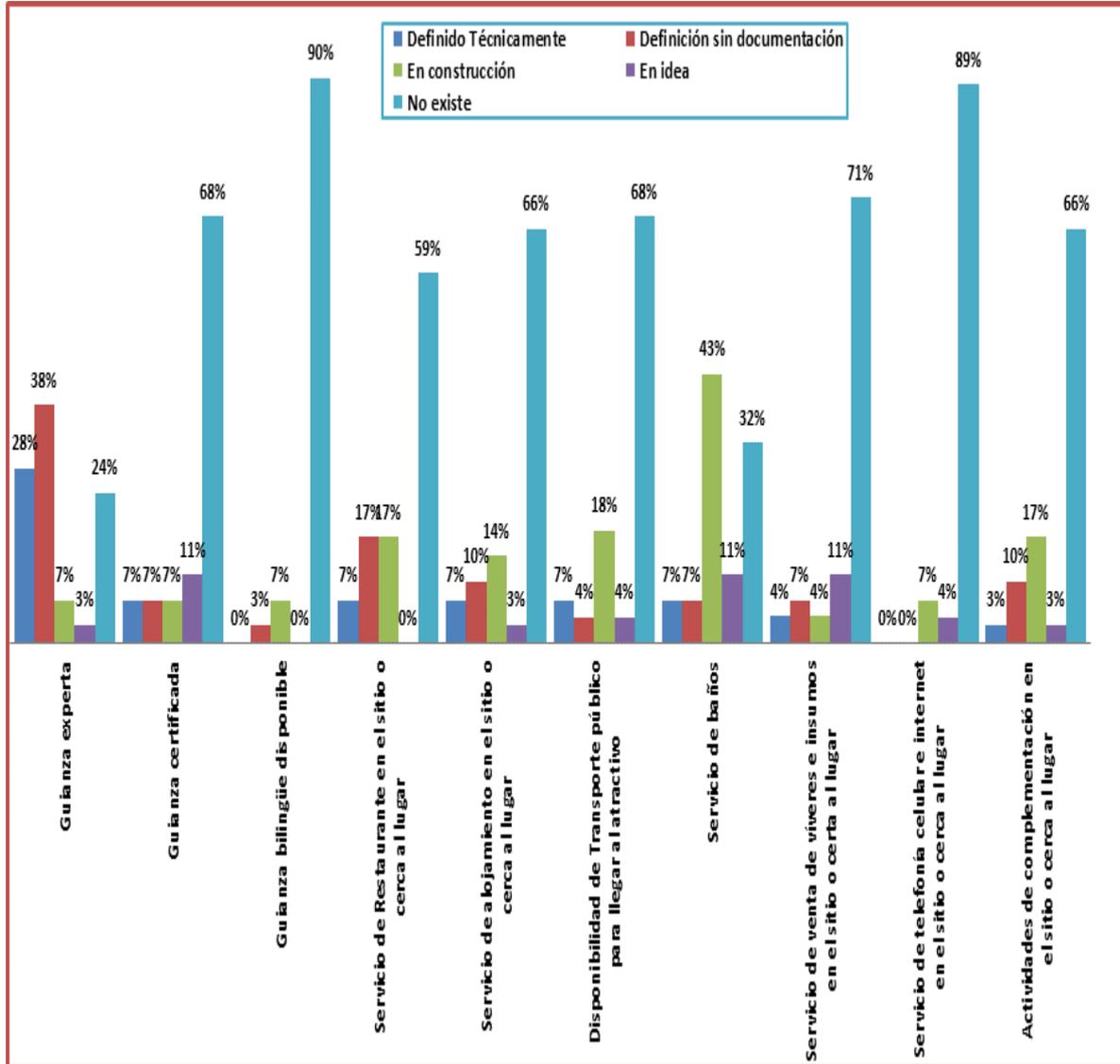
		1	7	24%
3.2.	Guianza certificada	5	2	7%
		4	2	7%
		3	2	7%
		2	3	11%
		1	19	<b>68%</b>

3.3.	Guianza bilingüe disponible	5	0	0%
		4	1	3%
		3	2	7%
		2	0	0%
		1	26	<b>90%</b>
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	5	2	7%
		4	5	17%
		3	5	17%
		2	0	0%
		1	17	<b>59%</b>
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	5	2	7%
		4	3	10%
		3	4	14%
		2	1	3%
		1	19	<b>66%</b>
3.6.	Disponibilidad de Transporte público para llegar al atractivo	5	2	7%
		4	1	4%
		3	5	18%
		2	1	4%
		1	19	<b>68%</b>
3.7.	Servicio de baños	5	2	7%
		4	2	7%
		3	12	<b>43%</b>
		2	3	11%
		1	9	32%
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca	5	1	4%
		4	2	7%

	al lugar	3	1	4%
		2	3	11%
		1	20	<b>71%</b>
3.9.	Servicio de telefonía celular e internet en el sitio o cerca al lugar	5	0	0%
		4	0	0%
		3	2	7%
		2	1	4%
		1	25	<b>89%</b>
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	5	1	3%
		4	3	10%
		3	5	17%
		2	1	3%
		1	19	<b>66%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica No 7. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los aspectos relacionados con servicios complementarios fueron calificados de la siguiente manera:

Respecto a la **Guianza experta** fue evaluada por un 38% como “definida sin documentación”, seguida por un 28% que considera se encuentra “definida técnicamente” y un 24% en contraposición indica que “No existe”.

En cuanto a la **Guianza Certificada** un 68% la evaluó como “No existe”; De igual forma la **Guianza Bilingüe Disponible** fue calificada como “No existe” por la mayoría de encuestados representados en un 90%..

A los **servicios de restaurante y alojamiento en el sitio o cerca al lugar**, cada uno de estos dos aspectos se evaluó como “No existe”, por un 59% y 66% de los encuestados, respectivamente. Así mismo, fue calificado el aspecto de **Disponibilidad de Transporte público para llegar al atractivo**, como “No existe”, por un 68%, seguido por un 18% de la población encuestada que considera que este servicio se encuentra “En construcción”

Acerca del **servicio de baños**, el 43% de la muestra encuestada, indicó que se encuentra “En Construcción” frente a un 32% que lo califica como “No existe”.

En relación a los **servicios de venta de víveres e insumos**, como también de **telefonía celular e internet en el sitio o cerca al lugar**, ambos aspectos fueron evaluados como “No existe”, por un 71% y 89% de los encuestados, respectivamente.

En el último aspecto evaluado sobre las **Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar**, fue calificado por el 66% de los encuestados como “No existe”, y en menor proporción un 17%, considera que se encuentra “En Construcción”.

## CONCLUSIONES:

La evaluación realizada al aspecto de servicios complementarios, evidencia la precariedad o ausencia de forma significativa de servicios como restaurantes, alojamiento, venta de víveres o insumos, de telefonía celular e internet en el sitio o cerca del lugar donde se desarrolla el producto turístico, así como el servicio de baños; sumado a la deficiente o casi nula disponibilidad de transporte público para llegar al atractivo, condiciones que hacen más difíciles

la prestación del servicio con calidad que brinde comodidad y satisfacción al turista.

En cuanto a la guianza, se cuenta con el servicio de guianza experta, pero sin documentación es decir sin ser certificada por algún organismo de capacitación en el sector turístico y menos aún se dispone de guianza bilingüe.

La escasa infraestructura básica turística en la zona, incluido saneamiento básico y comunicaciones, son factores que impiden el desarrollo del producto de Pesca Deportiva como un atractivo turístico y la consolidación como destino competitivo.

#### 4.3.2.2. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DEL PRODUCTO TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE LA PRIMAVERA.

#### EVALUACION Y CALIFICACION DEL ATRACTIVO

Dentro de este componente, se establecieron variables de exploración del producto, así como los aspectos relacionados con la accesibilidad, servicios complementarios, la seguridad, Capacitación, mercadeo y Ventas y servicios complementario; con el propósito de obtener por parte de la muestra encuestada, una aproximación de acuerdo al criterio de evaluación y calificación asignado, del estado de estructuración del producto turístico de “Pesca Deportiva” en el Municipio de la Primavera.

- ❖ **Variables de Exploración:** Se definieron como criterios de calificación para la definición del producto objeto de la presente investigación, los siguientes valores:

**TABLA 23. Criterios de Calificación**

Definido Técnicamente	Definido sin documentación	En construcción	En idea	No existe
5	4	3	2	1

Las variables de exploración establecidas para llevar a cabo la evaluación y calificación del atractivo por parte de los encuestados, abordaron los siguientes aspectos: producto turístico de pesca deportiva; accesibilidad; servicios complementarios y seguridad.

- ASPECTOS RELACIONADOS CON EL PRODUCTO TURÍSTICO DE PESCA DEPORTIVA:

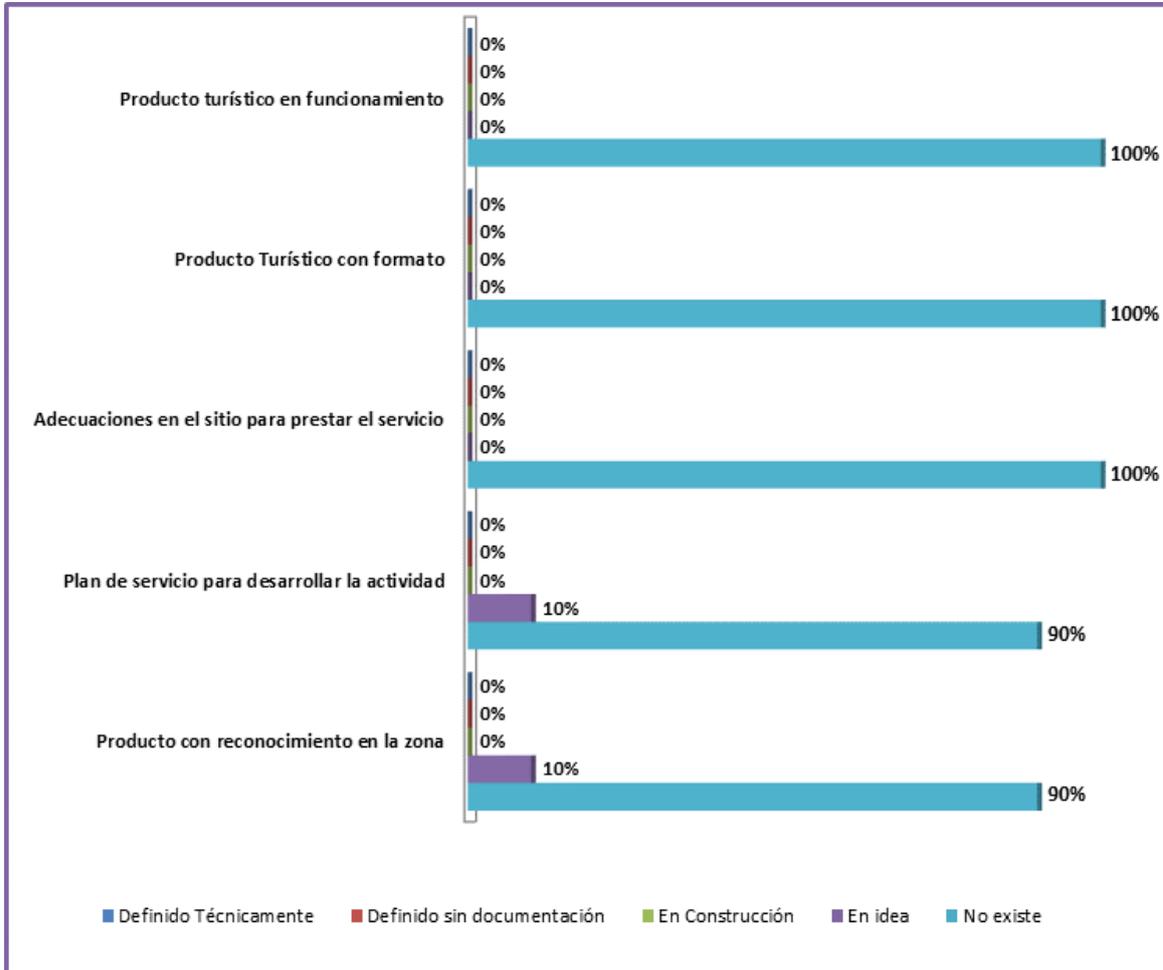
**RESULTADOS:**

**Tabla 24. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el producto turístico de pesca deportiva**

1.	Aspectos relacionados con el producto	Criterio	Total	Participación
1.1.	Producto turístico en funcionamiento	5	0	0%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	10	100%
1.2.	Producto Turístico con formato	5	0	0%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	10	100%
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	5	0	0%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	10	100%
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	5	0	0%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	1	10%
		1	9	90%
1.5.	Producto con reconocimiento en la zona	5	0	0%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	1	10%
		1	9	90%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 8. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el producto turístico de pesca deportiva**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la Evaluación y calificación de los aspectos relacionados con el producto turístico de pesca deportiva en el Municipio de La Primavera, el 100% indica que “No existe” el **producto turístico en Funcionamiento**, como tampoco el **Producto Turístico en Formato** y menos aún las **adecuaciones en el sitio para desarrollar la actividad**.

Respecto a los aspectos de **Plan de Servicio para desarrollar la actividad y Producto con reconocimiento en la zona**, el 90% de los encuestados lo calificó como “No existe” y el 10% afirma que se encuentra “En idea”.

### CONCLUSIONES:

El producto turístico de pesca deportiva en el Municipio de la Primavera no se encuentra desarrollado toda vez que carece de formato y adecuaciones en el sitio para poder llevar a cabo la actividad.

Aún no cuenta con el reconocimiento en la zona como un atractivo turístico y no se han diseñado los planes de servicio para desarrollar la actividad; lo cual indica que existen otros atractivos turísticos en el Municipio de la Primavera que conforman la actual oferta turística de la localidad.

### COMENTARIOS Y OBSERVACIONES

En este punto, se proporcionó un espacio para que los encuestados manifestaran aquellas inquietudes u observaciones sobre el producto identificado, obteniendo por parte de la mayoría de las personas que diligenciaron el instrumento, una solicitud general relacionada con la inclusión en los proyectos turísticos que se desarrollen en la zona, de otros productos que los prestadores de servicios consideran atractivos y de especial interés para fortalecer la oferta turística del municipio de la Primavera.

87

A continuación se relacionan cada una de los productos sugeridos por el grupo de prestadores de servicios turísticos que hizo parte de la muestra.

- Platos típicos de la Región
- Artesanías indígenas
- Eventos culturales como festivales y actividades Folclóricas.
- Toma de fotografías
- Costumbres llaneras, trabajo de llano (Jarriepo, Cabresteo), fincas ganaderas para actividades del campo (ordeño y montada a caballo)
- Tradiciones autóctonas (Danzas indígenas, historia)
- Eventos ganaderos (exposición de ganado en la feria ganadera)
- Flora y fauna,
- Diversidad de etnias zona rural,
- las lagunas de la región y Ríos Vírgenes, vías fluviales,

- Paseos por fincas con senderos ecológicos
- Avistamiento de aves.

4.3.3.

## • EQUIPAMIENTO

### 4.3.3. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DEL EQUIPAMIENTO DEL PRODUCTO TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE **PUERTO CARREÑO**.

CANTIDAD DE EMBARCACIONES Y RECURSO HUMANO QUE SE HA UTILIZADO PARA REALIZAR PESCA DEPORTIVA EN LA TEMPORADA:

88

Para el análisis del recursos utilizados en la actividad de pesca deportiva, relacionados con la Cantidad de Embarcaciones y personal empleado, se indagó con los encuestados, además de la cantidad total de estos recursos, si contó con recursos propios o alquilados para poder llevar a cabo la actividad; para el caso del recurso humano si fue personal de planta o contratado por la temporada o evento. Para fines de consolidación de la información obtenida, fueron promediados los resultados obtenidos por cada aspecto.

**RESULTADOS:**

**TABLA 25. Respuestas Cantidad Embarcaciones y Recurso Humano utilizado en Temporada de pesca deportiva**

RECURSO	VARIABLE	Encuestas																												PROMEDIO
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
Embarcaciones	CANT TOTAL	2	6	5	5	10	2	4	4	3	6	4	6	1	6	4	6	6	6	7	5	5	5	6	8	5	5	5	6	5,11
	PROPIAS	1	6	2	1	4	1	3	2	3	0	2	3	1	3	1	2	1	1	3	1	0	3	6	7	2	3	2	6	2,50
	ALQUILADAS	1	0	3	4	6	1	1	2	0	6	2	3	0	3	3	4	5	5	4	4	5	2	0	1	3	2	3	0	2,61
Recurso Humano	CANT TOTAL	2	15	7	7	10	3	1	6	6	6	1	9	1	9	4	3	8	9	7	6	8	8	9	8	7	8	4	10	6,50
	PROPIAS	1	1	1	1	4	2	0	1	6	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	7	1	5	0	3	2,07
	ALQUILADAS	1	14	6	6	6	1	1	5	0	6	0	8	0	8	3	2	7	8	6	5	3	3	4	1	6	3	4	7	4,43

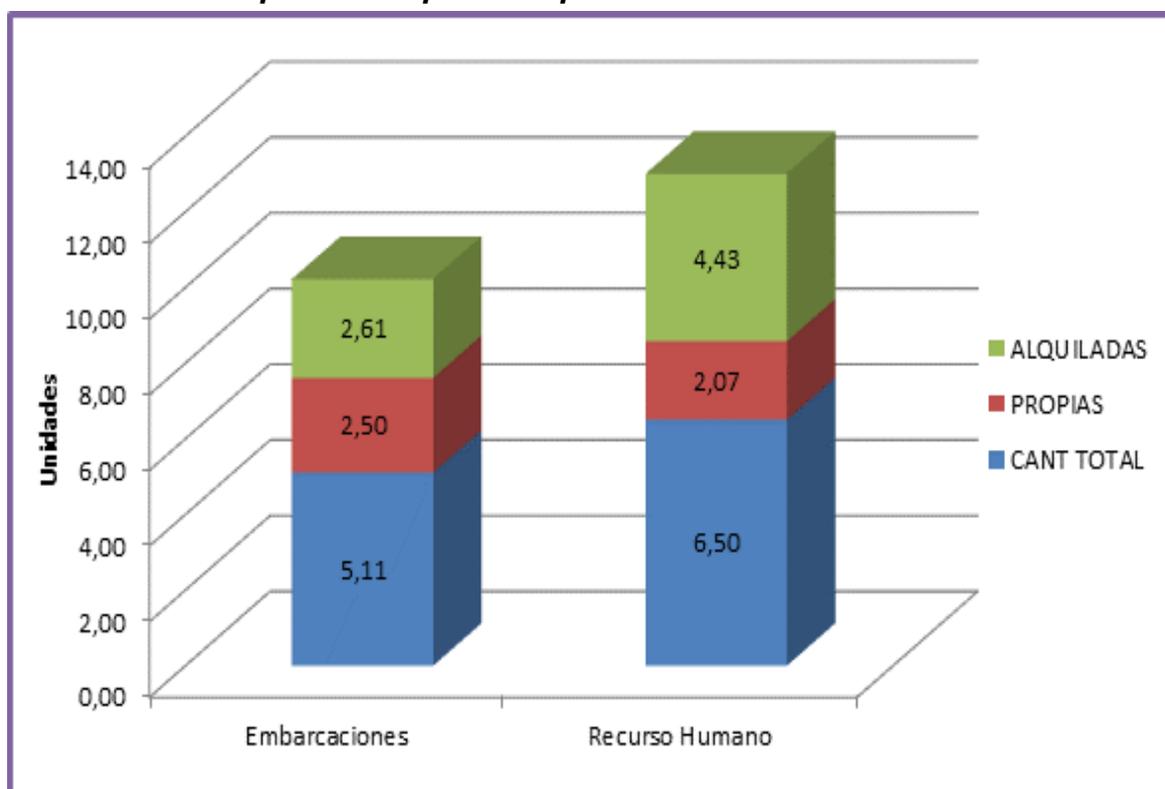
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**TABLA 26. Consolidado Cantidad Embarcaciones y Recurso Humano utilizado en Temporada de pesca deportiva**

VARIABLE	PROMEDIO	PARTICIPACION
CANT TOTAL	5,11	100%
PROPIAS	2,50	49%
ALQUILADAS	2,61	51%
CANT TOTAL	6,50	100%
PROPIAS	2,07	32%
ALQUILADAS	4,43	68%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 9. Consolidado Cantidad Embarcaciones y Recurso Humano utilizado en Temporada de pesca deportiva**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

## ANALISIS E INTERPRETACION:

El promedio de los resultados obtenidos sobre el aspecto analizado “**Cantidad de embarcaciones y recurso humano que ha utilizado para realizar pesca deportiva en la temporada**”, fueron los siguientes:

En cuanto a las **Embarcaciones** la muestra aplicada arrojó un promedio de 2,50 de embarcaciones propias utilizadas por los prestadores de servicios turísticos en temporada de pesca deportiva que equivale al 49%, frente a 2,61 unidades alquiladas correspondiente al 61%, para disponer de un total de 5.11 embarcaciones (100%).

Respecto al **Recurso humano** empleado, los encuestados indicaron que del 100% del personal, que en promedio es 6,50; el 2,07 en promedio, equivalente al 32% son de planta o pertenecen a la organización y un 4,43 del recurso humano, que representa el 68% son contratados por la temporada.

## CONCLUSIONES:

91

Se evidencia la contratación o alquiler tanto de recurso humano como de embarcaciones para poder atender la demanda de los turistas durante la temporada de Pesca Deportiva. La disposición de unidades de embarcaciones es en promedio similar a las unidades alquiladas, lo que significa por una parte la inversión que ha realizado el prestador del servicio turístico para la adquisición de embarcaciones propias, pero que por otra, resultan insuficientes en temporada del producto turístico.

Así mismo, los resultados en cuanto al Recurso Humano, reflejan una contratación mayor de personal en temporada de pesca deportiva, frente al personal fijo que el prestador de servicios turísticos viene empleando fuera de la temporada. Lo anterior demuestra una demanda de 4 personas en promedio para ser empleadas durante la época de la pesca deportiva, como consecuencia del efecto económico positivo que este atractivo turístico produce en la región.

Sin embargo es claro que el Producto Turístico de Pesca Deportiva no es una actividad constante en todas las épocas del año y que por esta razón, los prestadores de servicios turísticos no pueden ampliar su inversión o contratar mayor número de personal de manera permanente, sino que ajustan el número de unidades de bienes y servicios requeridos en las temporadas altas donde se desarrolla este atractivo turístico.

- DOTACIÓN UTILIZADA PARA INSTALAR LOS CAMPAMENTOS:

La Encuesta incluyó la consulta a los prestadores de servicios turísticos sobre la dotación que es utilizada para la instalación de los campamentos de pesca, con el objetivo de identificar los elementos que la conforman; obteniendo los siguientes resultados:

**RESULTADOS:**

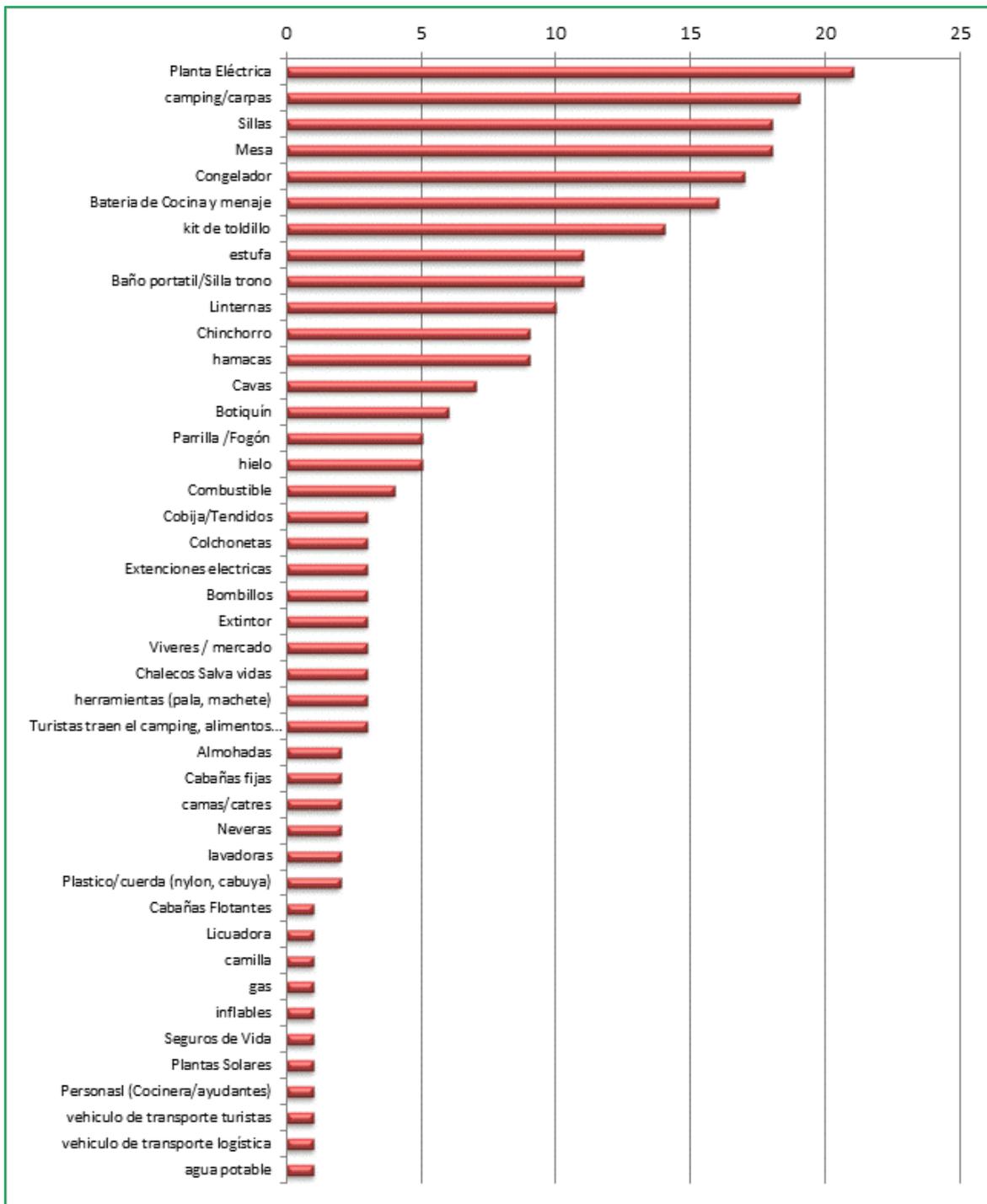
**TABLA 27. Relación Elementos que conforman la dotación utilizada para instalar un campamento**

ITEM	ELEMENTO DE DOTACION	CANTIDAD DE VECES ELEGIDO
1	Planta Eléctrica	21
2	camping/carpas	19
3	Sillas	18
4	Mesa	18
5	Congelador	17
6	Batería de Cocina y menaje	16
7	kit de toldillo	14
8	estufa	11
9	Baño portatil/Silla trono	11
10	Linternas	10
11	Chinchorro	9
12	hamacas	9
13	Cavas	7
14	Botiquín	6
15	Parrilla /Fogón	5
16	hielo	5
17	Combustible	4
18	Cobija/Tendidos	3
19	Colchonetas	3
20	Extenciones electricas	3
21	Bombillos	3

22	Extintor	3
23	Viveres / mercado	3
24	Chalecos Salva vidas	3
25	herramientas (pala, machete)	3
26	Turistas traen el camping, alimentos	3
27	Almohadas	2
28	Cabañas fijas	2
29	camas/catres	2
30	Neveras	2
31	lavadoras	2
32	Plástico/cuerda (nylon, cabuya)	2
33	Cabañas Flotantes	1
34	Licuadora	1
35	camilla	1
36	gas	1
37	inflables	1
38	Seguros de Vida	1
39	Plantas Solares	1
40	Personas (Cocinera/ayudantes)	1
41	vehículo de transporte turistas	1
42	vehículo de transporte logística	1
43	agua potable	1

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 10. Elementos que conforman la dotación utilizada para instalar un campamento**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Según las respuestas dadas por los encuestados, la dotación utilizada para instalar el campamento de pesca, está conformada por aproximadamente 43 elementos, entre los cuales se destacan la planta eléctrica, los camping o carpas, sillas, mesas, enseres y menaje de cocina, como también algunos electrodomésticos, como nevera, congelador, licuadora, lavadora, estufa a gas o gasolina.

El baño portátil o silla trono como se conoce en la región también hace parte de los ítems indispensables a la hora de instalar un campamento de pesca. Igualmente son mencionados elementos básicos como chinchorros, hamacas, linternas, sábanas/ tendidos; elementos de seguridad como botiquín, extintores, chalecos salvavidas, camilla, entre otros.

Igualmente los encuestados señalan que lo turistas llevan su camping, como también alimentos y bebidas. Otro aspecto que fue indicado, es la utilización de cabañas flotantes y cabañas fijas, éstas últimas cuentan con la dotación de elementos de cocina.

## CONCLUSIONES:

Los prestadores de servicios turísticos que desarrollan la actividad de campamento y guianza de pesca deportiva, tienen previsto para instalar los campamentos de pesca desde elementos esenciales como menaje de cocina, hamacas, camping, toldillos, hasta las plantas eléctricas y en algunos casos solares, pasando por electrodomésticos como congeladores, neveras, estufas y los baños portátiles o silla de trono; con el fin de poderle brindar al turista una mejor atención, facilitando elementos para sus necesidades básicas, como son la alimentación y el descanso

# 4.3.4 • ACCESIBILIDAD

## 4.3.4. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE ACCESIBILIDAD TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE PUERTO CARREÑO.

- ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD:

**RESULTADOS:**

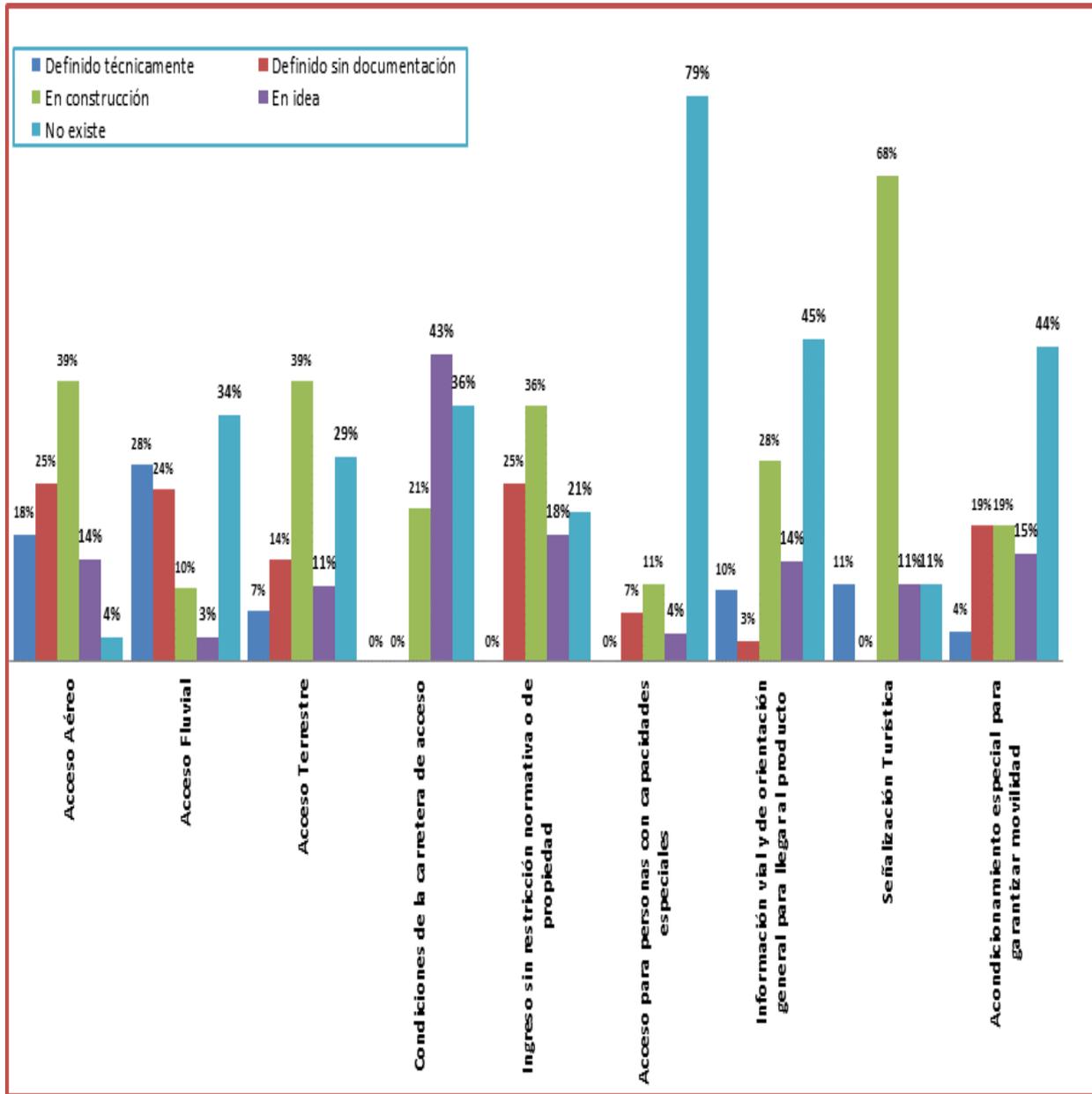
**TABLA 28. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad**

2.	Aspectos relacionados con accesibilidad	Criterio Evaluación	Total	Participación
2.1.	Acceso Aéreo	5	5	18%
		4	7	25%
		3	11	<b>39%</b>
		2	4	14%
		1	1	4%
2.2.	Acceso Fluvial	5	8	28%
		4	7	24%
		3	3	10%
		2	1	3%
		1	10	<b>34%</b>
2.3.	Acceso Terrestre	5	2	7%
		4	4	14%
		3	11	<b>39%</b>
		2	3	11%
		1	8	29%
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso	5	0	0%
		4	0	0%
		3	6	21%
		2	12	<b>43%</b>
		1	10	36%
2.5.	Ingreso sin restricción normativa o de propiedad	5	0	0%
		4	7	25%
		3	10	<b>36%</b>
		2	5	18%
		1	6	21%

2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	5	0	0%
		4	2	7%
		3	3	11%
		2	1	4%
		1	22	<b>79%</b>
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al producto	5	3	10%
		4	1	3%
		3	8	28%
		2	4	14%
		1	13	<b>45%</b>
2.8.	Señalización Turística	5	3	11%
		4	0	0%
		3	19	<b>68%</b>
		2	3	11%
		1	3	11%
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	5	1	4%
		4	5	19%
		3	5	19%
		2	4	15%
		1	12	<b>44%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 11. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

La evaluación de los aspectos relacionados con accesibilidad, arrojó los siguientes resultados:

Al aspecto del **Acceso aéreo**, un 39% de los encuestados lo calificaron “En construcción”, un 25% considera que se encuentra “Definido sin documentación” y 18% lo evaluaron “Definido Técnicamente”.

Sobre el **Acceso Fluvial**, un 34% considera que “No existe” acceso por esta vía, en contraste con un 28% de la muestra encuestada que evaluó este aspecto como “Definido Técnicamente” y un 24% que indica que se encuentra “Definido sin documentación”

De igual forma, el **Acceso terrestre** fue calificado por un 39% como “En Construcción”, mientras el 29% considera “No existe”.

En cuanto a las **Condiciones de la Carretera de Acceso**, el 43% de los encuestados evaluaron este aspecto como “En idea”, y un 36% indica que “No existe”

La evaluación del aspecto de **Ingreso sin restricción normativa o de propiedad**, arrojó como resultado que está “en construcción” (36%), seguido de un 25% que lo identifica como “Definido sin documentación” y un 21% que lo califica como “No existe”.

99

De otra parte, al **Acceso para personas con capacidades especiales**, la mayor parte de los encuestados representado por un 79%, coincidieron en que “No existe”.

En relación con el aspecto de **Información vial y de orientación general para llegar al producto**, un 45% de los encuestados lo calificaron “No existe”, seguido de un 28% que considera se encuentra “En construcción”.

Así mismo, la **Señalización Turística** fue evaluada por un 68% como “En construcción”, mientras un número menor de encuestados afirma que se encuentra “En idea” (11%), otro tanto (11%) que “No Existe”.

Finalmente, el **Acondicionamiento especial para garantizar movilidad** fue calificado como “No Existe”, por un 44% de la muestra encuestada; seguido de un 19% que lo evaluó como “Definido sin documentación” y otro 19% considera que esta “En Construcción”.

## CONCLUSIONES:

La accesibilidad a la zona es muy difícil, debido a las condiciones de topografía y entorno geográfico del Departamento del Vichada; sin bien el acceso aéreo fue evaluado “En construcción”, la población considera que este medio es el de mayor accesibilidad al sitio donde se desarrolla el producto turístico.

En contraste, tanto el acceso fluvial como terrestre fue evaluado por la mayoría, como “No existe” o “En Construcción”, sin embargo se debe considerar que una vez que se ingresa al Departamento del Vichada por vía aérea, el transporte fluvial es el más usado por la población para trasladarse de un lugar a otro, debido a los afluentes hídricos que riegan la zona. Por su parte las condiciones de la carretera de acceso de acuerdo a la evaluación obtenida se encuentran “En idea” y “No existen”, evidenciando que el acceso terrestre es considerado el de menor accesibilidad o el de mayor dificultades.

En consecuencia los aspectos relacionados con la accesibilidad a la zona, no están desarrollados para el Departamento del Vichada, siendo insipientes en el caso de acceso aéreo e inexistentes o en condiciones mínimas para el caso del acceso por vía fluvial y terrestre; menos aún se posee información vial y de orientación general para llegar al producto turístico, como tampoco se efectúa el acondicionamiento especial para garantizar la movilidad, lo que dificulta el ingreso de turistas e imposibilita por completo el acceso de personas con capacidades especiales.

**4.3.4.1. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE ACCESIBILIDAD TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE LA PRIMAVERA.**

**- ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD:**

**RESULTADOS:**

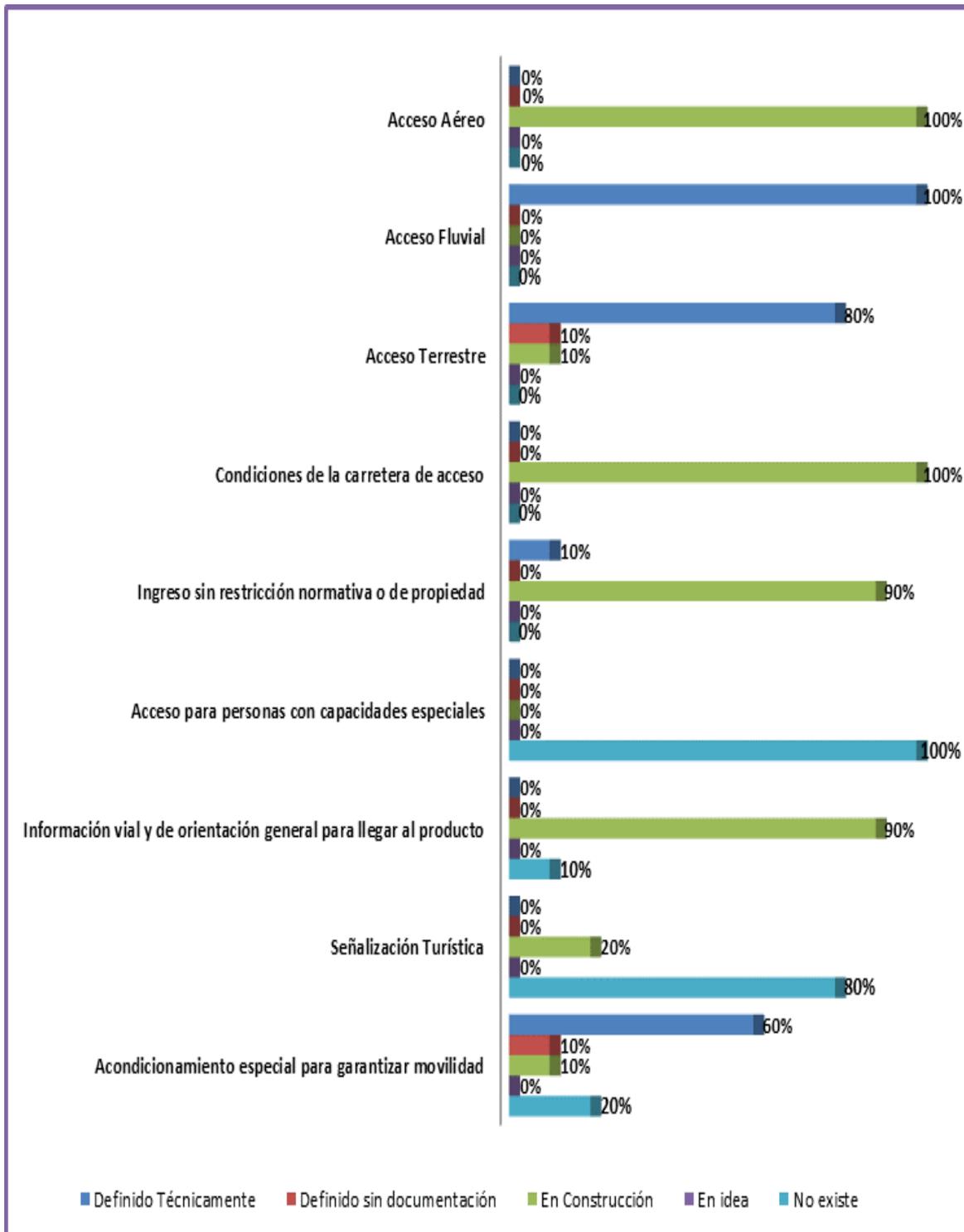
**TABLA 29. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad**

2.	Aspectos relacionados con accesibilidad	Criterio Evaluación	Total	Participación
2.1.	Acceso Aéreo	5	0	0%
		4	0	0%
		3	10	100%
		2	0	0%
		1	0	0%
2.2.	Acceso Fluvial	5	10	100%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%
2.3.	Acceso Terrestre	5	8	80%
		4	1	10%
		3	1	10%
		2	0	0%
		1	0	0%
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso	5	0	0%
		4	0	0%
		3	10	100%
		2	0	0%
		1	0	0%
2.5.	Ingreso sin restricción normativa o de propiedad	5	1	10%
		4	0	0%
		3	9	90%
		2	0	0%
		1	0	0%
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	5	0	0%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%

		1	10	<b>100%</b>
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al producto	5	0	0%
		4	0	0%
		3	9	<b>90%</b>
		2	0	0%
		1	1	10%
2.8.	Señalización Turística	5	0	0%
		4	0	0%
		3	2	20%
		2	0	0%
		1	8	<b>80%</b>
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	5	6	<b>60%</b>
		4	1	10%
		3	1	10%
		2	0	0%
		1	2	20%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 12. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

## ANALISIS E INTERPRETACION:

La evaluación de los aspectos relacionados con accesibilidad, arrojó los siguientes resultados:

Sobre el aspecto del **Acceso aéreo**, el 100% de los encuestados lo calificó “En construcción”. El **Acceso Fluvial**, el 100% considera que se encuentra “Definido Técnicamente”.

El **Acceso terrestre** fue calificado por un 80% como “Definido Técnicamente”, el 10% señala que se encuentra “Definido sin documentación” y otro 10% considera que está “En Construcción”.

En cuanto a las **Condiciones de la Carretera de Acceso**, el 100% de los encuestados coincidieron en calificarlo “En Construcción”

El aspecto de **Ingreso sin restricción normativa o de propiedad**, fue calificado por el 90% como en estado “en construcción” y el 10% señala que está “Definido Técnicamente”.

104

De otra parte, al **Acceso para personas con capacidades especiales**, el 100% de los encuestados, afirma que “No existe”.

En relación con el aspecto de **Información vial y de orientación general para llegar al producto**, un 90% de los encuestados lo calificaron “En construcción”, y el 10% restante indica que “No existe”.

La **Señalización Turística** fue evaluada por un 80% como “No existe”, mientras que el 20% afirma que se encuentra “En Construcción”.

Respecto al **Acondicionamiento especial para garantizar movilidad** fue calificado como “Documentado Técnicamente”, por el 60% de los encuestados; en contraste un 20% señala que no existe, mientras que un 10% indica que se encuentra “Definido sin documentación”, y otro tanto evalúa este aspecto como “En Construcción”.

**CONCLUSIONES:**

Existen condiciones de accesibilidad por vía aérea, terrestre y fluvial para el municipio de La Primavera, siendo la vía fluvial la de mejor acceso, seguida por la terrestre y aéreo, esta última evaluada en construcción.

Las condiciones de la carretera de acceso son regulares, teniendo en cuenta que este aspecto se encuentra en construcción, así mismo es considerado el ingreso sin restricción normativa o de propiedad.

Se imposibilita el acceso a la zona, para las personas con capacidades especiales ya que no existen las condiciones adecuadas para ello; de igual forma no se posee Señalización Turística e Información vial y de orientación general para llegar al producto puesto que se encuentra en proceso de construcción; de otra parte si se cuenta con acondicionamiento especial para garantizar movilidad

En términos generales se cuenta con accesibilidad a la zona de influencia donde se desarrolla el producto turístico de pesca deportiva en el Municipio de la Primavera, por las tres vías de acceso pero con ciertas limitaciones en cuanto a las condiciones de la carretera para el ingreso por vía terrestre y la escasa o inexistente información vial y de señalización turística.

- ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:

**RESULTADOS:**

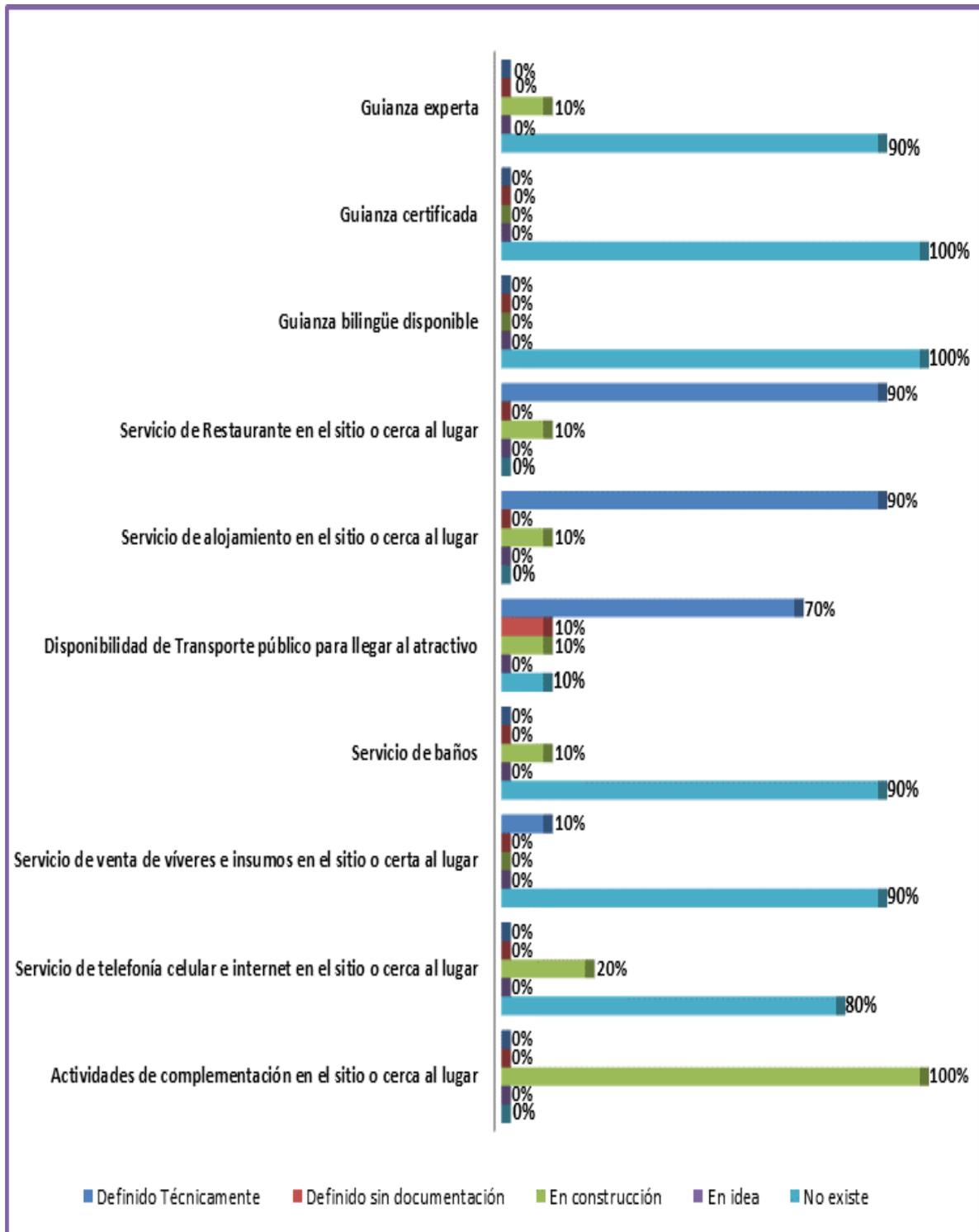
**TABLA 30. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios**

3.	Aspectos relacionados con Servicios Complementarios	Criterio Evaluación	Total	Participación
3.1.	Guianza experta	5	0	0%
		4	0	0%
		3	1	10%
		2	0	0%
		1	9	90%

3.2.	Guianza certificada	5	0	0%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	10	<b>100%</b>
.3.3	Guianza bilingüe disponible	5	0	0%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	10	<b>100%</b>
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	5	9	<b>90%</b>
		4	0	0%
		3	1	10%
		2	0	0%
		1	0	<b>0%</b>
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	5	9	<b>90%</b>
		4	0	0%
		3	1	10%
		2	0	0%
		1	0	<b>0%</b>
3.6.	Disponibilidad de Transporte público para llegar al atractivo	5	7	<b>70%</b>
		4	1	10%
		3	1	10%
		2	0	0%
		1	1	<b>10%</b>
3.7.	Servicio de baños	5	0	0%
		4	0	0%
		3	1	<b>10%</b>
		2	0	0%
		1	9	<b>90%</b>
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	5	1	10%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	9	<b>90%</b>
3.9.	Servicio de telefonía celular e internet en el sitio o cerca al lugar	5	0	0%
		4	0	0%
		3	2	20%
		2	0	0%
		1	8	<b>80%</b>
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	5	0	0%
		4	0	0%
		3	10	<b>100%</b>
		2	0	0%
		1	0	<b>0%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 13. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

### ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, los aspectos relacionados con servicios complementarios, son percibidos de la siguiente manera:

La **Guianza experta** fue evaluada por el 90% de los encuestados como “No existe” mientras un 10% considera que se encuentra “En construcción”.

En cuanto a la **Guianza Certificada** y la **Guianza Bilingüe Disponible**, el 100% considera que “No existe”.

Respecto a los **servicios de restaurante y alojamiento en el sitio o cerca al lugar**, cada uno de estos dos aspectos se evaluó como “Definido Técnicamente”, por un 90% y el 10% restante considera que se encuentra “En construcción”

La **Disponibilidad de Transporte público para llegar al atractivo**, fue calificada por 70% de los encuestados como “Definida Técnicamente”, un 10% afirma que se encuentra “Definida pero sin documentación”, otro 10% que está “En Construcción” y otro tanto, indica que “No existe”.

Acerca del **servicio de baños**, el 90% de la muestra encuestada, indicó que “No existe”, mientras un 10% la evaluó como “En Construcción”. De igual forma el **servicio de venta de víveres e insumos** fue calificado como “No existe” por el 90%, en contraposición el restante 10% indica que se encuentra “Definido Técnicamente”.

El **Servicio de telefonía celular e internet en el sitio o cerca al lugar** fue evaluado por 80% como “No Existe”, mientras que el 20% manifiesta que se encuentra “En Construcción”.

Sobre las **Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar**, el 100% considera que se encuentra en construcción.

### CONCLUSIONES:

Los resultados analizados evidencian que se encuentra en proceso de implementación el servicio de guía experta, y que no se dispone en la zona, de guía certificada y bilingüe, aspecto que influye en la oferta turística del Municipio de la Primavera, por cuanto se hace necesario contar con personal capacitado y con conocimiento del inventario de atractivos turísticos y prestadores de servicios para ofrecer un servicio en condiciones de calidad y satisfacción al turista.

De otra parte, se cuenta con servicio de restaurante y alojamiento cerca o en la zona de influencia del producto turístico, así como también de disponibilidad de transporte para llegar al atractivo; en contraste no se dispone de servicio de baño como tampoco del servicio de venta de víveres o insumos, condiciones que hacen más difícil la práctica de la pesca deportiva por parte de los turistas en el Municipio de la Primavera.

De igual forma, la infraestructura de tecnología y comunicaciones es precaria y en consecuencia no se dispone de un adecuado servicio de telefonía celular e internet.

109

Como un aspecto para resaltar se encuentra las actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar del producto turístico, todos los encuestados están de acuerdo en indicar que existen y se encuentran en proceso de construcción; toda vez que el Municipio de la Primavera se destaca por su cultura e historia étnica, las artesanías y las labores de trabajo de llano y ganadería entre otras, productos turísticos que se convierten en opciones para conformar la oferta turística de la región.

En general, no existe suficiente disponibilidad de servicios complementarios que favorezcan el desarrollo del producto turístico de pesca deportiva en el municipio de la Primavera, lo cual repercute en la oferta turística de la región, y en consecuencia la baja demanda para la práctica de esta actividad en la zona.

4.3.5

## • INFRAESTRUCTURA

**TABLA 31. Hoteles municipio de Puerto Carreño, primavera y Santa Rosalía.**

N°	EMPRESA	CIUDAD	DIRECCION	TELEFONO	CORREO
1	HOTEL MARTHA HELENA		Cra.9n°20-31	5654086 310-811 0966	
2	HOTEL LAVORÁGINE		Cra.7 N°15-293	314-3570619 5654065	<a href="mailto:hotel_la_voragine@hotmail.com">hotel_la_voragine@hotmail.com</a> <a href="http://www.hotellavoragine.com">www.hotellavoragine.com</a> <a href="mailto:joregongg@hotmail.com">joregongg@hotmail.com</a>
3	HOTEL MI VICHADA DEL ORINOCO		Cra. 6 N° 18-49	310-7595745 311-5740990	<a href="mailto:hotelmivichada@hotmail.com">hotelmivichada@hotmail.com</a>
4	HOTEL EL LAGO		Av. Orinoco N° 5-36	312-3791811 5655373	<a href="http://www.hotellagodeloriente.es.tl">www.hotellagodeloriente.es.tl</a>
5	HOTEL ORINOCO		Av. Orinoco N° 3-73	5654018 310-2211434 301-5474848 320-8335004	<a href="mailto:monriver2011@hotmail.com">monriver2011@hotmail.com</a>
6	HOTEL CACIQUE SAMANARE		Av. Orinoco	310-2715654	
7	HOTEL CARREÑO PLAZA		Cra. 7 N° 18-44 b	5654064 312-451 9046	<a href="http://www.carrenoplazahotel.com">www.carrenoplazahotel.com</a> <a href="mailto:carrenoplazahotel@hotmail.com">carrenoplazahotel@hotmail.com</a>
8	MANGO HOTEL		Cra. 6 N° 18 -25	5655321	
9	HOTEL LOS DELFINES		Cll.19N° 1-05	310-575 3686	<a href="mailto:guitolo16@gmail.com">guitolo16@gmail.com</a>

PUERTO CARREÑO

1	TIERRA AZUL				<a href="mailto:tierrazul@gmail.com">tierrazul@gmail.com</a>
0	HOTEL	CII 19 N° 5-19	311-4799592		
1	CASA HOTEL SAN NICOLAS	Clla 21 N° 10-65	320-3295276		<a href="mailto:leylamarulanda@gmail.com">leylamarulanda@gmail.com</a>
			317-6475130		
1	HOTEL ARAWANA				<a href="mailto:hotelarawanaazulpuertocarreno@gmail.com">hotelarawanaazulpuertocarreno@gmail.com</a>
2	AZUL	Crr N° 18-75	311-8258743		

1 **HOTEL VILLA CLEMA** **La primavera** **320-2739311** [audrapii@live.com](mailto:audrapii@live.com)

2	HOTEL BLANCO	Cra 10 N° 5-27	313-2848098		<a href="mailto:hotelblanco@hotmail.com">hotelblanco@hotmail.com</a>
3	HOTEL CAMELOT	CII 4 N° 6-72	311-4703735		<a href="mailto:hcamlapri@hotmail.com">hcamlapri@hotmail.com</a>
4	HOTEL ZULIMA	Cra 9 N° 4-36	313-8171243		<a href="mailto:liliprimavera@gmail.com">liliprimavera@gmail.com</a>
5	HOTEL NUEVO AMANECER DEL VICHADA	CII 6 N°6-82	314-3845343		<a href="mailto:nuevoamanecerdelvichada@gmail.com">nuevoamanecerdelvichada@gmail.com</a>
6	HOTEL LLANO Y SELVA	Cra 7 N° 6-64	312-5653988		<a href="mailto:eliasaan1188@hotmail.com">eliasaan1188@hotmail.com</a>
7	HOTEL LA RIVIERA		320-4977089		<a href="mailto:lariviera-hotel@hotmail.com">lariviera-hotel@hotmail.com</a>
8	HOTEL CALIFORNIA	Cra 9 N°8-10	311-2097670		<a href="mailto:malubur_1@hotmail.com">malubur_1@hotmail.com</a>
9	HOTEL ALDO	Cra 9 N°6-56	310-2458944		<a href="mailto:hotelaldo@gmail.com">hotelaldo@gmail.com</a>
1	HOTEL SOL DEL LLANO	Cr 9 N° 6-56	321-2044222		<a href="mailto:sol.del.llano.pv@hotmail.com">sol.del.llano.pv@hotmail.com</a>
0					
	HOTEL DANIELA		320-8971129		

LA PRIMAVERA

1 **HOTEL ROSALÍA PLAZA** Cra 9 N° 6-7 314-3325120 -

2	HOTEL MORICHAL DEL ORIENTE	CII 3 N° 7-61	312-5491428		-
---	----------------------------	---------------	-------------	--	---

SANTA ROSALÍA

**4.3.5.1. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN EL MUNICIPIO DE PUERTO CARREÑO.**

Con el propósito de identificar y obtener una descripción de la infraestructura y servicios ofrecidos por los establecimientos de alojamiento ubicados en el Municipio de Puerto Carreño, se convocaron los diferentes Hoteles para la aplicación y diligenciamiento de la Encuesta, obteniendo una muestra de 10 establecimientos encuestados, de 12 registrados por la Gobernación del Vichada, correspondiendo al 83% del total de establecimientos existentes, así:

**TABLA 32. Relación establecimiento de alojamiento Puerto Carreño Encuestados**

ITEM	ALOJAMIENTO	UBICACIÓN	AÑOS DE FUNCIONAMIENTO	ORGANIZACIÓN A LA QUE PERTENECE		
				SI	NO	CUAL?
1	HOTEL LOS DELFINES DEL	Urbano	5		X	
2	MARTA ELENA	Urbano	30		X	
3	CARREÑO PLAZA HOTEL	Urbano	4	X		COTELCO
4	MANGO HOTEL	Urbano			X	
5	HOTEL MI VICHADA DEL	Urbano	6		X	
6	HOTEL ORINOCO	Urbano			X	
7	CASA HOTEL SAN NICOLAS	Urbano	1		X	
8	HOTEL CACIQUE SAMANARE	Urbano			X	
9	TIERRA AZUL HOTEL	Urbano	1		X	
10	HOTEL LA VORAGINE	Urbano			X	

112

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

- ❖ **Datos del Alojamiento:** Comprende además, de la información general del alojamiento, aspectos relacionados con la ubicación del Hotel, años de funcionamiento, la afiliación o no a una organización gremial o asociativa.

- UBICACIÓN DEL ALOJAMIENTO:

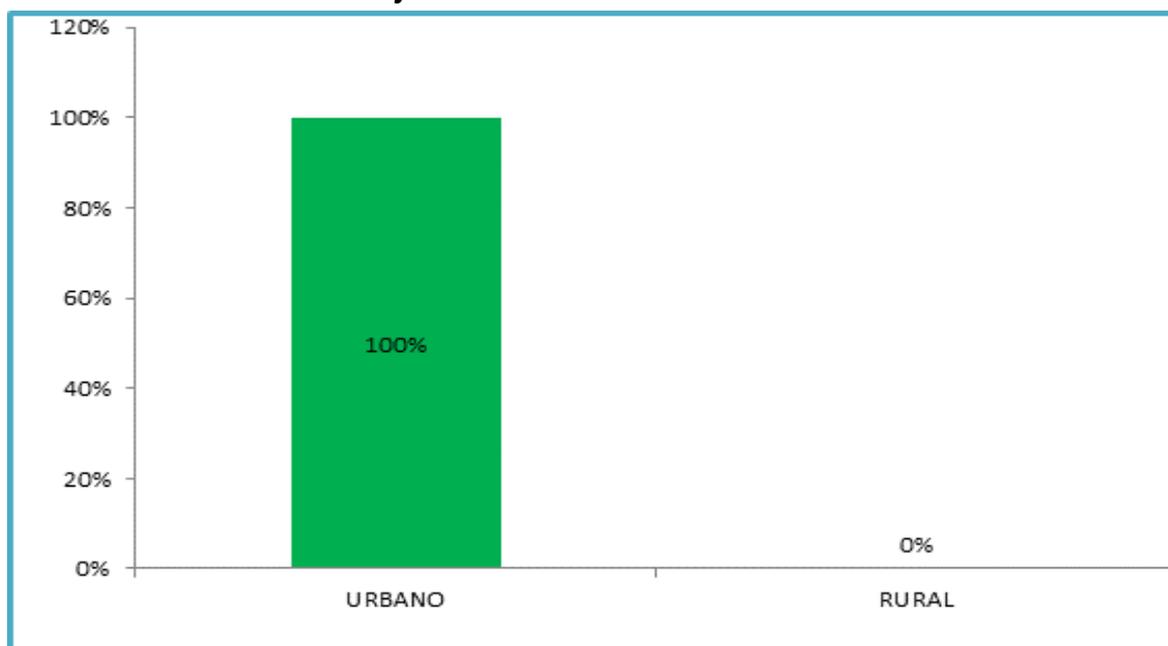
**RESULTADOS:**

**TABLA 33. Ubicación Alojamiento**

URBANO		RURAL	
RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN	RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN
10	100%	0	0%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 14. Ubicación Alojamiento**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de los establecimientos de alojamiento encuestados, se encuentran ubicados en la zona urbana del Municipio de Puerto Carreño, teniendo en cuenta que es la capital y el principal acceso por vía aérea al Departamento del Vichada, y cuya cercanía a los principales afluentes hídricos, le representa un flujo constante de turistas que practican la pesca deportiva.

**CONCLUSIONES:**

La totalidad de la oferta de alojamiento es urbana, determinando una falencia en alojamiento cercano a los lugares rurales de pesca deportiva.

- AÑOS DE FUNCIONAMIENTO:

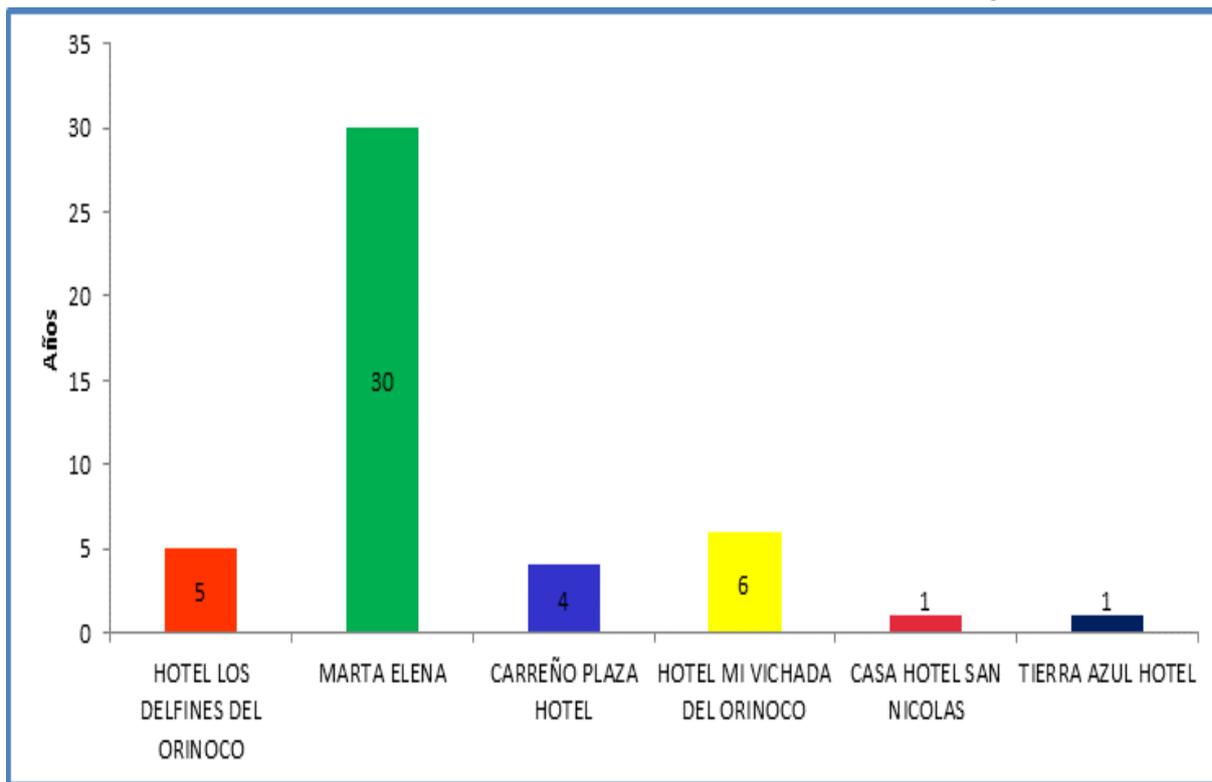
**RESULTADOS:**

**TABLA 34. Años de funcionamiento del Establecimiento de Alojamiento**

ITEM	HOTEL	AÑOS FUNCIONAMIENTO
1.	MARTA ELENA	30
2.	HOTEL MI VICHADA DEL ORINOCO	6
3.	HOTEL LOS DELFINES DEL ORINOCO	5
4.	CARREÑO PLAZA HOTEL	4
5.	CASA HOTEL SAN NICOLAS	1
6.	TIERRA AZUL HOTEL	1

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 15. Años de funcionamiento del Establecimiento de Alojamiento**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

6 de los 10 establecimientos de alojamiento encuestados diligenciaron y respondieron a la pregunta de cuantos años de funcionamiento tiene el hotel, indicando entre 1 a 30 años de actividades.

Se observa que el 82% tienen menos de 10 años de funcionamiento y el 33% fue abierto al público en un periodo inferior a 1 año.

**CONCLUSIONES:**

Se evidencia la apertura de establecimientos de alojamiento en un periodo inferior a 10 años, significando que en este último periodo de tiempo ha aumentado la demanda del servicio de alojamiento debido al alto flujo de

turistas nacionales y extranjeros con respecto a otras décadas; efecto generado entre algunos factores, por la operación de varias líneas aéreas que permiten el acceso a la región y la apertura de operadores turísticos y agencias de viajes que promocionan el Departamento del Vichada como destino turístico.

- EL ALOJAMIENTO ESTA AFILIADO A ALGUNA ORGANIZACIÓN GREMIAL O ASOCIATIVA:

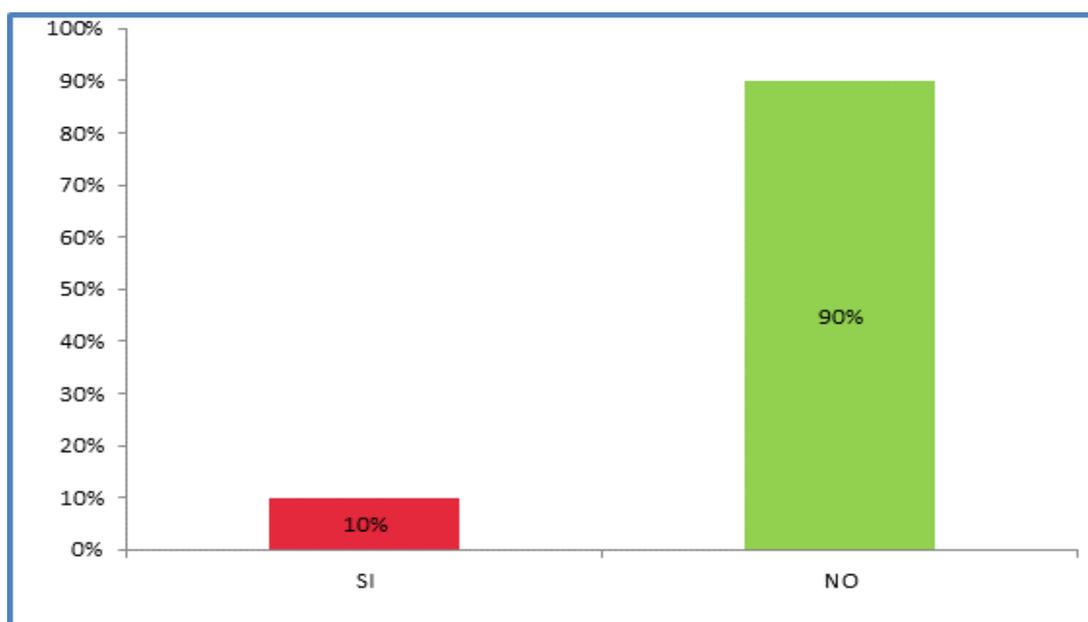
**RESULTADOS:**

**TABLA 35. Afiliación del alojamiento a una organización gremial o asociativa**

OPCION	No. HOTELES	PARTICIPACION
SI	1	10%
NO	9	90%
cual?	cotelco	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 16. Afiliación del alojamiento a una organización gremial o asociativa**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

## ANALISIS E INTERPRETACION:

Del 100% de la muestra encuestada, solo el 10% que corresponde a 1 establecimiento de alojamiento, respondió que se encuentra afiliado a una organización gremial o asociativa, para este caso COTELCO. El restante 90% afirma no estar vinculado a ninguna organización.

## CONCLUSIONES:

El desconocimiento de los beneficios de pertenecer a alguna organización gremial o asociativa del sector hotelero y/o turístico, genera el poco interés por vincularse a estas entidades; sumado a la exigencia del lleno de requisitos legales y formales para entra a ser parte de ellas.

Entre las ventajas que ofrecen este tipo de agremiaciones se encuentra entre otras, actualización de información sobre el sector turístico y hotelero, acceso a portales en internet para promocionar el alojamiento, alianzas estratégicas y convenios con proveedores; condiciones que permiten promocionar los establecimientos de alojamiento y fortalecer la oferta de este servicio.

117

- ❖ **Descripción del Hotel:** A través de este aspecto, se indagó sobre la capacidad instalada y dotación que poseen los establecimientos de alojamiento para la prestación del servicio.
- CUENTA CON RECEPCIÓN, SISTEMA DE REGISTRO DE PASAJEROS Y REPORTE DE EXTRANJEROS A INMIGRACIÓN COLOMBIA

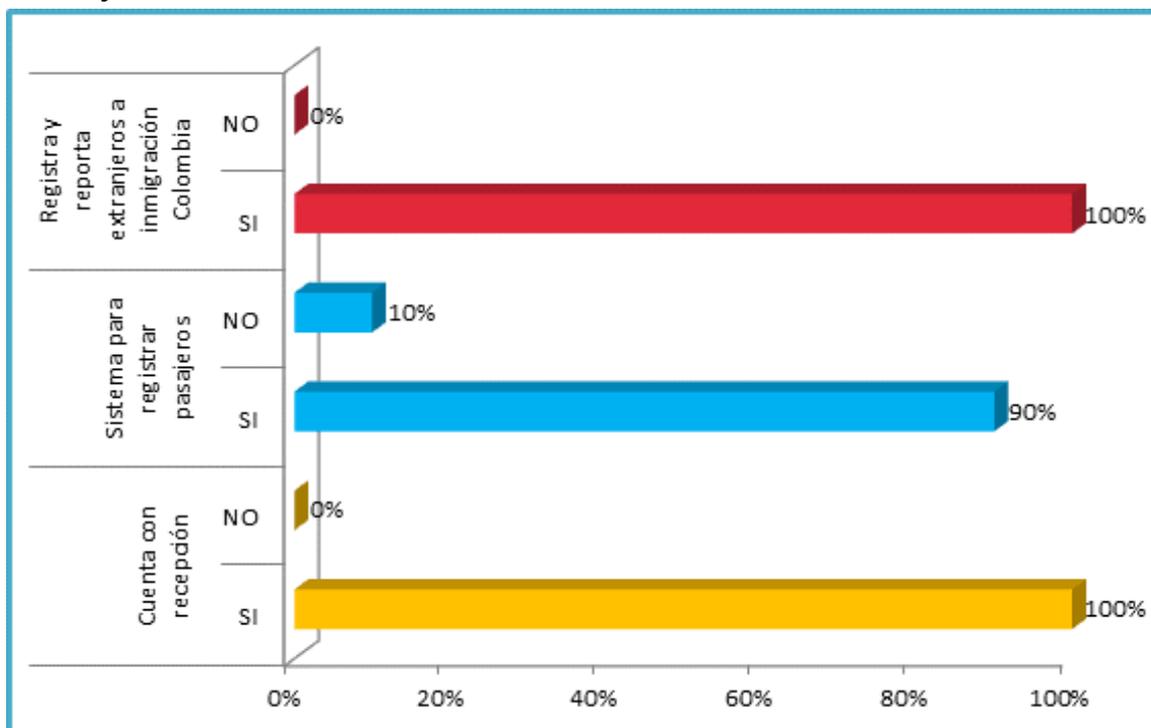
**RESULTADOS:**

**TABLA 36. Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros**

DESCRIPCION	OPCION	No. HOTELES	PARTICIPACION
Cuenta el Alojamiento con una recepción	SI	10	100%
	NO	0	0%
Tiene un sistema para registrar pasajeros	SI	9	90%
	NO	1	10%
Registra formalmente a los huéspedes extranjeros y los reporta a inmigración Colombia	SI	10	100%
	NO	0	0%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 17. Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

La totalidad de los establecimientos de alojamiento encuestados, respondieron afirmativamente a los interrogantes sobre si cuenta el Hotel con una recepción y si registra formalmente a los huéspedes extranjeros y los reporta a inmigración Colombia.

En cuanto a a la pregunta si tienen un sistema para registrar los pasajeros, uno de los alojamientos que corresponde al 10% de la muestra encuestada, respondió negativamente; mientras que el 90% afirma poseer dicho registro.

**CONCLUSIONES:**

La mayoría de los alojamientos encuestados cuentan dentro de su capacidad instalada, con una recepción, un sistema para registrar pasajeros y llevan a cabo el registro formal de huéspedes extranjeros y los reportan ante las autoridades de inmigración Colombia; evidenciando que poseen la infraestructura mínima requerida, para desarrollar procesos de registro y control de los turistas que demandan el servicio de hospedaje en el Municipio de Puerto Carreño; a la vez que generan información útil para la toma de decisiones en la planificación de estrategias orientadas al mejoramiento del servicio.

**- NÚMERO DE HABITACIONES Y CAPACIDAD TOTAL DEL ALOJAMIENTO EN NÚMERO DE PERSONAS:**

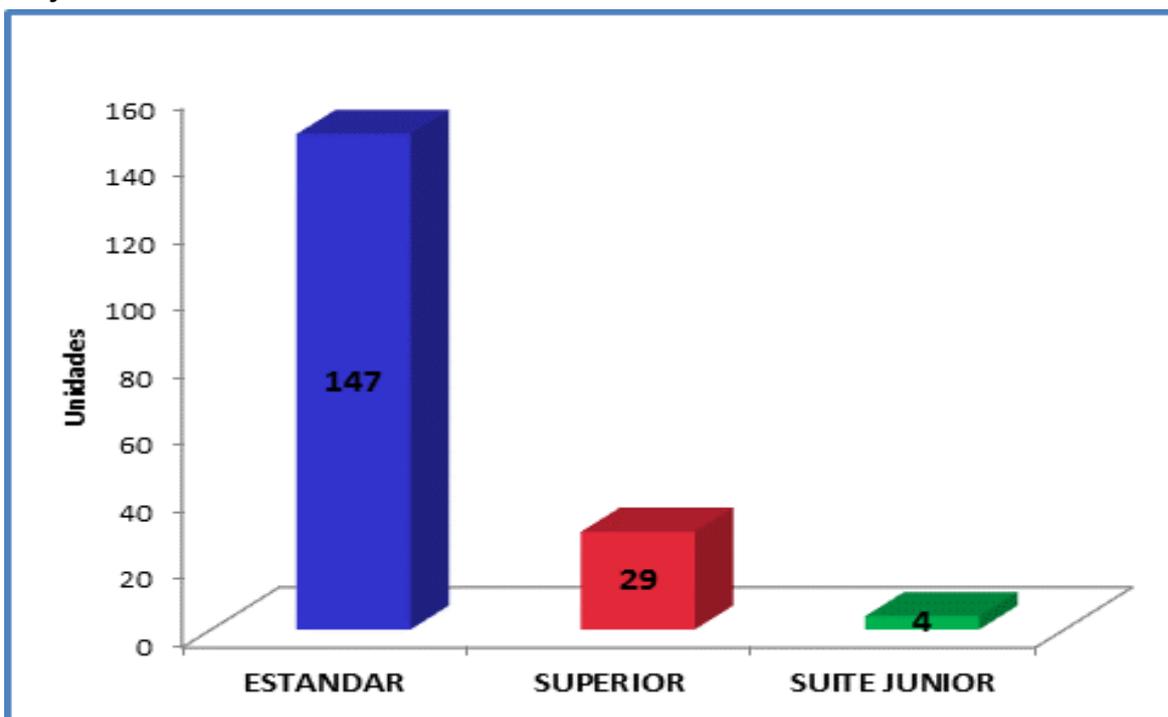
**RESULTADOS:**

**TABLA 37. Tipo de habitaciones y cantidad establecimientos de alojamiento**

CLASE HABITACION	CANT HABITACION	PARTICIPACION	CANT. HOTELES
ESTANDAR	147	82%	9
SUPERIOR	29	16%	4
SUITE JUNIOR	4	2%	1
<b>TOTAL HABITACIONES</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 18. Tipo de habitaciones y cantidad establecimientos de alojamiento**



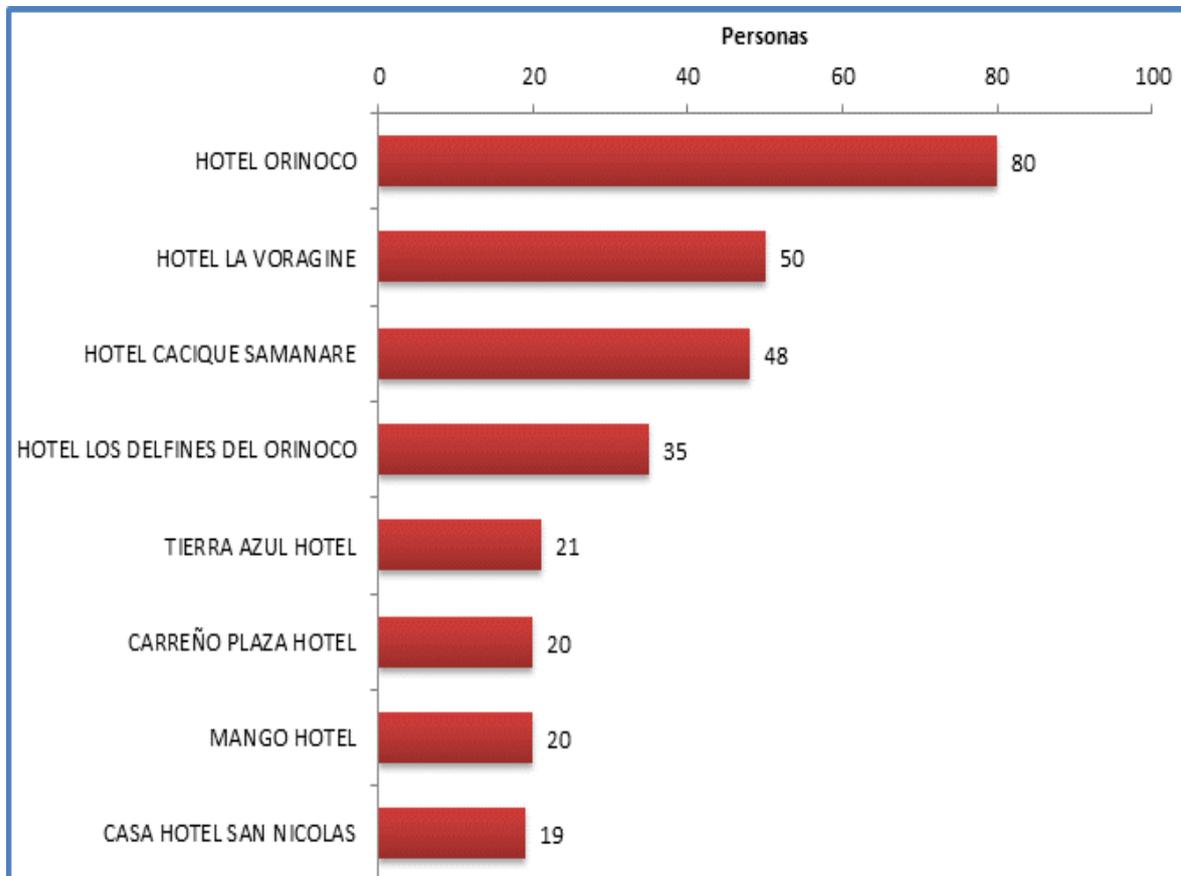
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**TABLA NO 38. Capacidad total de alojamiento**

No.	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO	CAPACIDAD TOTAL DE ALOJAMIENTO (PERSONAS)	PARTICIPACION
1	HOTEL ORINOCO	80	27%
2	HOTEL LA VORAGINE	50	17%
3	HOTEL CACIQUE	48	16%
4	HOTEL LOS DELFINES	35	12%
5	TIERRA AZUL HOTEL	21	7%
6	CARREÑO PLAZA	20	7%
7	MANGO HOTEL	20	7%
8	CASA HOTEL SAN	19	6%
	<b>TOTAL CAPACIDAD</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 19. Capacidad total de alojamiento**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a las respuestas suministradas por la muestra en encuestada, la disponibilidad de habitaciones para el alojamiento de turistas es de 180 en total, distribuidas así: 147 habitaciones tipo Estandar que correspondiente al 82% del total, 29 habitaciones tipo Superior (16%) y 4 habitaciones Suite Junior que representa el 2%.

En cuanto a la capacidad total de alojamiento, según los resultados obtenidos, es de 293 personas, observando que el Hotel Orinoco representa la más alta

capacidad con 27%, seguido por el Hotel la Vorágine con 17% y Hotel Cacique Samanare con 16% de la participación total.

**CONCLUSIONES:**

La oferta de alojamiento representando en la cantidad de habitaciones disponibles en relación con la capacidad total de atención de huéspedes, arroja como resultado una disponibilidad de 0.6 habitación/huésped, lo que indica que en temporada de ocupación hotelera total, la acomodación por habitación es doble o triple para poder atender el total de turistas que requieren de este servicio.

En el evento que la demanda de alojamiento supere los 293 huéspedes, el turista se verá en la necesidad de recurrir a otro tipo de alojamiento diferente al hotel, para pernoctar en el municipio de Puerto Carreño.

En cuanto al tipo de habitación, el turista no cuenta con una amplia posibilidad de elegir, puesto que el 82% de habitaciones que conforman la oferta de alojamiento son de clase estándar, lo que significa una estadía con las características básicas de una habitación de hotel con o sin baño privado; frente una menor oferta de habitaciones tipo Superior o una mínima posibilidad de hospedarse en una habitación tipo suite junior.

- PRECIO HABITACIÓN POR PERSONA SEGÚN EL TIPO DE HABITACIÓN:

**RESULTADOS:**

**TABLA 39. Precio habitación por persona según tipo habitación**

No.	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO	TARIFA HABITACION SEGÚN LA CLASE		
		ESTANDAR	SUPERIOR	SUITE JUNIOR
1	HOTEL LA VORAGINE	30.000	50.000	70.000
2	HOTEL MARTA ELENA	40.000	60.000	
3	CASA HOTEL SAN NICOLAS	40.000	70.000	
4	HOTEL CACIQUE SAMANARE	40.000		
5	HOTEL MI VICHADA DEL ORINOCO	50.000	70.000	
6	HOTEL LOS DELFINES DEL	60.000		

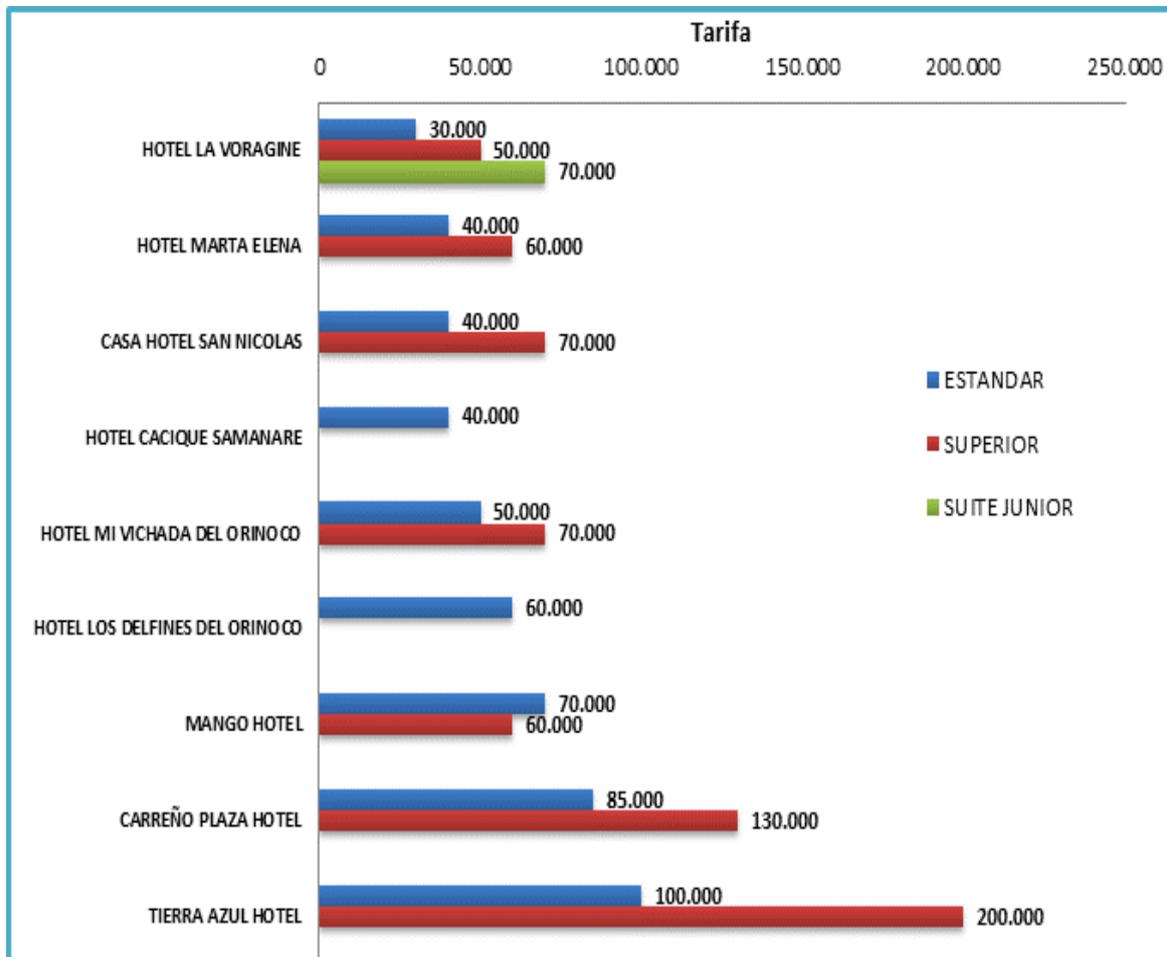
7	MANGO HOTEL	70.000	60.000	
8	CARREÑO PLAZA HOTEL	85.000	130.000	
9	TIERRA AZUL HOTEL	100.000	200.000	
	<b>TOTAL</b>	<b>515.000</b>	<b>640.000</b>	<b>70.000</b>
	<b>VALOR PROMEDIO HABITACION</b>	<b>57.222</b>	<b>91.429</b>	<b>70.000</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**TABLA 40. Tarifa promedio habitación por persona según tipo habitación**

TARIFA PROMEDIO DESTINO PUERTO CARREÑO			
TIPO HAB.	Cantidad	PONDERADO	Tarifa promedio Habitación
Estandar	147	81,7%	\$ 57.222
Superior	29	16,1%	\$ 91.429
Suite	4	2,2%	\$ 70.000
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>	
<b>TARIFA PROMEDIO</b>		<b>\$ 63.017</b>	

**Gráfica 20. Precio habitación por persona según tipo habitación**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Con base en la información suministrada por 9 hoteles, se observa una variación en las tarifas cobradas por los establecimientos de alojamiento, dependiendo el tipo de habitación, las cuales pueden oscilar para el caso de la habitación estándar entre \$30.000 a \$100.000 pesos; para la habitación tipo Superior entre \$50.000 y \$200.000 y para la habitación Suite Junior la tarifa es de \$70.000 pesos.

El Hotel La Vorágine posee la tarifa más económica del mercado con \$30.000 habitación Estándar, \$50.000 habitación Superior y \$70.000 habitación Suite Junior frente a las tarifas más altas que son cobradas por el Hotel Tierra Azul.

Las tarifas promedio del mercado, por habitación tipo estándar es \$57.222; tipo Superior es \$91.429 y para la habitación tipo Suite Junior es de \$70.000

**CONCLUSIONES:**

La significativa variación de tarifas cobrados por los establecimientos de alojamiento en Puerto Carreño, por habitaciones según su tipo, dependen de factores como la infraestructura, los servicios básicos, complementarios y accesorios brindados y la ubicación, entre otros.

Estas diferentes tarifas permite al turista elegir el alojamiento y tipo de habitación que mejor se adecua su presupuesto.

Es importante resaltar que al evaluar la tipología de habitaciones con respecto a las tarifas asignadas por los hoteleros, se encuentran diferencias conceptuales, y se recomienda realizar con los empresarios unas capacitaciones para conocer y aplicar correctamente los conceptos técnicos para asignar tarifas de acuerdo a las habitaciones, sus dimensiones, dotaciones, amenities y demás elementos que se tienen en cuenta para definir el valor de la tarifa.

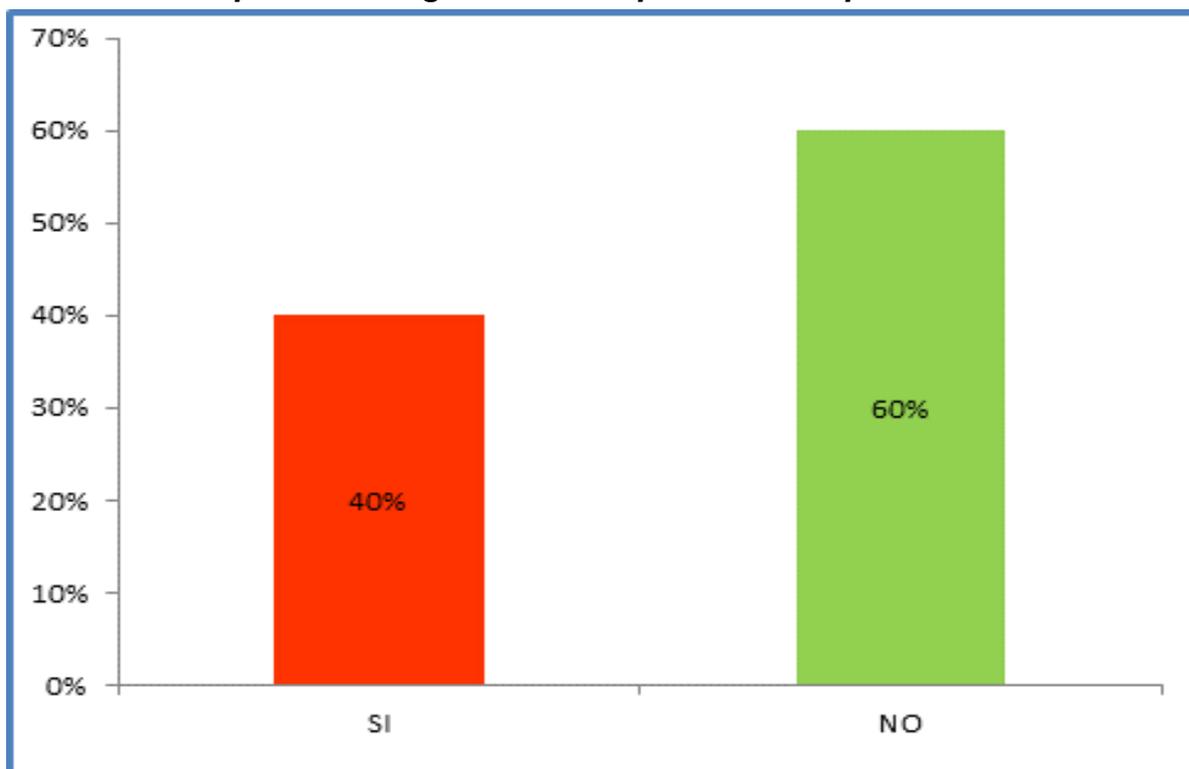
- CUENTA CON SEGURO HOTELERO PARA LOS HUÉSPEDES:

**TABLA 41. Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes**

OPCION RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
SI	4	40%
NO	6	60%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 21. Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes**



126

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 40% de los hoteles encuestados, indicó que si cuenta con el Seguro hotelero para los huéspedes mientras que el 60% afirmó no tener el seguro.

**CONCLUSIONES:**

La mayor parte de los Hoteles en Puerto Carreño, no cuenta con el seguro hotelero para los huéspedes, evidenciando que el riesgo sufrido por los turistas está bajo la responsabilidad de ellos, mientras que los establecimientos de alojamiento están expuestos a pérdidas económicas como consecuencia de posibles demandas interpuestas por huéspedes afectados por alguno hecho eventual ocurrido dentro de las instalaciones del hotel. Se recomienda hacer una sensibilización sobre riesgos, seguro y compromisos legales, civiles y contractuales que deben afrontar las empresas de alojamiento.

- ❖ **Descripción de las habitaciones:** Se consultó a los encuestados sobre la disponibilidad de algunos elementos básico que hacen parte del equipamiento o dotación de las habitaciones, para analizar el nivel de comodidad y beneficios que el Turista recibe al hospedarse en Puerto Carreño.

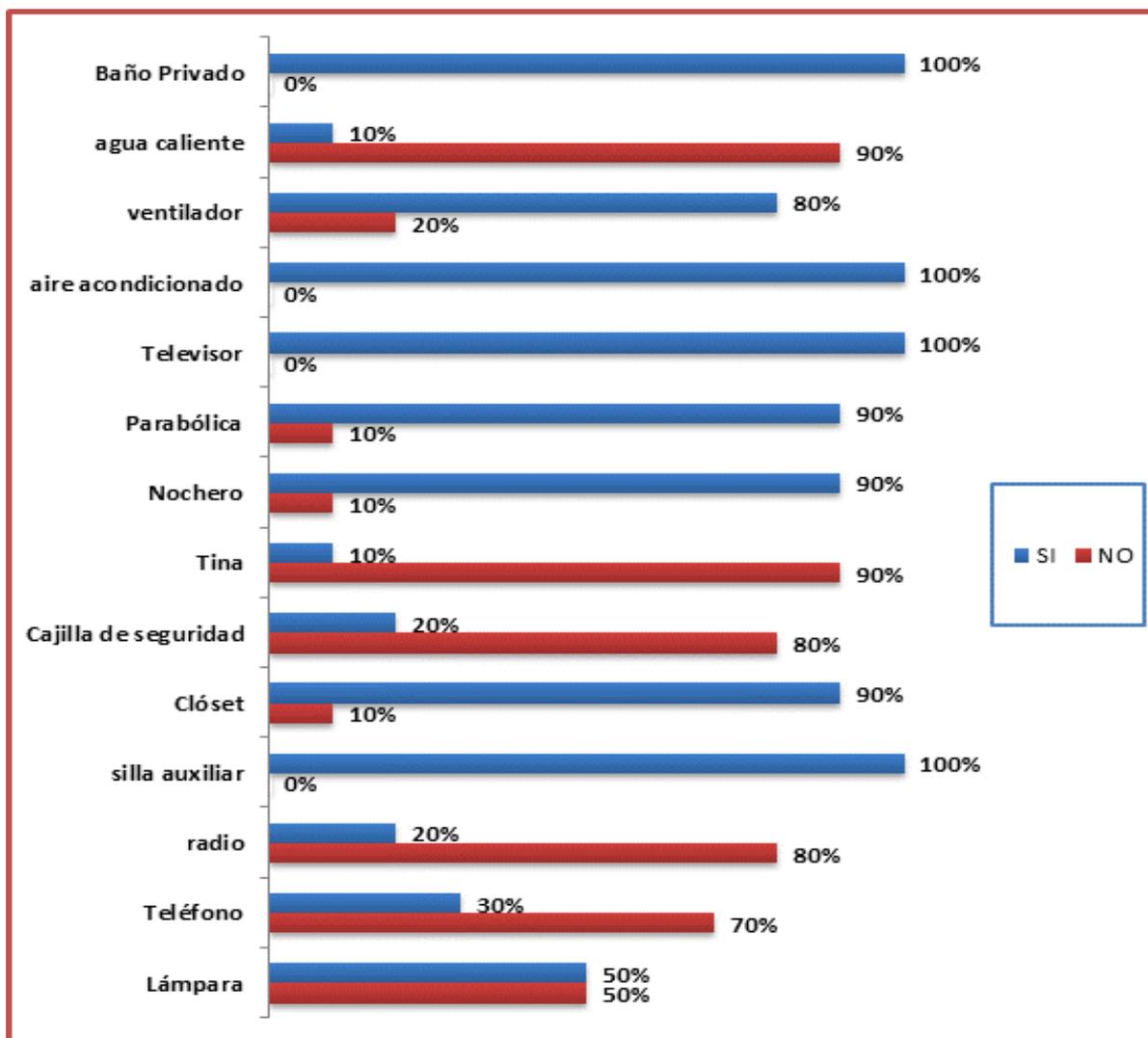
## RESULTADOS:

**TABLA 42. Dotación de las habitaciones**

No.	ELEMENTO DE EQUIPAMIENTO	OPCION RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
1	Baño Privado	SI	10	<b>100%</b>
		NO	0	0%
2	agua caliente	SI	1	10%
		NO	9	90%
3	Ventilador	SI	8	80%
		NO	2	20%
4	aire acondicionado	SI	10	<b>100%</b>
		NO	0	0%
5	Televisor	SI	10	<b>100%</b>
		NO	0	0%
6	Parabólica	SI	9	90%
		NO	1	10%
7	Nochero	SI	9	90%
		NO	1	10%
8	Tina	SI	1	10%
		NO	9	90%
9	Cajilla de seguridad	SI	2	20%
		NO	8	80%
10	Clóset	SI	9	90%
		NO	1	10%
11	silla auxiliar	SI	10	<b>100%</b>
		NO	0	0%
12	Radio	SI	2	20%
		NO	8	80%
13	Teléfono	SI	3	30%
		NO	7	70%
14	Lámpara	SI	5	50%
		NO	5	50%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 22. Dotación de las habitaciones**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, los establecimientos de alojamiento respondieron así: el 100% afirmó que hace parte de la dotación de las habitaciones elementos como Baño Privado, aire acondicionado, Televisor y silla auxiliar.

El 90% cuenta con parabólica, nochero, closet; mientras el 10% respondió que no poseen estos elementos. El 80% de los encuestados señala que cuentan

con ventilador en las habitaciones y un 50% indica que tienen lámpara mientras otro tanto no posee este elemento.

El 90% de los hoteles no ofrecen el servicio de agua caliente y no tienen tina. Así mismo 80% de los alojamientos no cuentan con cajilla de seguridad y radio, el 70% indica no tener teléfono en sus habitaciones.

De los 14 elementos consultados solo 4, se encuentran en todas las habitaciones del alojamiento, en contraste con la dotación de tina y agua caliente que solo son ofrecidos por uno de los establecimientos encuestados, así como las cajillas de seguridad y la radio que se encuentran en 2 de los 10 hoteles que conforman la muestra.

### CONCLUSIONES:

Los alojamientos se encuentran en un nivel básico en cuanto a la dotación de elementos de equipamiento, contando con una dotación necesaria para brindar cierto nivel de comodidad al huésped, careciendo de elementos que pueden generar un mejor bienestar y grado de satisfacción al turista durante su estadía en la región.

- ❖ **Descripción de camas:** A través de la encuesta se indagó sobre el número de camas disponibles en los alojamientos, sus dimensiones, el tipo de lencería usada, así mismo la utilización de camarotes; obteniendo los siguientes resultados:

- NÚMERO DE CAMAS SEGÚN SU DIMENSIÓN, UTILIZACIÓN DE CAMARONES Y TIPO DE LENCERÍA (SÁBANAS, COBIJAS, FUNDAS, TOALLAS):

### RESULTADOS:

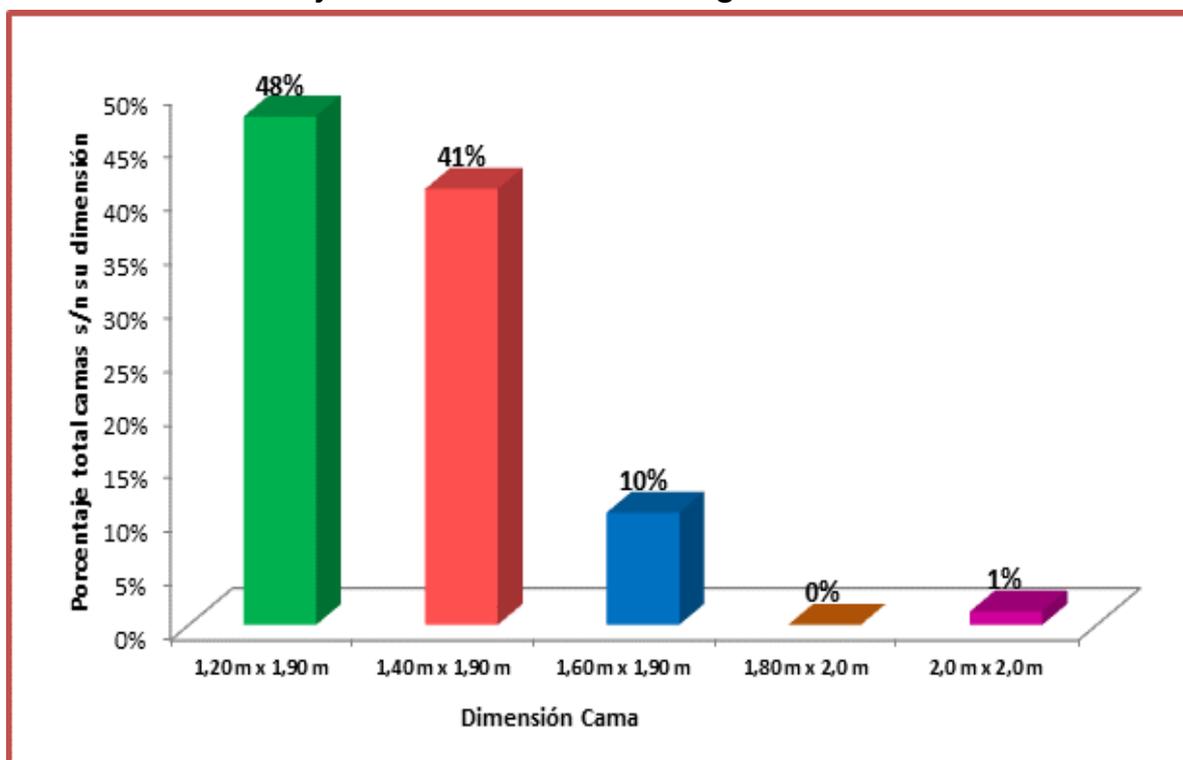
**TABLA 43. Número de Camas según su dimensión**

DIMENSIÓN CAMA	CANT. TOTAL	PARTICIPACIÓN	HOTELES EQUIPADOS CON EL ELEMENTO
1,20 m x 1,90 m	77	48%	10
1,40 m x 1,90 m	66	41%	10
1,60 m x 1,90 m	17	10%	2

1,80 m x 2,0 m	0	0%	0
2,0 m x 2,0 m	2	1%	1
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 23. Porcentaje de Camas existentes según su dimensión**



130

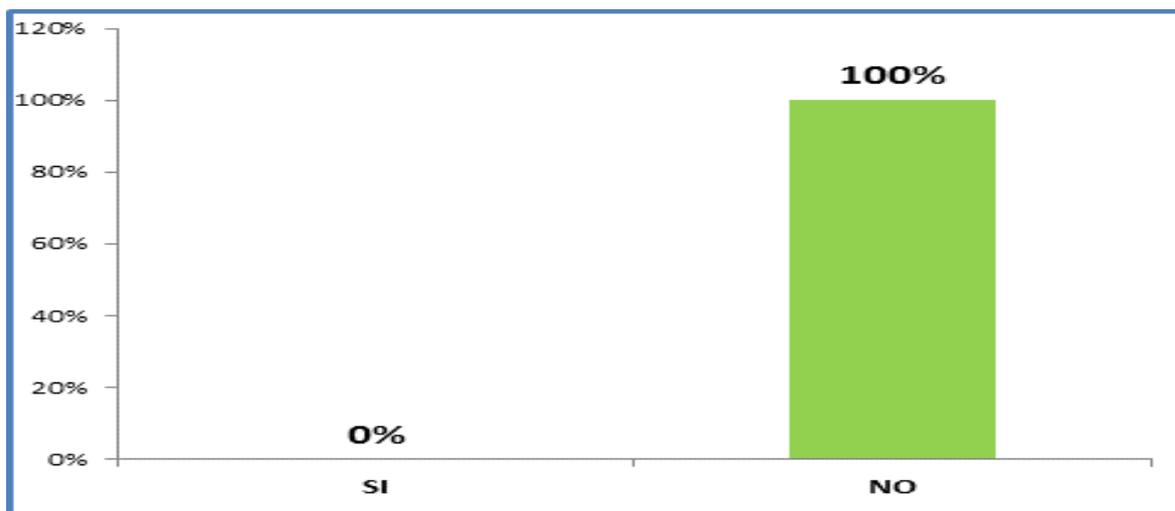
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**TABLA 44. Utilización de Camarote**

RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
SI	0	0%
NO	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 24. Utilización de Camarote**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

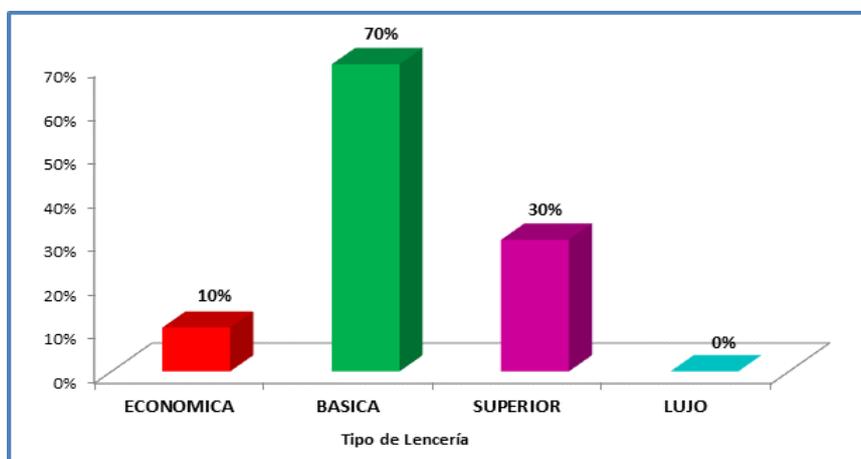
**TABLA 45. Lencería utilizada en las camas**

TIPO DE LENCERIA	No. HOTELES	PARTICIPACION
ECONOMICA	1	10%
BASICA	7	70%
SUPERIOR	3	30%
LUJO	0	0%

131

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 25. Lencería utilizada en las camas**



Fuente:

Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

## ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo a las respuestas suministradas por los encuestados, se cuenta con un total de 162 camas, de las cuales el 48% corresponden a las dimensiones 1,20 m x 1,90 m, el 41% de 1.40 m x 1.90m, el 10% son de 1.60 m x 1.90 m, y 1% son del tamaño de 2.0 m x 2.0 m y no se cuenta con ninguna cama con las dimensiones 1.80 m x 2.0 metro de la muestra tomada.

Así mismo se puede determinar que los 10 hoteles que participaron en la encuesta, poseen camas de las dimensiones 1.20 m x 1.90 m y 1.40 m x 1,90m; 2 alojamientos cuenta con camas de 1.60 m x 1.90 m y tan solo un hotel tiene 2 camas de 2.0 m x 2.0 m.

De igual forma, el 100% de los establecimientos de alojamientos no utilizan camarotes como elemento para el descanso de los huéspedes.

En cuanto a la lencería usada para las camas, un 10% de los encuestados indicaron que utiliza el tipo económico, un 70% básica y un 30% de calidad superior; y ningún alojamiento usa lencería de lujo.

132

## CONCLUSIONES:

Del total de equipamiento de camas con las que cuenta los hoteles en Puerto Carreño, un 89% corresponde a camas con dimensiones pequeñas para ser ocupadas por una persona y medianas que en algunos casos pueden ser usadas para dos personas; lo que refleja una escasa dotación de este elemento con dimensiones más grades, lo cual permitiría un mejor servicio de alojamiento, teniendo en cuenta que este ítem se convierte en el principal dentro de la habitación para brindar descanso y bienestar a los huéspedes. Esto sumado a que la mayoría de alojamientos utiliza lencería de calidad básica para las camas y ningún hotel tiene camarotes.

- ❖ **Descripción de Servicios complementarios:** Con el propósito de identificar los servicios complementarios que ofrecen los hoteles ubicado en el Municipio de Puerto Carreño, se definieron 17 ítems para que los

encuestados suministrarán los datos de aquellos que si hacen parte de su equipamiento e infraestructura, así:

**RESULTADOS:**

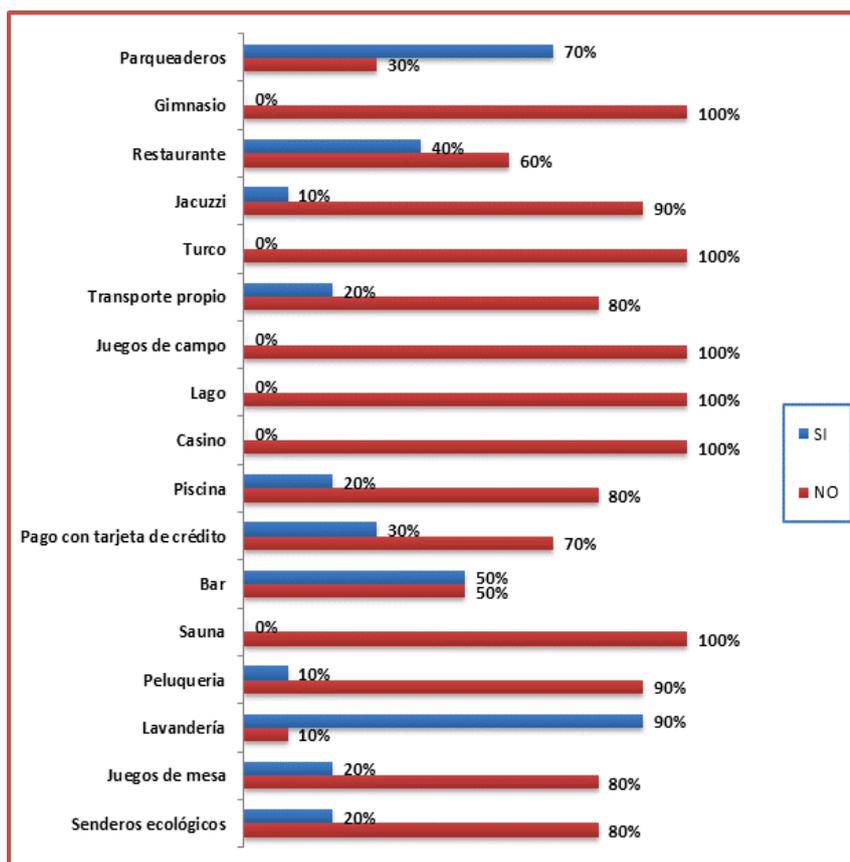
**TABLA 46. Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos**

No.	ELEMENTO DE EQUIPAMIENTO	OPCION RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
1	Parqueaderos	SI	7	<b>70%</b>
		NO	3	30%
2	Gimnasio	SI	0	0%
		NO	10	<b>100%</b>
3	Restaurante	SI	4	40%
		NO	6	<b>60%</b>
4	Jacuzzi	SI	1	10%
		NO	9	<b>90%</b>
5	Turco	SI	0	0%
		NO	10	<b>100%</b>
6	Transporte propio	SI	2	20%
		NO	8	<b>80%</b>
7	Juegos de campo	SI	0	0%
		NO	10	<b>100%</b>
8	Lago	SI	0	0%
		NO	10	<b>100%</b>
9	Casino	SI	0	0%
		NO	10	<b>100%</b>
10	Piscina	SI	2	20%
		NO	8	<b>80%</b>
11	Pago con tarjeta de crédito	SI	3	30%
		NO	7	<b>70%</b>
12	Bar	SI	5	50%
		NO	5	<b>50%</b>
13	Sauna	SI	0	0%
		NO	10	<b>100%</b>
14	Peluquería	SI	1	10%
		NO	9	<b>90%</b>

15	Lavandería	SI	9	<b>90%</b>
		NO	1	10%
16	Juegos de mesa	SI	2	20%
		NO	8	<b>80%</b>
17	Senderos ecológicos	SI	2	20%
		NO	8	<b>80%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 26. Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos**



Fuente:

Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

## ANALISIS E INTERPRETACION:

El 100% de los alojamientos encuestados no ofrecen los servicios complementarios de gimnasio, turco, juegos de campo, lago, casino y sauna.

El 90% afirma no tener el servicio de peluquería y jacuzzi, mientras que un 10% que corresponde a 1 establecimiento de alojamiento si lo incluye dentro del servicio complementario brindado.

Los servicios complementarios ofrecidos por la mayoría de alojamientos, son lavandería con un 90% y parqueadero ofrecido por el 70% de los alojamientos.

el 50% de los encuestados indican brindar el servicio de bar, mientras que un 40% de los hoteles ofrece el servicio de restaurante y solo un 30% de los establecimientos de alojamiento cuentan con el servicio de pago con tarjeta de crédito

Un 20% de la muestra encuestada, cuenta con los servicios de transporte propio, piscina, juegos de mesa y senderos ecológicos frente al 80% de los alojamientos que no los brindan.

135

## CONCLUSIONES:

Se evidencia un bajo nivel de equipamiento de servicios complementarios por parte de los establecimientos de alojamiento, y tan solo los servicios de lavandería y parqueadero son ofrecidos por la mayoría de hoteles. La mayoría de Alojamientos no cuenta con servicio de Restaurante, pero si con bar.

La carencia de servicios complementarios, se convierte en una desventaja comparativa con respecto a los alojamientos de otras regiones, haciendo necesario la implementación de éstos, con el fin de alcanzar la satisfacción del huésped y mejorar la oferta del sector.

- ❖ **Descripción Personal del Hotel:** En este aspecto se solicitó información sobre el personal ocupado en el sector hotelero, definiendo si se trata de personal permanente o temporal, el tipo de labor

desempeñada y el número total de personal empleado, para brindar el servicio de alojamiento.

**RESULTADOS:**

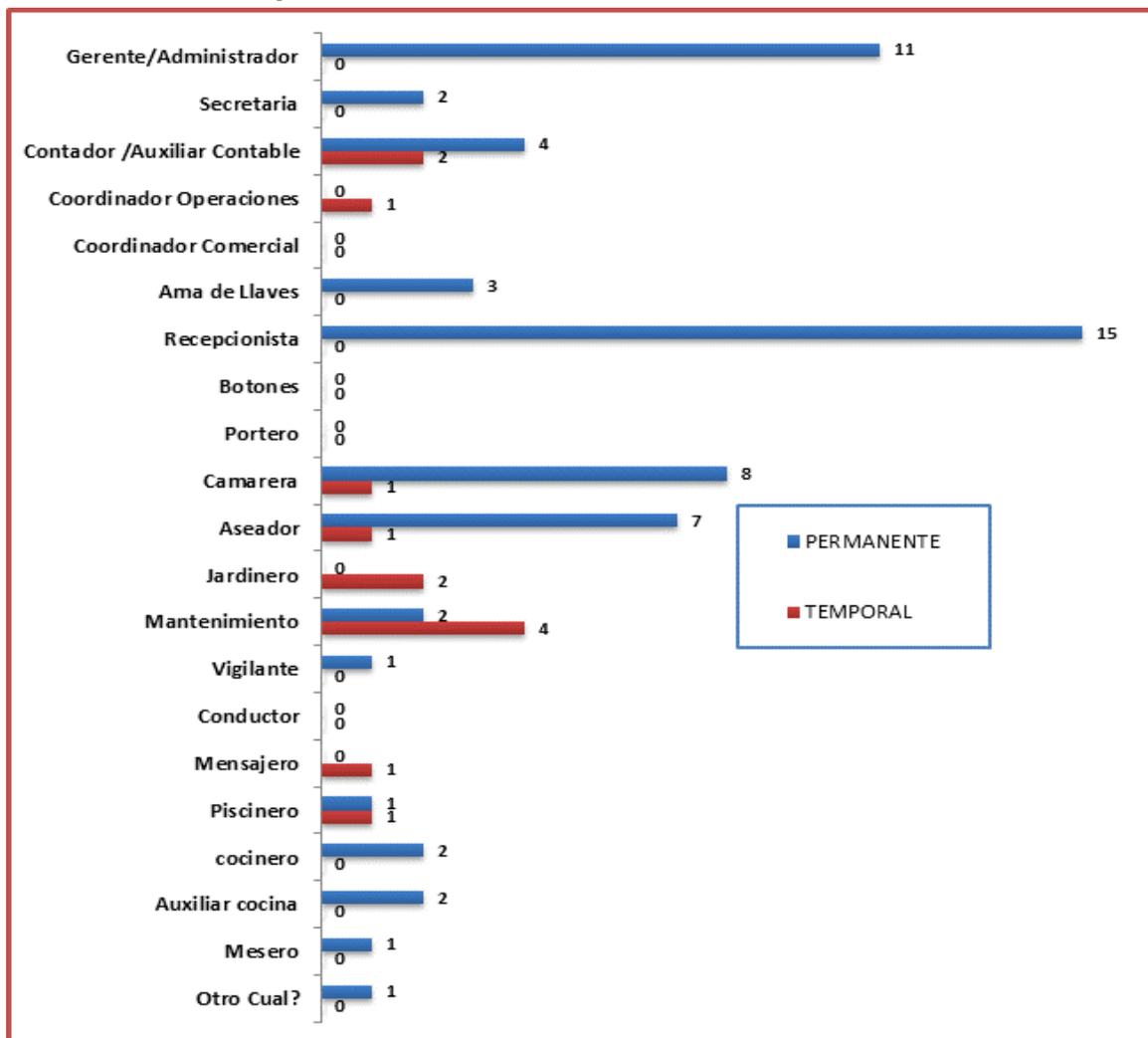
**TABLA 47. Descripción Personal del Hotel**

CARGO	TIPO DE EMPLEO		TOTAL OCUPACION	HOTELES
	PERMANENTE	TEMPORAL		
Gerente/Administrador	11	0	11	10
Secretaria	2	0	2	2
Contador /Auxiliar Contable	4	2	6	4
Coordinador Operaciones	0	1	1	1
Coordinador Comercial	0	0	0	0
Ama de Llaves	3	0	3	3
Recepcionista	15	0	15	10
Botones	0	0	0	0
Portero	0	0	0	0
Camarera	8	1	9	5
Aseador	7	1	8	7
Jardinero	0	2	2	2
Mantenimiento	2	4	6	6
Vigilante	1	0	1	1
Conductor	0	0	0	0
Mensajero	0	1	1	1
Piscinero	1	1	2	2
cocinero	2	0	2	2
Auxiliar cocina	2	0	2	2
Mesero	1	0	1	1

Otro Cual?	1	0	1	1
<b>TOTAL PERSONAL EMPLEADO</b>	<b>60</b>	<b>13</b>	<b>73</b>	
<b>PARTICIPACION</b>	<b>82%</b>	<b>18%</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 27. Descripción Personal del Hotel**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a las respuestas dadas por los encuestados, el resultado arrojado es de 73 personas ocupadas, de los cuales el 82% son de forma permanente y el 13% se emplea temporalmente.

El empleo que ocupa mayor personal es el de **Recepcionista**, con 15 personas contratadas permanentemente para realizar esta labor en todos los hoteles; el segundo empleo con mayor índice de ocupación es el de **Gerente / Administrador** con un total de 11 personas contratadas en todos los alojamientos; seguido por los cargos de **Cámaras** y **aseador** que ocupan 8 y 7 personas de forma permanente y una persona temporal respectivamente.

El cargo de **Contador/Auxiliar Contable**, tiene una ocupación de 4 personas fijas y 2 temporales, mientras que el empleo de **Mantenimiento** ocupa 4 personas temporales y 2 de forma permanente, las labores de **Jardinero**, **Coordinador de Operaciones y Mensajero** ocupan entre 1 y 2 persona de forma temporal; mientras que para el empleo de **piscinero** se contratan 2 personas, 1 de forma permanente y otra temporal.

Los empleos de **Secretaria, cocinero y auxiliar de cocina** ocupan laboralmente a 2 personas de forma temporal cada uno, y el de **Mesero y Vigilante**, 1 persona fija respectivamente.

138

Un alojamiento señaló que tiene otro empleo dentro de su planta de personal permanente, para ejercer las labores de **Auxiliar de Cafetería**.

Los Hoteles no ocupan personal para las labores **Coordinador Comercial, botones, portero y conductor**.

### CONCLUSIONES:

La prestación del servicio de alojamiento genera aproximadamente más de 70 empleos directos permanentes y/o temporales, para realizar labores que requieren perfil técnico con conocimientos sobre la actividad de turismo y atención al cliente por su relación directa con el Turista, y en otros casos, conocimientos específicos sobre áreas administrativas y contables, así como también destrezas y habilidades manuales para los oficios relacionados con labores de limpieza y de mantenimiento entre otros.

La mayor parte de los empleos son permanentes, lo cual brinda estabilidad al personal contratado, y la necesidad por parte del establecimiento de realizar una inversión en la capacitación del talento humano para fortalecer sus habilidades y competencias mejorando así la prestación del servicio al turista y elevando el nivel de competitividad con respecto a las demás empresas del sector.

Teniendo en cuenta el promedio nacional de número de empleos por habitación en hoteles urbanos, que según datos de COTELCO, año 2013 fue de 0,72 empleados por habitación; para la zona Puerto Carreño - Vichada la generación de empleo debería ser de aproximadamente  $180 \text{ hab} \times 0,72 = 130$  empleos. Esto significa que la hotelería del destino está operando con limitaciones en cuanto a capacidad de mano de obra.

En términos generales sobre la línea base del servicio de alojamiento de Puerto Carreño, se puede concluir:

- La oferta es buena para la demanda actual.
- Las edificaciones son en su mayoría nuevas, con buenos acabados y buena presentación.
- Son hoteles enfocados más en una demanda de huéspedes corporativos, comerciantes y algunos turistas. Los usuarios del producto pesca deportiva, no son su principal cliente, en razón a que es una hotelería de carácter urbano.
- La mayoría de habitaciones estándar con dotación básica determina un limitante para un turista de mayor capacidad adquisitiva y exigencia.
- El equipo de colaboradores de los hoteles es reducido en comparación con el promedio nacional.
- Las tarifas no están ajustadas a las condiciones de la oferta en el sentido de dimensiones de habitaciones, dotación y complementos.
- Existe un alto nivel de informalidad en la utilización del seguro hotelero.
- ALOJAMIENTO EN HOTEL O EN LUGARES DIFERENTES AL CAMPAMENTO DE PESCA:

Con el propósito de identificar otros sitios de alojamiento diferentes al campamento de pesca, se solicitó información a los encuestados sobre los hoteles o nombres de otros lugares que prestan este servicio, señalando la

capacidad máxima de personas atendidas y los días de permanencia máxima. Para fines de consolidación de la información obtenida, fueron seleccionadas las cifras máximas del total de datos suministrados, por cada uno de los sitios.

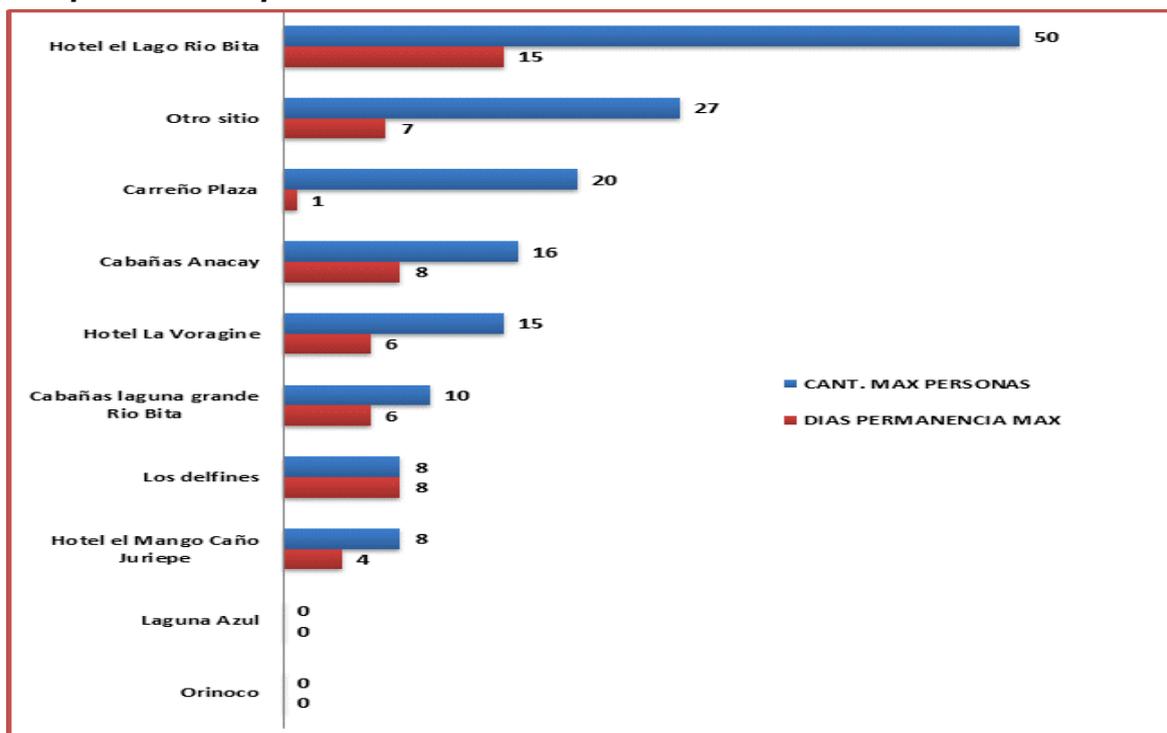
**RESULTADOS:**

**TABLA 48. Sitios de Alojamiento en hotel o en lugares diferentes al campamento de pesca**

No.	NOMBRE SITIO ALOJAMIENTO	CANT MAX PERSONAS	DIAS PERMANENCIA MAX
1	Hotel el Lago Rio Bitá	50	15
2	Otro sitio	27	7
3	Carreño Plaza	20	1
4	Cabañas Anacay	16	8
5	Hotel La Vorágine	15	6
6	Cabañas laguna grande Rio Bitá	10	6
7	Los delfines	8	8
8	Hotel el Mango Caño Juriepe	8	4
9	Laguna Azul	0	0
10	Orinoco	0	0

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 28. Sitios de Alojamiento en hotel o en lugares diferentes al campamento de pesca**



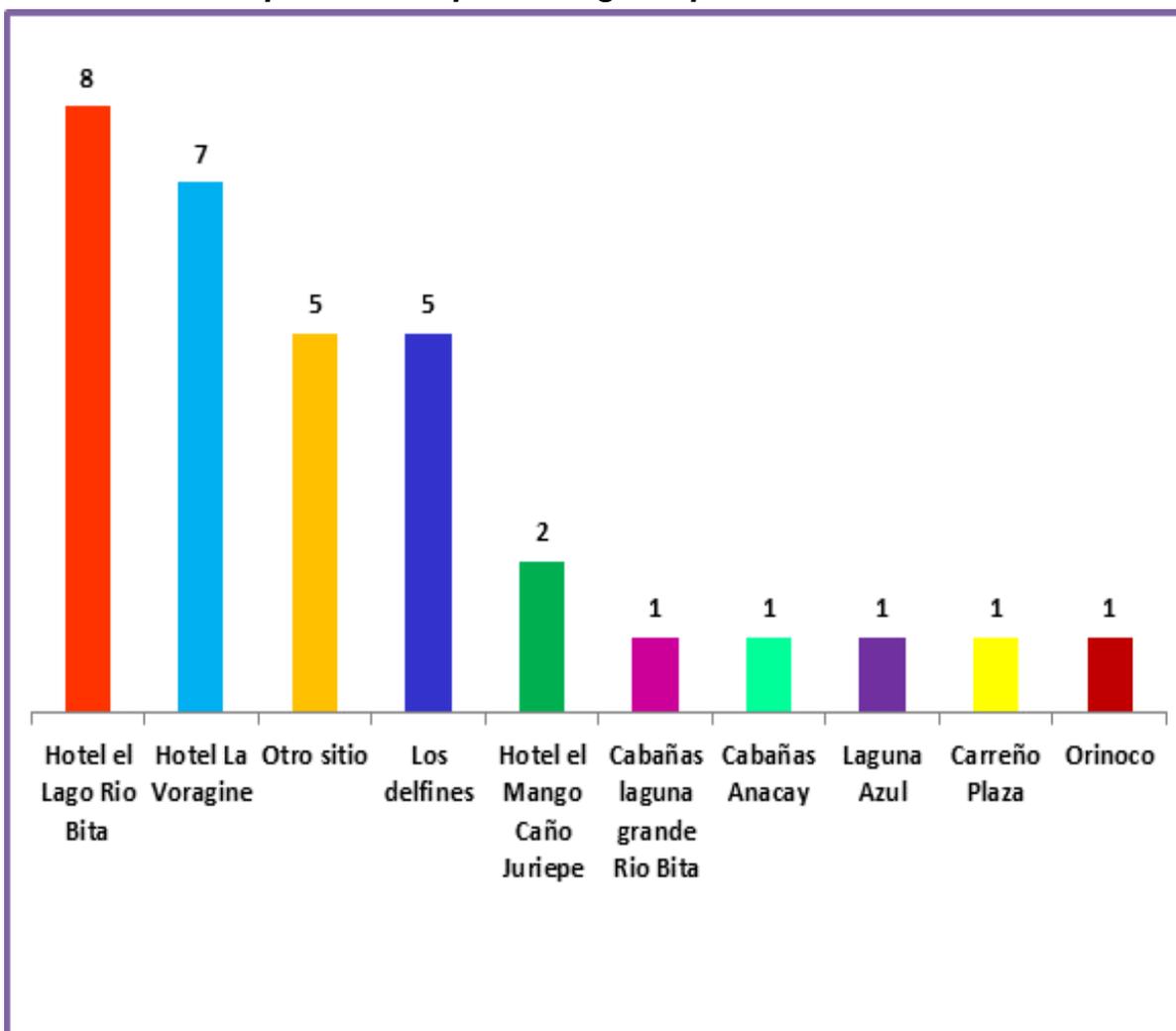
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**TABLA 49. Preferencia Sitios de Alojamiento en hotel o en lugares diferentes al campamento de pesca elegidos por los encuestados**

No.	NOMBRE HOTEL O SITIO ALOJAMIENTO	No. DE PERSONAS QUE ELIGIERON EL
1	Hotel el Lago Río Bitá	8
2	Hotel La Vorágine	7
3	Otro sitio	5
4	Los delfines	5
5	Hotel el Mango Caño Juriepe	2
6	Cabañas laguna grande Río Bitá	1
7	Cabañas Anacay	1
8	Laguna Azul	1
9	Carreño Plaza	1
10	Orinoco	1

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 29. Preferencia Sitios de Alojamiento en hotel o en lugares diferentes al campamento de pesca elegidos por los encuestados**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

Al interrogante de **¿Cuántas personas de las que ha atendido se han alojado en hotel o un lugar diferente a campamento?** Los encuestados identificaron 10 sitios ubicados en Puerto Carreño o cercanía a este municipio, señalando el **Hotel El Lago en el Río Bitá**, como el Hotel con mayor número de personas atendidas con una cifra de 50 y 15 días de permanencia máxima. Igualmente este Hotel fue elegido por el mayor número de personas encuestadas, seguido por el **Hotel La Voragine**.

Igualmente, los encuestados respondieron que el alojamiento se realizaba en **Otros sitios**, sin determinar los nombres de los lugares o tipo de alojamiento. Así mismo, señalaron lugares de alojamiento como **Laguna Azul y Orinoco**, sin que fueran mencionados los datos de personas máximas atendidas y días de permanencia máxima.

**CONCLUSIONES:**

Existe una oferta de sitios de alojamiento diferentes a los campamentos de pesca, conformado por Hoteles y otros sitios disponibles para la atención del turista, algunos de estos lugares se encuentran ubicados sobre algunos de los principales ríos donde se desarrolla la pesca deportiva.

Sin embargo, con los datos suministrados por los encuestados, no es suficiente para determinar información como la capacidad máxima de alojamiento y las condiciones o infraestructura con la que cuenta los sitios ofertados para el alojamiento de los turistas de pesca deportiva. Se hace necesario para profundizar en este aspecto, realizar directamente el estudio con los prestadores de servicios de alojamiento.

**4.3.5.2. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN EL MUNICIPIO DE LA PRIMAVERA.**

Con el propósito de identificar y obtener una descripción de la infraestructura y servicios ofrecidos por los establecimientos de alojamiento ubicados en el Municipio de la Primavera, se convocaron los diferentes Hoteles para la aplicación y diligenciamiento de la Encuesta, obteniendo una muestra de 7 establecimientos encuestados, de 11 registrados por la Gobernación del Vichada, correspondiendo al 64% del total de establecimientos existentes, así:

**TABLA 50. Relación establecimiento de alojamiento La Primavera Encuestados**

ITEM	ALOJAMIENTO	UBICACIÓN	AÑOS DE	ORGANIZACIÓN A
------	-------------	-----------	---------	----------------

			FUNCIONAMIENTO	LA QUE PERTENECE		
				SI	NO	CUAL?
1	HOTEL NUEVO AMANECER DEL	Urbano	2		X	
2	HOTEL VILLA CLEMA	Urbano	20		X	
3	HOTEL BLANCO	Urbano	N.R.		X	
4	HOTEL LLANO Y SELVA	Urbano	4		X	
5	LA RIVIERA HOTEL	Urbano	N.R.		X	
6	HOTEL CAMELOT	Urbano	N.R.		X	
7	HOTEL ZULIMA	Urbano	40		x	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

- ❖ **Datos del Alojamiento:** Comprende además, de la información general del alojamiento, aspectos relacionados con la ubicación del Hotel, años de funcionamiento, la afiliación o no a una organización gremial o asociativa.

144

- UBICACIÓN DEL ALOJAMIENTO:

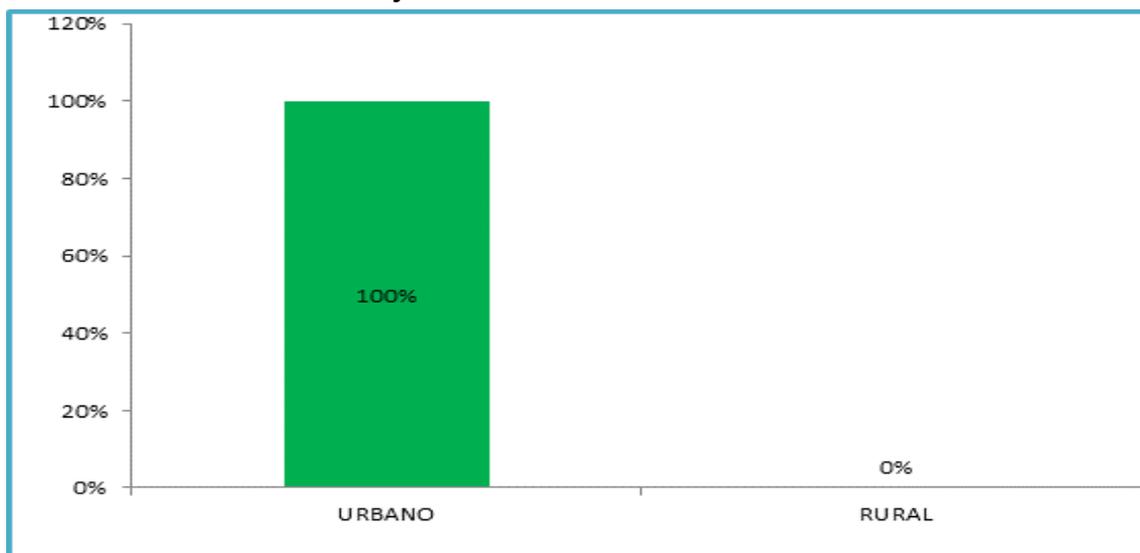
**RESULTADOS:**

**TABLA 51. Ubicación Alojamiento**

URBANO		RURAL	
RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN	RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN
7	100%	0	0%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 30. Ubicación Alojamiento**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de los establecimientos de alojamiento encuestados, se encuentran ubicados en la zona urbana del Municipio de la Primavera, reflejándose la carencia de alojamientos rurales en la zona.

**CONCLUSIONES:**

De acuerdo con los registros suministrados por las entidad gubernamentales y los establecimientos que participaron en la muestra, se evidencia que existe una amplia oferta de alojamientos ubicados en el casco urbano de la población y se desconoce la existencia de hoteles en las zonas rurales del Municipio de la Primavera..

- AÑOS DE FUNCIONAMIENTO:

**RESULTADOS:**

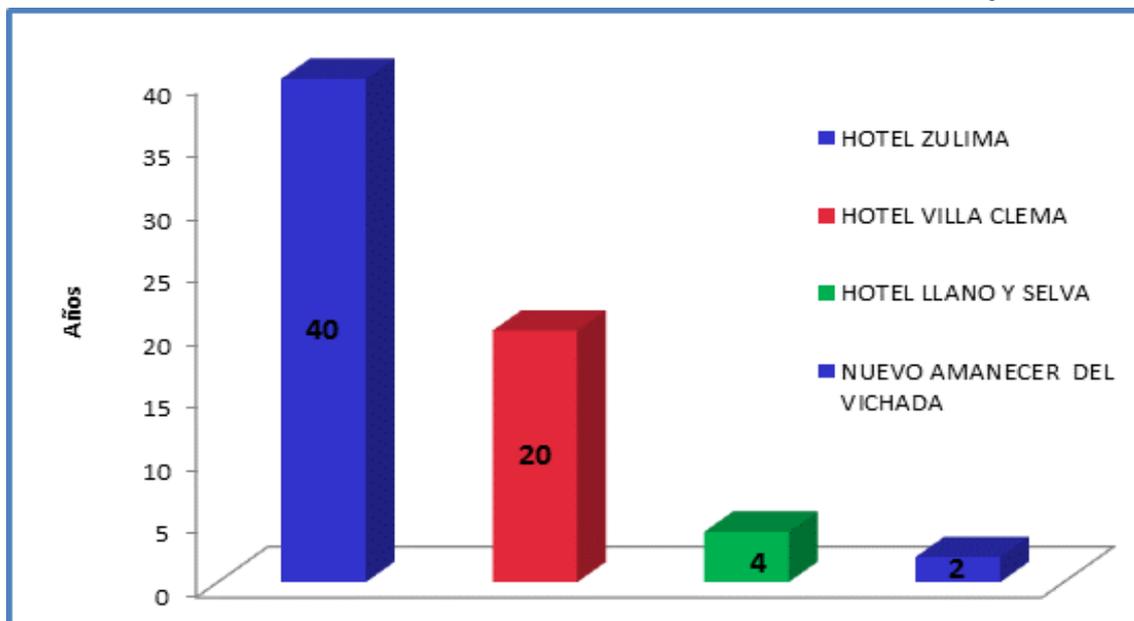
**TABLA 52. Años de funcionamiento del Establecimiento de Alojamiento**

ITEM	HOTEL	AÑOS
1.	HOTEL NUEVO AMANECER DEL VICHADA	2
2.	HOTEL VILLA CLEMA	20
3.	HOTEL BLANCO	N.R.

4.	HOTEL LLANO Y SELVA	4
5.	LA RIVIERA HOTEL	N.R.
6.	HOTEL CAMELOT	N.R.
7.	HOTEL ZULIMA	40

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 31. Años de funcionamiento del Establecimiento de Alojamiento**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

4 de los 7 establecimientos de alojamiento encuestados diligenciaron y respondieron a la pregunta de cuantos años de funcionamiento tiene el hotel, indicando entre 2 a 40 años de actividades.

2 establecimientos tiene más de 20 años de funcionamiento y otros dos fueron abiertos en menos de 5 años.

**CONCLUSIONES:**

La tercera parte de la oferta de alojamientos del municipio de la Primavera tiene más de 20 años de funcionamiento, lo que evidencia experiencia y conocimiento del sector hotelero, así mismo se observa un grupo de hoteles

que funcionan en un periodo no superior a 5 años, lo cual garantiza una infraestructura y equipamiento más actualizado que se ajuste a las necesidades de los huéspedes y a los requerimientos de calidad.

- EL ALOJAMIENTO ESTA AFILIADO A ALGUNA ORGANIZACIÓN GREMIAL O ASOCIATIVA:

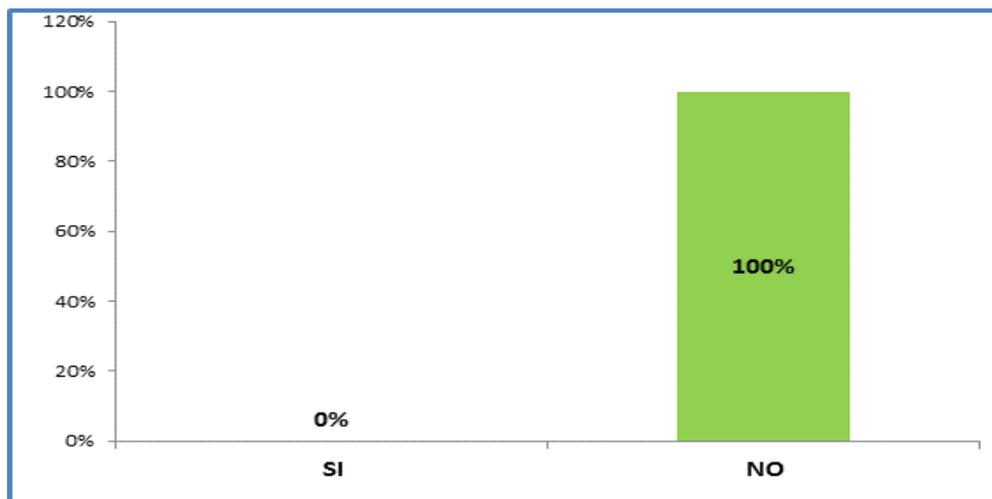
**RESULTADOS:**

**TABLA 53. Afiliación del alojamiento a una organización gremial o asociativa**

OPCION	No. HOTELES	PARTICIPACION
SI	0	0%
NO	7	100%
cuál?	0	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 32. Afiliación del alojamiento a una organización gremial o asociativa**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de la muestra encuestada, respondió que no se encuentra afiliado a ninguna organización gremial o asociativa.

**CONCLUSIONES:**

El desconocimiento de los beneficios de pertenecer a alguna organización gremial o asociativa del sector hotelero y/o turístico, genera el poco interés por vincularse a estas entidades; sumado a la exigencia del lleno de requisitos legales y formales para entra a ser parte de ellas.

Entre las ventajas que ofrecen este tipo de agremiaciones se encuentra entre otras, actualización de información sobre el sector turístico y hotelero, acceso a portales en internet para promocionar el alojamiento, alianzas estratégicas y convenios con proveedores; condiciones que permiten promocionar los establecimientos de alojamiento y fortalecer la oferta de este servicio.

- ❖ **Descripción del Hotel:** A través de este aspecto, se indagó sobre la capacidad instalada y dotación que poseen los establecimientos de alojamiento para la prestación del servicio.
- CUENTA CON RECEPCIÓN, SISTEMA DE REGISTRO DE PASAJEROS Y REPORTE DE EXTRANJEROS A INMIGRACIÓN COLOMBIA

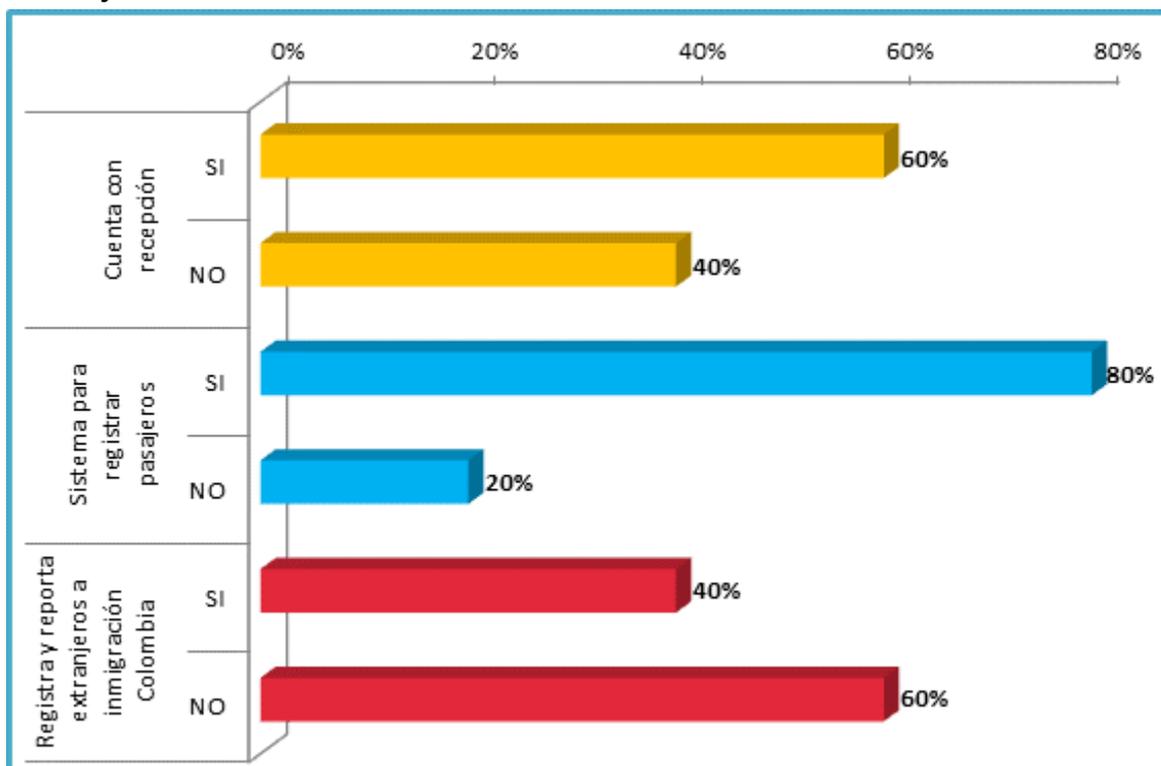
**RESULTADOS:**

**TABLA 54. Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros**

DESCRIPCION	OPCION	No. HOTELES	PARTICIPACION
Cuenta el Alojamiento con una recepción	SI	3	60%
	NO	2	40%
Tiene un sistema para registrar pasajeros	SI	4	80%
	NO	1	20%
Registra formalmente a los huéspedes extranjeros y los reporta a inmigración	SI	2	40%
	NO	3	60%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 33. Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

El 60% de los alojamientos encuestados, indicaron que cuentan con una recepción mientras que el 40% manifiesta que no.

El 80% de los hoteles poseen un sistema para registrar pasajeros y el 20% señalan que no cuentan con esta herramienta.

En cuanto al registro y reporte de extranjeros a inmigración Colombia, el 60% manifiesta que no lo realiza, frente a un 40% que si efectúa este proceso.

**CONCLUSIONES:**

Se evidencia una escasa infraestructura en algunos de los establecimientos de alojamiento, lo que conlleva a la afectación en la prestación del servicios de manera adecuada, especialmente en el proceso de recepción y registro de huéspedes.

Así mismo, no se realiza el registro formal de huéspedes extranjeros y reporte respectivo ante las autoridades de inmigración Colombia, evidenciándose la ausencia de implementación de procedimientos que les proporcionen información suficiente para atender los requerimientos de normatividad y reglamentos del sector hotelero y las autoridades de inmigración.

- NÚMERO DE HABITACIONES Y CAPACIDAD TOTAL DEL ALOJAMIENTO EN NÚMERO DE PERSONAS:

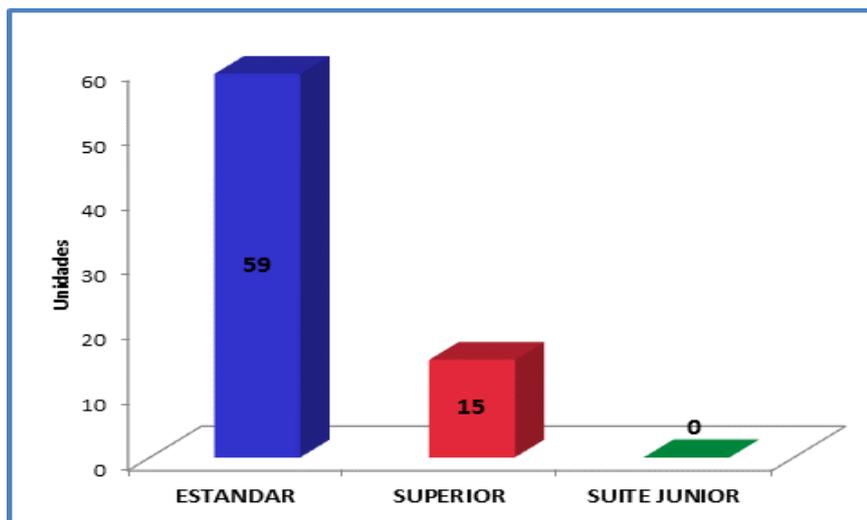
**RESULTADOS:**

**TABLA 55. Tipo de habitaciones y cantidad**

CLASE HABITACION	CANT HABITACION	PARTICIPACION	CANT. HOTELES
ESTANDAR	59	80%	5
SUPERIOR	15	20%	2
SUITE JUNIOR	0	0%	0
<b>TOTAL HABITACIONES</b>	74	100%	0

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 34. Tipo de habitaciones y cantidad**



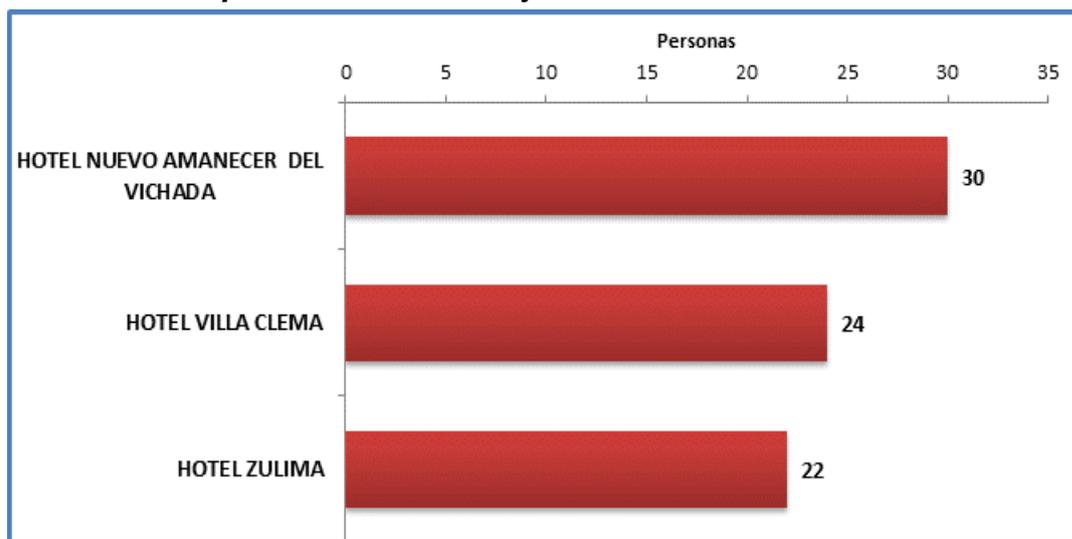
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**TABLA 56. Capacidad total de alojamiento**

No.	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO	CAPACIDAD TOTAL DE ALOJAMIENTO (PERSONAS)	PARTICIPACION
1	HOTEL NUEVO AMANECER DEL VICHADA	30	39%
2	HOTEL VILLA CLEMA	24	32%
3	HOTEL BLANCO	N.R.	0%
4	HOTEL LLANO Y SELVA	N.R.	0%
5	LA RIVIERA HOTEL	N.R.	0%
6	HOTEL CAMELOT	N.R.	0%
7	HOTEL ZULIMA	40	29%
	<b>TOTAL CAPACIDAD</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 35. Capacidad total de alojamiento**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

### ANALISIS E INTERPRETACION:

3 de los 7 alojamientos encuestados, respondieron a la consulta sobre la capacidad de atención dada en número de personas, los cuales representan el 43% del total de la muestra, y quienes tienen una capacidad total de 76 personas, equivalente a un promedio por hotel de 25 personas atendidas.

En cuanto a la disponibilidad de habitaciones para el alojamiento de turistas se cuenta con un total de 74 según la muestra encuestada, distribuidas así: 59 habitaciones tipo Estándar que corresponden al 80% del total y 15 habitaciones tipo Superior que representa el 20%, no se cuenta con habitaciones Suite Junior.

### CONCLUSIONES:

Se puede observar que la mayor parte de habitaciones para el alojamiento, son de tipo Estándar, lo que limita las posibilidades de escogencia por parte del huésped por otro tipo de habitaciones con mejores característica en Tamaño y mobiliario para su alojamiento.

### - PRECIO HABITACIÓN POR PERSONA SEGÚN EL TIPO DE HABITACIÓN:

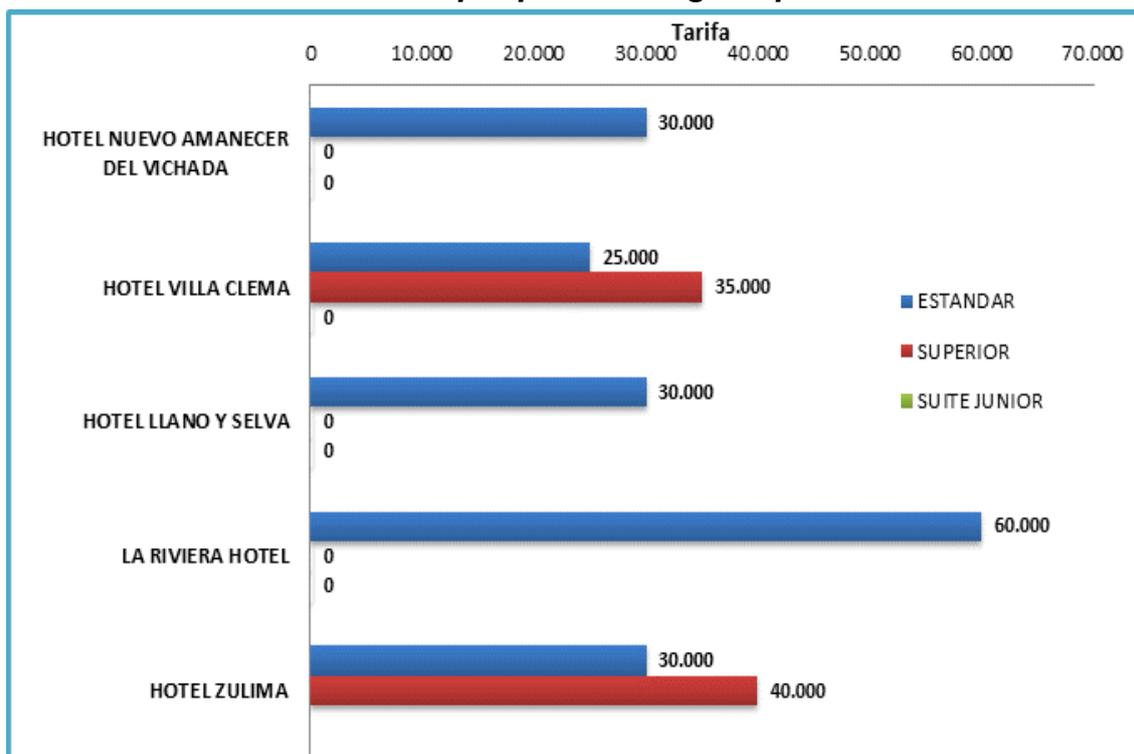
### RESULTADOS:

**TABLA 57. Precio habitación por persona según tipo habitación**

No.	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO	TARIFA HABITACION SEGÚN LA CLASE		
		ESTANDAR	SUPERIOR	SUITE JUNIOR
1	HOTEL NUEVO AMANECER DEL VICHADA	30.000	0	0
2	HOTEL VILLA CLEMA	25.000	35.000	0
3	HOTEL BLANCO	0	0	0
4	HOTEL LLANO Y SELVA	30.000	0	0
5	LA RIVIERA HOTEL	60.000	0	0
6	HOTEL CAMELOT	0	0	0
7	HOTEL ZULIMA	30.000	40.000	0
	<b>TOTAL</b>	<b>175.000</b>	<b>75.000</b>	<b>0</b>
	<b>VALOR PROMEDIO HABITACION</b>	<b>35.000</b>	<b>37.500</b>	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 36. Precio habitación por persona según tipo habitación**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Con base en la información suministrada por 5 hoteles de los 7 alojamientos encuestados, se observa una variación en las tarifas cobradas por los hoteles, dependiendo el tipo de habitación, las cuales pueden oscilar para el caso de la habitación estándar entre \$30.000 a \$60.000 pesos; para la habitación tipo Superior entre \$35.000 y \$40.000; ningún alojamiento suministró información sobre tarifas para habitación Suite Junior, ya que no cuentan con este de tipo infraestructura instalada.

Las tarifas promedio del mercado, por habitación tipo estándar es \$35.000 y tipo Superior es \$37.500

**CONCLUSIONES:**

Las tarifas establecidas por los alojamientos, por habitaciones según su tipo, dependen de factores como la infraestructura, los servicios básicos, complementarios y accesorios brindados y la ubicación, entre otros.

Estas diferentes tarifas permiten al turista elegir el alojamiento y tipo de habitación que mejor se adecuen a su presupuesto. Sin embargo la oferta de habitaciones en el municipio de la Primavera no es amplia y se encuentra limitada o reducida a tan solo dos tipos de habitación, uno de ellos con el mayor número disponible y que corresponde a las condiciones básicas de una habitación para pernoctar.

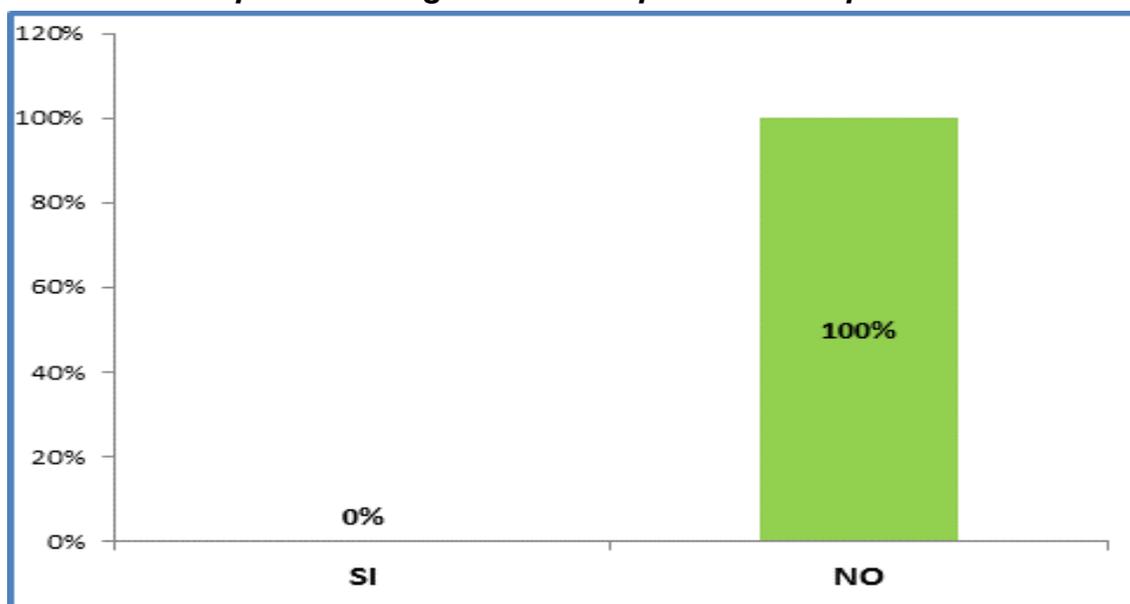
- CUENTA CON SEGURO HOTELERO PARA LOS HUÉSPEDES:

**TABLA 58. Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes**

OPCION RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
SI	0	0%
NO	7	100%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 37. Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de los hoteles encuestados, indicó que no cuenta con el Seguro hotelero para los huéspedes.

**CONCLUSIONES:**

Los Hoteles en La Primavera, no cuenta con el seguro hotelero para los huéspedes, por lo cual son los mismos alojamientos quienes deben asumir los riesgos a los cuales está expuesto el turista durante su permanencia en el establecimiento. Así mismo los hoteles quedan expuestos a sufrir pérdidas económicas como consecuencia de posibles demandas interpuestas por huéspedes afectados por algún hecho eventual ocurrido dentro de las instalaciones del hotel.

- ❖ **Descripción de las habitaciones:** Se consultó a los encuestados sobre la disponibilidad de algunos elementos básicos que hacen parte del equipamiento o dotación de las habitaciones, para analizar el nivel de comodidad y beneficios que el Turista recibe al hospedarse en La Primavera.

**RESULTADOS:**

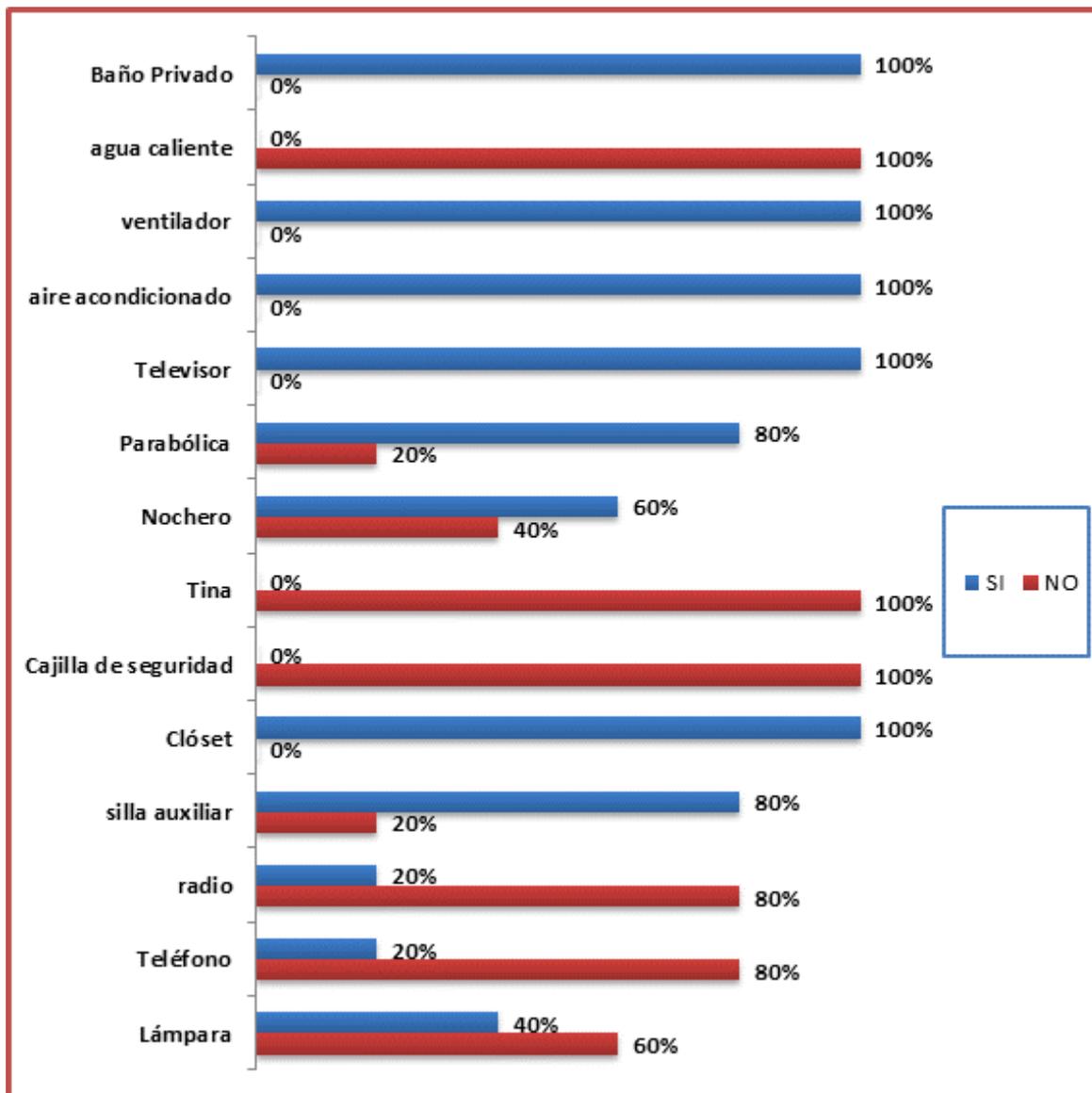
**TABLA 59. Dotación de las habitaciones**

No.	ELEMENTO DE EQUIPAMIENTO	OPCION RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
1	Baño Privado	SI	5	100%
		NO	0	0%
2	agua caliente	SI	0	0%
		NO	5	100%
3	ventilador	SI	5	100%
		NO	0	0%
4	aire acondicionado	SI	5	100%
		NO	0	0%
5	Televisor	SI	5	100%
		NO	0	0%
6	Parabólica	SI	4	80%
		NO	1	20%
7	Nochero	SI	3	60%
		NO	2	40%
8	Tina	SI	0	0%

		NO	5	100%
9	Cajilla de seguridad	SI	0	0%
		NO	5	100%
10	Clóset	SI	5	100%
		NO	0	0%
11	silla auxiliar	SI	4	80%
		NO	1	20%
12	radio	SI	1	20%
		NO	4	80%
13	Teléfono	SI	1	20%
		NO	4	80%
14	Lámpara	SI	2	40%
		NO	3	60%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 38. Dotación de las habitaciones**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, los establecimientos de alojamiento respondieron así: el 100% afirmó que hace parte de la dotación de las habitaciones elementos como Baño Privado, ventilador, aire acondicionado, Televisor y Closet.

El 80% cuenta con parabólica y silla auxiliar; el 60% con nochero, un 40% cuentan con lámparas en las habitaciones, seguido de un 20% con teléfono y radio.

En contraste, ninguno de los alojamientos encuestados cuenta con agua caliente, tina y cajilla de seguridad.

**CONCLUSIONES:**

Los alojamientos del municipio de la Primavera aunque no todos cuentan con equipamiento completo, cuentan con la mayor parte de dotación básica necesaria para brindar cierto nivel de comodidad al huésped, sin embargo la mayor parte de los alojamientos siguen careciendo de elementos que pueden generar un mejor bienestar y grado de satisfacción al turista durante su estadía en la región.

❖ **Descripción de camas:** A través de la encuesta se indagó sobre el numero de camas disponibles en los alojamientos, sus dimensiones, el tipo de lencería usada, así mismo la utilización de camarotes; obteniendo los siguientes resultados:

- NÚMERO DE CAMAS SEGÚN SU DIMENSIÓN, UTILIZACIÓN DE CAMARONES Y TIPO DE LENCERÍA (SÁBANAS, COBIJAS, FUNDAS, TOALLAS):

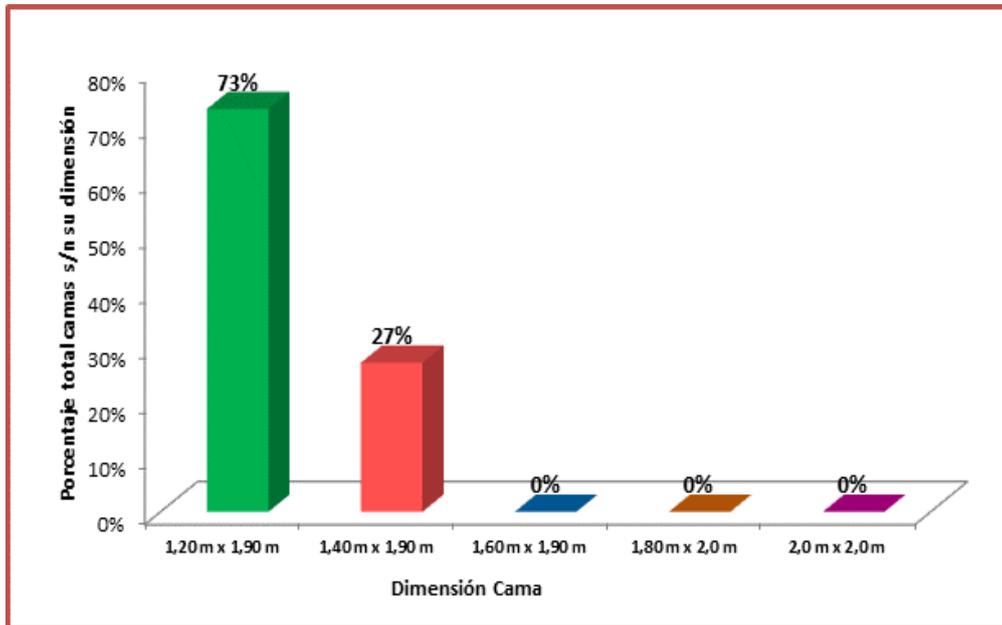
**RESULTADOS:**

**TABLA 60. Número de Camas según su dimensión**

DIMENSIÓN CAMA	CANT. TOTAL	PARTICIPACIÓN	HOTELES EQUIPADOS CON EL ELEMENTO
1,20 m x 1,90 m	82	73%	5
1,40 m x 1,90 m	30	27%	5
1,60 m x 1,90 m	0	0%	0
1,80 m x 2,0 m	0	0%	0
2,0 m x 2,0 m	0	0%	0
	<b>112</b>	100%	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 39. Porcentaje de Camas existentes según su dimensión**



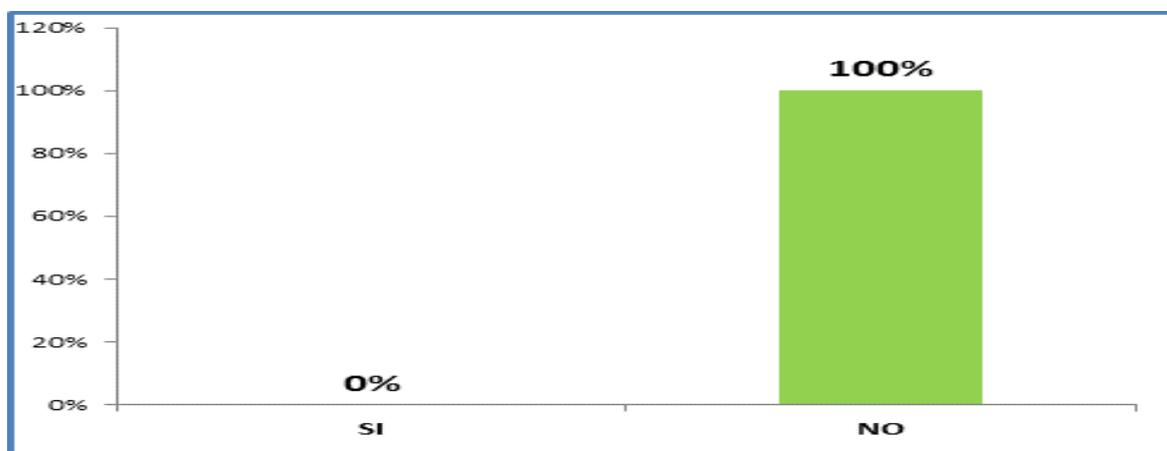
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**TABLA 61. Utilización de Camarote**

RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
SI	0	0%
NO	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 40. Utilización de Camarote**



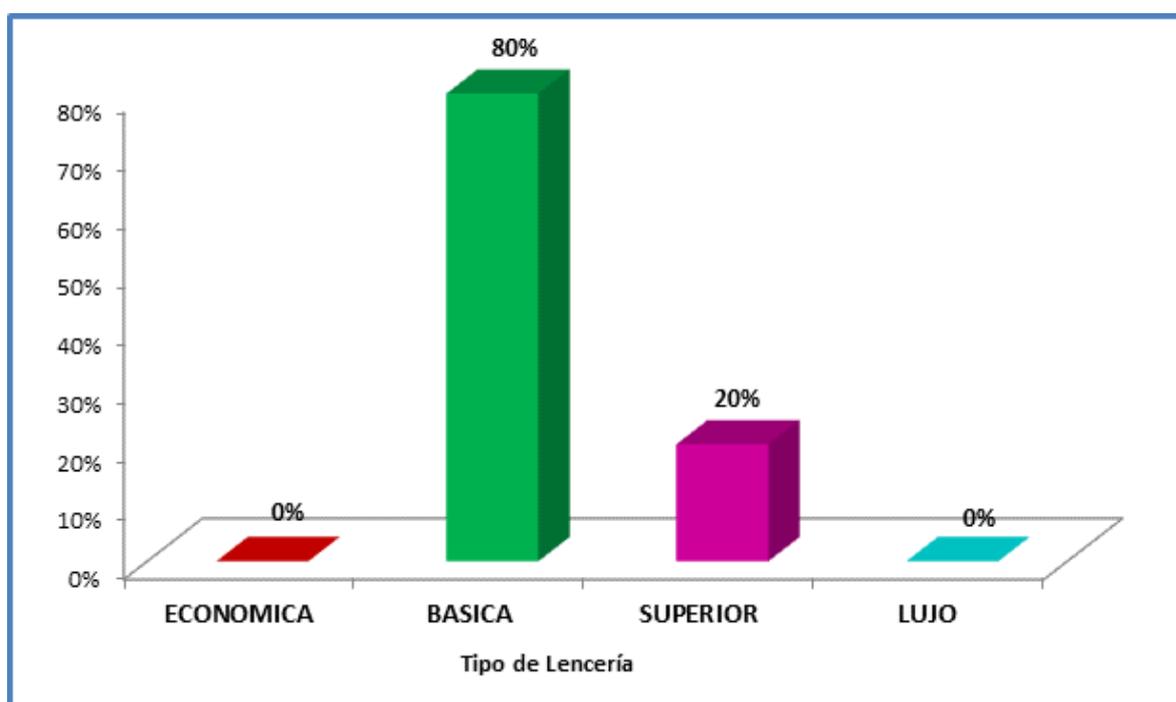
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**TABLA 62. Lencería utilizada en las camas**

TIPO DE LENCERIA	No. HOTELES	PARTICIPACION
ECONOMICA	0	0%
BASICA	4	80%
SUPERIOR	1	20%
LUJO	0	0%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 41. Lencería utilizada en las camas**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a las respuestas suministradas por los encuestados, se cuenta con un total de 112 camas, de las cuales el 73% corresponden a las dimensiones 1,20 m x 1,90 m, el 27% de 1.40 m x 1.90m y no cuentan con camas de las dimensiones 1.60 m x 1.90 m, 2.0 m x 2.0 m y 1.80 m x 2.0 m.

Así mismo se puede determinar que los 5 hoteles que diligenciaron esta parte de la encuesta, cuentan con camas de las dimensiones 1.20 m x 1.90 m y 1.40 m x 1,90m.

De igual forma, el 100% de los establecimientos de alojamientos no utilizan camarotes como elemento de acomodación múltiple de huéspedes.

En cuanto a la lencería usada para las camas, el 80% de los encuestados indicaron que utiliza calidad básica, un 20% de calidad superior; y ningún alojamiento usa lencería económica o de lujo.

### CONCLUSIONES:

El 100% del total de camas con las que cuentan los hoteles en La Primavera, son de dimensiones pequeñas o estándar, para ser ocupadas por una persona cómodamente; lo que refleja una escasa dotación de este elemento con dimensiones más grandes, ofreciendo de este modo, un mejor servicio de alojamiento, teniendo en cuenta que este ítem se convierte en el principal dentro de la habitación para brindar descanso y bienestar a los huéspedes.

Un factor para resaltar es que los hoteles encuestados no utilizan lencería económica, y prefieren lencería básica o superior, lo cual mejora el servicio de hospedaje brindado por estos establecimientos.

- ❖ **Descripción de Servicios complementarios:** Con el propósito de identificar los servicios complementarios que ofrecen los hoteles ubicados en el Municipio de La Primavera, se definieron 17 ítems para que los encuestados suministraran los datos de aquellos que si hacen parte de su equipamiento e infraestructura, así:

**RESULTADOS:**

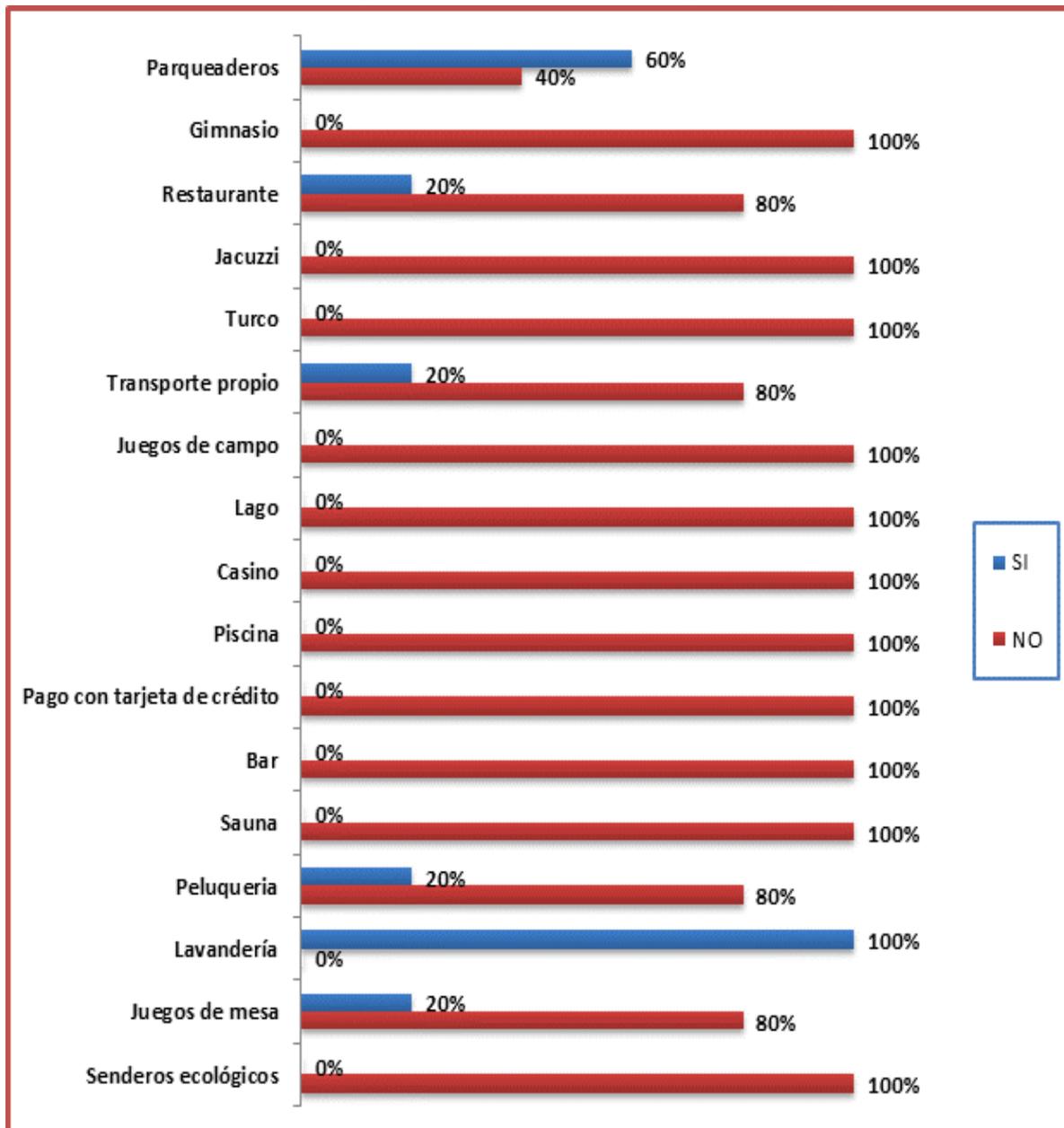
**TABLA 63. Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos**

No.	ELEMENTO DE EQUIPAMIENTO	OPCION RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
1	Parqueaderos	SI	3	60%
		NO	2	40%
2	Gimnasio	SI	0	0%
		NO	5	100%
3	Restaurante	SI	1	20%
		NO	4	80%
4	Jacuzzi	SI	0	0%
		NO	5	100%
5	Turco	SI	0	0%
		NO	5	100%
6	Transporte propio	SI	1	20%
		NO	4	80%
7	Juegos de campo	SI	0	0%
		NO	5	100%
8	Lago	SI	0	0%
		NO	5	100%
9	Casino	SI	0	0%
		NO	5	100%
10	Piscina	SI	0	0%
		NO	5	100%
11	Pago con tarjeta de crédito	SI	0	0%
		NO	5	100%
12	Bar	SI	0	0%
		NO	5	100%
13	Sauna	SI	0	0%
		NO	5	100%
14	Peluquería	SI	1	20%
		NO	4	80%
15	Lavandería	SI	5	100%
		NO	0	0%
16	Juegos de mesa	SI	1	20%
		NO	4	80%

17	Senderos ecológicos	SI	0	0%
		NO	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 42. Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de los alojamientos encuestados no ofrecen los servicios complementarios de gimnasio, jacuzzi, turco, juegos de campo, lago, casino, piscina, pago con tarjeta de crédito, bar, sauna y senderos ecológicos; que corresponden a 11 de los 17 ítems consultados.

El servicio de lavandería es el único ofrecido por el 100% de los alojamientos encuestados, un 60% tiene dentro de su oferta de servicios complementarios el parqueadero; Un 20% brinda el servicio de Restaurante, transporte propio, peluquería y juegos de mesa.

**CONCLUSIONES:**

Los alojamientos del municipio de la Primavera carecen del equipamiento necesario para brindar servicios complementarios; los servicios de lavandería, y en algunos casos, servicio de restaurante, parqueadero, transporte propio, peluquería y juegos de mesa son los únicos ofrecidos por lo hoteles.

La carencia de servicios complementarios, se convierte en una desventaja comparativa con respecto a los alojamientos de otras regiones, haciendo necesario la implementación de éstos, con el fin de alcanzar la satisfacción del huésped y mejorar la oferta del sector.

- ❖ **Descripción Personal del Hotel:** En este aspecto se solicitó información sobre el personal ocupado en el sector hotelero, definiendo si se trata de personal permanente o temporal, el tipo de labor desempeñada y el número total de personal empleado, para brindar el servicio de alojamiento.

**RESULTADOS:**

**TABLA 64. Descripción Personal del Hotel**

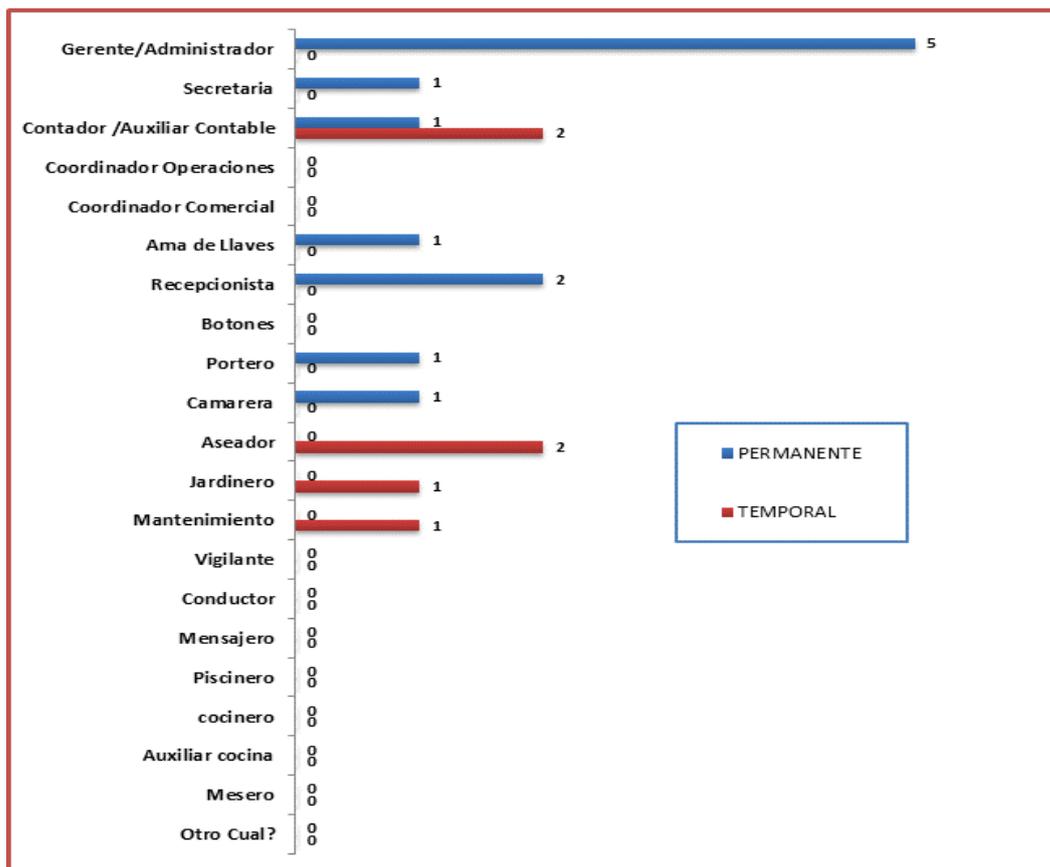
CARGO	TIPO DE EMPLEO		TOTAL OCUPACION	HOTELES
	PERMANENTE	TEMPORAL		
Gerente/Administrador	5	0	5	5
Secretaria	1	0	1	1
Contador /Auxiliar	1	2	3	3
Coordinador	0	0	0	0
Coordinador	0	0	0	0
Ama de Llaves	1	0	1	1

Recepcionista	2	0	2	2
Botones	0	0	0	0
Portero	1	0	1	1
Camarera	1	0	1	1
Aseador	0	2	2	2

Jardinero	0	1	1	1
Mantenimiento	0	1	1	1
Vigilante	0	0	0	0
Conductor	0	0	0	0
Mensajero	0	0	0	0
Piscinero	0	0	0	0
cocinero	0	0	0	0
Auxiliar cocina	0	0	0	0
Mesero	0	0	0	0
Otro Cual?	0	0	0	0
<b>TOTAL PERSONAL</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>18</b>	
<b>PARTICIPACION</b>	<b>67%</b>	<b>33%</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 43. Descripción Personal del Hotel**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a las respuestas dadas por los encuestados, el resultado arrojado es de 18 personas ocupadas, de los cuales el 67% son de forma permanente y el 33% se emplea temporalmente.

El empleo que ocupa mayor personal es el de **Gerente / Administrador** , con 5 personas contratadas permanentemente para realizar esta labor en todos los hoteles; el segundo empleo con mayor índice de ocupación es el de **Contador/Auxiliar Contable** con un total de 3 personas contratadas, 2 de forma permanente y 1 temporal; seguido por los cargos de **Recepcionista** que genera 2 empleos permanentes, y **aseador**, en igual número de personas ocupadas laboralmente de forma temporal; los cargos de **secretaria, ama de llaves, portero y Camarera** ocupan 1 persona de forma permanente por cada

cargo y el **jardinero y mantenimiento** ocupan 1 persona respectivamente de manera temporal.

Los Hoteles no ocupan personal para las labores **Coordinador de Operaciones, Coordinador Comercial, botones , conductor, vigilante, mensajero, piscinero, cocinero, auxiliar de cocina y mesero, en total 12 cargos.**

### **CONCLUSIONES:**

Los 5 hoteles que respondieron la encuesta, generan 18 empleos permanentes y temporales, de los cuales 8 corresponden a labores con conocimiento técnicos y/o profesionales en ciencias administrativas y contables, los empleos de Secretaria y Recepcionista requieren de conocimientos técnicos en labores de oficinista y administrativas, los restantes corresponden a labores domésticas y de mantenimiento, para lo cual se requieren personal con experiencia en dichos oficios o actividades, con algunos curso básicos sobre las funciones a desempeñar.

La mayor parte de los empleos son permanentes, lo cual brinda estabilidad al personal vinculado, y la necesidad por parte del establecimiento de realizar una inversión en la capacitación del talento humano para fortalecer sus habilidades y competencias mejorando así la prestación del servicio al turista y elevando el nivel de competitividad con respecto a las demás empresas del sector.

167

### **4.3.5.3. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO EN EL MUNICIPIO DE SANTA ROSALIA.**

Con el propósito de identificar y obtener una descripción de la infraestructura y servicios ofrecidos por los establecimientos de alojamiento ubicados en el Municipio de Santa Rosalía, se aplicó la encuesta la cual fue diligenciada por un 1 hotel, de 2 registrados en la base de datos de la Gobernación del Vichada, correspondiendo la muestra al 50% del total de establecimientos existentes.

**TABLA 65. Relación establecimiento de alojamiento La Primavera Encuestados**

ITEM	ALOJAMIENTO	UBICACIÓN	AÑOS DE FUNCIONAMIENTO	ORGANIZACIÓN A LA QUE PERTENECE		
				SI	NO	CUAL?
1	HOTEL ROSALIA PLAZA	Urbano	N.R.		✓	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

- ❖ **Descripción del Hotel:** A través de este aspecto, se indagó sobre la capacidad instalada y dotación que poseen los establecimientos de alojamiento para la prestación del servicio en el municipio de Santa Rosalía.
- CUENTA CON RECEPCIÓN, SISTEMA DE REGISTRO DE PASAJEROS Y REPORTE DE EXTRANJEROS A INMIGRACIÓN COLOMBIA

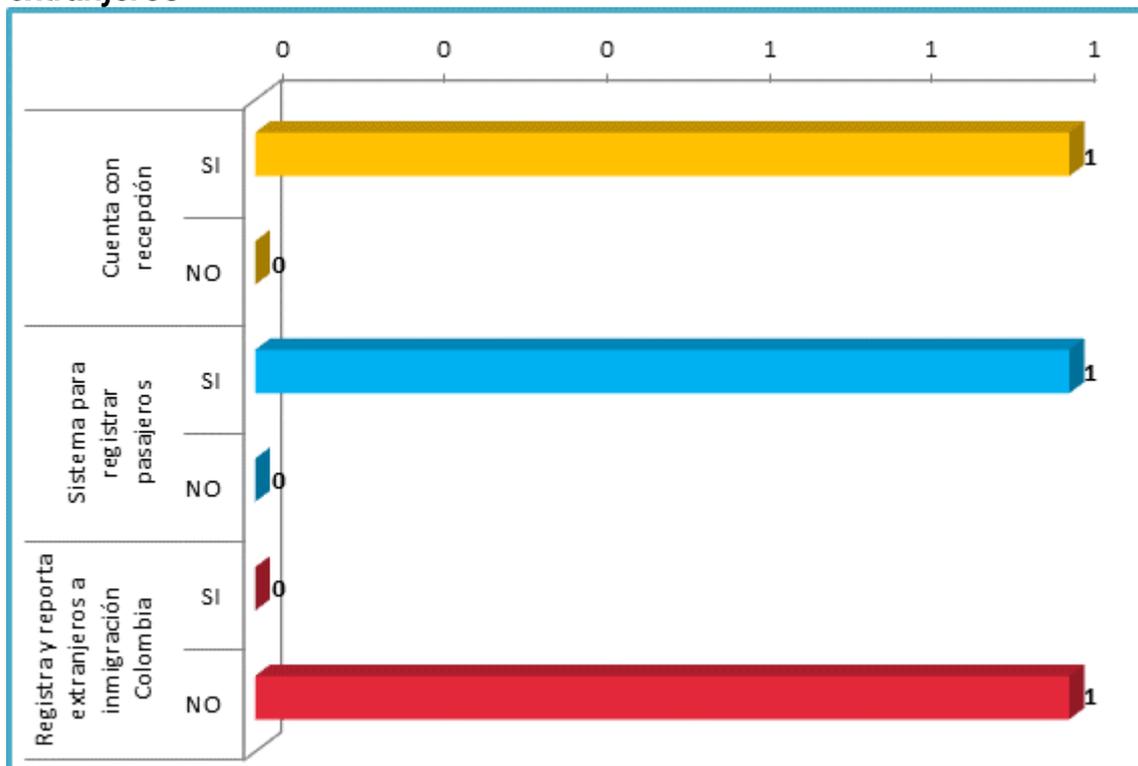
**RESULTADOS:**

**TABLA 66. Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros**

DESCRIPCION	OPCION	
	SI	NO
Cuenta el Alojamiento con una recepción	✓	
Tiene un sistema para registrar pasajeros	✓	
Registra formalmente a los huéspedes extranjeros y los reporta a inmigración Colombia		✓

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 44. Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros**



**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

El alojamiento encuestado indica que cuenta con una recepción y sistema para registrar pasajeros. En cuanto al registro y reporte de extranjeros a inmigración Colombia, manifiesta que no lo realiza.

- NÚMERO DE HABITACIONES Y CAPACIDAD TOTAL DEL ALOJAMIENTO EN NÚMERO DE PERSONAS:

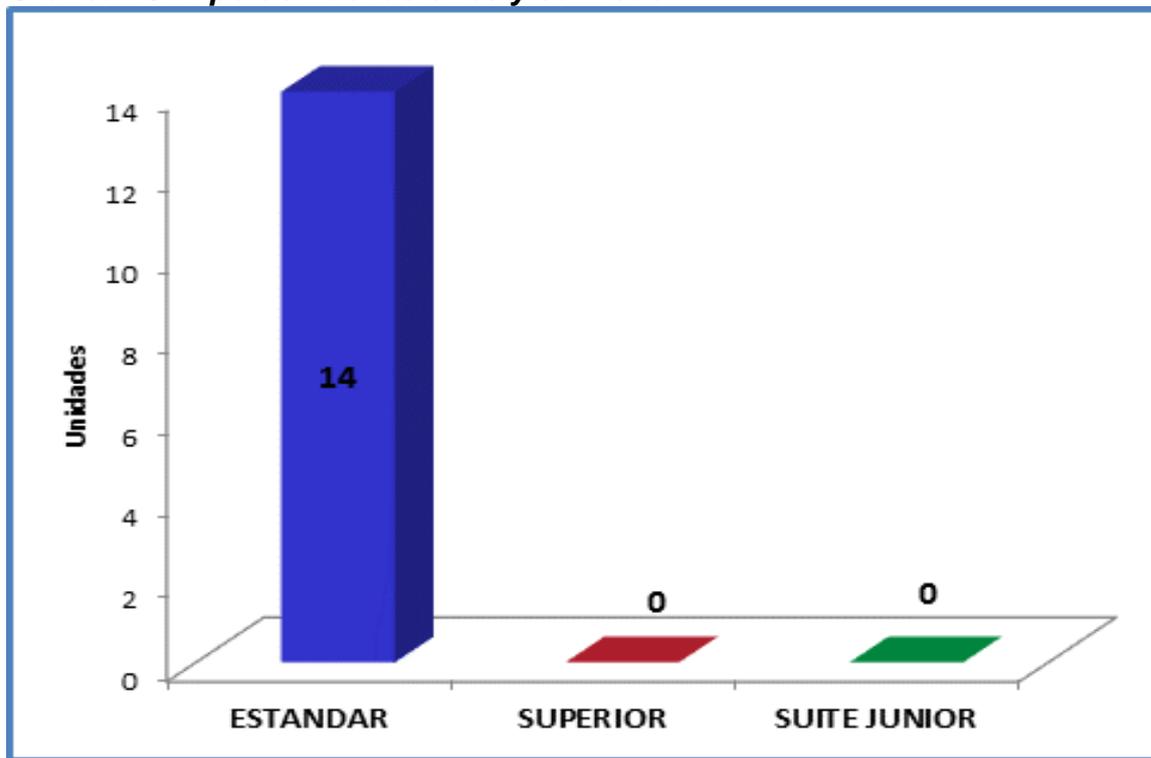
**RESULTADOS:**

**TABLA 67. Tipo de habitaciones y cantidad**

CLASE HABITACION	CANT HABITACION	PARTICIPACION
ESTANDAR	14	100%
SUPERIOR	0	0%
SUITE JUNIOR	0	0%
<b>TOTAL HABITACIONES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 45. Tipo de habitaciones y cantidad**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El alojamiento encuestado, no suministró datos acerca de la capacidad total del establecimiento dada en número de personas.

En cuanto a la disponibilidad de habitaciones, el hotel cuenta con 14, que son tipo Estándar y no cuenta con otros tipos de habitación (Superior y/o Suite Junior)

**- PRECIO HABITACIÓN POR PERSONA SEGÚN EL TIPO DE HABITACIÓN:**

**RESULTADOS:**

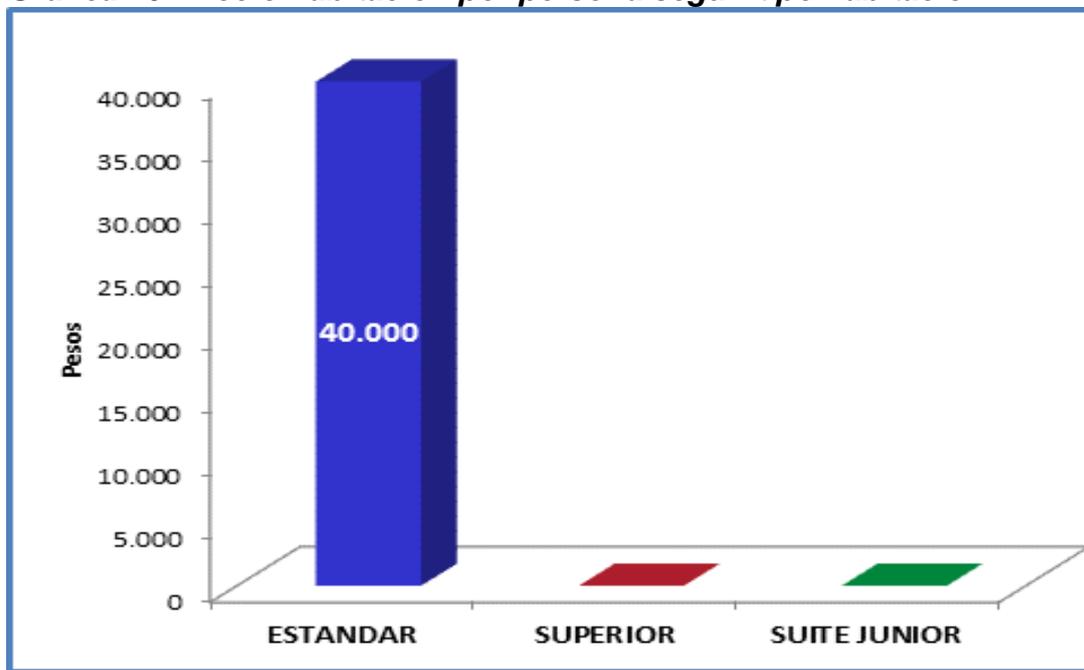
**TABLA 68. Precio habitación por persona según tipo habitación**

No.	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO	TARIFA HABITACION SEGÚN LA CLASE		
		ESTANDAR	SUPERIOR	SUITE JUNIOR

1	HOTEL ROSALIA PLAZA	40.000	0	0
	<b>VALOR PROMEDIO HABITACION</b>	<b>40.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 46. Precio habitación por persona según tipo habitación**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El alojamiento encuestado tiene una tarifa establecida de \$40.000 por habitación/persona, tipo de habitación Estándar.

- CUENTA CON SEGURO HOTELERO PARA LOS HUÉSPEDES:

**RESULTADOS:**

**Tabla 69. Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes**

OPCION RESPUESTA	No. HOTELES
SI	
NO	✓

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El hotel encuestado, indicó que no cuenta con el Seguro hotelero para los huéspedes.

- ❖ **Descripción de las habitaciones:** Se consultó sobre la disponibilidad de algunos elementos básicos que hacen parte del equipamiento o dotación de las habitaciones, para analizar el nivel de comodidad y beneficios que el Turista recibe al hospedarse en Santa Rosalía.

**RESULTADOS:**

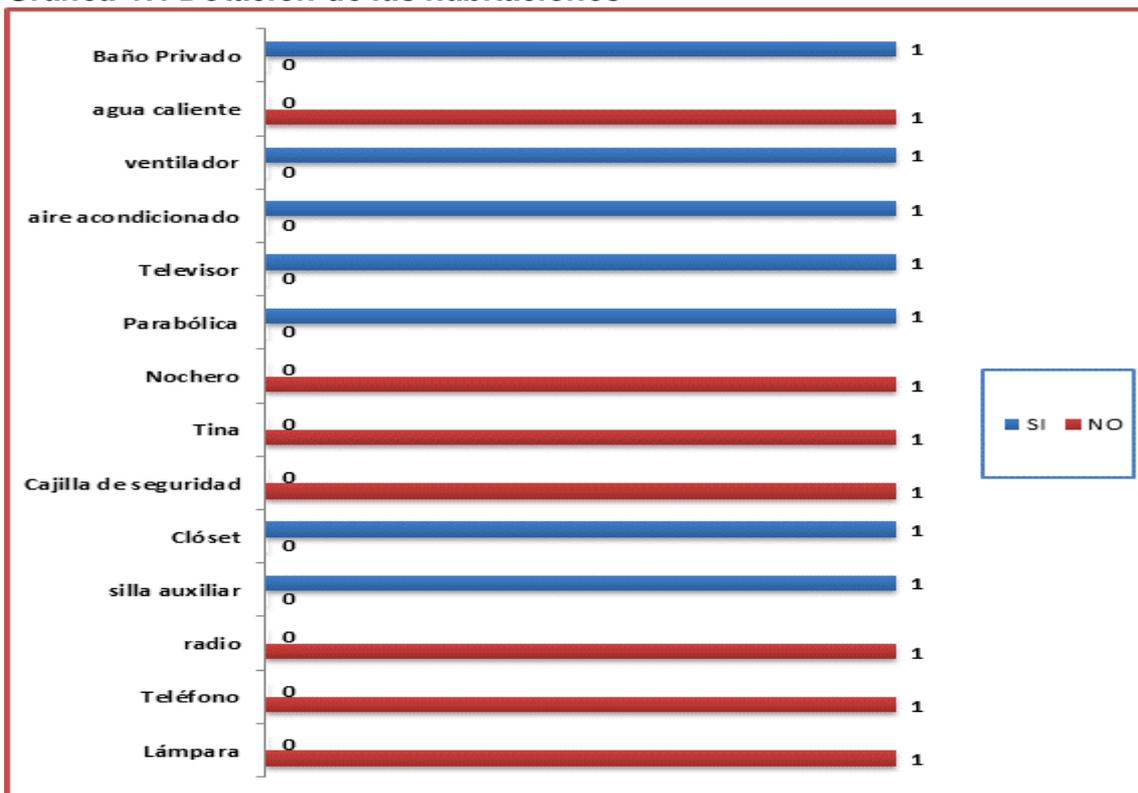
**TABLA 70. Dotación de las habitaciones**

No.	ELEMENTO DE EQUIPAMIENTO	OPCION RESPUESTA	
		SI	NO
1	Baño Privado	✓	
2	agua caliente		✓
3	ventilador	✓	
4	aire acondicionado	✓	
5	Televisor	✓	
6	Parabólica	✓	
7	Nochero		✓
8	Tina		✓
9	Cajilla de seguridad		✓

10	Clóset	✓	
11	silla auxiliar	✓	
12	radio		✓
13	Teléfono		✓
14	Lámpara		✓

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 47. Dotación de las habitaciones**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a los resultados obtenidos, el alojamiento encuestado respondió que cuenta con Baño Privado, ventilador, aire acondicionado, Televisor, parabólica, Closet, silla .auxiliar; es decir el 50% de los elementos descritos en la encuesta

En contraste, el Hotel no cuenta con agua caliente, nochero, tina, cajilla de seguridad, radio, teléfono y lámpara.

❖ **Descripción de camas:** A través de la encuesta se indagó sobre el número de camas disponibles en los alojamientos, sus dimensiones, el tipo de lencería usada, así mismo la utilización de camarotes; obteniendo los siguientes resultados:

- NÚMERO DE CAMAS SEGÚN SU DIMENSIÓN, UTILIZACIÓN DE CAMARONES Y TIPO DE LENCERÍA (SÁBANAS, COBIJAS, FUNDAS, TOALLAS):

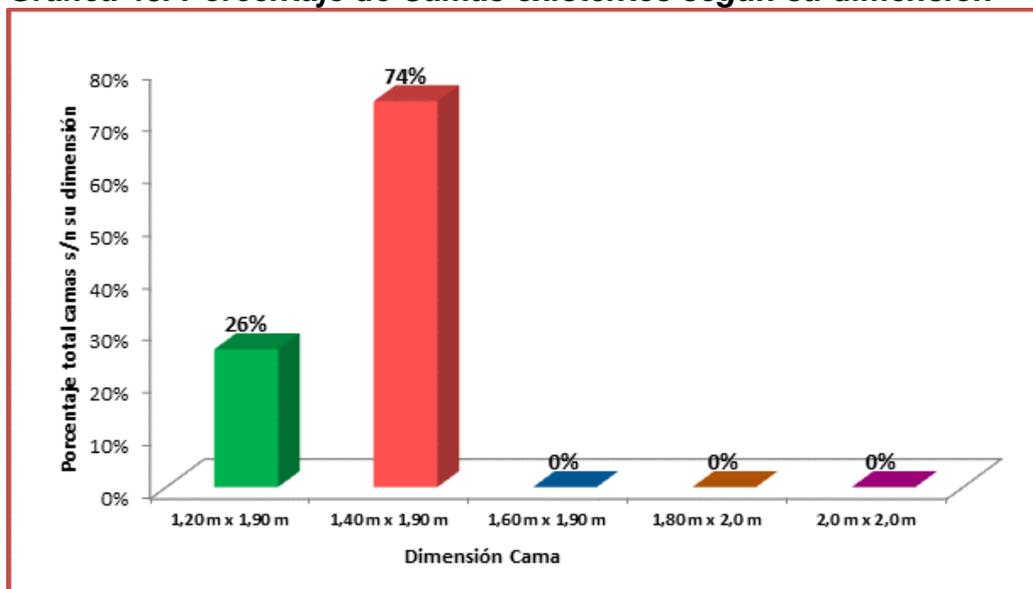
**RESULTADOS:**

**TABLA 71. Número de Camas según su dimensión**

DIMENSIÓN CAMA	CANT. TOTAL	PARTICIPACIÓN	HOTELES EQUIPADOS CON EL ELEMENTO
1,20 m x 1,90 m	5	26%	1
1,40 m x 1,90 m	14	74%	1
1,60 m x 1,90 m	0	0	0
1,80 m x 2,0 m	0	0	0
2,0 m x 2,0 m	0	0	0
	<b>19</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 48. Porcentaje de Camas existentes según su dimensión**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**TABLA 72. Utilización de Camarote y lencería según su calidad**

UTILIZA CAMAROTE		LENCERIA		
SI	NO	ECONOMICA	BASICA	SUPERIOR

	✓		✓	
--	---	--	---	--

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

### ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo a los resultados, el establecimiento encuestado cuenta con un total de 19 camas, de las cuales el 74% corresponden a las dimensiones 1,20 m x 1,90 m y el 26% de 1.40 m x 1.90m. No cuenta con camas de las dimensiones 1.60 m x 1.90 m, 2.0 m x 2.0 m y 1.80 m x 2.0 m.

De igual forma, se estableció que el alojamiento no utiliza camarotes como elemento de acomodación múltiple de huéspedes.

En cuanto a la lencería usada para las camas, el encuestado indica que utiliza calidad básica.

- ❖ **Descripción de Servicios complementarios:** Con el propósito de identificar los servicios complementarios que ofrecen los establecimientos de alojamiento, ubicados en el Municipio de Santa Rosalía, se definieron 17 ítems para que los encuestados suministraran los datos de aquellos que si hacen parte de su equipamiento e infraestructura, así:

### RESULTADOS:

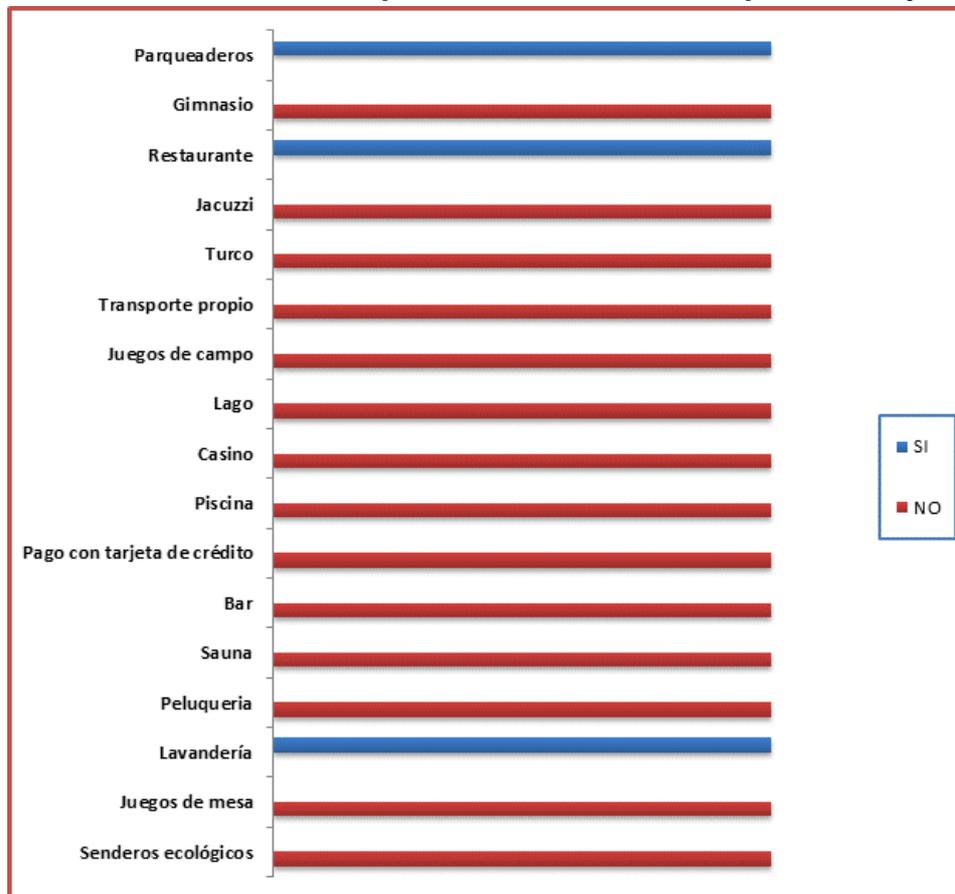
**TABLA 73. Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos**

No.	ELEMENTO DE EQUIPAMIENTO	RESPUESTA	
		SI	NO
1	Parqueaderos	✓	
2	Gimnasio		✓
3	Restaurante	✓	
4	Jacuzzi		✓
5	Turco		✓
6	Transporte propio		✓
7	Juegos de campo		✓
8	Lago		✓
9	Casino		✓

10	Piscina		✓
11	Pago con tarjeta de crédito		✓
12	Bar		✓
13	Sauna		✓
14	Peluquería		✓
15	Lavandería	✓	
16	Juegos de mesa		✓
17	Senderos ecológicos		✓

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 49. Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos**



aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

Fuente:  
Encuesta

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El Alojamiento encuestado ofrece 3 de los 17 items que conforman los servicios complementarios al alojamiento, así: Parqueadero, Restaurante y lavandería.

No cuenta con los demás servicios complementarios enunciados en la encuesta.

- ❖ **Descripción Personal del Hotel:** En este aspecto se solicitó información sobre el personal ocupado en el sector hotelero, definiendo si se trata de personal permanente o temporal, el tipo de labor desempeñada y el número total de personal empleado, para brindar el servicio de alojamiento.

**RESULTADOS:**

**TABLA 74. Descripción Personal del Hotel**

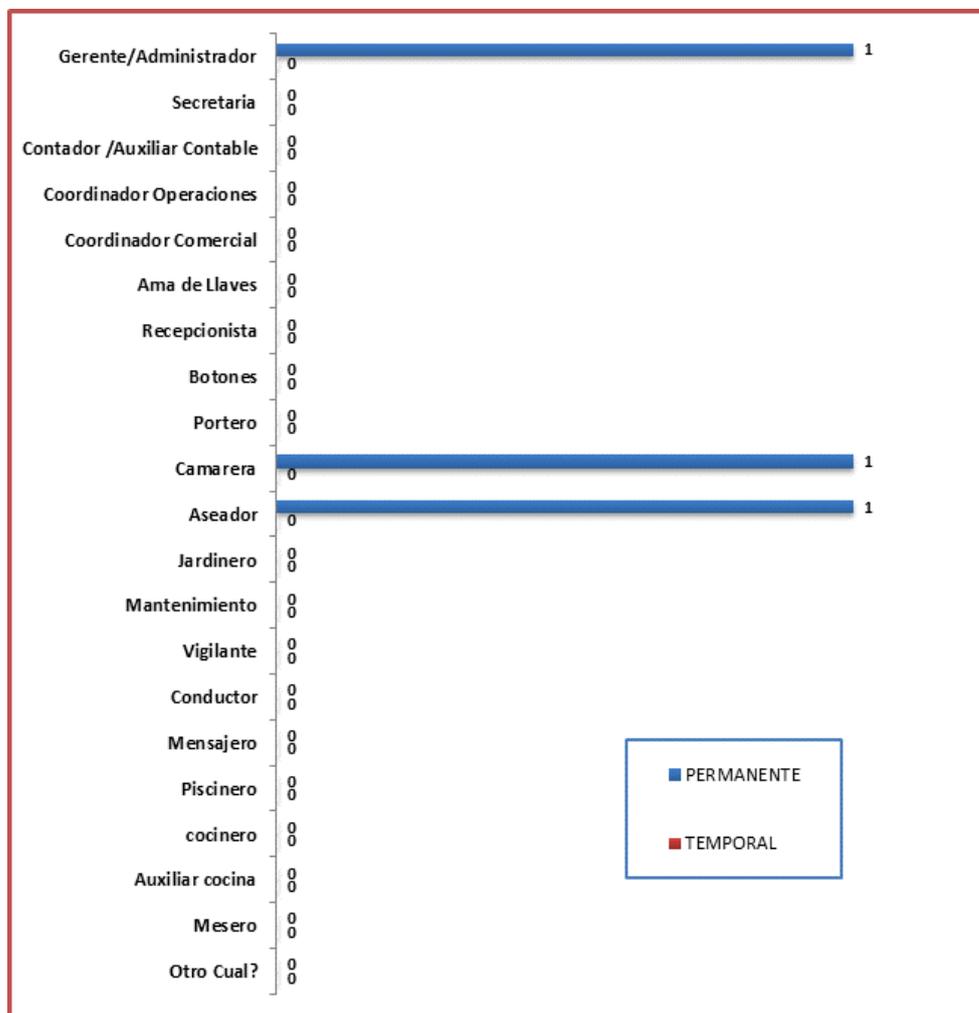
CARGO	TIPO DE EMPLEO		TOTAL OCUPACION	No. HOTELES
	PERMANENTE	TEMPORAL		
Gerente/Administrador	1	0	1	1
Secretaria	0	0	0	0
Contador /Auxiliar Contable	0	0	0	0
Coordinador Operaciones	0	0	0	0
Coordinador Comercial	0	0	0	0
Ama de Llaves	0	0	0	0
Recepcionista	0	0	0	0
Botones	0	0	0	0
Portero	0	0	0	0
Camarera	1	0	1	1
Aseador	1	0	1	1
Jardinero	0	0	0	0
Mantenimiento	0	0	0	0
Vigilante	0	0	0	0
Conductor	0	0	0	0
Mensajero	0	0	0	0
Piscinero	0	0	0	0
cocinero	0	0	0	0
Auxiliar cocina	0	0	0	0

177

Mesero	0	0	0
Otro Cual?	0	0	0
<b>TOTAL PERSONAL</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
<b>PARTICIPACION</b>	100%	0%	100%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 50. Descripción Personal del Hotel**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a las respuestas dadas por el encuestado, le Hotel emplea 3 personas, de forma permanente, en los cargos de Gerente/Administrador, Camarera y Aseador.

## CONCLUSIONES:

El alojamiento encuestado, se encuentra ubicado en la zona urbana del Municipio de la Santa Rosalía, no se pudo determinar los años de funcionamiento. El Hotel no pertenece ni se encuentra afiliado a ninguna asociación u organización gremial, lo cual puede ser consecuencia de la falta de información sobre los beneficios y ventajas obtenidas al asociarse con una organización, para realizar alianzas estratégicas que aumente la demanda del servicio y lo consolide dentro del gremio de turístico de la región.

De otra parte, se evidencia una infraestructura mínima necesaria para realizar el proceso de recepción y registro de huéspedes, sin embargo no realiza el registro formal de huéspedes extranjeros y reporte respectivo ante las autoridades de inmigración Colombia, lo que evidencia la ausencia de implementación de sistemas de registro y control de información útiles no solo para atender los requerimientos de las autoridades de inmigración, sino como base estadística para el análisis de resultados y tomas de decisiones con respecto al cumplimiento de metas y objetivos empresariales.

Respecto a la capacidad instalada para el alojamiento de los turista, se observa la disponibilidad de habitaciones Estándar, lo que limita las posibilidades de escogencia por parte del huésped por otro tipo de habitaciones con mejores características en Tamaño y mobiliario para su alojamiento.

Así mismo, las tarifas establecidas por hotel, por habitaciones según su tipo, dependen de factores como la infraestructura, los servicios básicos, complementarios y accesorios brindados y la ubicación, entre otros. En este caso solo existe una tarifa por el único tipo de habitación que conforma la infraestructura del alojamiento, reduciendo las opciones para que el turista pueda elegir la tarifa y tipo de habitación de su preferencia y según el presupuesto destinado para el alojamiento.

Igualmente se evidenció que el Hotel, no cuenta con el seguro hotelero para los huéspedes, situación que deja bajo la responsabilidad de los mismos huéspedes asumir los riesgos a los cuales está expuesto durante su permanencia en el alojamiento; situación que puede generar pérdidas económicas para el establecimiento como consecuencia de posibles demandas interpuestas por huéspedes afectados por algún hecho eventual ocurrido dentro de las instalaciones del hotel.

El alojamiento encuestado cuentan con el 50% del equipamiento enunciado en la encuesta, lo que significa que dispone de dotación básica necesaria para brindar cierto nivel de comodidad al huésped, sin embargo la mayor parte de los alojamientos siguen careciendo de elementos que pueden generar un mejor bienestar y grado de satisfacción al turista durante su estadía en la región.

En relación con el equipamiento de camas, el hotel cuenta 19 en total, con medidas de camas sencillas o semidoble para ser ocupadas por una persona en condiciones cómodas; lo que refleja una escasa dotación de este elemento con dimensiones más grandes, ofreciendo de este modo, un mejor servicio de alojamiento, teniendo en cuenta que este ítem se convierte en el principal dentro de la habitación para brindar descanso y bienestar a los huéspedes.

En cuanto equipamiento necesario para brindar servicios complementarios, el hotel encuestado carece de la mayor parte de elementos que le permitiría mejorar su oferta; no obstante cuenta con tres servicios como el parqueadero, lavandería y el de restaurante, este último muy importante a la hora de ofrecer una servicio completo que brinde satisfacción al cliente.

180

Finalmente, en el aspecto de descripción del personal, el hotel genera 3 empleos permanentes y ninguno temporal, uno de ellos corresponden a labores con conocimientos técnicos y/o profesionales en ciencias administrativas y/o contables, y los 2 restantes a labores domésticas, para lo cual se requieren personal con experiencia en dichos oficios o actividades, con algunos curso básicos sobre las funciones a desempeñar.

Teniendo en cuenta que los empleos son permanentes, lo cual brinda estabilidad al personal vinculado, es importante la inversión por parte del establecimiento, en la capacitación del talento humano para fortalecer sus habilidades y competencias mejorando así la prestación del servicio al turista y elevando el nivel de competitividad con respecto a las demás empresas del sector.

#### **4.3.5.4. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE LA OFERTA EN RESTAURANTES EN EL MUNICIPIO DE PUERTO CARREÑO.**

Con el propósito de identificar y obtener una descripción de la capacidad instalada y servicios ofrecidos por los establecimientos de Restaurantes ubicados en el Municipio de Puerto Carreño, se convocaron a los restaurantes para la aplicación y diligenciamiento de la Encuesta, obteniendo una muestra de 4 establecimientos, así:

**TABLA 75. Relación Restaurantes Puerto Carreño Encuestados**

No.	Nombre Establecimiento	Ubicación	Años de Funcionamiento	Organización a la que pertenece		
				SI	NO	CUAL?
1	EL KIOSKO DE CIELO	Urbano	10		X	
2	SABOR DE ORIENTE	Urbano	8		X	
3	LA FONDA PAISA J.R.	Urbano	4 Meses		X	
4	EL PUNTO DEL SABOR	Urbano	No respondió		X	

181

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

- ❖ **Datos del Restaurante:** Comprenda además, de la información general del Restaurante, de aspectos relacionados con su ubicación, años de funcionamiento, la afiliación o no a una organización gremial o asociativa.

- UBICACIÓN DEL RESTAURANTE:

**RESULTADOS:**

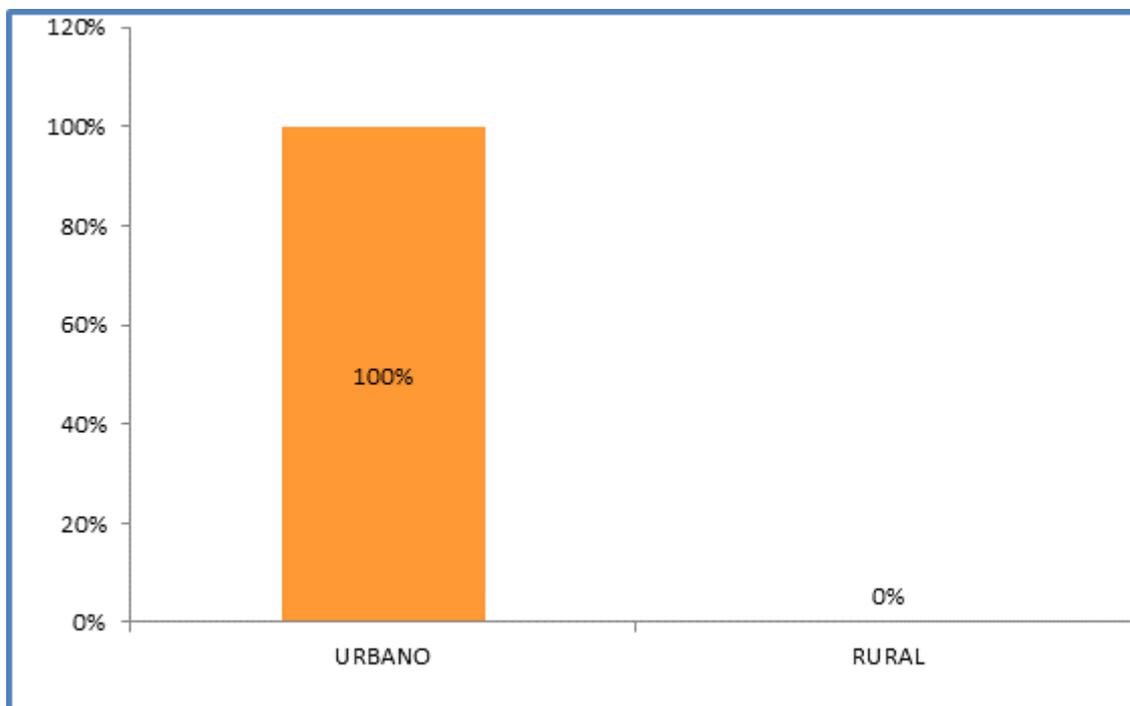
**TABLA 76. Ubicación Restaurante**

URBANO		RURAL	
RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN	RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN

4	100%	0	0%
---	------	---	----

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 51. Ubicación Restaurante**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de los restaurante encuestados, se encuentran ubicados en la zona urbana del Municipio de Puerto Carreño, donde se lleva a cabo el cargue y descargue de pasajeros y en general la mayor parte de la actividad comercial y turística del Departamento del Vichada.

**CONCLUSIONES:**

Existe una oferta de restaurantes baja, teniendo en cuenta que el Municipio de Puerto Carreño es el centro de actividades de negocios, comerciales y turísticas, entre otras; así como el punto de arribo de turistas a la zona de pesca, aunado a que la mayor parte de establecimientos de alojamiento no cuentan con el servicio complementario de restaurante.

**- AÑOS DE FUNCIONAMIENTO:**

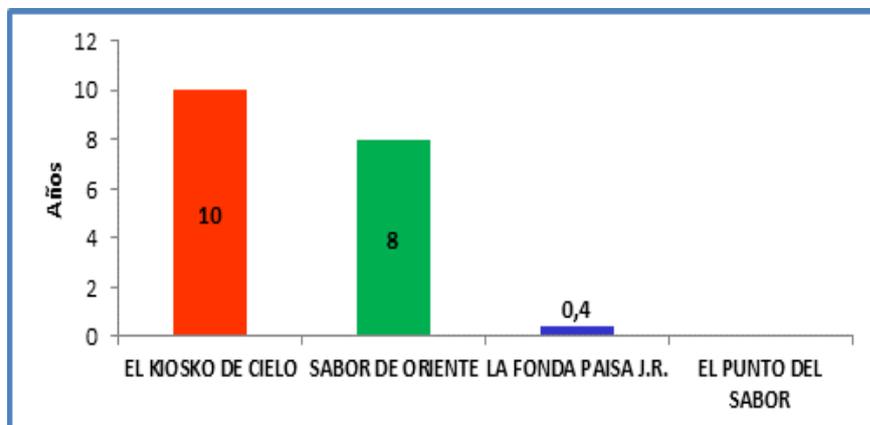
**RESULTADOS:**

**TABLA 77. Años de funcionamiento del Restaurante**

ITEM	HOTEL	AÑOS FUNCIONAMIENTO
1.	EL KIOSKO DE CIELO	10
2.	SABOR DE ORIENTE	8
3.	LA FONDA PAISA J.R.	0,4
4.	EL PUNTO DEL SABOR	NR

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 52. Años de funcionamiento del Restaurante**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

3 de los 4 Restaurante encuestados, indicaron un tiempo de funcionamiento entre menos de 1 año y 10 años. El 50% de los restaurantes tiene un tiempo superior a 8 años.

**CONCLUSIONES:**

La mitad de los restaurantes encuestados llevan funcionando más de 8 años, sin embargo se observa que este sector ha tenido un desarrollo lento, sustentado en el bajo índice de establecimientos con esta actividad abiertos en

los últimos 5 años, lo que evidencia una escasa demanda del servicio de la gastronomía.

**EL RESTAURANTE ESTA AFILIADO A ALGUNA ORGANIZACIÓN GREMIAL O ASOCIATIVA:**

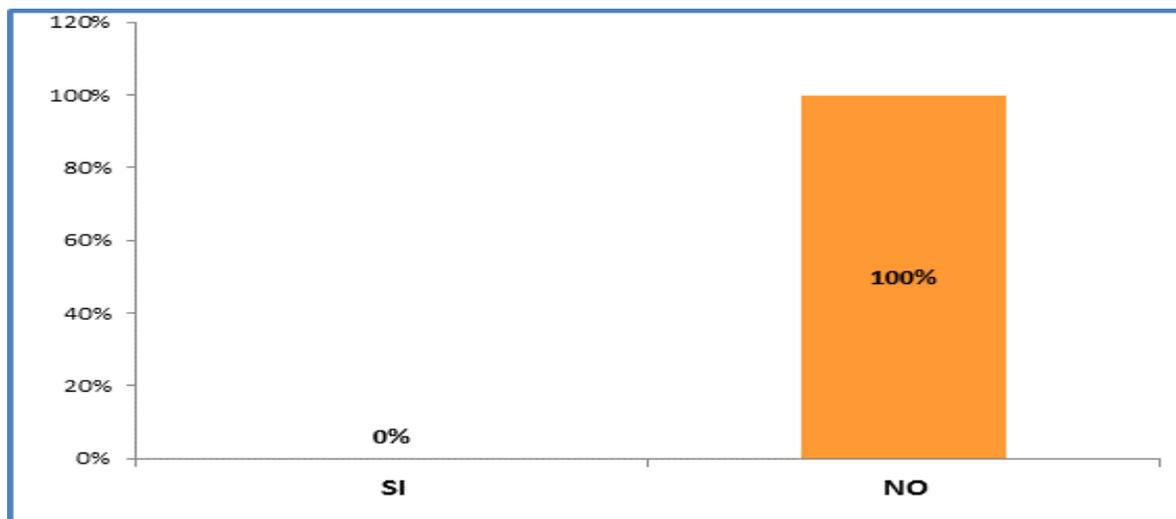
**RESULTADOS:**

**TABLA 78. Afiliación del Restaurante a una organización gremial o asociativa**

OPCION	No. Restaurantes	PARTICIPACION
<b>SI</b>	0	0%
<b>NO</b>	4	100%
<b>cual?</b>	Ninguna	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 53. Afiliación del Restaurante a una organización gremial o asociativa**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de los restaurantes encuestados respondieron que no se encuentran afiliados a ninguna organización gremial o asociativa.

**CONCLUSIONES:**

El escaso desarrollo de los establecimientos gastronómicos, evidenciados en su reducido número en funcionamiento, se puede considerar como factor para no establecer algún tipo de asociación que fortalezca el negocio, debido a la poca competencia existente que les permite poder atender la demanda.

- ❖ **Descripción del Restaurante:** A través de este aspecto, se indagó sobre la capacidad instalada de los Restaura dado en número de mesas, así como la capacidad de atención en número de personas, precios promedios y tipos de platos ofrecidos.
- NÚMERO DE MESAS Y CAPACIDAD TOTAL DEL RESTAURANTE EN NÚMERO DE PERSONAS

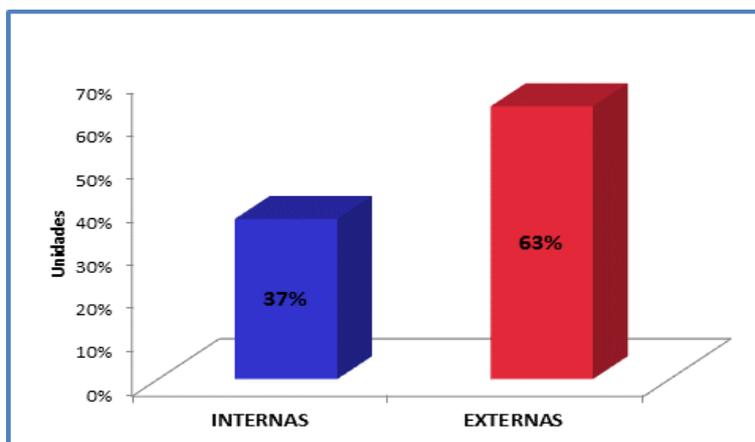
**RESULTADOS:**

**TABLA 79. Número de Mesas**

UBICACIÓN MESAS	CANT. MESAS	PARTICIPACION
INTERNAS	20	37%
EXTERNAS	34	63%
<b>TOTAL MESAS</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 54. Número de Mesas**



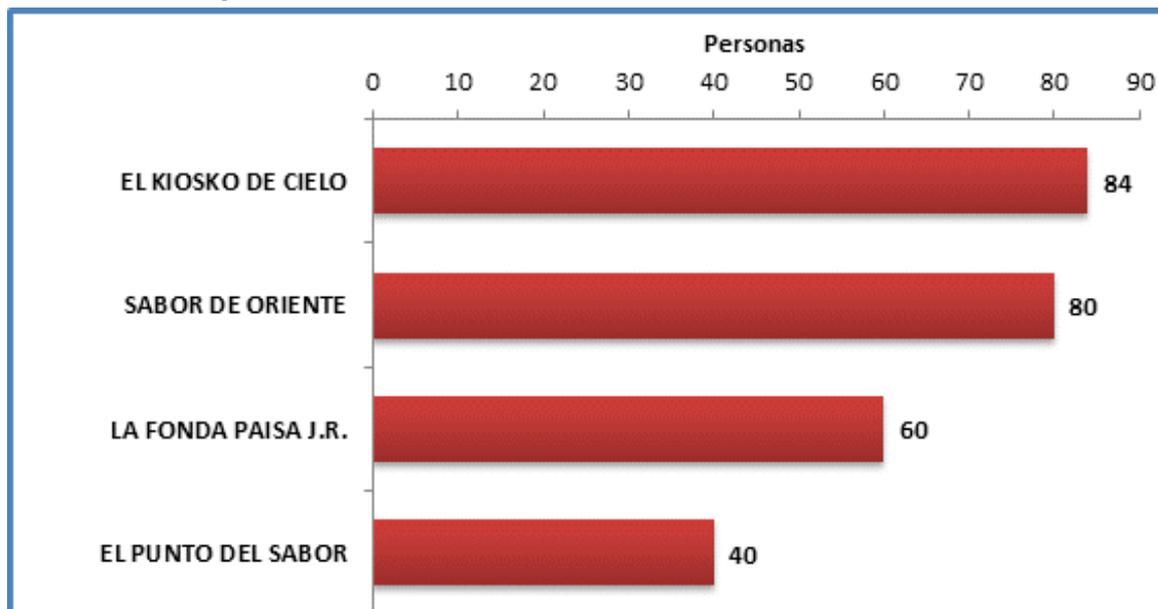
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**TABLA 80. Capacidad Total del Restaurante**

No.	RESTAURANTE	CAPACIDAD TOTAL DEL RESTAURANTE (PERSONAS)	PARTICIPACION
1	EL KIOSKO DE CIELO	84	32%
2	SABOR DE ORIENTE	80	30%
3	LA FONDA PAISA J.R.	60	23%
4	EL PUNTO DEL SABOR	40	15%
	<b>TOTAL CAPACIDAD</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 55. Capacidad Total del Restaurante**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, los restaurantes tienen una capacidad total para atender a **264** personas, para lo cual disponen de 54 mesas, distribuidas así: internas 20, que corresponden al 37% de la capacidad instalada y 54 mesas externas, que equivale al 63% del total disponible.

El establecimiento gastronómico con mayor capacidad es el **Kiosko de Cielo**, con una capacidad de 84 personas, seguido por el **Sabor de Oriente** con 80 personas.

**CONCLUSIONES:**

En relación con la capacidad de alojamiento arrojada por la encuesta realizada a hoteles que correspondió a 293 personas, la capacidad total de atención por parte de los restaurantes sería insuficiente en épocas de ocupación total hotelera.

Sin embargo para las demás fechas, y dependiendo del flujo de turistas, su capacidad cumpliría con la demanda del servicio.

PRECIO PROMEDIO Y TIPOS DE PLATOS OFRECIDOS POR EL RESTAURANTE:

**RESULTADOS:**

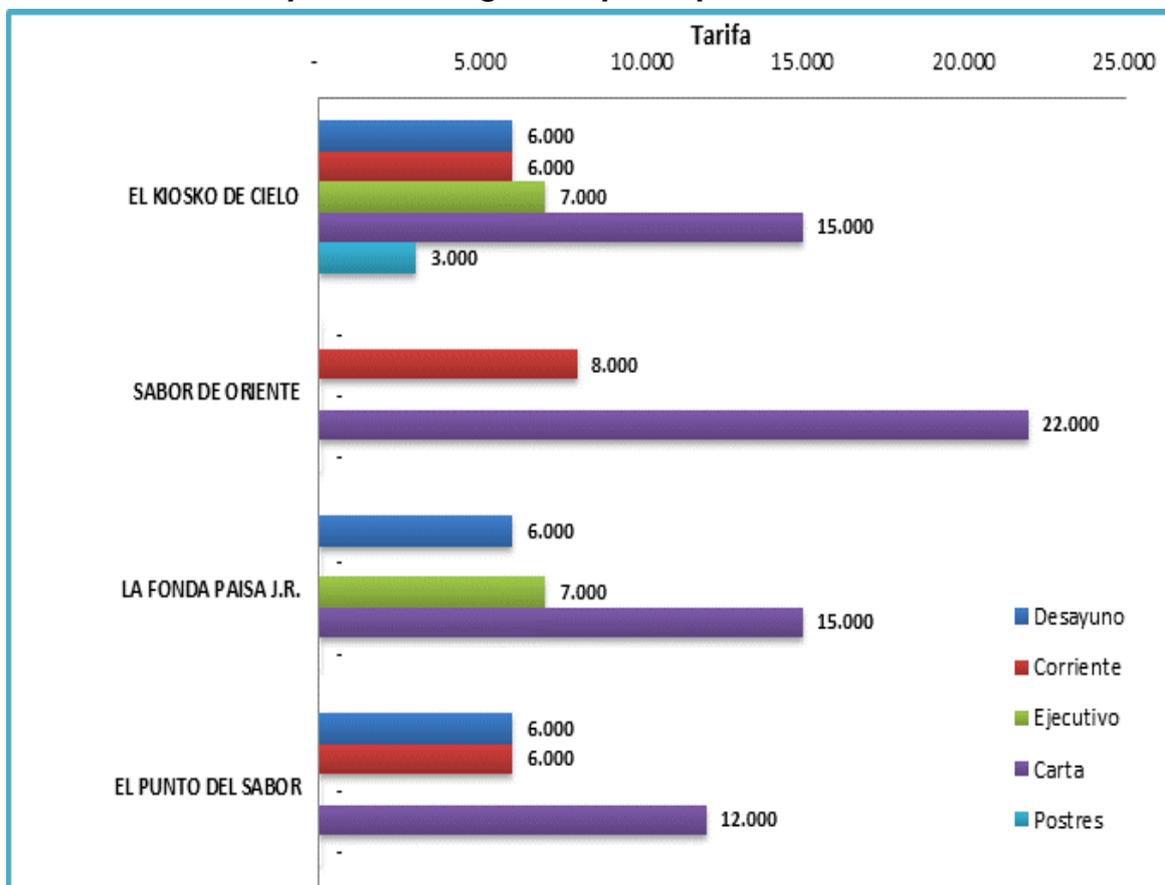
**TABLA 81. Precio promedio según el tipo de plato**

No.	RESTAURANTE	Precio promedio por tipo de platos (pesos)				
		Desayuno	Corriente	Ejecutivo	Carta	Postres
1	EL KIOSKO DE CIELO	6.000	6.000	7.000	15.000	3.000
2	SABOR DE ORIENTE	-	8.000	-	22.000	-
3	LA FONDA PAISA J.R.	6.000	-	7.000	15.000	-
4	EL PUNTO DEL SABOR	6.000	6.000	-	12.000	-
	<b>TOTAL</b>	<b>18.000</b>	<b>20.000</b>	<b>14.000</b>	<b>64.000</b>	<b>3.000</b>
	<b>VALOR</b>	<b>6.000</b>	<b>6.667</b>	<b>7.000</b>	<b>16.000</b>	<b>3.000</b>

PROMEDIO PLATO					
----------------	--	--	--	--	--

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 56. Precio promedio según el tipo de plato**



188

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**TABLA 82. Tipos de Platos ofrecidos por el Restaurante**

No.	RESTAURANTE	Platos creados en el Restaurante	Típico de la Zona	Típico Nacional	Internacional	TOTAL RESTAURANTES
1	EL KIOSKO DE CIELO		X	X		2

2	SABOR DE ORIENTE	X	X			2
3	LA FONDA PAISA J.R.			X		1
4	EL PUNTO DEL SABOR		X	X		2

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

### ANALISIS E INTERPRETACION:

De los 4 restaurantes encuestados, solo un establecimiento ofrece los 5 tipo de platos (Desayuno, Corriente, Ejecutivo, a la Carta y Postre), los demás solo ofrecen entre 2 y 3 platos, siendo los platos a la carta, el producto que ofrecen todos los restaurantes.

En cuanto a los precios, estos oscilan entre \$3.000 y \$22.000, correspondiente el más económico a los postres y el más elevado a los platos a la carta ofrecido por el Restaurante Sabor de Oriente. En promedio un desayuno cuesta \$6.000 mientras un plato corriente \$6.667, el ejecutivo \$7.000 y los platos a la carta \$16.000.

### CONCLUSIONES:

La oferta gastronómica incluye todo tipo de platos, y los precios son en promedio estándar, lo que le brinda al consumidor y en especial al Turista varias opciones de platos y precios, a las características de preparación y del establecimiento.

- ❖ **Adecuaciones Especiales:** Con el propósito de establecer los procesos con los que cuenta el Restaurante, se consultó sobre aspectos relacionados con la manipulación de alimentos, el manejo adecuado de basuras y residuos sólidos y programas de higiene, entre otros, obteniendo los siguientes resultados:

- ADECUACIONES ESPECIALES:

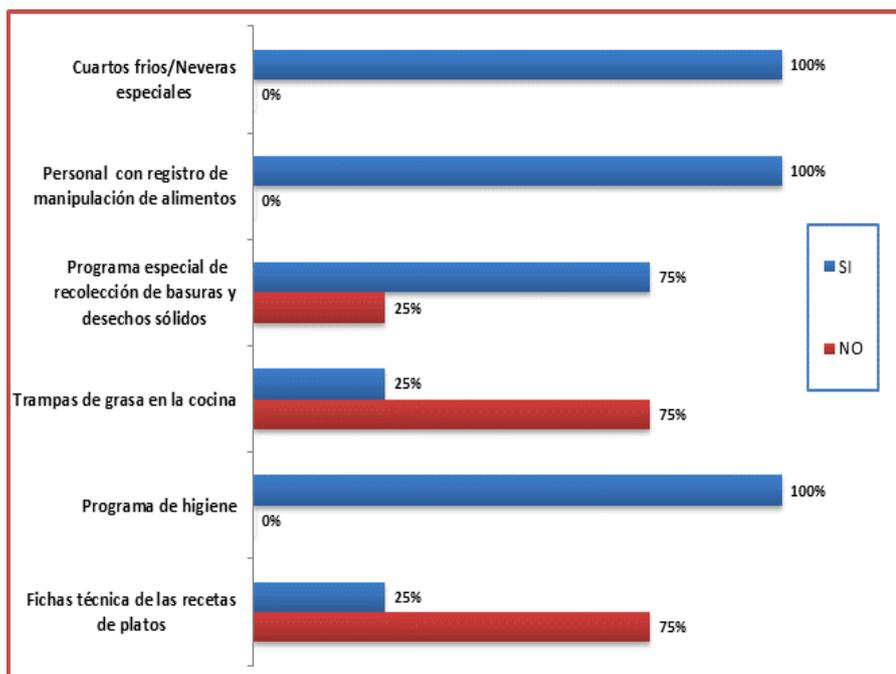
**RESULTADOS:**

**TABLA 83. Adecuaciones Especiales Restaurantes**

DESCRIPCION	OPCION	RESPUESTA	PARTICIPACION
El Restaurante cuenta con cuartos fríos/Neveras	SI	4	100%
	NO	0	0%
El Personal del Restaurante tiene registro	SI	4	100%
	NO	0	0%
El Restaurante cuenta con programa especial de recolección de basuras y desechos sólidos	SI	3	75%
	NO	1	25%
El Restaurante cuenta con trampas de grasa en la cocina	SI	1	25%
	NO	3	75%
El Restaurante cuenta con programa de higiene	SI	4	100%
	NO	0	0%
El Restaurante cuenta con fichas técnica de las recetas de platos	SI	1	25%
	NO	3	75%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 57. Adecuaciones Especiales Restaurantes**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

### **ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de los Restaurantes cuentan dentro de su capacidad instalada con cuartos fríos/neveras especiales; así mismo todo su personal posee registro de manipulación de alimentos y tienen implementado el programa de higiene.

El 75% de los restaurantes manejan el programa especial de recolección de basuras y desechos sólidos y tan solo el 25% cuentan con trampas de grasa en la cocina y fichas técnicas de las recetas de platos.

### **CONCLUSIONES:**

Los Restaurantes encuestados cumplen con más del 50% de las adecuaciones especiales para su óptimo funcionamiento, lo que significa que tanto su capacidad instalada como el personal empleado cumplen con la mayor parte de reglamentos establecidos para esta clase de actividades.

Se hace necesario llevar a cabo por parte de las autoridades locales, controles a los sitios destinados a la elaboración y venta de alimentos, con el fin de verificar la implementación de procesos para la manipulación y conservaciones de alimentos en condiciones de óptimas de temperatura e higiene, así como el manejo de un programa especial de recolección de basuras y desechos sólidos en la totalidad de restaurantes del municipio de Puerto Carreño.

- ❖ **Descripción de Servicios Complementarios:** Con el propósito de identificar los servicios complementarios que ofrecen los restaurantes ubicados en el Municipio de Puerto Carreño, se definieron 14 ítems para que los encuestados suministraran los datos de aquellos que si hacen parte de su equipamiento e infraestructura, así

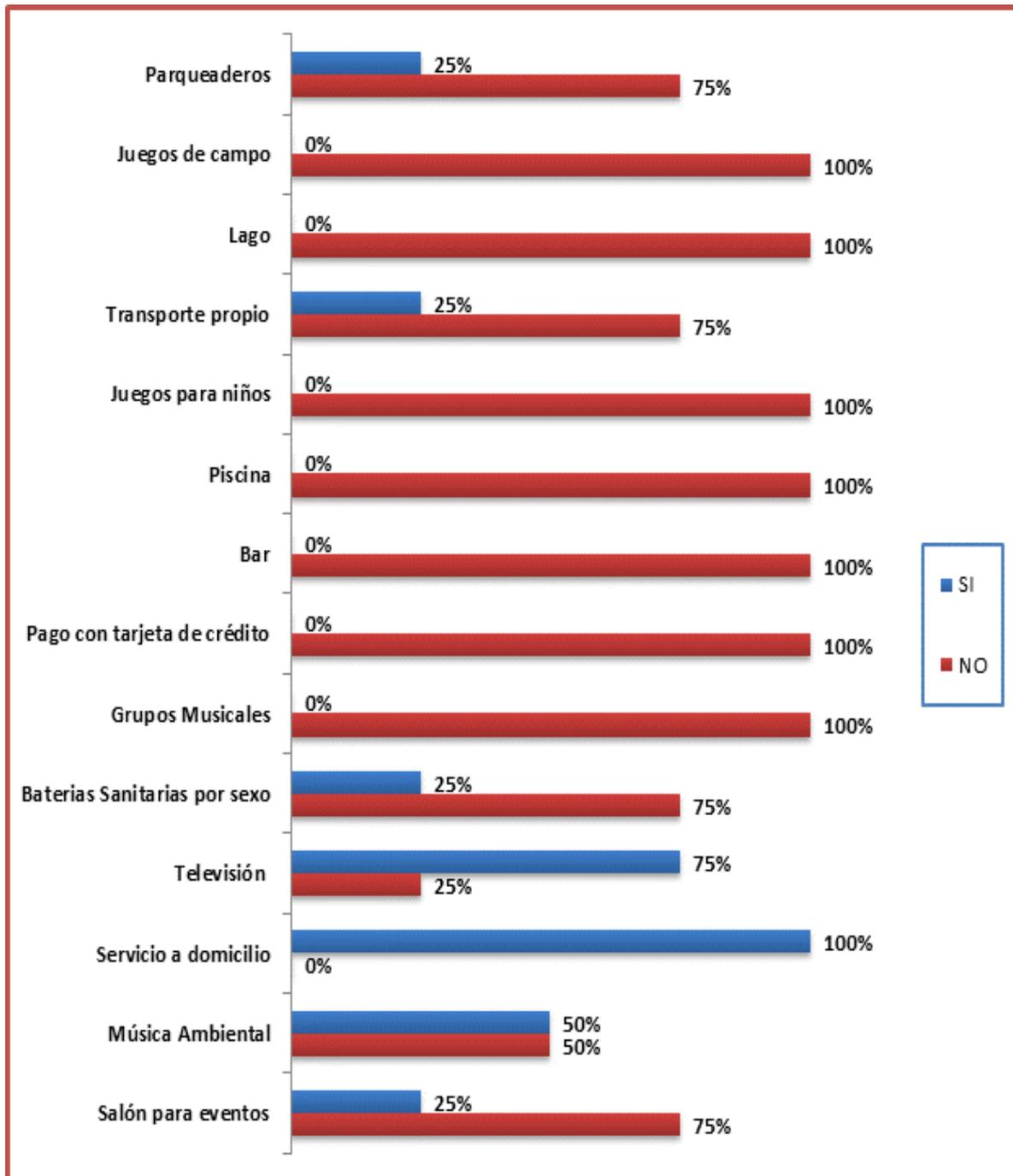
**RESULTADOS:**

**TABLA 84. Servicios Complementarios ofrecidos por el Restaurante**

No.	DESCRIPCION SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	OPCION RESPUESTA	No. RESTAURANTES	PARTICIPACION
1	Parqueaderos	SI	1	25%
		NO	3	75%
2	Juegos de campo	SI	0	0%
		NO	4	100%
3	Lago	SI	0	0%
		NO	4	100%
4	Transporte propio	SI	1	25%
		NO	3	75%
5	Juegos para niños	SI	0	0%
		NO	4	100%
6	Piscina	SI	0	0%
		NO	4	100%
7	Bar	SI	0	0%
		NO	4	100%
8	Pago con tarjeta de crédito	SI	0	0%
		NO	4	100%
9	Grupos Musicales	SI	0	0%
		NO	4	100%
10	Baterias Sanitarias por sexo	SI	1	25%
		NO	3	75%
11	Televisión	SI	3	75%
		NO	1	25%
12	Servicio a domicilio	SI	4	100%
		NO	0	0%
13	Música Ambiental	SI	2	50%
		NO	2	50%
14	Salón para eventos	SI	1	25%
		NO	3	75%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 58. Servicios Complementarios ofrecidos por el Restaurante**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

### ANALISIS E INTERPRETACION:

El 100% de los Restaurantes indican no ofrecer los servicios complementarios de: Juegos de Campo, lago, juegos para niños, piscina, bar, pago con tarjeta de crédito y grupos musicales.

El 25% brindan los servicios de parqueaderos, transporte propio, Batería Sanitario por sexo y salón para eventos.

El único servicio complementario ofrecido por todos los restaurantes encuestados es el de domicilios, mientras que el 75% brindar el servicio de Televisión y un 50% música ambiental.

### CONCLUSIONES:

El nivel de equipamiento por parte de los restaurante para ofrecer servicios complementarios al gastronómico es muy baja, lo cual afecta la imagen de los establecimientos dedicados a esta actividad, en cuanto a la percepción del turista, al no encontrar servicios tan indispensables al día de hoy como Bateria Sanitaria por sexo, pago con tarjeta de crédito y grupos musicales, entre otros; cuya implementación mejoraría la oferta y aumentaría la demanda de sus servicios.

194

- ❖ **Descripción Personal del Restaurante:** Se indago entre los restaurantes el personal contratado para la prestación del servicio de restaurante, definiendo si es de forma permanente o temporal; sin embargo este punto fue diligenciado por un solo restaurante, con los siguientes resultados:

**RESULTADOS:** El Restaurante el Punto del Saber señalo 5 empleos permanentes, así; Gerente/Administrador, Cocinero, Auxiliar de Cocina, Mesero y Aseador.

No fue posible el análisis de este aspecto debido a la falta de información de los demás establecimientos de gastronomía que hicieron parte de la muestra.

Es importante destacar que no se logró un consenso entre los encuestados para definir los platos que identifican la región, y no existe una estandarización

sobre los nombres y la preparación de algunos. Debe hacerse un proceso técnico para unificar y definir la gastronomía que identificará el destino en el mercado nacional. En términos generales, se nota una debilidad en la oferta del servicio de restauración.

#### 4.3.5.5 PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE LA OFERTA EN RESTAURANTES EN EL MUNICIPIO DE LA PRIMAVERA.

Con el propósito de identificar y obtener una descripción de la capacidad instalada y servicios ofrecidos por los establecimientos de Restaurantes ubicados en el Municipio de la Primavera, se convocaron a los restaurantes para la aplicación y diligenciamiento de la Encuesta, obteniendo una muestra de 2 establecimientos gastronómicos, así:

**TABLA 85. Relación Restaurantes de la Primavera Encuestados**

No.	Nombre Establecimiento	Ubicación	Años de Funcionamiento	Organización a la que pertenece		
				SI	NO	CUAL?
1	RESTAURANTE SABRINA	Urbano	N.R.		X	
2	RESTAURANTE CASETA	Urbano	30		X	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

- ❖ **Datos del Restaurante:** Comprende además, de la información general del Restaurante, de aspectos relacionados con su ubicación, años de funcionamiento, la afiliación o no a una organización gremial o asociativa.

- UBICACIÓN DEL RESTAURANTE:

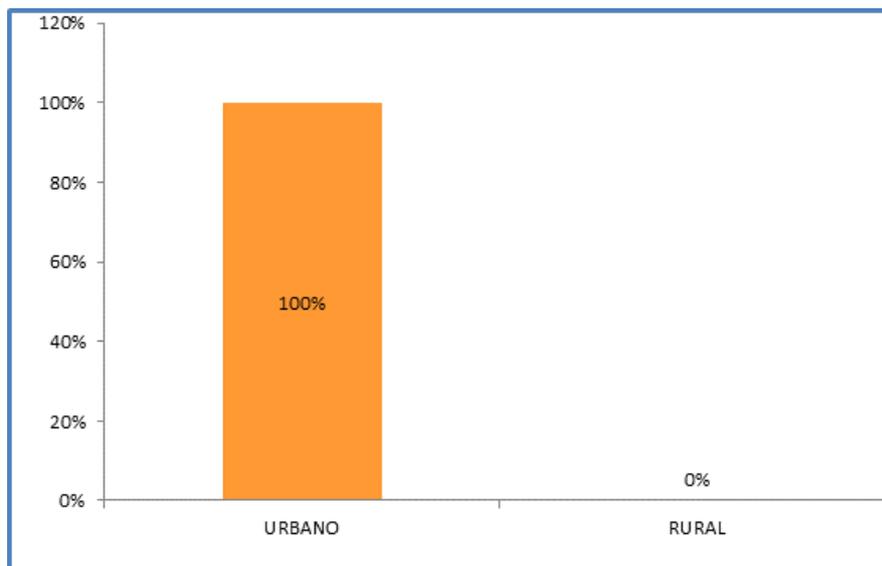
**RESULTADOS:**

**TABLA 86. Ubicación Restaurante**

URBANO		RURAL	
RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN	RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN
2	100%	0	0%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 59. Ubicación Restaurante**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de los restaurantes encuestados, se encuentran ubicados en la zona urbana del Municipio de la Primavera.

**CONCLUSIONES:**

La oferta en el servicio de restaurantes es baja, ya que si se tiene en cuenta que del total de los hoteles encuestados solo 1 ofrece el servicio de restaurante, por lo tanto se requiere atender la demanda en este servicio

especialmente en las épocas de alta temporada de turismo y ocupación hotelera.

Una oportunidad de negocio son las alianzas estratégicas y comerciales entre restaurantes y hoteles para brindar este servicio a los huéspedes de los diferentes establecimientos de alojamiento.

- AÑOS DE FUNCIONAMIENTO:

**RESULTADOS:**

**TABLA 87. Años de funcionamiento del Restaurante**

ITEM	HOTEL	AÑOS FUNCIONAMIENTO
1.	RESTAURANTE SABRINA	N.R.
2.	RESTAURANTE CASETA	30

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Un (1) Restaurante respondió la encuesta, indicando un tiempo de funcionamiento de 30 años.

**CONCLUSIONES:**

La mitad de los restaurantes encuestados llevan funcionando más de 30 años, lo cual representa un factor importante, debido a la experiencia en la gastronomía local y en especial los platos típicos de la región, además del conocimiento de las actividades turísticas que se desarrollan en esa localidad.

- EL RESTAURANTE ESTA AFILIADO A ALGUNA ORGANIZACIÓN GREMIAL O ASOCIATIVA:

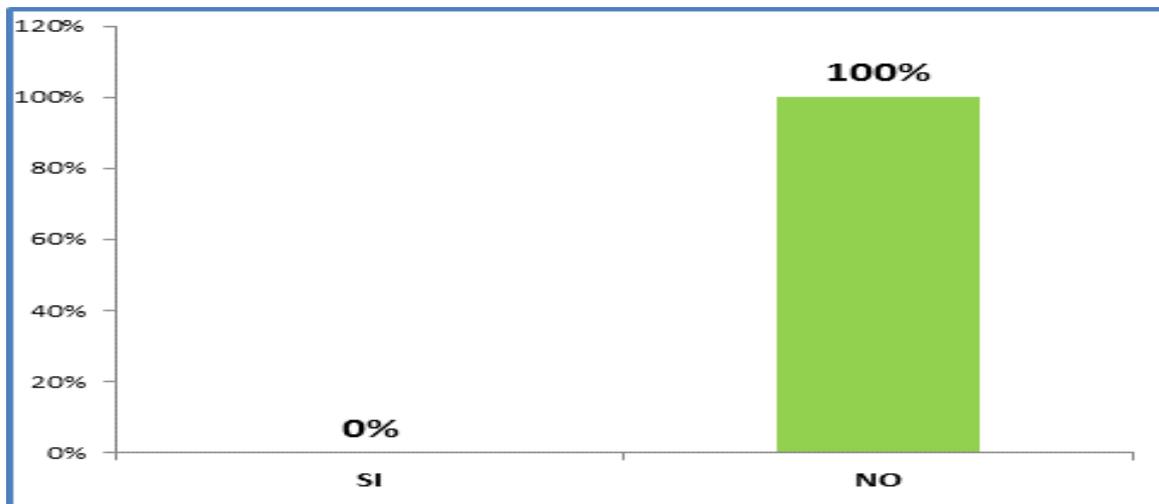
**RESULTADOS:**

**TABLA 88. Afiliación del Restaurante a una organización gremial o asociativa**

OPCION	No. Restaurantes	PARTICIPACION
SI	0	0%
NO	2	100%
cual?		

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 60. Afiliación del Restaurante a una organización gremial o asociativa**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de los restaurantes indican no pertenecer o estar afiliados a ninguna organización.

**CONCLUSIONES:**

El desconocimiento sobre las ventajas de afiliarse a algún gremio o asociación, no genera interés por parte de los establecimientos gastronómicos por pertenecer a alguna organización de este tipo.

**Descripción del Restaurante:** A través de este aspecto, se indagó sobre la capacidad instalada de los Restaurante dado en número de mesas, así como la capacidad de atención en número de personas, precios promedios y tipos de platos ofrecidos.

- NÚMERO DE MESAS Y CAPACIDAD TOTAL DEL RESTAURANTE EN NÚMERO DE PERSONAS

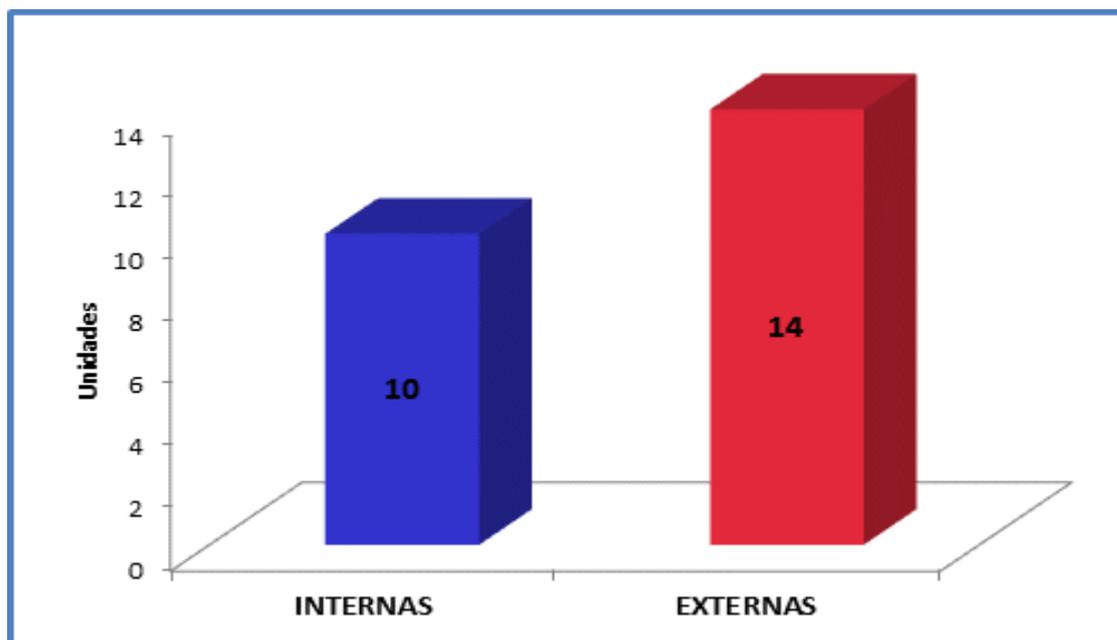
**RESULTADOS:**

**TABLA 89. Número de Mesas**

UBICACIÓN MESAS	CANT. MESAS	PARTICIPACION
INTERNAS	10	42%
EXTERNAS	14	58%
<b>TOTAL MESAS</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 61. Número de Mesas**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

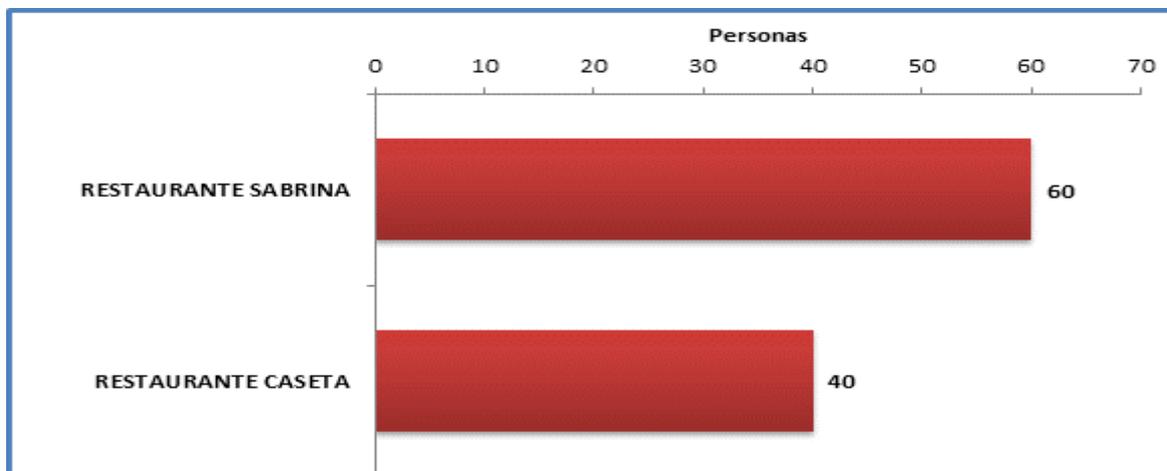
**Tabla 90. Capacidad Total del Restaurante**

No.	RESTAURANTE	CAPACIDAD TOTAL DEL RESTAURANTE (PERSONAS)	PARTICIPACION
1	RESTAURANTE SABRINA	60	60%
2	RESTAURANTE CASETA	40	40%

<b>TOTAL CAPACIDAD</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
------------------------	------------	-------------

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 62. Capacidad Total del Restaurante**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, los restaurantes tienen una capacidad total para atender a **100** personas, para lo cual disponen de 24 mesas, distribuidas así: internas 10, que corresponden al 42% de la capacidad instalada y 14 mesas externas, que equivale al 58% del total disponible.

El establecimiento gastronómico con mayor capacidad es el **Restaurante Sabrina**, con una capacidad de 60 personas.

**CONCLUSIONES:**

El Municipio de la Primavera cuenta con capacidad en sus dos establecimientos gastronómicos, para atender a 100 personas, lo cual puede ser insuficiente en época de alta temporada turística y con ocupación hotelera total.

- PRECIO PROMEDIO Y TIPOS DE PLATOS OFRECIDOS POR EL RESTAURANTE:

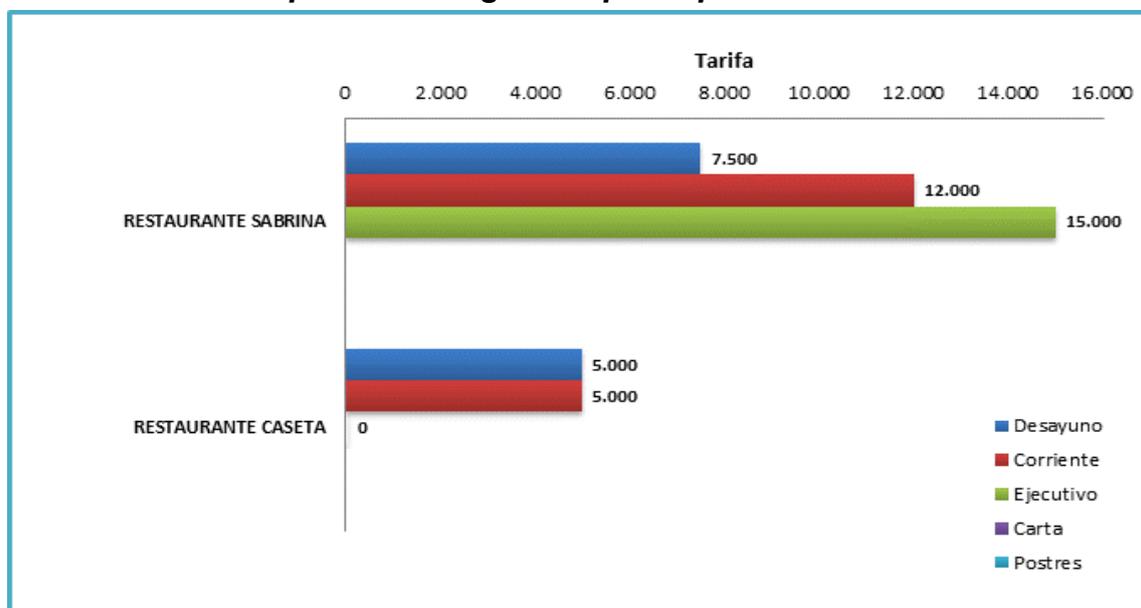
**RESULTADOS:**

**TABLA 91. Precio promedio según el tipo de plato**

No.	RESTAURANTE	Precio promedio por tipo de platos (pesos)				
		Desayuno	Corriente	Ejecutivo	Carta	Postres
1	RESTAURANTE SABRINA	7.500	12.000	15.000	0	0
2	RESTAURANTE CASETA	5.000	5.000	0	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>12.500</b>	<b>17.000</b>	<b>15.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>VALOR PROMEDIO PLATO</b>	<b>6.250</b>	<b>8.500</b>	<b>15.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 63. Precio promedio según el tipo de plato**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**TABLA 92. Tipos de Platos ofrecidos por el Restaurante**

No.	RESTAURANTE	Platos creados en el Restaurante	Típico de la Zona	Típico Nacional	Internacional
1	RESTAURANTE SABRINA	X			

2	RESTAURANTE CASETA		X	X	
---	-----------------------	--	---	---	--

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

### ANALISIS E INTERPRETACION:

Los restaurantes encuestados, ofrecen desayunos y almuerzos corrientes, y un de ellos además incluye platos ejecutivos. Los precios por plato dependiendo del tipo comida varían, el desayuno puede costar entre \$5.000 y \$7.000, el corriente entre 12.000 y 15.000, y el plato ejecutivo tiene un precio de \$15.000.

En promedio los precios de los platos se estiman en \$6.250 para el desayuno, \$8.500 plato corriente y \$15.000 el ejecutivo.

### CONCLUSIONES:

La oferta gastronómica se encuentra limitada a desayunos y platos corrientes, uno de los restaurantes ofrece platos ejecutivos. En cuanto a Los precios son en promedio estándar.

- ❖ **Adecuaciones Especiales:** Con el propósito de establecer los procesos con los que cuenta el Restaurante, se consultó sobre aspectos relacionados con la manipulación de alimentos, el manejo adecuado de basuras y residuos sólidos y programas de higiene, entre otros, obteniendo los siguientes resultados:

202

### RESULTADOS:

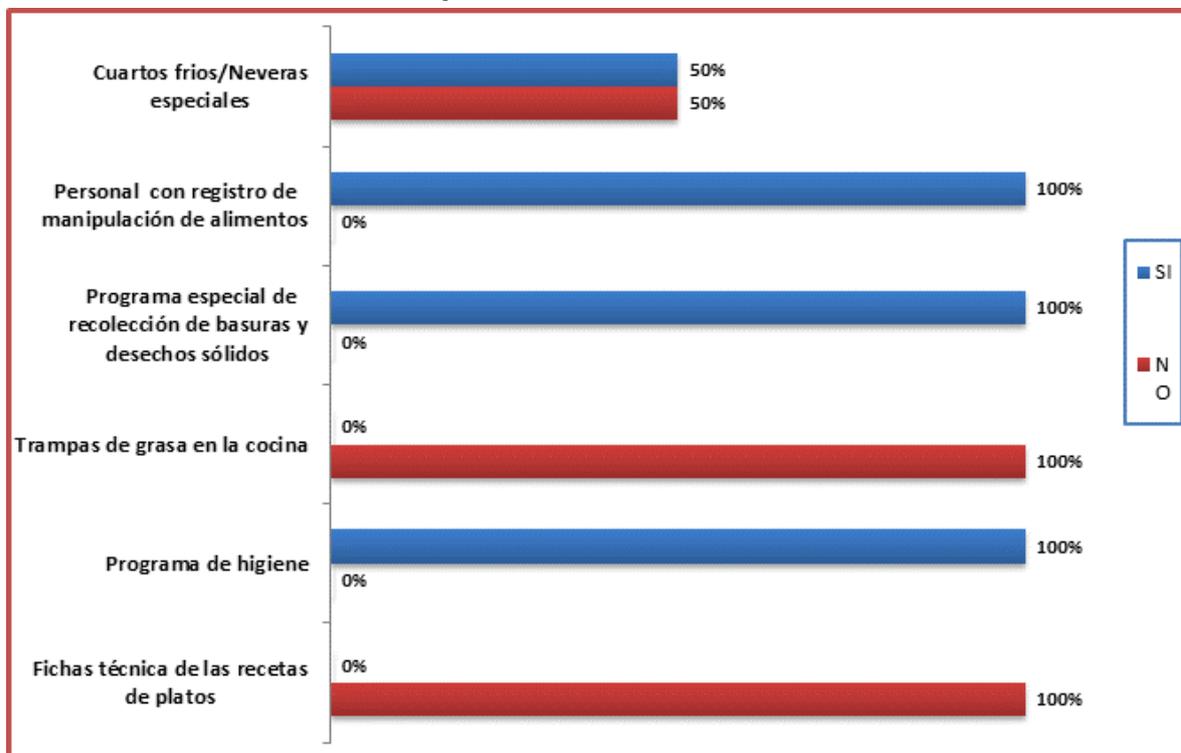
**TABLA 93. Adecuaciones especiales**

DESCRIPCION	OPCION	RESPUESTA	PARTICIPACION
El Restaurante cuenta con cuartos fríos/Neveras especiales	SI	1	50%
	NO	1	50%
El Personal del Restaurante tiene registro de manipulación de elementos	SI	2	100%
	NO	0	0%
El Restaurante cuenta con programa especial de recolección de basuras y desechos sólidos	SI	2	100%
	NO	0	0%
El Restaurante cuenta con trampas de grasa en la cocina	SI	0	0%
	NO	2	100%
El Restaurante cuenta con	SI	2	100%

programa de higiene	NO	0	0%
El Restaurante cuenta con fichas técnica de las recetas de platos	SI	0	0%
	NO	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 64. Adecuaciones especiales**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Uno de los 2 restaurantes cumple con la disposición de tener **cuartos fríos/neveras especiales**, mientras que el otro establecimiento no cumple con esta adecuación especial.

Los dos restaurantes cuentan con **personal con registro de manipulación de alimentos, programa especial de recolección de basuras y desechos sólidos y el programa de higiene.**

Ninguno de los dos establecimientos gastronómicos cuenta con **trampas de grasa en la cocina como tampoco con fichas técnicas de las recetas de platos.**

**CONCLUSIONES:**

Los Restaurantes encuestados cumplen con más del 50% de las adecuaciones especiales para su óptimo funcionamiento, lo que significa que tanto su capacidad instalada como el personal empleado cumplen con la mayor parte de reglamentos establecidos para esta clase de actividades.

- ❖ **Descripción de servicios complementarios:** Con el propósito de identificar los servicios complementarios que ofrecen los restaurantes ubicados en el Municipio de La Primavera, se definieron 14 ítems para que los encuestados suministraran los datos de aquellos que si hacen parte de su equipamiento e infraestructura, así

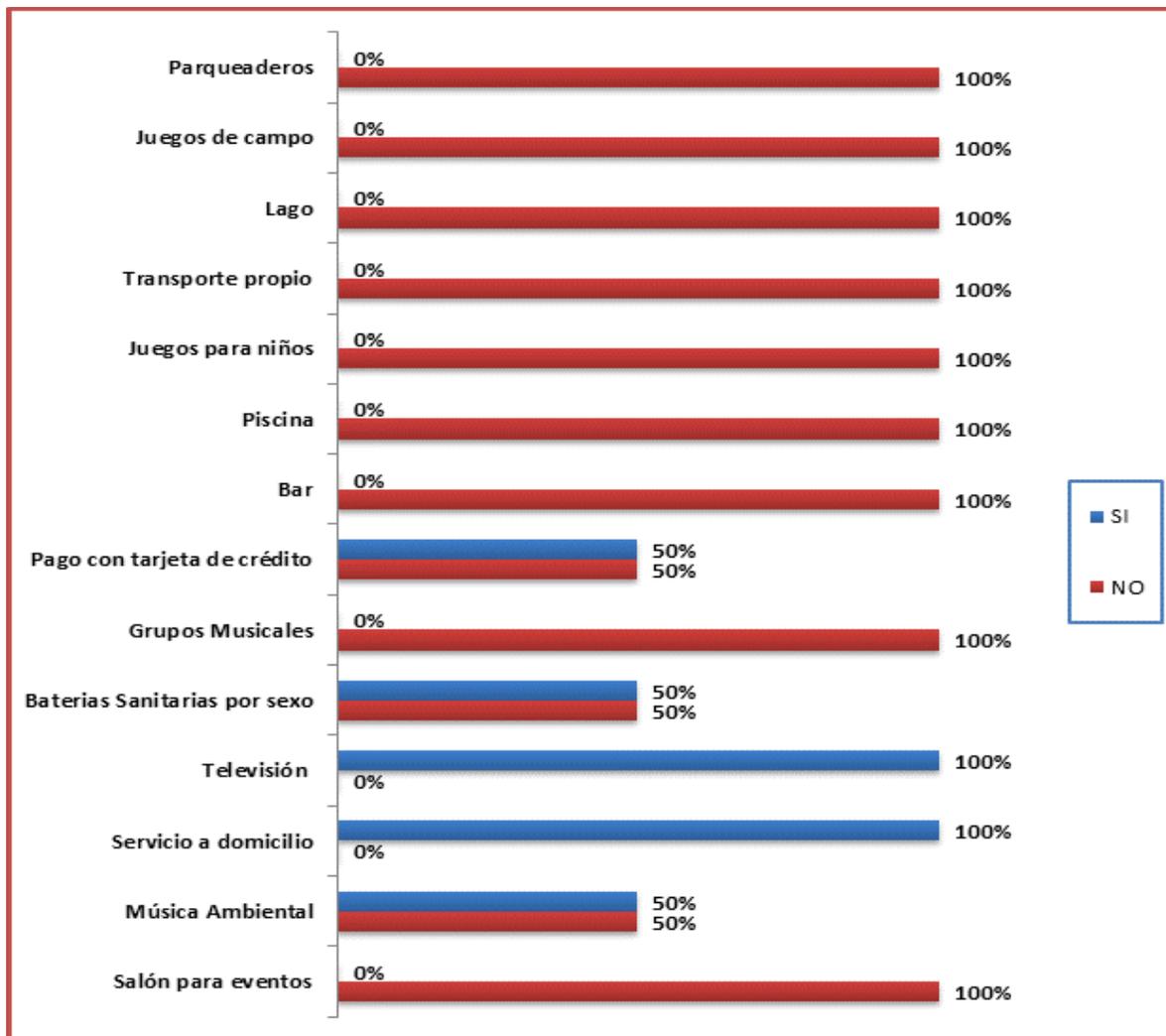
**TABLA 94. Servicios Complementarios ofrecidos por el Restaurante**

No.	DESCRIPCION SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	OPCION RESPUESTA	No. RESTAURANTES	PARTICIPACION
1	Parqueaderos	SI	0	0%
		NO	2	100%
2	Juegos de campo	SI	0	0%
		NO	2	100%
3	Lago	SI	0	0%
		NO	2	100%
4	Transporte propio	SI	0	0%
		NO	2	100%
5	Juegos para niños	SI	0	0%
		NO	2	100%
6	Piscina	SI	0	0%
		NO	2	100%
7	Bar	SI	0	0%
		NO	2	100%
8	Pago con tarjeta de crédito	SI	1	50%
		NO	1	50%
9	Grupos Musicales	SI	0	0%
		NO	2	100%
10	Baterías Sanitarias por sexo	SI	1	50%
		NO	1	50%
11	Televisión	SI	2	100%
		NO	0	0%
12	Servicio a domicilio	SI	2	100%
		NO	0	0%
13	Música Ambiental	SI	1	50%
		NO	1	50%

14	Salón para eventos	SI	0	0%
		NO	2	100%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 65. Servicios Complementarios ofrecidos por el Restaurante**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

El 100% de los Restaurantes indican que no brindan los servicios complementarios de: parqueadero, Juegos de Campo, lago, transporte propio, juegos para niños, piscina, bar, grupos musicales y salón para eventos.

El 50% ofrece los servicios de pago con tarjeta de crédito, Baterías Sanitarias por sexo, y música ambiental.

Los dos servicios complementarios con los que cuentan los dos restaurantes, es la Televisión y los servicios a domicilio.

**CONCLUSIONES:**

El nivel de equipamiento por parte de los restaurante para ofrecer servicios complementarios al gastronómico es muy bajo, lo cual afecta la imagen de los establecimientos dedicados a esta actividad, en cuanto a la percepción del turista, al no encontrar servicios tan indispensables al día de hoy como Bateria Sanitaria por sexo, pago con tarjeta de crédito y grupos musicales, entre otros; cuya implementación mejoraría la oferta y aumentaría la demanda de sus servicios.

- ❖ **Descripción Personal del Restaurante:** Se indagó entre los restaurantes, el aspecto relacionado con el personal contratado para la prestación del servicio, definiendo si es de forma permanente o temporal; así:

**RESULTADOS:**

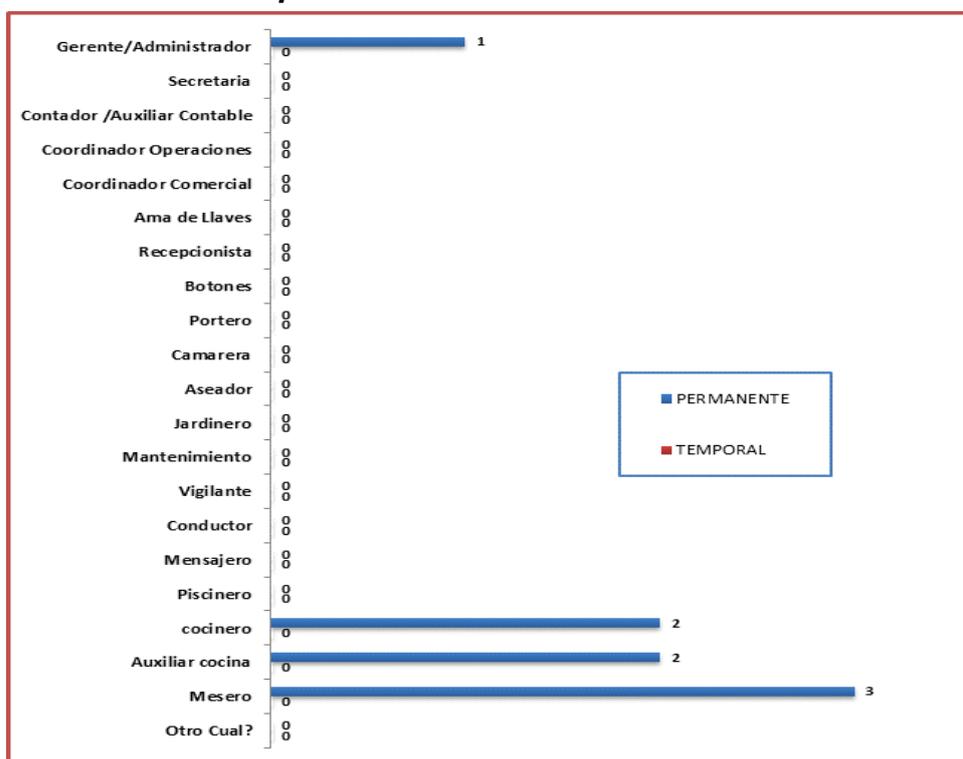
**TABLA 95. Descripción Personal del Restaurante**

CARGO	TIPO DE EMPLEO		TOTAL OCUPACION	RESTAURANTES
	PERMANENTE	TEMPORAL		
Gerente/Administrador	1	0	1	1
Secretaria	0	0	0	0
Contador /Auxiliar Contable	0	0	0	0
Coordinador Operaciones	0	0	0	0
Coordinador Comercial	0	0	0	0
Ama de Llaves	0	0	0	0
Recepcionista	0	0	0	0
Botones	0	0	0	0
Portero	0	0	0	0
Camarera	0	0	0	0
Aseador	0	0	0	0
Jardinero	0	0	0	0
Mantenimiento	0	0	0	0
Vigilante	0	0	0	0
Conductor	0	0	0	0

Mensajero	0	0	0	0
Piscinero	0	0	0	0
cocinero	2	0	2	2
Auxiliar cocina	2	0	2	2
Mesero	3	0	3	3
Otro Cual?	0	0	0	0
<b>TOTAL PERSONAL EMPLEADO</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	
<b>PARTICIPACION</b>	<b>82%</b>	<b>0%</b>	<b>82%</b>	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**Gráfica 66. Descripción Personal del Restaurante**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los dos Restaurantes que conforman la muestra representativa de establecimientos gastronómicos del municipio de la Primavera, generan en total 8 empleos permanentes y ninguno temporal.

Los cargos en que ocupan personal son: Gerente/Administrador, Cocinero, Auxiliar de Cocina y Mesero.

El cargo que más número de ocupaciones genera es el de mesero con un total de 3 personas empleadas. De otra parte el cargo con menos personal empleado es el Gerente/Administrador con un (1) empleo.

### **CONCLUSIONES:**

La demanda de personal para emplear en los restaurantes, en promedio es 4 personas por establecimiento, en menor proporción requieren personal altamente calificado como lo es un Gerente/Administrador y el 88% es personal con perfil técnico o con experiencia en labores en cocina y mesa.

Es de resaltar que ninguno de los restaurantes contrata los servicios de un Contador /Auxiliar Contable, lo que evidencia que no llevan contablemente las cuentas de ingresos y gastos del Restaurante.

#### **4.3.5.6. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE LA OFERTA DE RESTAURANTES EN EL MUNICIPIO DE SANTA ROSALIA.**

208

Con el propósito de identificar y obtener una descripción de la capacidad instalada y servicios ofrecidos por los establecimientos de Restaurantes ubicados en el Municipio, se convocaron a los restaurantes para la aplicación y diligenciamiento de la Encuesta, obteniendo una muestra de 1 establecimiento gastronómico.

Dado que el municipio de Santa Rosalía presenta poca oferta gastronómica, existen solo 4 establecimientos formales, dos de comida ejecutiva y a la carta y dos de comidas rápidas. De estos solo uno se vinculó al proceso de identificación y socialización, y solo uno diligenció la encuesta. En términos generales es una oferta reducida en número y tipos de platos, basados en el pescado, las carnes y las sopas. No se identificó unidad de criterio en un plato que sea el típico del municipio, aunque se logró conocer unas variedades de quesos que pueden hacer parte de una integración de plato fuerte con postre

especial de leches. Se recomienda realizar un proceso técnico de mejoramiento de la oferta gastronómica del municipio.

### 4.3.6

## • ADMINISTRACIÓN Y GOBERNABILIDAD

Una vez identificado uno de los potenciales turísticos del departamento del Vichada, se hace necesario revisar **EL PLAN DE DESARROLLO NACIONAL 2010-2014 “prosperidad para todos”** en el que se han dejado estrategias planteadas para el desarrollo del sector como herramientas para ser aprovechadas en torno a la competitividad y crecimiento de la productividad, consecuente con este, se presenta el **PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL “GOBIERNO DE TODOS” 2012-2015** y en este documento de planeación de desarrollo para el departamento se plasma en el contenido programático el **OBJETIVO ESTRATEGICO 4: POLO DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD: LOGRAR POSICIONAR ECONOMICAMENTE AL DEPARTAMENTO DE VICHADA COMO UN POLO DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN EL PAIS**

Vincula el **Programa: TURISMO MOTOR DEL DESARROLLO REGIONAL:** Haremos del turismo fuente de desarrollo y competitividad regional, posicionando al Vichada mediante una política de valoración de los atractivos, así como la estructuración de productos turísticos, en consonancia con la conservación del medio ambiente en un marco de desarrollo sostenible, favoreciendo la generación de unos estándares de calidad, a fin de implementar la política pública del sector. **Sub Programa: Visión y posicionamiento Turístico del Vichada.** Implementaremos de manera participativa el plan de desarrollo turístico, de acuerdo con la visión establecida para el sector, en la cual es vichada será lugar de culto para pesca deportiva, el ecoturismo, etnoturismo y agroturismo, para lo cual posicionaremos como marca turística los elementos físicos, naturaleza, cultura, intangibles característicos, la identidad llanera. **Sub Programa: Estructuración y diseño de Productos Turístico** Incentivaremos el establecimiento de productos turísticos característicos del Vichada, claves, la pesca deportiva, el ecoturismo y complementarios, el etnoturismo, agroturismo y turismo de aventura entre otros potenciales a desarrollar en el futuro, manteniendo una progresiva divulgación, promoción y comercialización a nivel regional, nacional e internacional de los productos turísticos. **Sub Programa: Sostenibilidad y**

210

**Calidad del sector turístico** Dinamizaremos el sector mediante la implementación de lineamientos de sostenibilidad y calidad para lo relacionado con oferta turística, medio ambiente y desarrollo social, para la generación de empleo, diversificación de sectores económicos del departamento y bienestar social, entrenaremos y capacitaremos a actores turísticos y comunidad en general para luego establecer e implementar los objetivos y estrategias, en torno a una mesa de turismo, como punto de encuentro entre los distintos actores del sector turístico, sector privado y público.

Es de precisar que la identificación del producto le apunta al cumplimiento de las Metas señaladas en el plan de gobierno mencionado y que asume las herramientas en la mayor parte de los aspectos para la consolidación del mismo. Atendiendo al principio de planeación realizado por el gobierno departamental.

En Colombia, otros Planes deberán contribuir a reforzar la acción de otras estrategias nacionales y departamentales, sectoriales y generales, de aplicación actual. Plan de desarrollo turístico 2012-2016 y plan sectorial de turismo 2011-2014.

211

Hasta la fecha, se han firmado en las tres fases: 2000, 2005 y 2010, los convenios de competitividad donde El Departamento de Vichada se visualiza como destino de etnoturismo, ecoturismo y pesca. Dichos Convenios de competitividad turística surgen a partir del “Estudio de competitividad del sector turismo” en 1996, cuando se empezó a trabajar en el mejoramiento de procesos por medio de estrategias de los cuales destacamos los ejes de: diseño de producto, promoción, comercialización, prestación de servicio.

En el 2009 el Plan Regional de Competitividad del departamento de Vichada, bajo la orientación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación, define como visión 3 tipos de producto así:

- Eco-turismo.
- Etno-turismo.
- Pesca deportiva.

Esto supone una apuesta preliminar a productos turísticos para estructurar el desarrollo del turismo en Vichada, la pesca deportiva, es internacionalmente

conocida, consiste en el disfrute por parte del turista de los ríos de Vichada para la “captura y suelta. Así como de los diferentes atractivos, bienes y servicios turísticos complementarios, en ríos en las modalidades de pesca a la mosca, spinning, casting, troleo y fondeo. El producto está compuesto por los siguientes bienes naturales, así como de las rutas pedestres, fluviales y terrestres que los conectan:

- Río Bitá.
- Bocas del Río Meta.
- Playa Río Tomo.
- Refugio Nimajay.
- Río Tuparro.
- Bocas del Río Tuparro.
- Río Dagua.
- Río Orinoco en Tambora.

La matriz de competitividad turística, sugiere compromisos y proyectos apoyados por el Viceministerio de Comercio, Industria y Turismo tales como, el diseño de un producto turístico de pesca deportiva, talleres de sensibilización turística, formulación de un plan de mercadeo y diseño de marca turística y adecuación de alojamientos turísticos al entorno, entre otros.

212

Las acciones para el desarrollo del sector turístico, son incipientes en el departamento, al igual que la información sobre este sector. De contraparte, es evidente el interés de la actual administración en generar avances en tema turístico, es así como proyecta Visión Vichada 2019, Contempla al turismo como un sector que contribuirá al desarrollo del país, en el marco de un modelo empresarial competitivo, gracias a su variedad de productos turísticos como el ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, turismo histórico y cultural, entre otros. *Plan Regional de Competitividad Vichada. 2009. P.17, 18, 19. [En línea]. Disponible en: [www.comisionesregionales.gov.co](http://www.comisionesregionales.gov.co) [Citado el 16 de Marzo de 1012].*

La Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, Documento regional, Amazorinoquía 2005 fue elaborada en el marco de la Visión 2019. El Gobierno Nacional, a través del (Conpes) 3297 de 2004, le asignó al Departamento Nacional de Planeación la responsabilidad de coordinar la elaboración de la Agenda, Esta Agenda Interna fue realizada gracias a un

acuerdo de asociación a través de intereses comunes que identifican a los gobernadores de la Orinoquía y la Amazonía, estos departamentos son: Arauca, Vichada, Vaupés, Casanare, Guainía, Amazonas, Caquetá, Guaviare, Meta y Putumayo. El objetivo de dicha asociación es lograr mayor capacidad de gestión y negociación, generar una visión regional en el sector económico, social y ambiental. Prevé que el Departamento de Vichada debe formular un modelo de desarrollo territorial sustentable, debido a la baja densidad poblacional, al índice de población indígena (40%) y al uso del territorio como reserva natural. Para 2020, las Áreas productivas para la Amazonoquía estarán representadas en el sector de servicios con la actividad de aventura y la región será un territorio integrado, biodiverso y generador de desarrollo económico, que contará con fortaleza empresarial lo cual garantizará la competitividad y una inserción exitosa en el entorno nacional e internacional. *Agenda Interna Amazonoquía – 2005.*

Para el 2011, Las estrategias de vichada como destino turístico deberían estar encaminadas al Fortalecimiento de la pesca deportiva. Pero Vichada tiene definidos algunos problemas de competitividad de acuerdo a los indicadores más relevantes:

□ Nivel de infraestructura y entorno de negocio en el sector turístico (aérea, terrestre, fluvial, turística, tecnológica), la Competitividad de los precios en el sector turístico, el Inventario de estadísticas turísticas, entre otros.

Los objetivos del PDT Plan Departamental de Turismo, se basan en la estructuración de productos y posicionamiento del destino. El producto Turismo de Aventura y en concreto, el subproducto pesca deportiva, son la atracción principal del destino, sólo durante la temporada (de diciembre a marzo) en los destinos prioritarios: Puerto Carreño y alrededores (Ríos Orinoco, Bitá y Meta)

Las Estrategias de Promoción y Comunicación pasa por el Posicionamiento de Vichada como destino de pesca deportiva fluvial y Optimizar todas las vías de generación asociadas a la pesca fluvial deportiva. Entre otros.

- Plan de manejo turístico para pesca deportiva fluvial de Vichada: con un marco sostenible y de calidad. Se realizarán las siguientes acciones:
  - Definir espacios de pesca deportiva por temporadas y especies.
  - Definir capacidad de carga diaria en cada sitio y un sistema de permisos para la pesca en cada uno, que sea práctico y ágil.
  - Identificar y aplicar las consecuencias (multas u otras medidas) para aquellos operadores turísticos que no respeten la capacidad de carga y las especies protegidas.

#### Fase de dinamización del producto

- Facilitación de permisos oficiales para operadores y embarcaciones de pesca recreativa.
- Agrupar la oferta de lancheros y guías de pesca, para promocionarla de forma integrada como guías y lancheros oficiales. Alinearse y buscar sinergias de uso de puertos con base en lo dispuesto en el Esquema de Ordenamiento Territorial de Vichada sobre el fortalecimiento de la infraestructura fluvial, donde se prevé la adecuación y remodelación de los muelles de pasajeros de Puerto Carreño y Casuarito.
- Estructuración de aplicaciones informáticas para dispositivos móviles con explicación e información de pesca deportiva del departamento, a modo de guías turísticas especializadas. Se deberá buscar sinergias con el proyecto de señalización del Río Orinoco y del Meta, establecido en el EOT 2012.
- Creación de una línea de subvenciones o ventajas fiscales (i.e. exención impositiva) para empresas relacionadas con el turismo de pesca, que cumplan estándares de calidad.

Para el año 2015 las rutas deben estar diseñadas geográficamente, tematizadas y con infraestructura a su alrededor la cual facilite el acceso a los circuitos fluviales. También se requiere que estén listos los inventarios de peces y el plan de manejo. Para el año 2017 los actores de turismo del Departamento de Vichada deben haber consolidado una mesa interinstitucional sobre la cual se debatan temas puramente turísticos y se puedan tomar decisiones e implementar acciones al respecto.

A continuación se hace un resumen de los principales actores presentes en el departamento que se relacionan de manera directa o indirecta con la actividad de pesca deportiva. Intervienen actores locales nacionales e internacionales como son los pescadores artesanales, los pescadores deportivos nacionales y los pescadores deportivos extranjeros, agencias de viajes, el sector hotelero, de restaurantes, el gremio de taxistas, el transporte aéreo y fluvial de pasajeros.

## ACTORES INSTITUCIONALES

- Gobernación Departamental del Vichada.
- Alcaldía Municipal de Puerto Carreño.
- Alcaldía municipio de la Primavera
- Alcaldía municipio de Santa Rosalía
- Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca AUNAP.
- FONTUR
- Policía Ambiental
- Armada Nacional
- Migración Colombia

215

Dentro de una estructura política, los entes territoriales tienen a su cargo desarrollar el departamento y/o municipios como destinos turísticos; actualmente, el departamento no tiene una Secretaría o Dirección específica, el encargado de desarrollar el tema de turismo es un profesional en la Secretaría de Planeación.

El departamento no tiene representatividad en los principales agremiaciones del sector turístico, tales como COTELCO, ANATO, Y ACODRES, FEDEC, ni cuenta con cámara de comercio propia, ni existe capítulo Vichada. Presencia de autoridades ambientales como CORPORINOQUIA, y en temas de formación, el SENA.

En cuanto a la presencia de corporación, fundaciones u ONGs que brinden atención, investigación, actividades de conservación y asesorías a empresarios del sector, únicamente encontramos la unidad de parques Naturales Nacionales y la fundación Omacha.

Impulsar el desarrollo de clúster turístico y peces ornamentales, son apuestas productivas que tienen prioridad para el gobierno actual en el Municipio de Puerto Carreño.

Es importante anotar que la gobernabilidad y la administración turística, consiste principalmente en la adecuada Planeación, coordinación, reglamentación y control de la actividad turística, por lo tanto la función principal en este tema la deben ejercer los entes territoriales, las mesas de planificación turística, las entidades que suministran recursos para mejorar la actividad, y los entes de control.

De acuerdo al informe OFICINA DE TURISMO DE VICHADA dentro de la visión y posicionamiento turístico del departamento, la administración tiene planteado ejecutar una serie de acciones que permitan el desarrollo e implementación de la estructuración y diseño de productos turísticos.

#### ✓ **COMPETITIVIDAD**

1. **Proyecto: Estructuración Y Diseño Del Producto Turístico De Pesca Deportiva Para El Departamento Del Vichada.** Presentado en Enero de 2014 y Aprobado por Fontur en Abril de 2014 por un valor de 140.525.000 quienes aportaran un 79,72%, un 3,56 la AUNAP y un 16.73% por la Gobernación. El objetivo es Estructurar la pesca deportiva como un producto turístico estratégico para fortalecer la oferta y competitividad turística a través de la identificación y desarrollo de buenas prácticas promoviendo el uso sostenible de los recursos naturales del Departamento del Vichada. El proyecto en este momento está en proceso de contratación en FONTUR y el aporte de la gobernación el proceso está en Jurídica.
2. **Proyecto: Apoyo Logístico al Primer Torneo Internacional y Nacional de pesca Deportiva Sostenible.** Objetivo: Concientizar a la comunidad en general en el uso de buenas prácticas de pesca deportiva, protección de la biodiversidad de la cuenca del Orinoco y fomentar el desarrollo turístico del departamento. Se premiara a los competidores de mejor desempeño deportivo y ambientalmente amigable. El proceso precontractual iniciara dos meses antes del evento.

3. Se ha enviado los informes solicitados por el Viceministerio de Turismo y los avances a la matriz de competitividad turística
4. Se han brindado asesoría y acompañamiento a las empresas que están en el proceso de legalización

## ✓ SOSTENIBILIDAD Y CALIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO

**1. Proyecto: Programa De Capacitación De Formación Y Formalización:** El objetivo es Fomentar la formalización en el sector turístico en los tres municipios de Santa Rosalía, la primavera y Cumaribo. Se realizó una primera visita haciendo un inventario del sector y socialización del programa de turismo departamental a las alcaldías y concejos Municipales. Se coordinó con el SENA, Cámara De Comercio y Policía De Turismo una segunda visita de capacitación en formación y formalización del sector turístico y socialización del Registro Nacional de Turismo. Pendiente realizar y coordinar otra visita para continuar con el proceso.

4.3.7

## • TECNOLOGIA

Si bien es cierto el esfuerzo de los gobernantes por sentar unas bases al desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación, como principales generadores de la economía del departamento, el plan Vichada Digital como programa estratégico, plasmado en el plan departamental, se encuentra en implementación. Dicha iniciativa, permitiría al 2015, el Mejoramiento de la conectividad: internet, telefonía fija y celular y pone al alcance la Conectividad Inalámbrica, la cual mejoraría el rendimiento y velocidad.

En la actualidad, el destino presenta una debilidad en cuanto al uso de tecnologías conexas al producto y los servicios turísticos complementarios. La conectividad en comunicación vía celular, está restringida, solo existe el servicio de un operador. Lo cual limita la posibilidad de comunicación del turista con su zona de residencia.

218

La señal de internet es reducida e intermitente. La señal de televisión tiene una buena oferta.

Con respecto a las tecnologías utilizadas en los procesos de la prestación del producto y servicios, se basan principalmente en técnicas y métodos artesanales y ancestrales, aprendidas por los servidores, en procesos de enseñanza familiar y transferencia de conocimiento por experiencia y sobrevivencia económica. Algunos prestadores han obtenido formación básica y técnica en su labor.

## 4.3.8

• **CAPACITACIÓN**

Con el ánimo de brindar un servicio turístico de calidad, el plan de acción 2015, tiene como objeto consolidar las capacidades de los actores locales, para llevar adelante el desarrollo de los productos especializados de pesca deportiva. Se busca la capacitación en todos los eslabones de la cadena de valor turística. El proyecto plantea la creación de cursos de capacitación cuyas temáticas son: Capacitación en guianza de productos de Vichada: dirigida a formar a los pescadores en técnicas de guía de turismo y a los guías profesionales en técnicas de pesca en río. Capacitación en idioma inglés, Capacitación en gestión de marketing especializado: tiene por objetivo que los responsables de marketing de las empresas e instituciones de turismo vayan alineados con las herramientas de la promoción turística disponibles a nivel nacional y departamental y también para generar y aplicar nuevas tecnologías de promoción y comercialización. Entre las temáticas se tiene el conocimiento de cómo gestionar la página web, central de reservas, posicionamiento (SEO, SEM), webs 2.0 y uso de redes sociales. Capacitación en calidad del servicio: busca capacitar a los prestadores en los estándares básicos de la normativa nacional. Los contenidos estarán aplicados para transporte, alojamiento, restaurantes; tour operadores, artesanos. Las temáticas serán sobre: atención al cliente, atractivos turísticos del departamento, condiciones mínimas de seguridad; buenas prácticas internacionales en la prestación de servicios de alojamiento; especialización de la carta-menú de acuerdo a los productos típicos de la región; guías turísticos; diseño de artesanías del departamento; canales comerciales. Capacitación en búsqueda de financiamiento: plantea cursos de capacitación orientados a todos los empresarios turísticos. El contenido del curso girará en torno a: fuentes disponibles de financiamiento público y privado; descripción de la naturaleza de estas instituciones y de cómo operan; cómo presentar proyectos a estas instituciones, formato para presentación de proyectos, bases para hacer un plan de negocio, consideraciones de forma a tener en cuenta, etc

Se espera que el departamento sea un destino turístico reconocido a nivel internacional a través de sus productos de pesca deportiva, por lo tanto, se requiere que para el año 2017 todas las personas que integren la cadena de valor estén capacitados y a la altura de atender turistas extranjeros.

#### 4.3.8.1 PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE LA CAPACITACION TURISTICA EN EL MUNICIPIO DE **PUERTO CARREÑO**.

- ❖ **Variables de Capacitación:** Con el fin de establecer el nivel de capacitación con que cuenta el personal vinculado a la prestación del servicio turístico, se solicitó a la población encuestada, la selección de una o varias opciones entre los criterios formulados, así:

#### RESULTADOS:

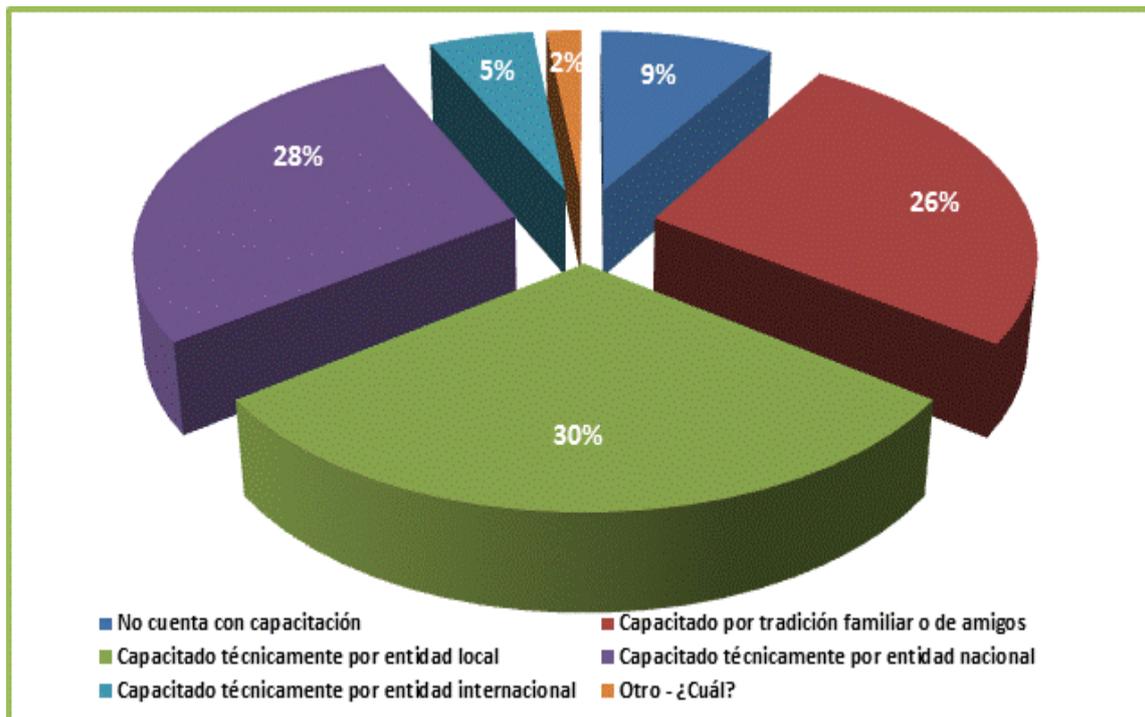
**TABLA 96. Capacitación del Personal Prestador del Servicio**

5.1.	Cómo se ha capacitado el personal vinculado a la prestación del servicio?	Total	Participación
5.1.1.	No cuenta con capacitación	5	9%
5.1.2.	Capacitado por tradición familiar o de amigos	15	26%
5.1.3.	Capacitado técnicamente por entidad local	17	<b>30%</b>
5.1.4.	Capacitado técnicamente por entidad nacional	16	28%
5.1.5.	Capacitado técnicamente por entidad internacional	3	5%
5.1.6.	Otro - ¿Cuál?		
	De la Vida	1	2%
<b>TOTALES</b>		<b>57</b>	<b>100%</b>

220

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 67. Capacitación del Personal Prestador del Servicio**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El 30% de los resultados de la encuesta, establece que el personal ha sido capacitado por entidad local, un 28% cuenta con capacitación técnica brindada por entidad nacional; seguido de un 26% que afirman ser capacitados por tradición familiar o a través de amigos.

El 9% señala que no cuenta con capacitación, mientras un 5% ha sido capacitado técnicamente por entidad internacional y un 2%, respondieron que Otro, por experiencia adquirida durante su vida.

**CONCLUSIONES:**

En términos generales el personal que se encuentra vinculado como prestador de servicio turístico se encuentra capacitado por entidades locales y nacionales, lo cual mejora la calidad del servicio, toda vez que fortalece las habilidades y competencias del recurso humano que desarrolla una actividad dentro del sector turístico, generando mejores oportunidades y consolidando el producto turístico de la región.

Sin embargo existe un porcentaje importante que indica que ha sido capacitado por familiares o amigos, y aunque esta práctica de transmisión de conocimientos a través de la tradición familiar es considerada como parte de la cultura de la región; la misma no es certificada, a la vez que requieren ser complementadas por actualizaciones que incluyan la normatividad vigente aplicable al sector de turismo, como también conceptos técnicos que proporcionen al prestador del servicio, las herramientas necesarias para brindar un mejor servicio.

#### ❖ VARIABLES DE CAPACITACION:

Se indagó dentro de los participantes a los talleres dirigidos a los prestadores de servicios turísticos, sobre la variable de capacitación, los temas que requieren y las entidades que han brindado este servicio, consolidando las siguientes respuestas:

- 1 **Capacitaciones SENA:** Competencia laboral, Guianza turística (operadores) general
  - a. Primeros Auxilios, Atención al Cliente, Seguridad Fluvial, Manipulación de alimentos,
  - b. Rescatismo.
- 2 **Talleres en Convenio SENA – Gobernación del Vichada:** Formalización de Empresa, Medio Ambiente y Buenas Prácticas, Aprendizaje del cliente de pesca deportiva
- 3 **Capacitación AUNAP:** Conocimiento sobre normatividad y reglamento de pesca, manipulación del pez y tallas permitidas para la extracción de especies.
- 4 Transferencia de conocimientos de expertos
- 5 Tradición Experiencial
- 6 Tradición Familiar

**OBSERVACION:** La Capacitación en legislación turística es insípida

**4.3.8.2. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE LA CAPACITACION TURISTICA EN EL MUNICIPIO DE LA PRIMAVERA.**

**OTROS ASPECTOS RELACIONADOS**

- ❖ **Variables de Capacitación:** Con el fin de establecer el nivel de capacitación con que cuenta el personal vinculado a la prestación del servicio turístico, se solicitó a la población encuestada, la selección de una o varias opciones entre los criterios formulados, así:

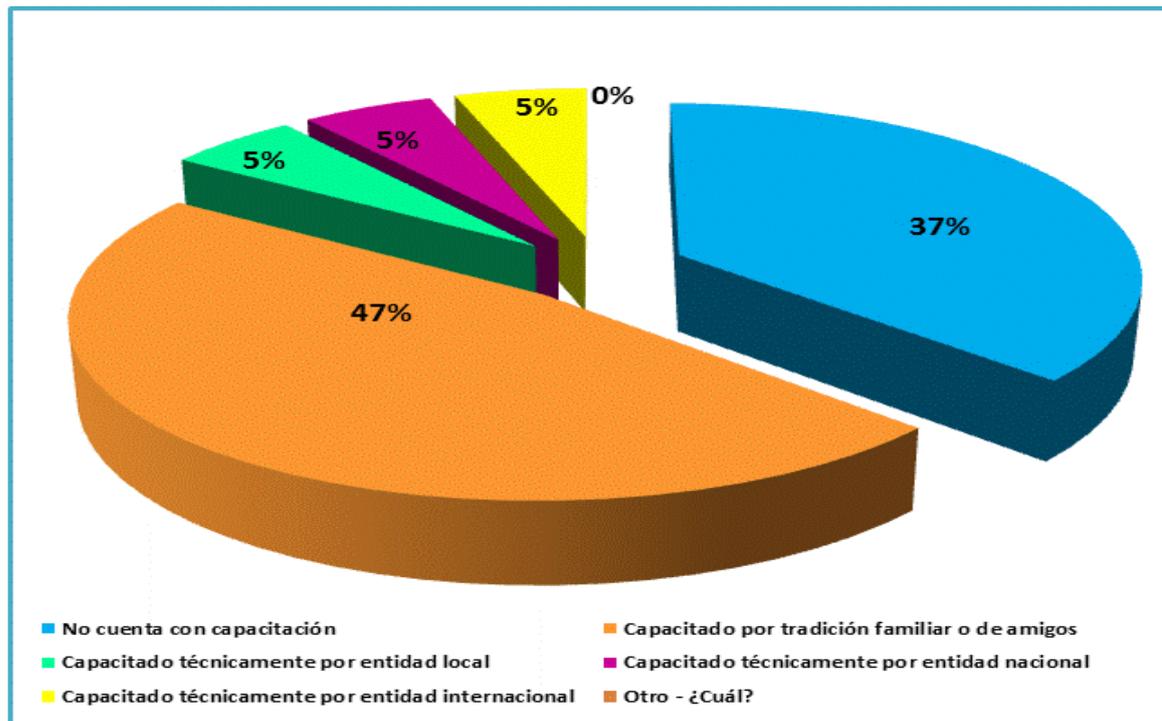
**RESULTADOS:**

**TABLA 97. Capacitación del Personal Prestador del Servicio**

5.1.	Cómo se ha capacitado el personal vinculado a la prestación del servicio?	Total	Participación
5.1.1.	No cuenta con capacitación	7	37%
5.1.2.	Capacitado por tradición familiar o de amigos	9	47%
5.1.3.	Capacitado técnicamente por entidad local	1	5%
5.1.4.	Capacitado técnicamente por entidad nacional	1	5%
5.1.5.	Capacitado técnicamente por entidad internacional	1	5%
5.1.6.	Otro - ¿Cuál?	0	0%
<b>TOTALES</b>		<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 68. Capacitación del Personal Prestador del Servicio**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 47% de los prestadores de servicios turísticos han recibido capacitación a través de la tradición familiar o amigos, el 37% afirma que no ha recibido capacitación, el 5% indica que ha sido capacitado técnicamente por entidad local, otro 5% que ha recibido capacitación de entidad nacional y otro tanto, por entidad internacional.

**CONCLUSIONES:**

Aproximadamente la mitad de los prestadores de servicios turísticos recibieron capacitación a través de tradición familiar o por amigos y otro número alto, no ha sido capacitado en temas relacionados con su actividad turística, lo que significa un nivel bajo en capacitación para las personas vinculadas al sector turístico del Municipio de la Primavera, lo que puede afectar la prestación del servicio en termino de calidad y eficiencia.

De los 10 prestadores de servicios turísticos, solo 3 han recibido capacitación por alguna entidad local, nacional o internacional; sin embargo se hace necesario fortalecer las habilidades y competencias del talento humano que forman parte de la cadena productiva del turismo en La Primavera, con el propósito de mejorar la oferta turística local y consolidar el producto de la pesca deportiva.

# 4.3.9 • ESTUDIO DE MERCADO.

## 4.3.9.1. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DEL ESTUDIO DE MERCADO EN EL MUNICIPIO DE PUERTO CARREÑO.

### ❖ ANÁLISIS ECONÓMICO:

En este aspecto con el fin de analizar el impacto económico que la actividad de pesca genera en la zona, se evaluaron variables relacionadas con los precios cobrados por los prestadores de servicios turísticos, los bienes y servicios que adquiere el turista, los ingresos obtenidos en la temporada, entre otros.

- CUÁLES SON LOS PRECIOS QUE USTED COBRA POR PERSONA Y QUE INCLUYE (SIN TRANSPORTE DE LLEGADA):

Los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del Municipio de Puerto Carreño, fueron agrupados en los rangos de valores, teniendo en cuenta la similitud de los servicios ofrecidos, la cantidad de personas y días. Los valores dados en dólares por concepto de servicios a Extranjeros fueron convertidos a pesos colombianos, con una tasa \$2000.

### RESULTADOS:

**TABLA 98. Costos paquetes turísticos entre 6 y 8 días todo incluido**

Descripción Servicio	Costo servicio	Cantidad Prestadores que ofrecen el servicio
Orinoco 8 días transporte interno terrestre y fluvial refrigerio, motorista, embarcación, alimentación, alojamiento en campamento	2.000.000,00	1

Todo incluido solo pesca en los ríos Bitá y Orinoco	2.500.000,00	1
A Colombianos por persona 8 días	3.000.000,00	2
Todo Incluido y visita al Parque Nacional del Tuparro	3.200.000,00	1
Paquete rito tomo incluye alimentación, campig, transporte terrestre y fluvial, cocinera, bebida	3.500.000,00	3
Persona Tomo Terecay, transporte, comida, transporte fluvial, señora del servicio <b>ranchería</b> x 6 días / A extranjeros US1.400 (\$2.000)	3.600.000,00	5
por persona, rio tomo terecay transporte terrestre fluvial, comida, servicio de ranchería	3.700.000,00	1

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**TABLA 99. Costos servicios turísticos por persona/día**

Descripción Servicio	Costo servicio	Cantidad Prestadores que ofrecen el servicio
Por persona incluye transporte fluvial	140.000,00	1
DIA/ 2 personas bote, gasolina	150.000,00	1
x día transporte libres de combustible y alimentación	150.000,00	1
a nacionales (día)	170.000,00	1
Transporte Fluvial y movilización a los sitios de pesca/día por persona Mínimo salida al pueblo incluye lancha motorista/incluye motor lancha y motorista y gasolina /durante evento pesca deportiva transporte día	250.000,00	6
lancha x 2 personas, agua y gaseosa	250.000,00	1
Alquiler Bote / día	300.000,00	1
Día/ embarcación, cocinero, planta, seguro	338.800,00	2
A extranjeros (día) 200 Us (\$2000)	400.000,00	1

persona /día incluye comida bebidas frías no alcohólicas, transporte fluvial, lavado ropa, transporte terrestre	400.000,00	2
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	---

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

### ANALISIS E INTERPRETACION:

Según los datos suministrados por los encuestados, se ofrecen paquetes turísticos desde \$2.000.000 de pesos hasta \$3.700.000, por persona, de 6 a 8 días de permanencia, que incluyen transporte interno terrestre y fluvial, alimentación, refrigerio, motorista, embarcación, alojamiento en campamento, servicio de ranchería; para realizar recorrido por el río Tomo, Orinoco y/o Terecay. Algunos planes incluye visita al Parque Tuparro.

El Plan con el costo con mayor frecuencia señalado por los prestadores de servicios turísticos encuestados es el de \$3.600.000.

En cuanto a costos por día/persona, pueden oscilar entre \$140.000 y \$400.000 pesos, que puede incluir desde transporte fluvial, en algunos casos libres de combustible y alimentación, movilización a los sitios de pesca, salida al pueblo, motorista y gasolina lo que aumenta el valor del plan. El servicio de transporte es prestado por un costo día de \$250.000 por durante el evento pesca deportiva.

228

Algunos planes incluyen lavado de ropa, alimentación bebidas no alcohólicas y seguro de vida.

### CONCLUSIONES:

Teniendo en cuenta los valores indicados por los prestadores de servicios turísticos, no existe una regulación oficial de precios para planes o paquetes ofrecidos a los turistas, sugiriendo que dicha regulación la realizan los mismos prestadores de servicios turísticos de acuerdo a la demanda y oferta del producto de pesca deportiva.

Se hace necesaria la implementación por parte de la autoridad local y departamental, de mecanismos de control y de vigilancia sobre los precios de planes turísticos con el fin de regular el mercado y hacer más sostenible el desarrollo del producto turístico.

### - QUE OTROS BIENES Y SERVICIOS ADQUIERE EL TURISTA DIFERENTE A LOS SUYOS EN PROMEDIO DE DINERO GASTA EN ELLO

Para la consolidación de la información suministrada por los encuestados, se agruparon los ítems similares, calculando el costo diario en los casos que hayan sido indicados los valores respectivos.

**RESULTADOS:**

**TABLA 100. Otros bienes y servicios que adquiere el turista diferente a los ofrecidos por los prestadores de servicios turísticos y promedio de dinero que gasta**

Descripción otros bienes y servicios	Costo 6/8 días Aprox	Costo diario Aprox.
Viveres para 8 días	2.500.000,00	312.500,00
Artesanías, chinchorros, toldillos		380.000,00
Diario alimentación, licor hielo por persona		30.000,00
Persona x 6 días, viveres, licor, cerveza, hielo, repelentes,	600.000,00	100.000,00
Ingredientes para la comida en el recorrido		50.000,00
Carne a la llanera música criolla , grupos folclóricos	1.000.000,00	166.666,67
Bebidas alcohólicas		500.000,00
Gastos personales, como licor, bloqueadores y medicamentos,	-	-
Venta de Señuelos y Ropa de pesca	-	-
avistamientos de toninas caminatas ecológicas	-	-
Productos venezolanos		
Hospedaje, alimentación, artesanías	-	-
<b>TOTAL GASTO DIARIO</b>		<b>1.539.166,67</b>
<b>TOTAL PROMEDIO DIARIO</b>		<b>219.880,95</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

El turista adquiere por su cuenta, fuera del Plan Turístico, bienes como viveres, chinchorros, toldillos, licor, hielo, repelentes, medicamentos entre

otros, y servicios como hospedaje, alimentación, contratación de grupos de danzas o folclóricos de la región, avistamientos de toninas y caminatas ecológicas.

El ítem con mayor frecuencia comprado por los turistas son las artesanías. Igualmente los productos venezolanos hacen parte de los costos adicionales a los planes turísticos de pesca deportiva. Cuando los paquetes turísticos no incluyen alimentación esta corre por cuenta del turista, en algunos casos, también deben asumir los gastos de combustible de la embarcación contratada. El promedio de los gastos diarios asumidos por los turistas, calculados sobre los valores aproximados suministrados por los encuestados es de \$219.880,95 por persona.

### CONCLUSIONES:

Los turistas o pescadores que practican la pesca deportiva gastan en promedio 220 mil pesos por persona diarios, lo que evidencia la disposición de realizar la actividad pese a los costos que conlleva dicha práctica; lo cual es beneficioso para los actores involucrados en el desarrollo del producto turístico y en general para la comunidad local, como artesanos y diferentes operadores turísticos como los restaurantes, hoteles, y comerciantes de víveres que ofrecen los bienes y servicios adicionales a los planes o paquetes turísticos y que son demandados por los turistas.

Esto confirma que la actividad turística y en especial el producto de pesca deportiva genera durante su desarrollo, ingresos a la población de Puerto Carreño, especialmente a quienes se dedican al comercio de víveres y demás bienes de básica necesidad para la permanencia de los turistas en la región, artesanos y folclorista, entre otros; factor que genera un desarrollo económico, mejorando el nivel de vida de los pobladores; siempre y cuando se promocióne y fortalezca el atractivo turístico y se brinde el servicio con calidad.

### - CUÁNTO FUE SU INGRESO TOTAL EN LA TEMPORADA Y CUANTO LA GANANCIA NETA:

En este aspecto, 27 encuestados informaron sobre los ingresos totales por la actividad de pesca durante la temporada y las ganancias netas obtenidas, a la vez respondieron si conocían sus costos de operación:

**RESULTADOS:**

**TABLA 101. Ingreso total en la temporada y cuanto la ganancia neta:**

No.	INGRESOS	GANANCIAS NETAS	PORCENTAJE GANANCIA
1	800.000,00	800.000	100%
2	1.000.000,00	1.000.000	100%
3	2.500.000,00	250.000	10%
4	3.000.000,00	2.000.000	67%
5	4.000.000,00	2.500.000	63%
6	4.350.000,00	2.500.000	57%
7	5.000.000,00	2.500.000	50%
8	5.000.000,00	3.000.000	60%
9	6.000.000,00	500.000	8%
10	6.000.000,00	300.000	5%
11	6.400.000,00	3.900.000	61%
12	12.000.000,00	5.000.000	42%
13	13.000.000,00	7.000.000	54%
14	20.000.000,00	6.800.000	34%
15	21.000.000,00	7.000.000	33%
16	21.000.000,00	10.000.000	48%
17	21.600.000,00	8.000.000	37%
18	21.600.000,00	8.000.000	37%
19	24.000.000,00	12.000.000	50%
20	25.000.000,00	10.000.000	40%
21	27.000.000,00	12.000.000	44%
22	30.000.000,00	3.000.000	10%
23	32.000.000,00	8.000.000	25%
24	44.000.000,00	8.000.000	18%
25	58.000.000,00	24.500.000	42%
26	83.500.000,00	56.000.000	67%
27	140.000.000,00	30.000.000	21%
<b>TOTAL</b>	<b>637.750.000,00</b>	<b>234.550.000</b>	<b>37%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>23.620.370,37</b>	<b>8.687.037</b>	<b>37%</b>

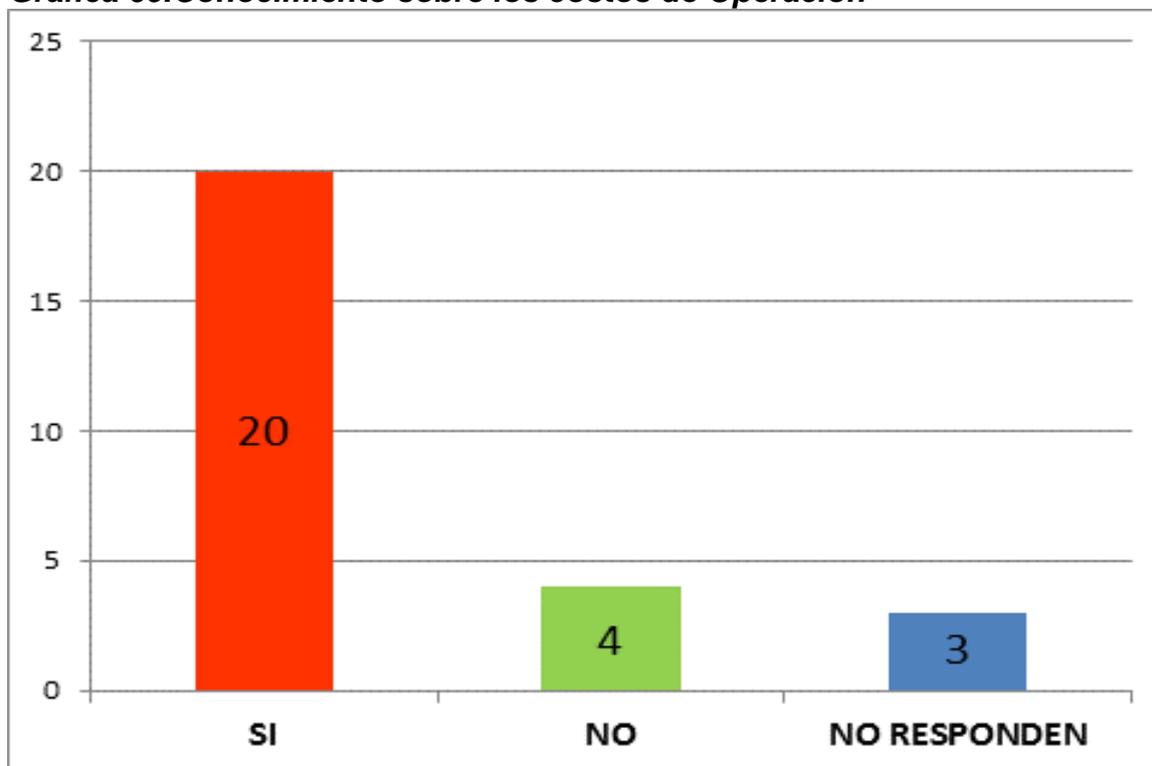
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**TABLA 102. Conocimiento sobre los costos de Operación**

RESPUESTA	SI	NO	NO RESPONDEN
No. PERSONAS	20	4	3

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 69. Conocimiento sobre los costos de Operación**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a las respuestas dadas por la muestra encuestada, los ingresos generados por la actividad de pesca deportiva, pueden estar entre \$800.000 y \$140.000.000; la razón de los ingresos inferiores se debe que se trata en la mayoría de casos de personas contratadas para alguna labor específica, como es el caso de los motoristas de las embarcaciones y las cocineras o servicio de ranchería.

En el caso de los ingresos superiores a 50 millones de pesos, corresponden a los prestadores de servicios turísticos que ofertan paquetes todo incluido por 6 u 8 días de permanencia.

En cuanto a las ganancias netas, se refleja porcentajes entre el 5% y 100% sobre los ingresos obtenidos; particularmente para aquellos ingresos menores a \$1.000.000 quienes sin tener en cuenta el valor de mano de obra, asumen el valor total pagado por sus contratantes como ganancia.

El 59% de la población encuestada afirma obtener ganancias con porcentajes que van desde 5% al 48% sobre los ingresos generados y el 41% restante de los encuestados, señalan ganancias netas que corresponden desde el 50% a 100% sobre los ingresos por la actividad de pesca deportiva.

Respecto al interrogante si conocen o no sus costos de operación, 20 encuestados respondieron que SI y 4 que NO, los demás no respondieron la pregunta.

### **CONCLUSIONES:**

A pesar que la mayoría de los encuestados afirmaron que si conocen sus costos de operación, los valores de ganancias netas para algunos casos, evidencia el desconocimiento por parte del prestador de servicios turísticos para presupuestar dichos costos y tener claro el valor de las ganancias netas una vez deducidos estos.

233

De otra parte, de acuerdo a los datos suministrados de ingresos y ganancias netas, estas últimas en algunos casos corresponden a porcentajes superiores 50% del total de los ingresos generados; como consecuencia de la falta de regulación de precios para los planes o paquetes turísticos para el desarrollo de la pesca deportiva.

Lo anterior, pone de manifiesto la necesidad de capacitar a los prestadores de servicios turísticos en mercadeo y plan de negocios, con el fin de mejorar sus conocimientos en conceptos básicos de ingresos, costos y gastos de operación y ganancias netas, que generen un claridad del valor de su inversión frente al costo y la ganancia obtenida.

### **ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**

Dentro de este aspecto se analizaron servicios complementarios como alojamiento, salud, transporte y otros, logrando recoger algunas manifestaciones de los asistentes en su mayoría prestadores de servicios

turísticos durante la realización de talleres, para conocer de forma directa el estado de estos servicios complementarios a la actividad de pesca deportiva, así:

- ❖ **Aspectos Relacionados con servicios complementarios**
- La primera noche es necesario pernotar en Hotel, dependiendo de la hora de llegada del vuelo a Puerto Carreño.
- Los pescadores prefieren alojamiento en hoteles, va y vuelve, por salud, temor, condición física, se señala que 20% de los turistas se hospedan en hoteles, algunos de ellos están ubicados en Playas.
- Se hace indispensable para la instalación del campamento y atención al turista, llevar planta, señora de la cocina, carpas, menaje
- Seguridad para actividades de esparcimiento
- El pescador quiere madrugar acostándose muy tarde
- Seguros de turista: valor pólizas, no hay capacidad de respuesta
- Salud: No hay suero antiofídico, no hay atención médica
- Comunicación: Río Meta telefonía Venezolana, entre campamentos no hay comunicación
- Transporte Terrestre: se emplean en su mayoría, camionetas 4x4 desde el caserío el tiempo de recorrido es de 1 hora hasta 5.5 horas; 1 hora tierra equivale a 8/10 agua
- El hielo se convierte en un elemento de dotación importante, para la conservación de los peces en caso de pesca para el consumo, sin embargo no es fácil su consecución en temporada pesca y se debe traer de Venezuela ya que el existente en Puerto Carreño no cubre la demanda
- El 60% de los turistas traen camping a gusto propio, no se cobra el campamento.

234

### **VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS:**

De acuerdo a las intervenciones de los prestadores de servicios turísticos, la variable de mercado y ventas se hace a través de promoción desde hoteles, internet, valla publicitaria, aeropuerto, recomendación a través de referidos, Afiches Estatales.

- ❖ **VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS:** Esta variable permite observar el nivel de promoción y comercialización del producto, como destino turístico de la zona y alternativa de crecimiento económico y social. A

través de la encuesta aplicada se establecieron los siguientes resultados:

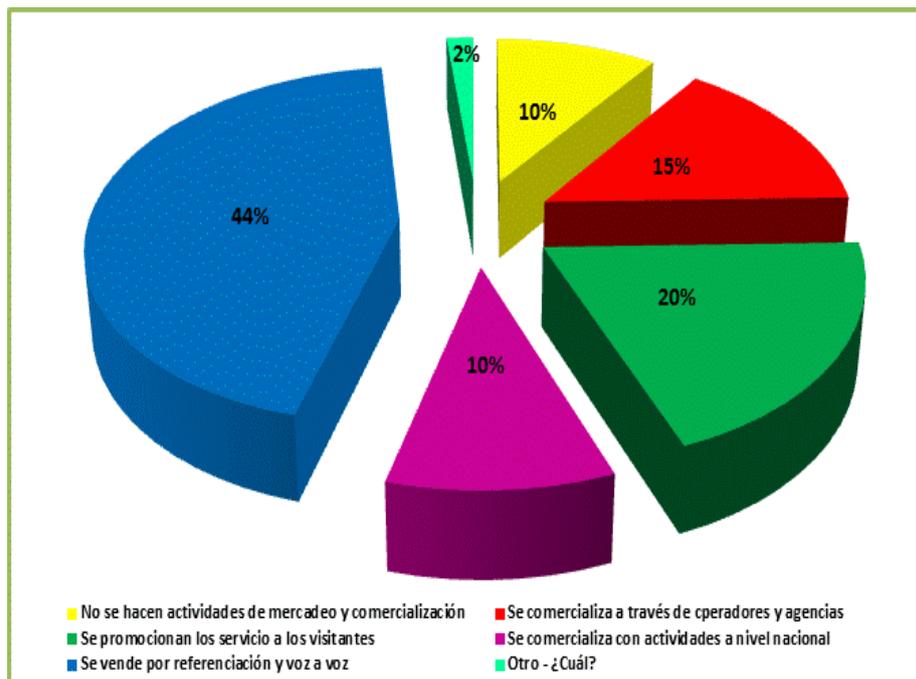
**RESULTADOS:**

**TABLA 103. Actividades de Comercialización del Producto Turístico**

6.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del producto turístico	Total	Participación
6.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	6	10%
6.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	9	15%
6.1.3.	Se promocionan los servicio a los visitantes	12	20%
6.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	6	10%
6.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	27	44%
6.1.6.	Otro - ¿Cuál? WEB	1	2%
<b>TOTALES</b>		<b>61</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 70. Actividades de Comercialización del Producto Turístico**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

### **ANALISIS E INTERPRETACION:**

Al interrogante de cómo se realizan las actividades de comercialización del producto turístico, los encuestados respondieron de la siguiente manera:

Un 44% de las respuestas, señalaron que esta actividad se realiza a través de la venta por referenciación y voz a voz; el 20% indica que se promocionan los servicios a los visitantes; el 15% de los resultados indican que se comercializa a través de operadores y agencias.

De otra parte el 10% señala que no se hacen actividades de mercadeo y comercialización, mientras que otro 10% afirma que se comercializa con actividades a nivel nacional y un restante 2% indica que se hace a través de otro medio, como la Web.

### **CONCLUSIONES:**

Las actividades de mercadeo y ventas del producto turístico se basan en las relaciones interpersonales y experiencias construidas en el desarrollo de la actividad turística local, de este modo la promoción se da a través de la referenciación y el voz a voz, y directamente con los visitantes de la región, en un menor grado se realiza la venta de paquetes turísticos por parte de los Operadores y agencias de Viajes.

Lo anterior, refleja la ausencia de estrategias y técnicas especializadas de mercadeo y promoción turística, mediante una investigación de mercados que permita tanto a la empresa pública, privada como a los mismos prestadores del servicio, conocer el comportamiento de la demanda (necesidades y gustos del turista) y la oferta turística (diagnóstico del equipamiento, servicios, infraestructura disponible), con el fin de mejorar el producto ofrecido y crear valor en el turista.

Se evidencia la necesidad de brindar asistencia técnica de comercialización a los prestadores del servicio, orientados a mejorar la venta del producto turístico, así como también el acceso a herramientas tecnológicas y digitales orientados a adelantar acciones de promoción para dar a conocer el atractivo turístico.

#### 4.3.9.2. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE LA CAPACITACION TURISTICA EN EL MUNICIPIO DE **LA PRIMAVERA.**

❖ **Variables de Mercadeo y Ventas:** Esta variable permite observar el nivel de promoción y comercialización del producto, como destino turístico de la zona y alternativa de crecimiento económico y social. A través de la encuesta aplicada se establecieron los siguientes resultados:

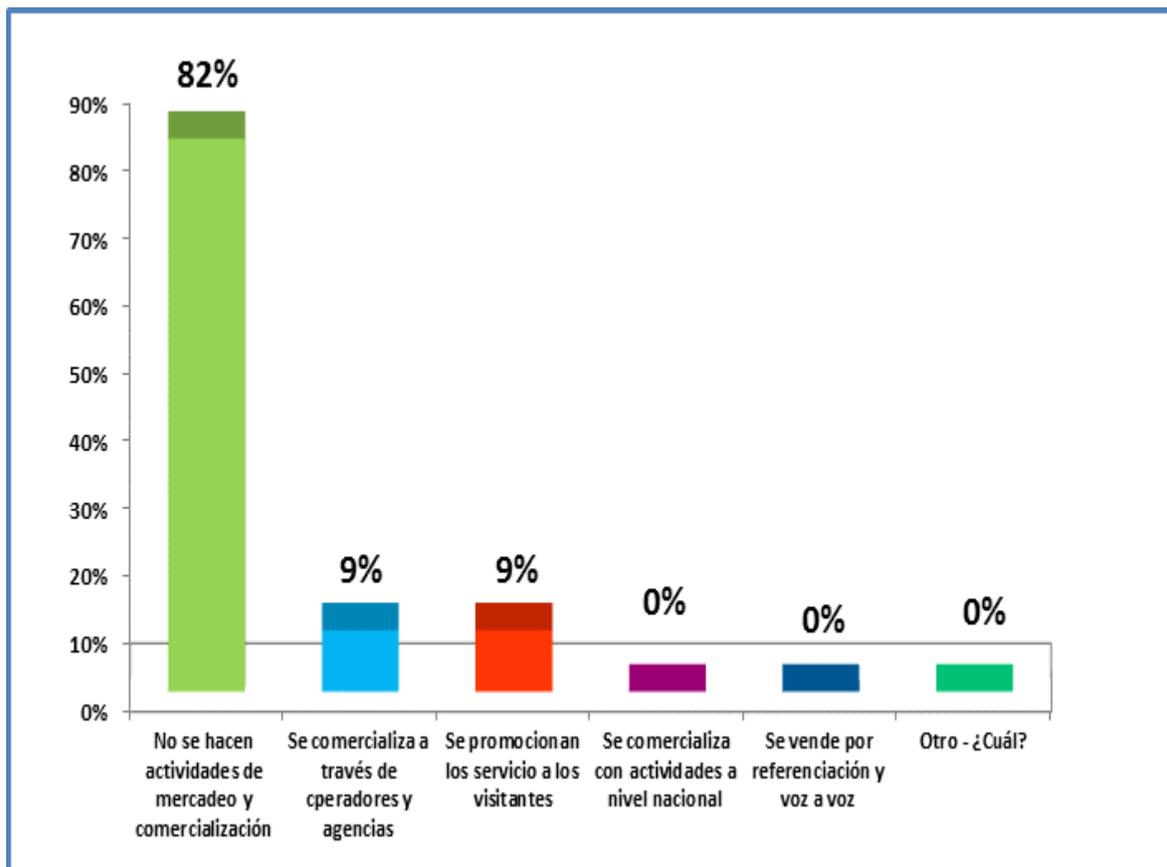
#### RESULTADOS:

**TABLA 104. Actividades de Comercialización del Producto Turístico**

6.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del producto turístico	Total	Participación
6.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	9	<b>82%</b>
6.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	1	9%
6.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	1	9%
6.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	0	0%
6.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	0	<b>0%</b>
6.1.6.	Otro - ¿Cuál? WEB	0	0%
<b>TOTALES</b>		<b>11</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 71. Actividades de Comercialización del Producto Turístico**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

El 82% de los encuestados indican que no se realizan actividades de mercado y comercialización para la promoción del producto turístico.

Un 9% afirma que se comercializa a través de Operadores y Agencias y otro 9% señala que las actividades de comercialización y mercadeo se realizan a través de la promoción con los visitantes.

Las opciones de comercialización con actividades nacionales y la referenciación de voz a voz no fueron seleccionadas.

**CONCLUSIONES:**

El sector turístico carece de estrategias y planes de mercadeo para promocionar el producto de la pesca deportiva, la oferta turística depende en

gran parte de las actividades que efectúen los operadores o Agencias de viajes de la localidad o de la Región, como también de la promoción que realicen ante los visitantes.

Se evidencia la necesidad de brindar asistencia técnica de comercialización a los prestadores del servicio, orientados a mejorar la venta del producto turístico, así como también el acceso a herramientas tecnológicas y digitales orientados a adelantar acciones de promoción del atractivo turístico.

4.4

• **OBSERVACIONES PARA MEJORAR LA OPERACION DEL PRODUCTO**

En este punto, se proporcionó un espacio para que los encuestados manifestaran aquellas inquietudes u observaciones sobre el producto identificado, logrando obtener diferentes respuestas las cuales fueron consolidadas de acuerdo a su similitud y relacionadas con las variables evaluadas en la Encuesta aplicada.

**TABLA 105. Consolidado Observaciones y/o comentarios Ficha 1 Encuesta**

VARIABLE	OBSERVACIÓN Y/O COMENTARIO
Accesibilidad	Aumentar frecuencia vuelos, Mejorar servicio aéreo, regular tarifas tiquetes, nuevas aerolíneas y mejoramiento vías de acceso
	Escasas empresas de transporte terrestre, fluvial y aéreo.
Capacitación	Falta capacitación operadores principalmente en el tema de sostenibilidad.
	Capacitación para organizarse en otro tipo de turismo como el ecoturismo
Mercadeo y Ventas	Publicidad a nivel nacional e internacional, estudio capacidad de carga a los ríos, incluir al Departamento en ley de turismo
Seguridad	Vigilancia y control de autoridades militares para garantizar la seguridad de los turistas

	La pesca deportiva alternativa generación ingresos sector pesquero, aporta a la conservación de las especies y aporta ganancias sin extracción del recurso.
	Mayores controles pescadores venezolanos que pescan en los chorros e impiden que los locales pesquen
	Mayores controles pesca con chinchorro en el río bita, pesca del Payara
	Controlar pesca ilegal

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS:**

Para el prestador del servicio turístico, es necesario mejorar la accesibilidad a la zona, mejorando el servicio aéreo, con mayor frecuencia de vuelos y la entrada en operación de nuevas aerolíneas; así como también el mejoramiento de vías de acceso y aumento de empresas para transporte fluvial y terrestre.

En cuanto a la capacitación consideran importante tener en cuenta la sostenibilidad ambiental y el ecoturismo como atractivo turístico.

Frente a la variable de Mercadeo y Ventas, manifiestan la necesidad de ser incluida la zona en la Ley de Turismo Nacional, y la promoción del producto turístico a nivel nacional e internacional. Como aspecto importante consideran la realización de un estudio de capacidad de cargas en los ríos de la zona.

Por último, el componente que mayor contó con observaciones es el de seguridad, en cuanto a la presencia de fuerzas militares para garantizar la seguridad de los turistas y el control de pesca ilegal por parte de venezolanos y otros actores, que además causan impacto negativo ambiental.

4.5

## • CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO

El Departamento del Vichada ofrece grandes atractivos turísticos, naturales y culturales, principalmente su riqueza hídrica y la variedad de peces, que lo convierten en un destino propicio para el desarrollo del producto de la pesca deportiva.

Los prestadores de Servicios Turísticos demuestran un sentido de pertenencia por su región y la protección y conservación de sus especies, y vienen realizando la prestación del servicio a los turísticas en algunos casos de manera informal; con conocimientos obtenidos sobre la pesca a través de la tradición familiar principalmente.

En cuanto a la normatividad y reglamentación existente para el desarrollo de la actividad de la pesca deportiva y en general la prestación del servicio turístico, se encuentra insipiente y en algunos casos no existe.

A pesar de las precarias condiciones de accesibilidad y comunicación a las zonas donde se lleva a cabo la pesca deportiva, existe gran flujo de turistas nacionales y en menor proporción de turistas extranjeros.

Los costos de la actividad de pesca deportiva por persona oscilan entre 250 y 300 mil pesos diarios, destinados principalmente a sufragar costos de alimentación y hospedaje. Existe muy poco control o regulación sobre los precios que conforman los bienes y servicios ofrecidos dentro de los planes o paquetes turísticos para la realización de la pesca deportiva, siendo establecido el precio por las condiciones de oferta y demanda del mercado, principalmente en temporada alta de pesca.

Los servicios complementarios como hospedajes, restaurantes y otros, tienen gran demanda pero no ofrecen las comodidades y la calidad de acuerdo al costo pagado por el turista.

El aspecto de sostenibilidad ambiental es quizás el más positivo dentro del gremio de Prestadores de servicios turísticos, demostrando gran interés por conservar y proteger su patrimonio y riqueza natural, representada por flora y fauna silvestre, y variedad de peces protegidos; realizando un adecuado manejo de basuras y evitando malas prácticas que afecten el ecosistema.

En cuanto a la seguridad, de acuerdo a lo señalado por los prestadores de servicios turísticos, requieren de mayor presencia de autoridades de policía, militar e inspectores fluviales para el control de los operadores y motoristas. De igual forma, el servicio médico es inexistente, factor importante para la seguridad de los turistas, en este sentido los prestadores de servicios requieren capacitaciones en primeros auxilios así como elementos de seguridad.

Por último, la capacitación en temas relacionados con la actividad de pesca, el medio ambiente, servicio al cliente, mercadeo y publicidad, plan de negocios y legislación, entre otros aspectos, se convierte en una herramienta necesaria para el crecimiento y potencialización del producto turístico de pesca deportiva.

### 4.3. FASE III: DIAGNOSTICO, IDENTIFICACION Y ANALISIS DEL PRODUCTO TURISTICO.

#### 4.3.11. ANALISIS DE CAPACIDAD DE CARGA

#### COMPARATIVO GENERAL DE FRECUENCIA DE RIOS vs ACTIVIDAD DE PESCA:

A continuación se hace un comparativo general de los resultados por cada uno de los ríos principales, para lo cual se promediaron los datos arrojados en las encuestas relacionadas con la cantidad máxima de personas, días permanencia máxima y mínima.

**Tabla 13. Comparativo Zonas usadas para campamentos de pesca o solo pesca por Río.**

243

RIO	CANTIDAD ZONAS CAMPAMENTO DE PESCA IDENTIFICADAS	PROMEDIO CANT MAX PERSONAS	PROMEDIO DIAS PERMANENCIA MAX	PROMEDIO DIAS PERMANENCIA MIN
VITA	29	15	8	3
TOMO	20	14	9	4
ORINOCO	18	13	7	3
META	11	9	5	3
JURIEPE	10	11	6	3
TERECAY	9	10	9	3
OTROS SITIOS	5	5	6	3

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**RESULTADOS – RIO VITA:**

**Tabla 14. Zonas usadas para campamentos de pesca o solo pesca y la cantidad de personas alojadas en un mismo momento en el Rio Vita**

No.	ZONAS DE CAMPAMENTO DE PESCA	CANT MAX PERSONAS	DIAS PERMANENCIA MAX	DIAS PERMANENCIA MIN
1.	Morichal	30	8	3
2.	Playa del Galápago	28	6	3
3.	Laguna o charco	24	12	2
4.	Tres Bocas	20	10	2
5.	La Rampla	20	14	2
6.	Altamira	16	8	1
7.	Laguna o Charco	16	16	2
8.	Playa el sol	16	10	3
9.	Anacay	16	8	2
10.	Playa Paso La	15	9	1
11.	Playa La gabinera	15	9	7
12.	El Carajo	13	8	2
13.	La Pinsonera	13	4	2
14.	México Lindo	13	4	2
15.	Playa Ganado o	12	4	1
16.	La Islita	12	10	3
17.	Nimajay	12	7	2
18.	Laguna Grande	12	8	4
19.	Playita	12	8	8
20.	Dos Islas	12	2	2
21.	Coco de mono	10	8	4
22.	Ripialito	8	6	4
23.	Avioncito	8	1	1
24.	Barranco Blanco	6	2	1
25.	Estacada	0	0	0
26.	El Piedrero	0	0	0
27.	Tiestero	0	0	0
28.	Jabalí	0	0	0
29.	Finca Doña Ana	0	8	2

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los sitios de preferencia para la actividad de pesca deportiva de acuerdo a las respuestas dadas son: en su orden: Tres bocas; Altamira y Playa Esmeralda; Laguna o Charco Caimán; Laguna o Charco Manatí y la Rampla.

**RESULTADOS – CAÑO JURIEPE:**

**Tabla 15. Zonas usadas para campamentos de pesca o solo pesca y la cantidad de personas alojadas en un mismo momento en el Caño Juriepe.**

No.	ZONAS DE CAMPAMENTO DE PESCA	CANT MAX PERSONAS	DIAS PERMANENCIA MAX	DIAS PERMANENCIA MIN
1	Bocas / caño / paso de Juriepe	27	8	1
2	Finca Luis Cárdenas o paso cárdenas	12	10	2
3	La Paz	12	6	4
4	Campamento de los Novoa	12	2	2
5	Las Islitas	10	8	4
6	El Palito	10	7	2
7	Monserate	10	7	3
8	La Esperanza	8	6	4
9	Solo pesca	6	1	1
10	Playa de la Vaca	4	4	2

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los sitios de preferencia para la actividad de pesca deportiva de acuerdo a las respuestas dadas son: Bocas o paso de juriepe, finca Luis cárdenas o paso cárdenas, la paz y campamento de los Novoa.

**RESULTADOS – RIO ORINOCO:**

**Tabla 16. Zonas usadas para campamentos de pesca o solo pesca y la cantidad de personas alojadas en un mismo momento en el Rio Orinoco:**

No.	ZONAS DE CAMPAMENTO DE PESCA	CANT MAX PERSONAS	DIAS PERMANENCIA MAX	DIAS PERMANENCIA MIN
1	Isla Santa	25	10	1
2	Raudales de	25	2	2
3	Playa	20	12	1
4	Playa Isla	16	7	3
5	Roncador	14	8	1
6	Malbinas	13	12	2
7	Bachaco	12	4	2
8	Bocas del	10	6	4
9	Caño Negro	10	8	1
10	Bocas Río	10	8	1
11	Rápidos	10	8	8
12	Rápidos	10	3	3
13	Rápido	10	1	1
14	Bojonawi	8	6	4
15	Tambora	8	7	5
16	Paso Dagua	6	8	6
17	Peña negra	6	8	6
18	Bocas del	0	0	0

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los sitios de preferencia para la actividad de pesca deportiva de acuerdo a las respuestas dadas son: Playa Ventanas, Roncador, Caño Negro, Isla Santa Helena.

**RESULTADOS – RIO META:**

**Tabla 17. Zonas usadas para campamentos de pesca o solo pesca y la cantidad de personas alojadas en un mismo momento en el Rio Meta:**

No.	ZONAS DE CAMPAMENTO DE PESCA	CANT MAX PERSONAS	DIAS PERMANENCIA MAX	DIAS PERMANENCIA MIN
1	Bocas del Caño	13	8	6
2	Puño de oro	13	3	2
3	Bocas Caño	12	8	1
4	El Porvenir	8	6	4
5	San Rafael	8	6	1
6	Barranco San	7	1	1
7	Bocas del Meta	6	6	4
8	El Garcero	6	5	3
9	Caño modesto	6	3	1
10	Puerto Colombia	6	6	4
11	Corocoras	0	0	0

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los sitios de preferencia para la actividad de pesca deportiva de acuerdo a las respuestas dadas son: San Rafael y Bocas Caño Juriepe.

**RESULTADOS – RIO TOMO:**

**Tabla 18. Zonas usadas para campamentos de pesca o solo pesca y la cantidad de personas alojadas en un mismo momento en el Río Tomo:**

No.	ZONAS DE CAMPAMENTO DE PESCA	CANT MAX PERSONAS	DIAS PERMANENCIA MAX	DIAS PERMANENCIA MIN
1	Laguna o playa del Pimpo	25	10	5
2	Playa helicóptero	24	10	7
3	Bocas Río Terecay al Tomo	20	15	5
4	Laguna/ Finca de Reyes	20	8	4
5	Caño Bocón	16	10	4
6	Laguna del Guio	16	10	5
7	Bocas del Tomo	16	8	2
8	Finca José Perales	16	8	6
9	Laguna o bocas Los Malabares	14	14	1
10	Tres Lagunas	12	8	7
11	Playa paso base Marandua	11	7	1
12	Playa el polon	11	10	7
13	Laguna de Abraham	10	10	5
14	Desembocadura o caño Gavilán	10	8	2
15	Puerto Borracho	10	8	2
16	La Línea	10	8	2
17	Cabecera Pista	8	7	7
18	Playas Finca Lagunazo	8	6	6
19	Termina Frontera Tuparo	7	4	4
20	Laguna Larga	6	3	3

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los sitios de preferencia para la actividad de pesca deportiva de acuerdo a las respuestas dadas son: Bocas Río Terecay al Tomo, Laguna o bocas Los Malabares y Bocas del Tomo.

**RESULTADOS – RIO TERECAJ:**

**Tabla 19. Zonas usadas para campamentos de pesca o solo pesca y la cantidad de personas alojadas en un mismo momento en el Río Terecay:**

No.	ZONAS DE CAMPAMENTO DE PESCA	CANT MAX PERSONAS	DIAS PERMANENCIA MAX	DIAS PERMANENCIA MIN
1	Bocas Terecay	22	10	1
2	Caño Terecay	10	8	3
3	Playa Paso Tarache	10	11	1
4	Laguna El Coronel	10	9	6
5	Playa Paso Real	8	8	1
6	Paso don David	8	10	5
7	Rio Arriba Frontera parque Tuparro	7	6	1
8	Paso de la Base	7	6	3
9	Paso Viejo	5	12	7

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los sitios de preferencia para la actividad de pesca deportiva de acuerdo a las respuestas dadas son: Bocas Terecay, Playa Paso Tarache y Caño Terecay.

**RESULTADOS – OTROS SITIOS:**

**Tabla 20. Zonas usadas para campamentos de pesca o solo pesca y la cantidad de personas alojadas en un mismo momento en el Rio Terecay:**

No.	ZONAS DE CAMPAMENTO DE PESCA	CANT MAX PERSONAS	DIAS PERMANENCIA MAX	DIAS PERMANENCIA MIN
1	Rio Vichada	8	7	7
2	Parque o RioTuparro Comunidad Guamito	6	8	2
3	Playa Amarilla	6	5	5
4	Rio Tuparrito	6	8	2
5	Caño Mesetas	0	1	1

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Los sitios de preferencia para la actividad de pesca deportiva de acuerdo a las respuestas dadas son: Rio Tuparro, Comunidad Guamito, Rio Tuparrito.

Es importante resaltar que aunque fueron tenidos en cuenta para el análisis de capacidad de carga, como sitio de uso para campamento de pesca o la actividad de pesca, el Parque o Rio Tuparro Comunidad Guamito y Rio Tuparrito, se encuentran protegidos actualmente por el Estado. Para el caso del Parque el Tuparro, fue declarado en el año 1982, Monumento Nacional y Zona Núcleo de la Reserva de la Biosfera, es así que ninguno de los afluentes, que se encuentran dentro del área protegida (entre ellos Rio Tuparro y Tuparrito), pueden ser usados para la actividad de pesca deportiva y solo se puede acceder mediante permisos especiales para otro tipo de turismo.

**Tabla 21. Trabajo de campo: Observación**

Identificación de grupos de pescadores de pesca deportiva	Nombre del Sitio de Pesca	Fecha	N° Pescadores	N° Embarcación	Guías
<b>1. RIO VITA</b>					
Grupo de pescadores 1	Tres Bocas	19/01/2015	12	6	6
Grupo de pescadores 2	Tres Bocas	19/01/2015	8	4	4
Grupo de pescadores 3	Pago Ganao	19/01/2015	4	2	2
Grupo de pescadores 1	Barranco blanco	21/01/2015	2	1	1
Grupo de pescadores 2	Piedralito	21/01/2015	2	1	1
Grupo de pescadores 3	Dos isla	21/01/2015	12	6	6
Grupo de pescadores 4	Tres Bocas	21/01/2015	8	4	4
Grupo de pescadores 5					
Grupo de pescadores 6					
<b>2, RIO ORINOCO</b>					
Grupo de pescadores 1	Peñas negras	19/01/2015	0	0	0
Grupo de pescadores 1	Peñas negras	21/01/2015	0	0	0
Grupo de pescadores 2	Bojonawy	21/01/2015	0	0	0
Grupo de pescadores 3	Reserva Ventanas	21/01/2015	0	0	0
Grupo de pescadores 4	Isla Santa Elena	21/01/2015	2	1	1
Grupo de pescadores 5					
Grupo de pescadores 6					
<b>3. RIO META</b>					
Grupo de pescadores 1	Caño Juriepe	20/01/2015	0	0	0
<b>4. RIO TOMO</b>					
Grupo de pescadores 1			0	0	0

## CONCLUSIONES

Se puede establecer que la capacidad de carga para el producto "Pesca deportiva en el Vichada", se debe determinar a partir de tres elementos clave: Clima, disposición de embarcaciones y sostenibilidad. Con base en el clima, los

prestadores consideran que la mejor opción para desarrollar el producto es el verano, el cual en promedio son 6 meses al año, dividido en temporadas, donde la principal son los meses de diciembre a febrero. Esto significa que en días serían 180 aproximadamente, de los cuales debe tener en cuenta que en promedio los tiempos son de 8 días, 6 de actividad de pesca más 2 de alistamiento y preparación de campamentos. Esto significa que en total el tiempo de pesca es de 22 ciclos. De otra parte el número de embarcaciones disponibles en el territorio es de 25, y en promedio por cada embarcación pueden acceder 2 turistas pescadores. Esto determina que son 50 turistas por capacidad de embarcaciones, y si se proyecta a ciclos; (50 turistas por 22 ciclos), serían 1.100 turistas en el período de los 180 días al año. Complementando el análisis, y agregando el componente ambiental, con relación al número y uso de las playas y protección del ciclo de nacimiento, crecimiento y mortalidad de los animales; sería completamente viable, que este grupo de turistas hiciera uso del producto.

#### 4.3.12. ANALISIS SOSTENIBILIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS:

252

En este aspecto, se consultó a los encuestados sobre las buenas prácticas que realiza como Prestador del Servicio Turístico en favor de la sostenibilidad ambiental, y a su vez se solicitó que describieran las malas prácticas que viene observando en este gremio.

- **Describa las buenas prácticas que Usted realiza en favor de la sostenibilidad ambiental**

Se agruparon por similitud las respuestas indicadas por los prestadores de servicios turísticos, obteniendo una relación de 17 items, así:

#### RESULTADOS:

**Tabla 22. Buenas Prácticas en favor de la sostenibilidad ambiental**

ITEM	BUENAS PRACTICAS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL
1	Adecuado manejo de los residuos generados en la actividad de pesca deportiva
2	Cuidar el medio ambiente
3	Cumplimiento las tallas mínimas de captura para las especies
4	Equipar la embarcación con rastrillo y bolsas para recoger la basura
5	Existencia de un Plan de Manejo de Basuras/No botar basuras a los Ríos y playas/ limpiar la zona de campamento después de levantado y traer basura al pueblo
6	Fogatas retiradas de los árboles
7	No hacer quemas y/o fogatas
8	No se corta ninguna clase de árbol a orillas de los afluentes hídricos / No talar los bosques / Se corta madera seca
9	No se permite el uso de bebidas embriagantes durante la actividad de pesca
10	No se permite la caza de fauna en ningún lugar visitado/ no consumo de animales silvestres
11	Pescar solo peces medianos para la comida
12	Recolección, empaque y transporte al sitio de disposición asignado para basurero
13	Se habla a los turistas de los cuidados ambientales
14	Se quita la lengüeta de los señuelos de pesca
15	Se realiza navegación dentro del horario permitido
16	Se recomienda a los pescadores soltar los peces / práctica pesca y devuelva/Conservación de especies
17	Utilizar elementos de pesca aprobados por la AUNAP

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

## ANALISIS E INTERPRETACION:

Los principales aspectos en los que los prestadores de servicios turísticos, resaltan la ejecución de buenas prácticas están relacionados con el adecuado manejo de residuos sólidos y la conservación de las especies de peces protegidas, respetado las tallas de ley para su extracción y fomentando la práctica de “Pesca y devuelva”. Igualmente hacen recomendaciones a los turistas para cuidar su entorno natural, las especies de flora y fauna silvestres, evitando la tala de árboles para la instalación de campamentos, la caza de animales, entre otros.

- **Describa las malas prácticas que Usted ha observado en el gremio de los prestadores de servicios turísticos**

Las respuestas dadas por el grupo encuestado, fue agrupada de acuerdo a la relación con cada uno de los temas de sostenibilidad ambiental que se señalaron, obteniéndose 16 items de malas prácticas observadas dentro del gremio.

254

## RESULTADOS:

**Tabla 23. Malas prácticas observadas en el gremio de los prestadores de servicios turísticos**

ITEM	MALA PRACTICAS
1	Algunas personas ajenas a la actividad contaminan las playas con basuras
2	Arrojan las basuras a otros sitios /entierran basuras / residuos de envases
3	Coger la babilla para tomarle fotos
4	Contaminación auditiva
5	Extraen huevos de tortuga
6	Hacen cacerías y llevan escopetas
7	Hacen Fogatas cerca de los árboles
8	Mala Manipulación del pez
9	No recoger la basura perjudicando el medio ambiente

10	No respetan las tallas de ley para el consumo
11	No saber maniobrar la embarcación en caso de los novatos
12	Permiten la caza de fauna y la extracción de peces protegidos/consumo de animales silvestres
13	presencia de mallas o redes prohibidas en los diferentes fuentes hídricas
14	Talan árboles para la instalación de campamentos
15	Usan motores de cuatro (4) tiempos y se debe usar de 2 tiempos
16	Vertimiento de aceite de motor en el río

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

### ANALISIS E INTERPRETACION:

Los prestadores de servicios turísticos identificaron como malas prácticas observadas en su mismo gremio, como la contaminación de las playas y ríos con basuras, mal manejo de residuos, extracción de especies nativas; cacería con escopeta; contaminación auditiva; tala de árboles para la instalación de campamentos; instalación de mallas o redes para pesca que se encuentran prohibidas.

### TRABAJO DE CAMPO. Observación.

<b>FICHA 01</b>	<b>PRODUCTO TURISTICO - PESCA DEPORTIVA -</b>			
<b>OBJETIVO</b>	Diagnóstico del estado del arte de las zonas con mayor frecuencia de práctica de actividad de pesca deportiva.			
<b>ATRACTIVO EVALUADO Y CALIFICADO</b>				
<b>UBICACIÓN</b>	<b>Municipio</b>	<b>RUTA</b>	<b>Dirección</b>	
	Puerto Carreño	RIO ORINOCO		
<b>ZONA O SITIO DE PESCA DEPORTIVA</b>	Peñas negras, Raudal ventanas, Isla Santa Elena		TEL	
<b>RIO O CUENCA HIDROGRAFICA AL QUE PERTENECE</b>			Rio Orinoco	

<b>VARIABLES DE EXPLORACION</b>			
<b>1. Aspectos relacionados con LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL</b>			
Manejo de basuras: A pesar de la información suministrada por prestadores de servicio turístico del buen manejo de basuras, se pudo evidenciar rastros de desechos de basuras en algunos sitios visitados como por ejemplo, tarros de agua, gaseosa, lata de cerveza.			
<b>2. Aspectos relacionados con CONTAMINACION AUDITIVA</b>			
Los sitios donde se desarrolla la actividad de pesca deportiva, son utilizados por los turistas porque además de su riqueza ictica, atractiva para la pesca deportiva, también brinda un ambiente de relajación por la tranquilidad y el silencio que rodea estos lugares, pues se encuentran bastante retirados de centros poblados.			
<b>3. Aspectos relacionados con CALIDAD DEL SERVICIO QUE SE ESTA PRESTANDO A LOS TURISTAS</b>			
En cuanto a la calidad o la atención a los turistas, ya está establecida entre el prestador del servicio y el turista que lo contrata y se evidencia en la forma como es atendido el turista desde el momento en que llega al destino, la embarcaciones ya han sido reparadas y pintadas, se colocan sillas y demás elementos como cavas con hielo, agua, refrescos y merienda y en los campamentos se les preparan los alimentos.			
<b>Diligenció</b>	<b>NAKUSA RED TURISTICA REGIONAL</b>	<b>Fecha</b>	

<b>FICHA 02</b>	<b>PRODUCTO TURISTICO - PESCA DEPORTIVA -</b>		
<b>OBJETIVO</b>	Diagnóstico del estado del arte de las zonas con mayor frecuencia de práctica de actividad de pesca deportiva.		
<b>ATRACTIVO EVALUADO Y CALIFICADO</b>			
<b>UBICACIÓN</b>	<b>Municipio</b>	<b>RUTA</b>	<b>Dirección</b>
	Puerto Carreño	RIO VITA	
<b>ZONA O SITIO DE PESCA DEPORTIVA</b>	Barranco blanco, piedralito, dos islas, Tres bocas, paso ganao		TEL
<b>RIO O CUENCA HIDROGRAFICA AL QUE PERTENECE</b>		Rio bita	
<b>VARIABLES DE EXPLORACION</b>			
<b>1. Aspectos relacionados con LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL</b>			

<p>2.1. manejo de basuras: A pesar de la información suministrada por prestadores de servicio turístico del buen manejo de basuras, se pudo evidenciar rastros de desechos de basuras en algunos de los sitios visitados</p>
<p>2.2. Malas o buenas prácticas de pesca que se observan: En la poca observancia de la actividad y a pesar de la devolución de las especies a su medio, pudimos observar que se utiliza un elemento como el boga grip para sacar al pez del agua y otras veces para liberarlo, se utilizan anzuelos con el arpón, lengüeta o muerte.</p>
<p>2.3. Impacto de los campamentos para los peces: No se puede en poco tiempo deducir si se está afectando o no a los peces en mayor o menor grado, sin embargo por el entorno que rodea este hábitat y por las característica de algunas especies, podríamos decir que si debe haber algún tipo de afectación especialmente por el manejo de basuras, aceites, ruidos de motores fuera de borda y la pesca en sí, teniendo en cuenta la constante actividad en un área relativamente pequeña.</p>
<p>2.4. Impacto de los campamentos para el medio ambiente: Como se indica en el ítem anterior; habría que realizar un estudio de capacidad de carga en la zona (antes, durante y después de la actividad de pesca deportiva) lo cual nos permitiría evaluar el impacto que podrían estar causando los campamentos en los diferentes sitios. Sin embargo por la forma como se comporta la actividad de pesca deportiva, por la época, por el tiempo de permanencia y en especial el comportamiento de guías y turista, podríamos decir que el impacto que se está causando es mínimo a diferencia del que se le causa a los peces.</p>
<p><b>3. Aspectos relacionados con CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD POR PARTE DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO</b></p>
<p>Cumplimiento de capture y devuelva: Esta ha sido una constante, tanto los turistas como los prestadores de servicios turísticos han tomado conciencia de la importancia de preservar el recurso, por eso solo se practica pesca deportiva con devolución.</p>
<p><b>4. Aspectos relacionados con CONTAMINACION AUDITIVA</b></p>
<p>Los sitios donde se desarrolla la actividad de pesca deportiva se encuentran bastante retirados de centros poblados, son utilizados por los turistas porque además de su riqueza ictica, atractiva para la pesca deportiva, también brinda un ambiente de relajación y sano esparcimiento por la tranquilidad y el silencio; que solo se confunde con el sonido del agua, el cantar de los pájaros, el aullido de los monos y la cacería del pavón al atrapar su presa.</p>
<p><b>5. Aspectos relacionados con CALIDAD DEL SERVICIO QUE SE ESTA</b></p>

**PRESTANDO A LOS TURISTAS**

En cuanto a la calidad o la atención a los turistas, ya está establecida entre el prestador del servicio y el turista que lo contrata y se evidencia en la forma como es atendido el turista desde el momento en que llega al destino, las embarcaciones ya han sido reparadas y pintadas, se colocan sillas y demás elementos como cavas con hielo, agua, refrescos y merienda y en los campamentos se les preparan los alimentos.

<b>Diligenció</b>	<b>NAKUSA RED TURISTICA REGIONAL</b>	<b>Fecha</b>
-------------------	--------------------------------------	--------------

**CONCLUSIONES:**

De acuerdo a los resultados una de las preocupaciones de los encuestados, es la extracción de los peces sin tener en cuenta las normas sobre las tallas de las especies y el mal manejo de los mismos.

El inadecuado manejo de basuras, se convierte en la queja más reiterada por parte de este gremio, debido a la falta de concientización tanto de prestadores como de turistas, para recoger la basura y demás residuos sólidos que se generen en la realización de la actividad de la pesca deportiva.

Otro aspecto está relacionado con el vertimiento de aceite de motor a los afluentes, así como la utilización de motores que no están permitidos.

Se evidencia un sentido de conservación y protección del medio ambiente por parte de los prestadores de servicios turísticos, en quienes recae la responsabilidad de fomentar entre el gremio y los turistas las buenas prácticas de sostenibilidad ambiental, teniendo en cuenta que de la conservación de las especies depende el desarrollo sostenible del producto turístico.

La práctica de “Pesca y devuelva”, genera una conciencia de proteger las especies acuíferas y evitar su pesca discriminada.

Igualmente refleja el respeto y acatamiento de las normas existentes de pesca y manejo adecuado de residuos generados por la actividad de pesca deportiva.

#### 4.3.13. ANÁLISIS SOCIO CULTURAL Y ECONÓMICO:

Es importante destacar que el costo de inversión por parte del turista, para disfrutar del producto pesca deportiva, es relativamente alto, con respecto a otros productos de destinos nacionales, tanto por el valor de los servicios adquiridos, como la tasa promedio de gasto conexos diarios de un turista de pesca deportiva, identificada en aproximadamente \$450.000, (\$ 3.600.000 / 8 días), que está por encima del promedio nacional, determinada en promedio \$280.000 pesos para nacionales y \$220 dólares para extranjeros. Esto permite inferir que el producto turístico es un alto dinamizador de la economía de la región, y activa de manera importante toda la cadena relacionada con la actividad turística. Aunque este elemento se puede considerar positivo para el desarrollo económico del territorio, es necesario establecer acciones de unificación de tarifas y regulación, con lo cual se determine un precio que permita llegar a más mercados y masificar el producto. En cuanto al análisis micro financiero del beneficio logrado por el prestador de los servicios, es notorio el desconocimiento de la estructura financiera de un producto y servicio turístico, lo cual genera una distorsión y equivocación en la interpretación real del rendimiento económico del producto. Se recomienda generar un programa de “finanzas para no financieros”, que permita entrenar de manera didáctica y práctica a los prestadores.

259

#### 4.3.14. ANALISIS NORMAS DE SEGURIDAD TURISTICA

##### **Riesgos de la actividad de pesca deportiva**

Como toda actividad desarrollada por el hombre, la pesca deportiva no es la excepción, también tiene sus riesgos. A continuación trataremos de resumir cuales son esos riesgos o peligros a la que se exponen todas las personas que interviene de una u otra manera en la actividad de pesca deportiva.

## 1. Riesgos por elementos y arte de pesca

Los riesgos por la actividad de pesca deportiva se deben principalmente a la manipulación de los diferentes elementos, herramientas de pesca, al manejo propio y la maniobrabilidad del pescador con el arte de pesca, y al sobreesfuerzo en la manipulación de las capturas.

Cada modalidad de pesca, conlleva una serie de maniobras y al uso de diferentes elementos de pesca, lo que implica la exposición a los riesgos que implica esta actividad, aunque en algunos casos dichos riesgos son comunes.

- ☞ Heridas, cortes al manipular los anzuelos.
- ☞ Sobreesfuerzos al izar las capturas a la embarcación.
- ☞ Golpes con las cañas, anzuelos, cebos o capturas durante el lance o la recogida.
- ☞ Lesiones por mordeduras u otras por especies peligrosas al separarlas de los anzuelos o en campamento.

260

## 2. Riesgo en la embarcación

La flota de pesca utilizada para la pesca deportiva es la misma que utilizan los pescadores para desarrollar su labor como pescador artesanal en la cual utiliza artes de pesca diferentes, como la atarraya, los calandrios, las boyas, el chinchorro de variedad para la pesca de peces ornamentales entre otros; en este caso estamos haciendo referencia a una embarcación denominada bongo y las chalupas, lanchas o voladoras; también son utilizadas como medio de transporte de pasajeros; las chalupas, lanchas o voladoras las hay fabricadas en aluminio y en fibra de vidrio. Las diferencia entre este tipo de embarcación consiste en el material de fabricación y las características de fabricación; por ejemplo el bongo está fabricado con láminas de hierro y no posee flotadores; en el caso de las voladoras algunas poseen flotadores y otras no, como es el caso de las de aluminio. Esto hace que al momento de un siniestro, solo la embarcación que posee flotador brinde la posibilidad de salvamento.

Las embarcaciones utilizadas en la pesca deportiva, se caracterizan por su pequeña eslora menor a 15 metros, escasa potencia y registro bruto. Son de marcado carácter artesanal, pero tienen una gran importancia socioeconómica en los municipios ribereños.

Estas embarcaciones están autorizadas para ejercer la actividad de pesca artesanal, sin embargo muchas de ellas no llenan los requisitos establecidos por el ministerio de transporte, para el transporte de pasajeros y turistas.

Algunas de estas embarcaciones al igual que los motores, ya han cumplido con su vida útil lo que implica un nivel de seguridad medianamente alto.

### 3. Motor fuera de borda

Los riesgos derivados del motor de la embarcación estarán en función del estado técnico que este tenga. Muchos de estos motores ya han cumplido su vida útil, el mantenimiento generalmente lo hacen los mismos pescadores con un conocimiento empírico del funcionamiento de este. Entre otros riesgos tenemos:

- Quemaduras.
- Cortes, heridas con partes afiladas del motor o la propela o hélice.
- Golpes con partes que sobresalen de la máquina.
- Cortocircuitos y/o riesgos de incendio por derrames de combustible sobre el motor eléctrico no protegido o un mal mantenimiento

### 4. Riesgos eléctricos

Los riesgos derivados de la instalación eléctrica de una embarcación, son los mismos que los de cualquier instalación en tierra, que se pueden agravar por la presencia en muchas dependencias de agua, procedente bien del río, bien de las instalaciones de la embarcación como son las bodegas. Por ello, hemos de considerar el contacto directo con partes activas de la instalación o de la maquinaria y el contacto indirecto con partes no activas de las máquinas que estén defectuosas, existiendo tensión eléctrica en ellas.

## 5. Riesgos químicos

La exposición a ciertas sustancias químicas, inhalación de ciertos gases o salpicaduras de líquidos como el de la gasolina o aceites, puede dar lugar a irritaciones de ojos, piel, nariz, escozor, etc.

## 6. Riesgos físicos

Los riesgos físicos presentes en una embarcación, son aquellos estados energéticos más agresivos que se presentan. Y si a esto le añadimos diferentes factores relacionados a la actividad de pesca; como jornadas excesivas de pesca, largas jornadas de exposición al sol que causan estrés por fatiga y quemaduras; las limitaciones de espacio, el movimiento propio de la faena de pesca o la falta de formación de los guías; nos puede dar una idea del elevado riesgo al que están expuesto tanto el pescador deportivo como los guías y sus ayudantes. Podemos destacar los siguientes:

- ☞ Heridas, cortes al manipular los anzuelos.
- ☞ Sobreesfuerzos al izar las capturas a la embarcación.
- ☞ Golpes con las cañas, anzuelos, cebos o capturas durante el lance o la recogida.
- ☞ Caídas al río o en cubierta por empuje de la captura o mal manejo de elementos y líquidos dentro de la embarcación.
- ☞ Lesiones por mordeduras u otras por especies peligrosas al separarlas de los anzuelos.
- ☞ Quemaduras por exposición al sol
- ☞ Por maniobra de pesca que puede causar forma indirecta caídas, golpes, etc.

- ☞ Alto nivel sonoro del motor que provoque a medio o largo plazo, hipoacusia o trauma sonoro.

## 7. Riesgos biológicos

También se destacan otros tipos de riesgos como los biológicos, que parecieran ajenos a la actividad de pesca deportiva; pero se está expuesto por la misma razón del sitio donde se establece el campamento, a las condiciones higiénicas de la embarcación y la manipulación de capturas pueden provocar infecciones, urticarias, dermatitis, asma, tétanos, etc. También se incluyen los riesgos producidos por el contacto con especies peligrosas, que pueden producir mordeduras y picaduras.

## 8. Riesgos por incendios

La antigüedad de las embarcaciones, el material con el que estén construidas éstas, una instalación eléctrica en deficientes condiciones o mantenimiento, el mal manejo de combustible, el fumar, la falta de medios de extinción o la falta de formación de la tripulación, son posibles precursores de incendios en la embarcación.

263

## 9. Riesgos en cubierta

La realización de la actividad de pesca en la cubierta, el depósito de diferentes objetos como artes, cajas, etc., la presencia de objetos fijos, la presencia de agua aceites y otros factores van a influir en la aparición de una serie de riesgos propios en esta parte de las embarcaciones.

### Dispositivos individuales de salvamento

La disponibilidad a bordo de dispositivos individuales de salvamento es fundamental, con el fin de evitar pérdidas humanas en caso de naufragio de la embarcación. El tipo y el número de estos dispositivos estarán en función de la

embarcación y del número de tripulantes de la misma. Los dispositivos recomendados son los siguientes:

## 1. Chalecos salvavidas

Hay de dos tipos: los rígidos y los inflables. Poseen flotabilidad para mantener a dos personas, para conseguirlo se construyen con materiales ligeros, como corcho natural o sintético, o bien neumáticos de tipo inflable.

Los rígidos son en forma de chaleco rellenos de corcho y abultado cuello, relleno del mismo material para aumentar su flotabilidad.

Los inflables o neumáticos son los más usados, por el poco espacio que ocupan y las pocas molestias que causan a los que lo llevan.

Pueden ir complementados con una serie de accesorios como por ejemplo: lámparas de emergencia, que facilitan la localización en la oscuridad, silbato, que facilitan la localización en todo momento, sistema de flotación multicámara, que garantiza que los chalecos que estén dañados o perforados puedan seguir manteniendo la eficacia del equipo, arnés de seguridad y líneas de vida, que limitan el riesgo de inmersión.

264

## 2. Aros salvavidas

Son objetos circulares de alta flotabilidad, contruidos de corcho o fibra plástica, que suelen emplearse para ayudar a flotar una persona en el agua, y que llevan un cabo en toda su circunferencia, para agarrarse.

Deben cumplir una serie de requisitos, por ejemplo, ser incombustibles, resistentes, duraderos y fáciles de dirigir al tirarlos. Su peso debe ser apropiado, pues si pesan muy poco al lanzarlos se lo llevará el viento, y si pesan mucho no servirán para ayudar a dar flotabilidad y su lanzamiento será corto. Deben llevar un dispositivo adosado, para proporcionar una luz y un cabo, para poder recuperarlos o recuperar al náufrago.

### 3. Trajes de inmersión

Son trajes protectores que reducen la pérdida de calor corporal de un náufrago que lo lleve puesto en aguas frías.

Estará confeccionado con materiales impermeables, que pueda desempaquetarse y quedar puesto sin ayuda en no más de dos minutos habida cuenta toda la indumentaria que además haya de llevar.

### 4. Ayudas de protección térmica

Saco o traje hecho de material de baja termo conductividad. Se fabricará con material impermeable, y estará confeccionada de modo que, cuando se haga uso de ella para envolver a una persona, reduzca la pérdida de calor que por convección y por evaporación pueda sufrir el cuerpo de aquella. La ayuda térmica cubrirá todo el cuerpo de una persona que lleve un chaleco salvavidas pero no su cara, las manos quedarán asimismo cubiertas a menos que la ayuda térmica lleve guantes unidos de forma continua. La ayuda térmica podrá desempaquetarse y deberá de ponerse fácilmente sin ayuda, en una embarcación de supervivencia o en un bote de rescate. No sirve para flotar.

265

### Aspectos relacionados con la seguridad:

En este aspecto, fueron identificados por los Prestadores de Servicios Turísticos, convocados a los talleres, factores relacionados con la seguridad de la región y la ofrecida al turista para el desarrollo de la actividad de pesca deportiva, logrando consolidar las siguientes manifestaciones:

- Durante la temporada turística del Departamento para la época de verano, se inicia con un consejo de seguridad, presidido por el señor Gobernador del Departamento del Meta, donde participan todos los comandantes de autoridades militares acantonados en el municipio, de la misma manera el compromiso de las autoridades civiles del municipio.

- Se hace una identificación de los sitios de pesca deportiva ya sea ríos o lagunas, caños (no de todos los sitios).
- Identificación de los Operadores y propietarios de Agencias para el recibimiento de los turistas.
- Registro y control de turistas en el Aeropuerto Germán Olano.
- Control de Guías empíricos de Turismo y motoristas de pesca deportiva.
- Identificación y Control de prestadores y arrendadores de vehículos para el transporte de turistas.
- Impacto ambiental en ríos y playas
- Presencia de Inspector Ambiental en los Ríos y Playas.
- El uso inadecuado y extracción de recursos
- Mal manejo de los residuos sólidos
- Presencia de autoridad permanente sobre las bocas del Río Tomo
- Falta de articulación con el personal de Venezuela en la venta y control de mallas monofilamenticas
- Falta de puesto de Control permanente al ingreso del Municipio por la vía a Villavicencio
- Control en el aeropuerto y Puerto para diligenciamiento y solicitud del respectivo carnet de pesca deportiva y artesanal

### **Aspectos relacionados con la seguridad fluvial:**

Las siguientes consideraciones fueron tomadas de lo expresado por los prestadores de servicios turísticos en relación con la seguridad fluvial:

- Utilización de elementos básicos de seguridad fluvial:
  - ✓ chalecos salvavidas
  - ✓ extintores
  - ✓ sarpe
  - ✓ seguros de la embarcación, empresa o cooperativa
  - ✓ navegar en horas hábiles
  - ✓ identificación del Guía Turístico
- Coordinación con autoridades de Policía portuaria armada y migratorias
- Capacitaciones al sector turístico (Guías)

- Embarcaciones informales dedicadas al transporte de pasajeros sin la debida documentación y reglas básicas de seguridad fluvial.
- Falta de instalaciones adecuadas para la atención de turistas en el puerto
- Falencias en el momento de la expedición del Zarpe (Falta de control e inspección)
- Falta de medidas de transporte fluvial para el desplazamiento de autoridades para la inspección y control de la pesca deportiva.

### RESULTADOS:

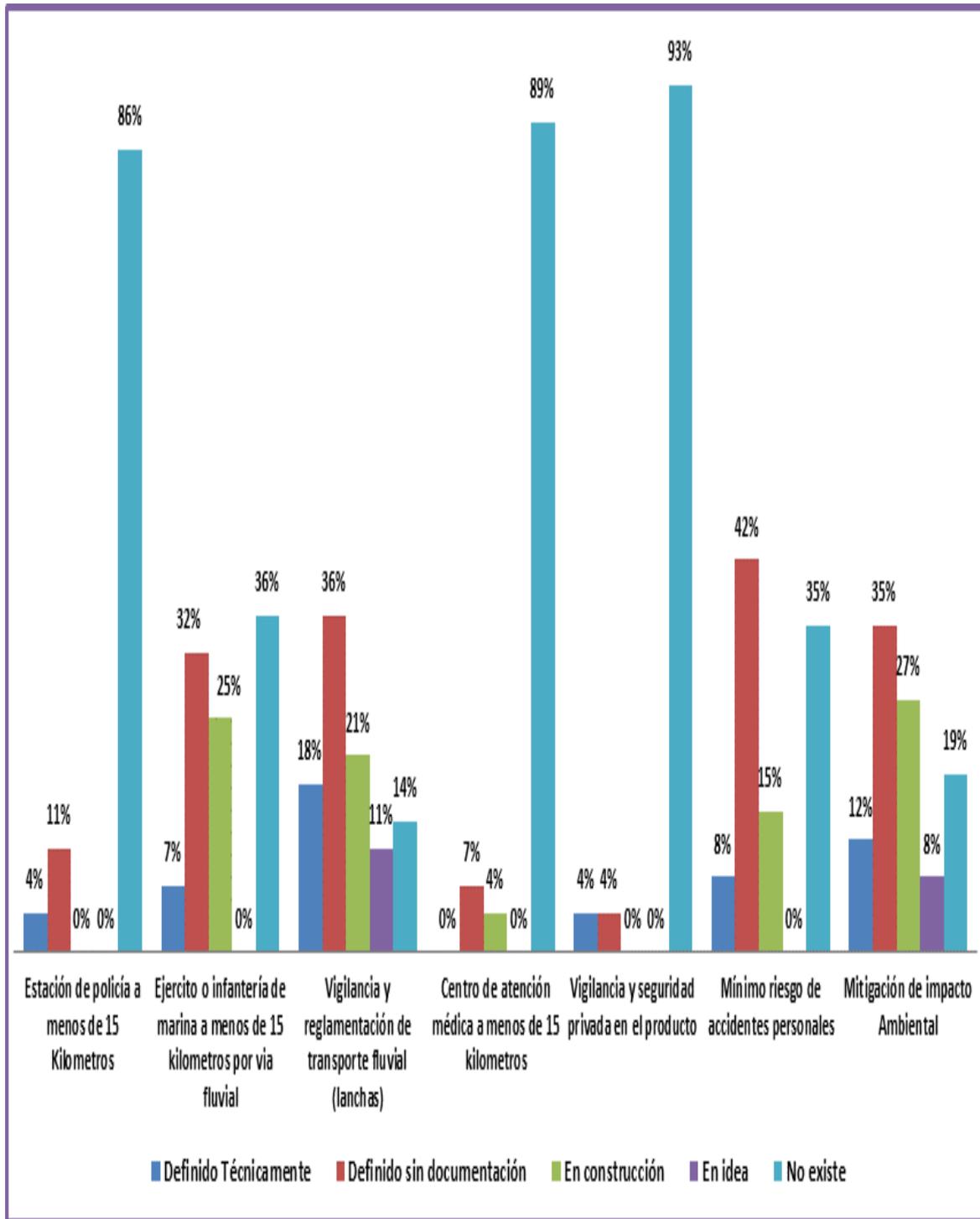
**Tabla 24. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad**

4.	Aspectos relacionados con la seguridad	Criterio Evaluación	Total	Participación
4.1.	Estación de policía a menos de 15 Kilómetros	5	1	4%
		4	3	11%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	24	<b>86%</b>
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	5	2	7%
		4	9	32%
		3	7	25%
		2	0	0%
		1	10	<b>36%</b>
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	5	5	18%
		4	10	<b>36%</b>
		3	6	21%
		2	3	11%
		1	4	14%
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5	0	0%
		4	2	7%
		3	1	4%
		2	0	0%
		1	25	<b>89%</b>

4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el producto	5	1	4%
		4	1	4%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	25	<b>93%</b>
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	5	2	8%
		4	11	<b>42%</b>
		3	4	15%
		2	0	0%
		1	9	35%
4.7.	Mitigación de impacto Ambiental	5	3	12%
		4	9	<b>35%</b>
		3	7	27%
		2	2	8%
		1	5	19%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 18. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

## ANALISIS E INTERPRETACION:

Dentro de los aspectos relacionados con la seguridad, se evaluaron los siguientes componentes:

En relación la cercanía de una **Estación de Policía a menos de 15 Kilómetros**, fue calificado por un 86% de los encuestados como “No existe”, y en un menor porcentaje del 11% consideran que está “Definido sin documentación”.

Ante el cuestionamiento, si se ubica el **Ejercito o Infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial**, un 36% de la población encuestada lo calificó como “No Existe”, frente a un 32% que respondieron que se encuentra “Definido sin documentación” y un 25% afirma que está “en construcción”.

Con respecto a si existe **Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)**, fue evaluado este aspecto como “Definido sin documentación”, por un 36% , seguido por un 21% que considera que se encuentra “En construcción” y un 18% indica que está “Definido Técnicamente.

270

Frente a la cercanía de un **Centro de Atención Médica a menos de 15 kilómetros**, la mayoría de los encuestados, representados en un 89% la evaluó como “No existe”; Igual calificación recibió el componente de **Vigilancia y seguridad privada en el producto**, por un 93%.

En cuanto al aspecto de **Mínimo riesgo de accidentes personales**, un 42% de la muestra encuestada lo valoró como “Definido sin documentación”, en contraposición de un 35% que le asigna la calificación de “No existe”.

Por su parte, la **Mitigación de Impacto ambiental** fue evaluada como “definido sin documentación” por un 35%, seguido de un 27% que considera que este aspecto se encuentra “En construcción”

## CONCLUSIONES:

En materia de seguridad, la percepción de los encuestados es de ausencia de autoridad de Policía en un área a menos de 15 kilómetros de la zona o sitio donde se desarrolla el producto turístico; en cuanto a la presencia de ejército o infantería de marina, se evidencia que existe cierto nivel de seguridad por parte de estas fuerzas militares, sin que llegue a ser suficiente o en las condiciones adecuadas para brindar protección a los turistas durante su desplazamiento por las áreas o sitios de interés turístico.

De otra parte, se observa que la Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas) es un factor que se encuentra definido aunque sin documentación, lo cual aporta mayor nivel de confianza ante los turistas, puesto que el transporte fluvial se convierte de obligatorio uso para el recorrido por las zonas donde se lleva la actividad de pesca deportiva.

En cuanto a la carencia de un Centro de Atención médica, se convierte en un factor que incide negativamente en el aspecto de seguridad, debido a que los turistas se encuentran expuestos a diversos riesgos de salud, si se tiene en cuenta las precarias condiciones sanitarias, así como enfermedades transmitidas por vectores y la exposición a picaduras de especies silvestres propias de la zona, entre otros eventos de riesgo. Sin embargo, se evidencia que por parte de algunos prestadores de servicios turísticos, se toman las medidas para reducir al mínimo los riesgos de ocurrencia de accidentes personales.

271

En contraste, se observa que existe preocupación por la mitigación de Impacto ambiental, mediante prácticas de turismo ecológico y sustentable, que promueven tanto la conservación de los atractivos turísticos, como de especies de flora y fauna, dando a conocer al turista la cultura de respeto por los recursos naturales y culturales de la región.

## Análisis de Seguridad Turística:

Con el propósito de identificar el nivel de seguridad turística en la prestación de servicio turístico para la práctica de la pesca deportiva, se solicitó a los encuestados describieran los elementos de seguridad que tienen y aquellos

que les hace falta, así como también indicaran si utilizaban algún tipo de inducción verbal o escrita al turista sobre el comportamiento que deben tener en el área (riesgos y cuidados), obteniendo los siguientes resultados:

- **Describa los elementos que Usted tiene para la seguridad del turista, en las embarcaciones y campamentos y cuales consideran les hace falta:**

**RESULTADOS:**

**Tabla 25. Elementos para la seguridad del turista que poseen los prestadores de servicios turísticos**

ITEM	ELEMENTOS QUE TIENE
1	caretas para bucear
2	celulares
3	Chalecos Salvavidas
4	Cuerdas
5	El botiquín de primeros auxilios
6	Embarcaciones en buen estado
7	Entrega lista de turistas y el sitio de campamento a las autoridades de policía y militares
8	Extintor
9	G.P.S.
10	Herramientas
11	Linterna
12	Lugares recomendados para el alojamiento y descanso del turista
13	Otro motor con repuestos
14	Propela de repuesto
15	Radios
16	remos
17	Repuestos del motor
18	Seguros de vida
19	Suero antiofídico
20	Teléfono Venezolano
21	Víveres

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Tabla 26. Elementos para la seguridad del turista que les hace falta a los prestadores de servicios turísticos**

ITEM	ELEMENTOS QUE FALTAN
1	Bichero
2	camilla
3	Capacitación de servicio al Cliente
4	Capacitación en primeros auxilios
5	Cuello ortopédico
6	elementos de primeros auxilios
7	extintor
8	extra propela
9	GPS
10	herramientas
11	Manual de primeros auxilios
12	Mayor presencia de las autoridades
13	mejorar comunicación telefonía satelital
14	Regulación de precios
15	Salvavidas
16	Suero antiofídico
17	teléfono satelital

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

### ANALISIS E INTERPRETACION:

Los prestadores de servicios turísticos identificaron 21 items, como elementos de seguridad turística que poseen, entre los cuales se encuentran los chalecos salvavidas, seguro de vida, Botiquín de primeros auxilios, suero antiofídico, extintores, embarcaciones, repuestos, herramientas y celulares, entre otros.

De otra parte, señalaron 17 bienes y/o servicios que necesitan para poder brindar seguridad al turista de forma adecuada, entre ellos indican capacitación de servicio al cliente y de primeros auxilios, manual y otros elementos como cuello ortopédico, camillas; algunos de los encuestados no poseen extintores ni chalecos salvavidas, suero antiofídico, un cierto número de prestadores afirman tener GPS y otros no.

Igualmente manifiestan la necesidad de mejorar la comunicación a través de teléfonos satelitales, la regulación de precios y mayor presencia de las autoridades.

**CONCLUSIONES:**

Los resultados obtenidos demuestran que no todos los prestadores de servicios turísticos poseen los elementos mínimos para brindarles seguridad turística a los visitantes y practicantes de la pesca deportiva. Elementos como chalecos salvavidas, botiquín de primeros auxilios y suero antiofídico, deben hacer parte de la dotación permanente de su embarcación o vehículo de transporte.

Los elementos relacionados con la comunicación como celulares satelitales y GPS deben ser incluidos como una necesidad básica de seguridad teniendo en cuenta la zona y amplio recorrido que hacen junto con los turistas hacia los sitios de pesca e instalación de campamentos.

De igual forma la capacitación en primeros auxilios debe ser requisito indispensable para poder prestar los servicios turísticos, teniendo en cuenta, que las zonas de pesca son retiradas del casco urbano y que por lo tanto en caso de emergencia deben actuar de manera adecuada e inmediata; para este caso es conveniente la intervención de las autoridad públicas para capacitar a los prestadores de servicios turísticos en este aspecto.

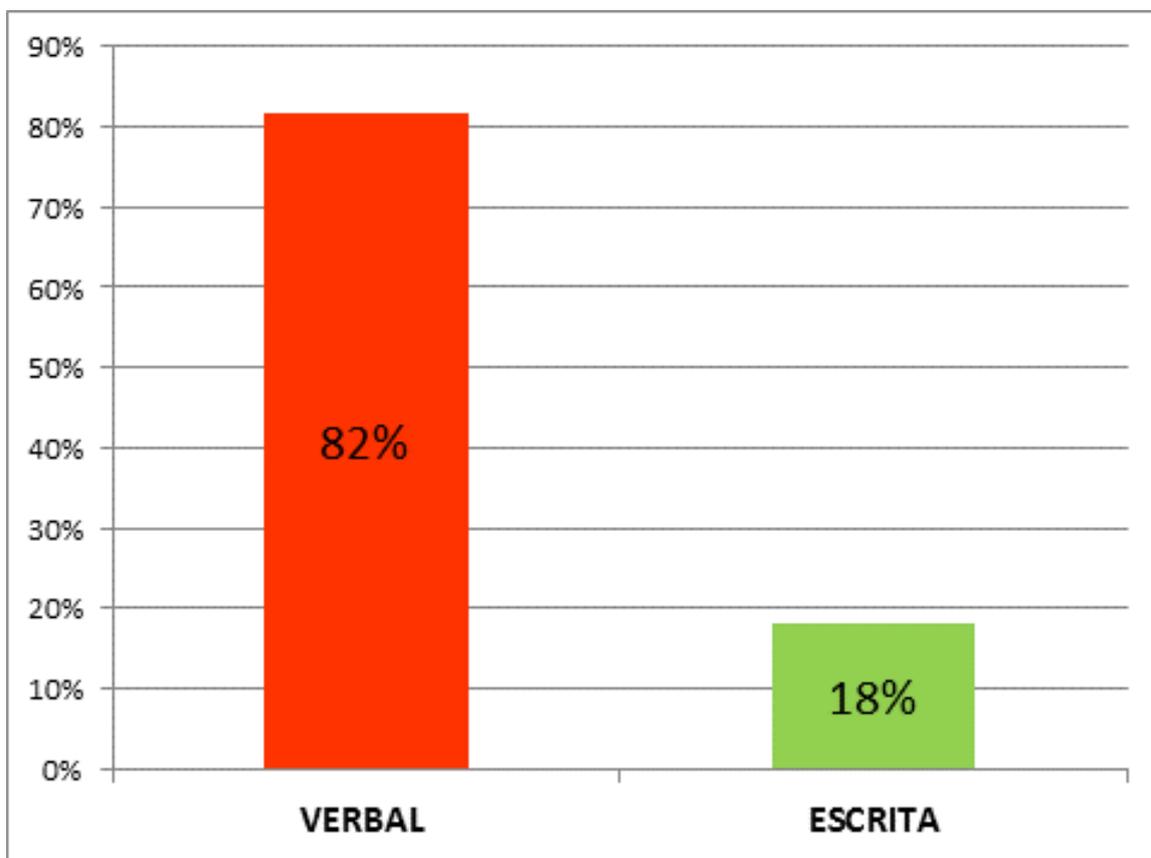
- **Utiliza algún tipo de inducción verbal o escrita al turista sobre el comportamiento que debe tener en el área (riesgos y cuidados):**

**Tabla 27. Utilización de inducción verbal o escrita al turista**

FORMA DE INDUCCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION
VERBAL	27	82%
ESCRITA	6	6%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 19. Utilización de inducción verbal o escrita al turista**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

De acuerdo a los resultados presentados, los encuestados imparten inducción a los turistas sobre cuidados y riesgos que deben tener durante la práctica de la pesca deportiva, de manera verbal, correspondiente un 82% y solo un 18% lo hace por escrito acompañado de recomendaciones verbales.

**CONCLUSIONES:**

Generalmente, quienes hacen inducción de forma escrita, pertenecen a operadores turísticos y dichas recomendaciones se encuentran dentro del

paquete de servicios adquiridos, en la mayoría de los casos se trata de las condiciones del plan.

En cuanto a las recomendaciones verbales, van dirigidas principalmente a la conservación de las especies mediante la práctica Pesca y devuelva, y a la adecuada manipulación del pez; como también al comportamiento dentro de la embarcación y al consumo de bebidas alcohólicas.

La necesidad de hacer una inducción a los turistas tanto escrita como verbal, será generada en la medida que los prestadores de servicios turísticos sean capacitados con respecto a la calidad del servicio al turista y las herramientas que pueden emplear para documentar este proceso.

- **Aspectos relacionados con la seguridad:**

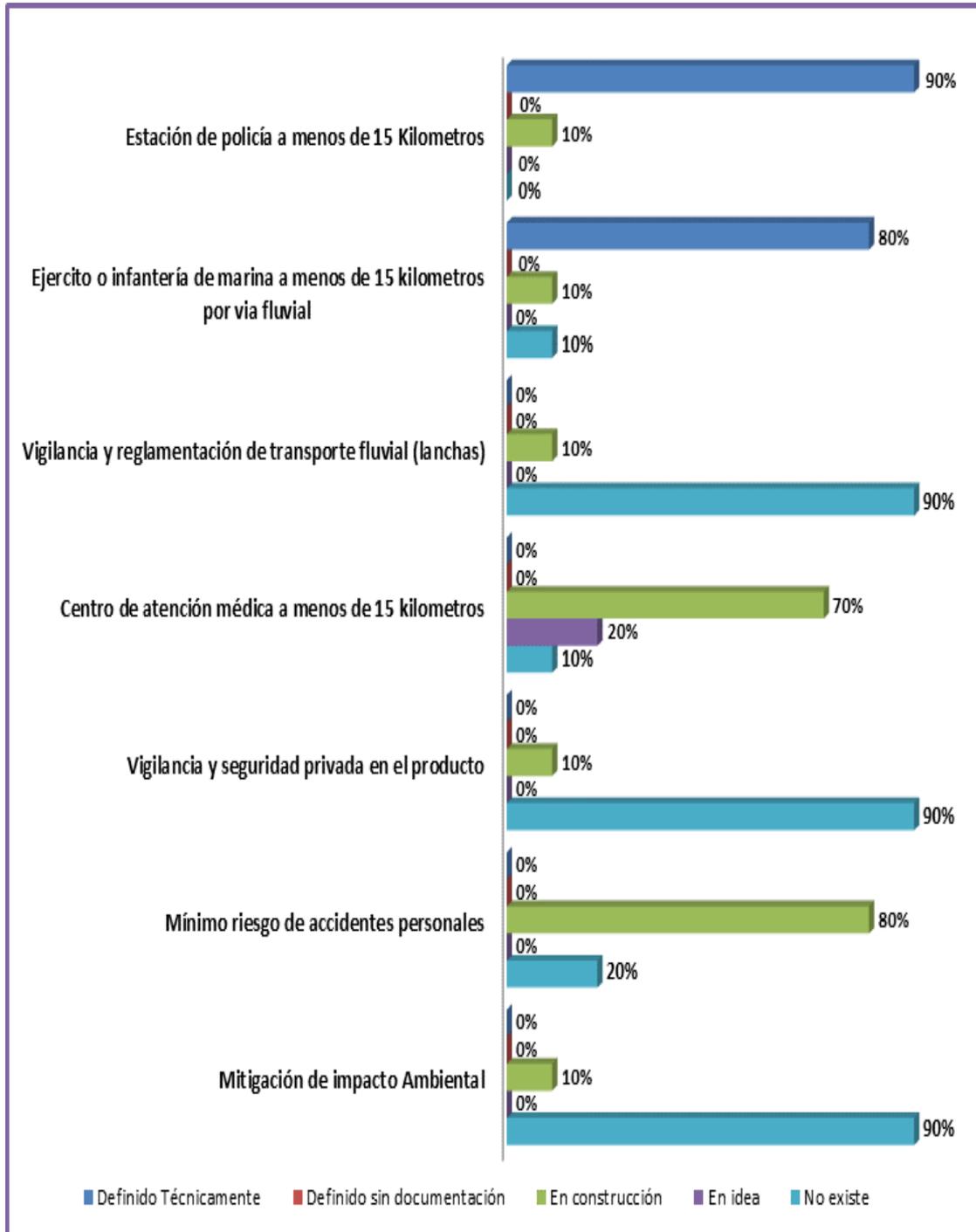
**RESULTADOS:**

**Tabla 28. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad en el municipio de la Primavera**

4.	Aspectos relacionados con la seguridad	Criterio Evaluación	Total	Participación
4.1.	Estación de policía a menos de 15 Kilómetros	5	9	90%
		4	0	0%
		3	1	10%
		2	0	0%
		1	0	0%
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	5	8	80%
		4	0	0%
		3	1	10%
		2	0	0%
		1	1	10%
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	5	0	0%
		4	0	0%
		3	1	10%
		2	0	0%
		1	9	90%
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5	0	0%
		4	0	0%
		3	7	70%
		2	2	20%
		1	1	10%
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el producto	5	0	0%
		4	0	0%
		3	1	10%
		2	0	0%
		1	9	90%
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	5	0	0%
		4	0	0%
		3	8	80%
		2	0	0%
		1	2	20%
4.7.	Mitigación de impacto Ambiental	5	0	0%
		4	0	0%
		3	1	10%
		2	0	0%
		1	9	90%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

**Gráfica 20. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad en el municipio de la Primavera**



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

## ANALISIS E INTERPRETACION:

Los aspectos relacionados con la seguridad, en la zona de influencia del producto turístico de pesca deportiva en el Municipio de la Primavera, fueron evaluados de la siguiente manera:

Respecto a la ubicación de una **Estación de Policía a menos de 15 Kilómetros**, el 90% de los encuestados, indican que se encuentra “Definido técnicamente”, mientras un 10% señala que está “En Construcción”.

Así mismo, el aspecto de ubicación del **Ejercito o Infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial** fue calificado por un 80% de las personas encuestas, como “Definido Técnicamente”, un 10% indicó que se encuentra “En construcción” y otro tanto igual, que “No Existe”.

En cuanto al aspecto de **Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)**, fue evaluado como “No Existe”, por un 90% y el 10% restante, lo define como “En construcción”.

279

Por su parte, a la ubicación de un **Centro de Atención Médica a menos de 15 kilómetros**, el 70% de los encuestados, afirma que se encuentra “En Construcción”, mientras que un 20% indica que está “En idea” y el 10% restante la califica como “No Existe”.

Ante la consulta de **Vigilancia y seguridad privada en el producto**, el 90% lo evaluó como “No existe” y el 10% considera que se encuentra “En construcción”.

En relación al aspecto **Mínimo riesgo de accidentes personales**, el 80% de la muestra encuestada lo valoró como “En construcción”, mientras que el 20% lo calificó como “No existe”.

El último componente de los aspectos de seguridad, es la **Mitigación de Impacto ambiental** que fue evaluada como “No existe” por el 90% de los encuestados, frente al 10% que indica se encuentra “En construcción”.

**TRABAJO DE CAMPO. OBSERVACION**

<b>FICHA 05</b>	<b>PRODUCTO TURISTICO - PESCA DEPORTIVA -</b>		
<b>OBJETIVO</b>	Diagnóstico del estado del arte de las zonas con mayor frecuencia de práctica de actividad de pesca deportiva.		
<b>ATRACTIVO EVALUADO Y CALIFICADO</b>			
<b>UBICACIÓN</b>	<b>Municipio</b>	<b>RUTA</b>	<b>Dirección</b>
	Puerto Carreño	RIO ORINOCO	
<b>ZONA O SITIO DE PESCA DEPORTIVA</b>	Peñas negras, Raudal ventanas, Isla Santa Elena		TEL
<b>RIO O CUENCA HIDROGRAFICA AL QUE PERTENECE</b>		Rio Orinoco	
<b>VARIABLES DE EXPLORACION</b>			
<b>1. Aspectos relacionados con SEGURIDAD TURISTICA</b>			
Se pudo evidenciar que los prestadores de servicio turísticos de Pesca Deportiva cumplen con los requisitos de ley para prestar los servicios, cuentan con la dotación de elementos de seguridad como son chalecos salva vidas, botiquín, herramientas, números de celular de la policía y la armada nacional, los Pescadores deportivos, hacen uso de los chalecos y de los elementos que los protegen del sol, como son camisas manga largas, gorras, lentes y guantes.			
<b>2. Aspectos relacionados con la seguridad</b>			
2.1. Estación de policía a menos de 15 kilómetros: No			
2.2. Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial: Si			
2.3. Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas): Si			
2.4. Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros: No			
2.5. Vigilancia y seguridad privada en el producto: No			
2.6. Mínimo riesgo de accidentes personales.: Si			
2.7. Mitigación de impacto ambiental: Si			
<b>Diligenció</b>	<b>NAKUSA RED TURISTICA REGIONAL</b>		<b>Fecha</b>

<b>FICHA 06</b>	<b>PRODUCTO TURISTICO - PESCA DEPORTIVA -</b>		
<b>OBJETIVO</b>	Diagnóstico del estado del arte de las zonas con mayor frecuencia de práctica de actividad de pesca deportiva.		
<b>ATRACTIVO EVALUADO Y CALIFICADO</b>			
<b>UBICACIÓN</b>	<b>Municipio</b>	<b>RUTA</b>	<b>Dirección</b>
	Puerto Carreño	RIO VITA	
<b>ZONA O SITIO DE PESCA DEPORTIVA</b>	Barranco blanco, piedralito, dos islas, Tres bocas, paso ganao		TEL
<b>RIO O CUENCA HIDROGRAFICA AL QUE PERTENECE</b>		Rio Vita	
<b>VARIABLES DE EXPLORACION</b>			
<b>1. Aspectos relacionados con SEGURIDAD TURISTICA</b>			
Se pudo evidenciar que los prestadores de servicio turísticos de Pesca Deportiva cumplen con los requisitos de ley para prestar los servicios, cuentan con la dotación de elementos de seguridad como son chalecos salva vidas, botiquín, herramientas, números de celular de la policía y la armada nacional, los Pescadores deportivos hacen uso de los chalecos y de los elementos que los protegen del sol, como son camisas manga largas, gorras, lentes y guantes.			
<b>2. Aspectos relacionados con la seguridad</b>			
2.1. Estación de policía a menos de 15 kilómetros: No			
2.2. Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial: Si			
2.3. Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas): Si			
2.4. Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros: No			
2.5. Vigilancia y seguridad privada en el producto: No			
2.6. Mínimo riesgo de accidentes personales.: Si			
2.7. Mitigación de impacto ambiental: Si			
<b>Diligenció</b>	<b>NAKUSA RED TURISTICA REGIONAL</b>		<b>Fecha</b>

**CONCLUSIONES:**

Se evidencia algunas fortalezas en los aspectos relacionados con la seguridad en la zona de influencia del producto turístico en el Municipio de la Primavera; si bien no todos los componentes se encuentran definidos técnicamente, la mayor parte se encuentran en proceso de implementación. La presencia de autoridades de policía, ejercito o de infantería de marina es percibida positivamente por los habitantes de la localidad, proporcionando con ello un nivel de confianza tanto para pobladores como de turistas, para desarrollar la actividad de la pesca deportiva.

Sin embargo, aspectos tan importantes como la Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas) y Vigilancia y seguridad privada en el producto, que inciden directamente en la seguridad del turista, no se encuentran implementados, generándose con esta situación mayores riesgos para los visitantes que ingresan a la zona para la práctica de la pesca deportiva en la zona.

La Mitigación de Impacto ambiental es otro factor de debilidad que posee la zona en cuanto a los aspectos de seguridad, lo que refleja que no existen controles y acciones por parte de las autoridades locales para evitar el daño ambiental producido tanto a los afluentes hídricos, como a la flora y fauna de la región, como tampoco se promueven las practicas amigables con el medio ambiente por parte de pobladores y visitantes.

En cuanto a los aspectos relacionados con la disponibilidad de un Centro de Atención Médica a menos de 15 kilómetros y el Mínimo riesgo de accidentes personales, se observa que se encuentran en proceso de implementación lo cual representa una fortaleza en el desarrollo del producto turístico, toda vez que por las condiciones geográficas de la región, los turistas se encuentran expuestos al máximo de riesgos de salud bien sea por factores naturales del sitio o accidentes generados en la práctica de la actividad de pesca deportiva; por lo cual se hace indispensable tomar las medidas suficientes para reducir accidentes o contar con centros médicos cercanos en caso de cualquier emergencia.

5

• **DISEÑO DE PRODUCTO TURISTICO**

283

## 5.1. GENERALIDADES

### DEPARTAMENTO DEL VICHADA

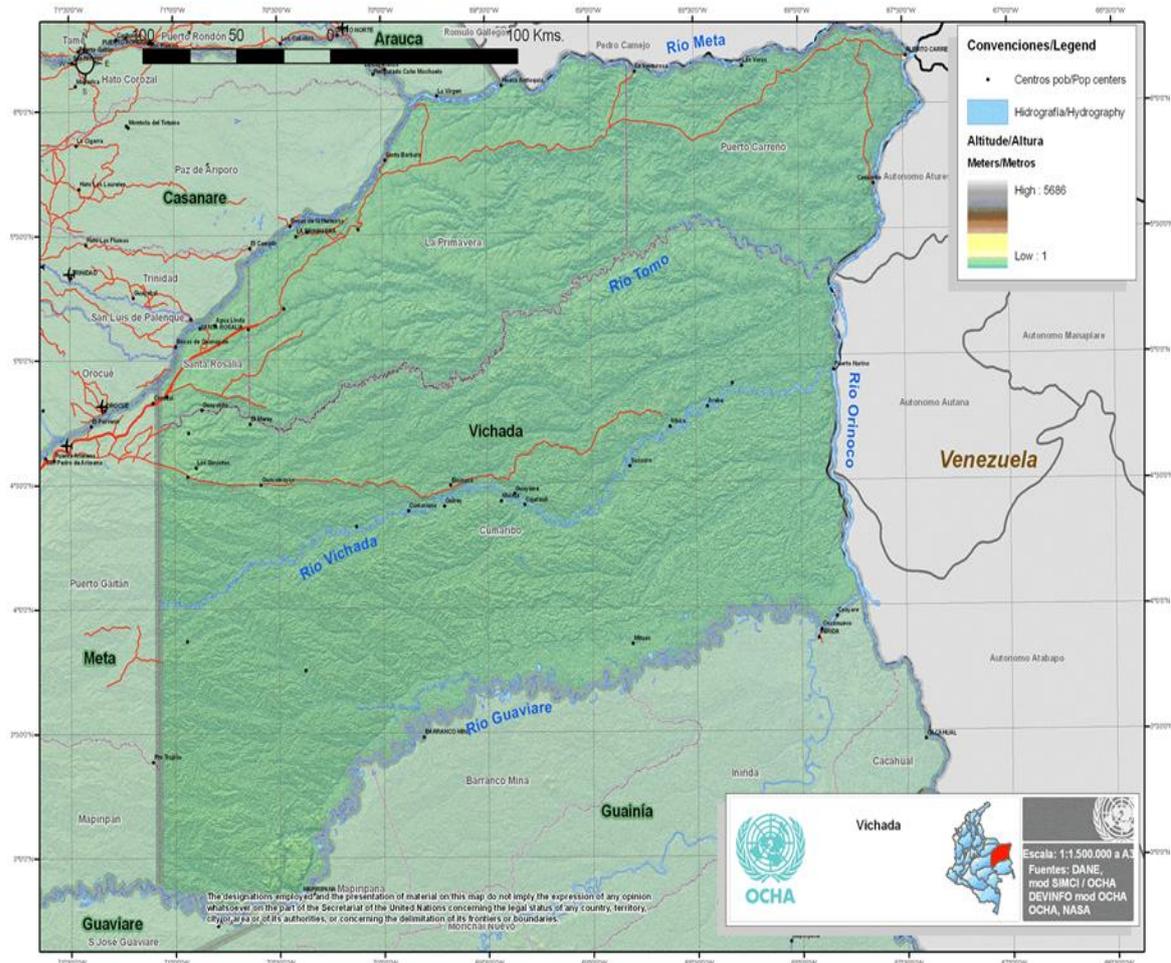
**DEPARTAMENTO:** VICHADA  
**CAPITAL:** PUERTO CARREÑO  
**GOBERNADOR:** SERGIO ANDRES ESPINOSA FLOREZ  
**PERIODO:** 2012-2015  
**PLAN DE DESARROLLO:** EL GOBIERNO DE TODOS



284

**Mapa 1. División política del departamento del Vichada**

**UBICACION:** El Departamento de Vichada está ubicado en la región de la Orinoquia extremo oriente de Colombia, a los 06° 19'34" y 02° 53'58" de latitud Norte y 67° 25'1" y 71°7'10" de longitud Oeste. Entre los ríos meta, Vita y Orinoco.



**Mapa 2. Hidrográfico**

Tomado de guía turística del Departamento del Vichada. Consultado el 21 de Enero de 2015.

## LA BANDERA DEL DEPARTAMENTO DEL VICHADA



La bandera del Vichada es el principal [símbolo](#) oficial del [departamento colombiano](#) de [Vichada](#). Se compone de dos franjas horizontales distribuidas en partes equitativas: La primera es de color amarillo, que representa la riqueza del territorio. La segunda es de color verde, que representa al llano y a la parte selvática del departamento.

Tomado de Gobernación del Vichada. [«Sobre el departamento»](#). Consultado el 21 de Enero de 2015.

286

## EL ESCUDO DEL DEPARTAMENTO DEL VICHADA



El escudo de forma española, consta de los siguientes elementos.

- La franja horizontal, de color azul, representa al [río Orinoco](#) el cual divide a las repúblicas de [Colombia](#) y [Venezuela](#), frontera sobre la cual se posa el departamento. Las pequeñas franjas que dividen a las demás y que se desprenden de esta representan a los ríos [Meta](#) y [Guaviare](#), que forman las fronteras norte y sur del departamento.

- El campo derecho, de color verde esmeralda, representa el territorio selvático. En él se destaca un arbusto de algodón, eje de la economía agrícola de la margen del río Meta.
- El campo central, de color blanco, simboliza la pureza, lealtad y paz, y en ella se destaca una palma de Moriche, árbol simbólico del Vichada.
- El campo izquierdo, de color amarillo, representa la sabana llanera del departamento y en el destaca la cabeza de un vacuno que simboliza la base de la economía.

El timbre del escudo lo conforma un sol naciente, como símbolo de que el Vichada se ubica en la margen más oriental de Colombia; en la base de éste, se sitúa una cadena montañosa que simboliza los cerros del escudo Guayanés, el cual se erige como el natural coloso vigilante de la soberanía nacional en esta esquina del país.

Como soportes del escudo se encuentran un tigre en el flanco derecho y una garza blanca en el flanco izquierdo, que representan respectivamente la fauna de la selva y del llano, regiones naturales en las cuales se encuentra dividido el territorio del Vichada.

En la base del escudo y sobre una banda dorada la leyenda “Vichada” y bajo esta en la misma cinta, la frase “Tierra de hombres, para hombres sin tierra”.

287

Tomado de Gobernación del Vichada. [«Sobre el departamento»](#). Consultado el 21 de Enero de 2015.

## ELHIMNO DEL DEPARTAMENTO DEL VICHADA

**Música y Letra:** Hugo Mantilla Trejos.

### CORO

Adelante Vichadense altivo,  
Mira siempre adelante  
por donde nace el sol,  
Que la mañana tiene un despertar Alegre  
y la tarde muriente un pálido arrebol.

I

Ni un paso atrás  
siempre adelante siempre  
mirando firme y luchador  
da progreso a tu tierra  
que ella espera callada II  
que tu mano inviolada  
le dé su redención.

**II**

Anda con paso firme,  
confirma así tu ancestro,  
y defiende con ansias  
su virginal región;  
lleva en el pensamiento  
el mar de las distancias  
pero tu amor de hijo  
muy cerca del corazón.

**III**

Dale paz a tu suelo  
trabaja sin descanso  
haz florecer el surco  
lucha con tesón;  
que esta tierra bendita  
cuna de tus abuelos  
te dará tu esfuerzo  
un paraíso.

**IV**

Sé altivo cual la raza  
que épocas lejanas  
se recorrió al Vichada  
buscando al invasor;  
y que escribió con sangre  
en páginas doradas  
la historia de Colombia  
una tarde de sol.

## FICHA TECNICA

- **Extensión total:** 105.947 km<sup>2</sup>
- **Temperatura media:** 25° C
- **Coordenadas:** 6°11'00"N 67°28'00"O
- **Población (2012)** 96.138 Hab (Proyección DANE 2005)
- **Densidad** 0.97 Hab/Km<sup>2</sup>
- **Año de Creación:** 1913 (Comisaría)  
1991 (Departamento)
- **Gentilicio:** Vichadenses
- **Gobernador:** Sergio Andrés Espinosa Flórez (2012-2015)
- **Capital:** Puerto Carreño 17.737 Habitantes (Proy DANE 2005)
- **límites:** **Oriente:** República de Venezuela (Estado Amazonas)

**Occidente:** Departamento del Meta y Casanare

**Sur:** Departamentos de Guainía, Guaviare y el río Guaviare,

**Norte:** Con el río Meta, Republica de Venezuela (Estado Apure), y los Departamentos de Casanare y Arauca.

- **extensión:** cuenta con una extensión de 100.242km cuadrados representa el 10% de territorio Nacional, el Vichada se instala como un potencial hidrográfico Colombiano.
- **altura sobre el nivel del mar:** 51 metros.
- **Temperatura:** entre 25° C y 39° C.
- **Fechas de aguas altas:** desde mayo hasta mediados de Noviembre.
- **Fechas de aguas bajas:** 15 noviembre a finales de Marzo.
- **área fronteriza:** 534 kms de frontera con la Republica de Venezuela.

- **No. De Municipios:** 4 (La primavera, Santa Rosalía, Cumaribo y Puerto Carreño)
- **Resguardos Indígenas:** 45
- **Grupos Indígenas:** Sikuaní, Piapoco, Puinabe, Piaroa, Kurripako, Saliba, Guahibo, amoruas, cubeos.
- **Composición etnográfica: (Dane 2005):** [Blancos](#) y [Mestizos](#) (52,8%); [Indígenas](#) o [Amerindios](#) (44,4%) [Afrocolombianos](#) (2,8%).
- **Ubicación geográfica:** Está situado en la región oriental de Colombia, en la margen izquierda del [Orinoco](#) y derecha del [río Meta](#) en la así llamada altillanura, ya que el drenaje de la margen derecha del río Meta es hacia el Orinoco y no hacia el Meta.
- **Aeropuerto:** German Olano
- **Fisiografía:** El relieve del Vichada está conformado por extensas llanuras pertenecientes a los [Llanos Orientales](#) de Colombia, que se extienden desde el piedemonte de la [cordillera Oriental](#) hasta [Venezuela](#), sobre la [cuenca del río Orinoco](#) conocida en Colombia como la [Orinoquía](#).

En el departamento se presentan afloramientos rocosos del [escudo Guayanés](#), hay dunas activas y fósiles. Debido a la flora presente en los llanos, en verano hay incendios que casi siempre son provocados por la acción humana. El Vichada se caracteriza por estar cubierto por vegetación propia de los llanos al norte del [río Vichada](#), y por selvas tropicales al sur de este.

Los suelos son relativamente pobres porque no reciben aportes aluviales andinos ya que los cursos originales de los ríos [Tomo](#) y [Vichada](#), que originalmente procedían de la Cordillera Oriental de Colombia, fueron "decapitados" por el propio [río Meta](#) y un afluente suyo al desviarse hacia la izquierda. No se trata en verdad de un fenómeno de captura sino de un cambio de curso típico en una región de llanura. Tampoco parece tener

mucha importancia la existencia de alguna falla en la zona ya que la mayor altura relativa del territorio del departamento se logró en el pasado geológico, con los aportes de sedimentos procedentes de los Andes. En todo caso, la existencia de una línea de fallas es muy evidente, pero se ubica mucho más cerca de la propia cordillera, en el piedemonte. Lo que sucedió, también durante el pasado geológico es que, a medida que los Andes se levantaban, la cuenca de los Llanos colombo-venezolanos se iba hundiendo progresivamente (como sucede en todas las cuencas sedimentarias) y este hundimiento fue mucho mayor en la parte venezolana del estado [Apure](#) con lo que las aguas del Meta terminaron por desviarse hacia esas zonas más bajas.

En la región central del departamento y próxima al río Vichada se encuentra la [estructura del Vichada](#), un presumible [cráter de impacto](#) que, de ser confirmado como tal, sería probablemente la mayor estructura de impacto en [América del Sur](#)

- **Hidrografía:** La red hidrográfica del Vichada está conformada por grandes ríos, quebradas, caños y algunas lagunas, que desagúan en el Orinoco a través de los ríos Meta, Vichada, Guaviare y Tomo; además de los ya mencionados, se destacan también los ríos Bitá, Tuparro, Uvía, Elbita, Muco, Iteviare y Siare, y los caños Tuparrito, Bravo y Mono. Las lagunas de mayor importancia son las de Sesama y Caimán.

**Río Orinoco:** En parte colombiano, el Orinoco es navegable a lo largo de 270 kilómetros comprendidos entre la desembocadura del Meta, donde se sitúa Puerto Carreño, y la desembocadura del Guaviare, emplazamiento de Amanavén. Este trayecto se ve interrumpido en forma permanente por los raudales de Atures y Maipures, que se presentan a los 95 y 139 kilómetros contados desde Puerto Carreño, aguas arriba, respectivamente.

En tiempos de agua mayores, el Orinoco soporta embarcaciones de hasta 12 pies de calado; en el de aguas menores, las admite de hasta 8 pies de calado. Puerto Carreño es el principal enclave de control y embarque que tiene el país sobre el Orinoco, por cuanto es el punto donde confluyen las embarcaciones que bajan por el Orinoco y el Meta, como las que suben desde la desembocadura o los afluentes del primero. Existen playas en el verano donde los turistas acampan y pescan.

**Río Meta:** El Meta es sin duda, el río más importante del oriente de Colombia por su caudal y extensión; este río fue por un buen tiempo el medio de enlace de Puerto Carreño con el resto del país. De acuerdo con la Intendencia Fluvial del Orinoco, el Meta es navegable en tiempo de aguas mayores por embarcaciones de mayor calado a lo largo de 762 kilómetros, que es la distancia entre Puerto Carreño y Puerto López. Por el Meta se sacan en tiempo de lluvias hacia Villavicencio el ganado de cosecha, el pescado y los productos naturales que da Vichada.

292

El río sirve de límite fronterizo entre Colombia y Venezuela, en un trayecto de 264 kilómetros que se empiezan a contar desde Puerto Carreño hasta el puesto de control de Nueva Antioquía.

En tiempos de aguas menores, igual que el Orinoco, cuenta con unas hermosas playas y pesca abundante, donde los turistas vienen a acampar y a disfrutar del paisaje que muestra el llano en pleno verano.

Podría afirmarse que el río Meta es comparable o equivalente al Nilo en los Llanos de Colombia. Este caudal arrastra sedimentos orgánicos y los deposita cada año en sus playas e incontables islas.

El paisaje tiene un valor estratégico que tampoco se explota adecuadamente. Atractivos como la pesca en el Orinoco y el Meta, paisajes como el de los tepuyes y los rápidos de Atures y Maipures y riqueza faunística como la del Parque El Tuparro, estarían entre las preferencias de los turistas nacionales y extranjeros si, hubiera facilidad para el transporte, seguridad y hotelería.

- **Clima:** Debido a la situación ecuatorial de la Orinoquia, el territorio departamental está bajo la influencia de los vientos alisios del noreste y sureste y por la Zona de Convergencia Intertropical (ZCIT). Se distingue tres áreas pluviométricas; la más seca, al norte del departamento en límites con los departamentos de Arauca y Casanare, se caracteriza por precipitación promedio anual menor de 1.500 mm; una franja intermedia, al centro y norte del territorio, presenta lluvias anuales entre 1.500 y 2.000 mm; la más lluviosa, al sur, registra promedios anuales superiores a 2.000 mm. El régimen de lluvias es básicamente monomodal, con una temporada húmeda que comprende los meses de abril a octubre. Sus tierras están comprendidas en el piso térmico cálido, donde la temperatura media anual sobrepasa los 25°C.
- **Economía:** La economía del departamento gira en torno a actividades agropecuarias, principalmente forestales y ganaderas de muy baja escala productiva, así como a la ganadería extensiva (se destaca la vacuna) y a las actividades extractivas. El Parque nacional natural El Tuparro, el centro Gaviotas y el proyecto Marandúa, además de ser grandes atractivos, constituyen planes para mejorar la calidad de vida del departamento.
- **Turismo:** El departamento de Vichada ofrece innumerables atractivos turísticos desde el punto de vista natural, cultural y científico. La diversidad étnica, su biodiversidad y la hospitalidad de su gente, hace que recorrer

Vichada sea una experiencia inolvidable. A nivel natural el departamento cuenta con el Parque Nacional Natural El Tuparro, el cual es una de las principales maravillas de Colombia por su biodiversidad, por su gran riqueza en flora y fauna, con más de 300 especies de aves, por sus bellezas naturales, por las etnias indígenas que habitan dentro de él. Entre los principales sitios de interés dentro del parque podemos mencionar: Los Raudales de Maipures, Los Raudales del Tuparro, La Laguna Azul, El Cerro Peinillas, Los Ríos Tomo, Tuparrito y Tuparro, La Isla Pedro, Camejo, Comunidades Indígenas: Guaibos y Cuibas, Los senderos ecológicos, El Cementerio Indígena de los Maipures

Otros sitios de interés turístico: la reserva indígena **El Unuma** Parte Baja, Centro Gaviotas y Proyecto Marandua.

- **Festividades:** **Torneo Internacional del Corrió Llanero** Éste es un evento que congrega a una gran cantidad de grupos folcloristas de los diferentes estados de Venezuela y de los diferentes municipios, corregimientos, e inspecciones del Vichada, invitados especiales del departamento del Meta, estos últimos no para competir, sino para amenizar el evento. También participan otros departamentos como Arauca, Casanare, y Guainía. **Festival de Colonias y “Encuentro de Tres Culturas”** Aunque su celebración no es propia del Vichada, su importancia sí se hace extensiva a este departamento. Toma lugar del 16 de agosto al 19 de agosto de cada año. Con ocasión del aniversario de la fundación y posterior creación del municipio de Inírida, capital del departamento de Guainía, se creó el Festival de Colonias y “Encuentro de Tres Culturas”, evento que tiene como eje central la integración de las diversas colonias que habitan en Inírida, y que a la vez se integran y relacionan entre sí con las culturas indígenas. El producto de dicha relación se viene perfilando como una nueva cultura mestiza, a la que se le ha denominado tercer cultura o nueva cultura. **Otras Festividades** El municipio de Santa

Rosalía en el mes de marzo, celebra el festival folclórico de la música llanera y las costumbres del llano denominado “El Cachicamo de Oro”. En el municipio de La Primavera los días 22, 23 y 24 de marzo, se celebra el “Festival Folclórico y Reinado del Curito”. En el municipio de Cumaribo, los días 24, 25 y 26 de diciembre, se celebra el “Festival de Cumare”.

- **Baile típico:** El Joropo - El término "joropo" se usa para denotar tanto al baile como la fiesta donde se practica el baile. Posee movimiento de zapateo y cabeceo. Los bailarines visten trajes típicos, el hombre el liquiliqui y la mujer una falda floreada con blusa a los hombros.
- **Gastronomía:** Algunos de sus platos típicos: La mamona o ternera a la llanera, Chicha de Moriche, Dulce de merey llanero o marañón, Casabe Orinocense, Cachapa llanera, Dulce de pomarroso, Majule, Dulce de pata de res, Machuque de plátano maduro; Caldo de Curito, Palometa al horno, teniendo en cuenta, los zocriaderos que tienen el departamento, es posible las comunidades preparen Chigüiro al horno.
- **Artesanías:** Las expresiones artesanales representativas del Departamento del Vichada, provienen de su cultura indígena. Se destacan entre otros la elaboración de una tela que se extrae del árbol llamado matapalo, del cual se saca una fibra y mediante un proceso se convierte en tela con la que se hacen los vestidos en forma de guayuco y es decorada utilizando los colorantes de origen animal, vegetal y mineral; elaboración de ollas de barro, tinajas, budares, entre otros artefactos, para su uso personal y medio de subsistencia, ya que no lo hacen en grandes cantidades. Venden esporádicamente y no son constantes, ya que no existen sitios especiales para el desarrollo de este comercio; Artesanías hechas con fibra de cumare y moriche con las que hacen los chinchorros y

las mochilas; Artesanías hechas en juajua se elaboran guapas, manares, sebucanes, porta flechas, robaindías, esteras, canastas, etc.

- **Vías de Comunicación:** El esquema general de las vías terrestres del departamento de Vichada se presenta paralelo al sistema hidrográfico, es decir, de oriente a occidente, comunicando a Santa Rita, La Linera y Puerto Carreño. Los ríos constituyen importantes vías de comunicación entre los poblados más pequeños; el transporte fluvial se realiza principalmente por los ríos Orinoco, Meta y Vichada. El departamento hace parte de la intendencia fluvial del Orinoco, la cual tiene allí sus sedes de inspección fluvial. Por la inspección de Puerto Carreño se movilizan grandes cantidades de carga y pasajeros. A su vez, el departamento dispone de 5 aeródromos que prestan servicio regular entre las poblaciones y áreas de la región de la Orinoquía, con la capital del país.

## ACCESIBILIDAD:

296

- **TRANSPORTE AEREO:**

En la Capital del Vichada, Puerto Carreño se encuentra ubicado el Aeropuerto Germán Olano y pistas de aterrizaje en Cumaribo, Santa Rosalía, La Primavera, la base militar de Marandúa y en el Parque Nacional Natural Tuparro. Contamos con la aerolínea comercial SATENA: En el momento están llegando el EMBRAER 170: Capacidad 76 pasajeros velocidad 890 km/h Fabricación Brasileira, en caso de daños o revisión mecánica envían el ATR 72-212A Capacidad de 70 pasajeros velocidad 511 km/h fabricación francesa

**Aero rapidísimo exprés:** vuelo de carga (Lunes, Domingo)

Ruta: Villavicencio - Cumaribo - Puerto Carreño. Puerto Carreño- cumaribo -Villavicencio.

- **TRANSPORTE FLUVIAL:**

Contamos con dos (2) empresas que prestan el servicio en temporada de invierno:

**Línea fluvial del oriente:** con dos rutas: Puerto Gaitán- Orocué (Casanare) - Santa Rosalía - La Primavera - Puerto Carreño. y Puerto Carreño – Puerto Gaitán y Puerto Gaitán- Puerto Carreño.

**Líneas fluviales del Vichada**

Puerto Gaitán- Orocué (Casanare) - Santa Rosalía - La Primavera - Puerto Carreño.

Puerto Carreño – Puerto Gaitán y Puerto Gaitán- Puerto Carreño. Directo.

- **TRANSPORTE TERRESTRE:**

Cuenta con una empresa que presta el servicio en temporada de verano:

- Puerto Carreño a Santa Rosalía: 250 km aprox.
- Santa Rosalía a la Primavera: 110 km aprox.
- La Primavera a Puerto Carreño: 420 km aprox.

297

**Flota la Macarena:**

Ruta: Villavicencio - Puerto Carreño - Villavicencio.

## 5.2. CONCEPTUALIZACION

### “ECOPESCA VITA”

### “VICHADA...EDEN DE LA PESCA DEPORTIVA EN COLOMBIA” EXPLORA, DESCUBRE, EXPERIMENTA NATURALMENTE”

### .....UN APASIONANTE MUNDO QUE SACIA TU SED DE EMOCION!!

El Departamento del Vichada, en asocio con el Fondo Nacional de Turismo FONTUR, la participación y apoyo de la AUNAP, los Operadores y Prestadores de Servicios Turísticos, Asociación Imenay, Fundación Orinoquía entre otras instituciones públicas y privadas, **presenta** su producto de Pesca Deportiva para los Experisumidores, estructurado con las herramientas que ofrece el Marketing Territorial en su enfoque creativo, intuitivo y experiencial, tendiente a satisfacer los requerimientos que hoy tienen los Turistas "Consumidores de Experiencias; en un territorio que colmará las expectativas de disfrute, con su vasta riqueza natural; engrandecido con los Tesoros Humanos que la habitan que viven, vibran y se empoderan del desarrollo local, con inmenso respeto por la naturaleza y esmerada atención a los visitantes, transmitiendo una conciencia de conservación y amor por su región.

298

El Departamento del Vichada, encamina su rumbo turístico para Colombia y el mundo en su riqueza natural. Gracias a su estratégica ubicación geográfica, su belleza paisajística, la calidad de sus gentes y su potencial hídrico que atesora una enorme biodiversidad, especialmente en el campo ictiológico con por lo menos 838 especies características hasta hoy, en toda la cuenca del Orinoco.

Que se convierte en un espectáculo mágico y único para el paladar, la vista y la emoción con su pesca de consumo, ornamental y deportiva.

El Departamento del Vichada será el EDEN NATURAL DEL MUNDO, pues no en vano ha logrado tener el primer río protegido “RIO VITA”, e implementar su programa de energías renovables.

La apuesta de desarrollo turístico solo lo concibe desde el punto de vista de lo experiencial y la protección; involucrando la cadena productiva en procesos de alistamiento, tendientes a crear conciencia de responsabilidad con el planeta y calidad en el servicio; privilegiando el turismo comunitario como eje fundamental para el desarrollo local.

Desde esa perspectiva, se estructura el producto turístico diferenciado, dadas sus potencialidades, la vocación y el comportamiento del destino:

### **VICHADA EDEN DE LA PESCA DEPORTIVA EN COLOMBIA**

Que invita a vivir experiencias únicas no solo a pescadores deportivos (senior), sino a toda persona que desee un encuentro personal, e irreplicable con el agua, la biodiversidad, los afloramientos rocosos, la cultura, la gastronomía y la incomparable tranquilidad que ofrece un territorio amable, seguro, cálido, acogedor y bello.

#### **EXPLORA      DESCUBRE      EXPERIMENTA      NATURALMENTE**

299

- Para quienes no han Experimentado, para los Aprendiz, Junior y los Expertos Sénior, para Visitantes y Campistas
- Encuentre la majestuosidad hídrica de caños, lagos, lagunas, ríos y la impresionante Cuenca Hidrográfica del Orino.
- Descubra Las especies más codiciadas por los amantes de la pesca deportiva en aguas continentales, en todas las temporadas.
- Disfrute la pesca de Fondeo en busca de Bagres o la de aguas bajas, con Lanzamiento, Mosca o Troleo para capturar al Pavón Insignia del territorio, o las retadoras y luchadoras Payaras, entre otros.
- Explora los atractivos rocosos, los petroglifos, las playas, las reservas naturales, aviste los delfines rosados, admire la artesanía étnica, contemple el ecosistema, deguste la gastronomía y mucho más.

### 5.3. GEOREFERENCIACION DE LAS ZONAS DE PESCA DEPORTIVA

#### IDENTIFICACION DE ZONAS DE PESCA DEPORTIVA

**Tabla 29. Zonas de mayor frecuencia para actividad de pesca deportiva vs Ríos**

RIO	ZONAS DE MAYOR FRECUENCIA PARA LA ACTIVIDAD DE PESCA DEPORTIVA
VITA	Tres bocas; Altamira y Playa Esmeralda; Laguna o Charco Caimán; Laguna o Charco Manatí y la Rampla.
TOMO	Bocas Río Terecay al Tomo, Laguna o bocas Los Malabares y Bocas del Tomo.
ORINOCO	Playa Ventanas, Roncador, Caño Negro, Isla Santa Helena.
META	San Rafael y Bocas Caño Juriepe.
JURIEPE	Finca Luis Cárdenas o paso cárdenas, Bocas o paso de Juriepe y Las Islitas.
TERECAY	Bocas Terecay, Playa Paso Tarache y Caño Terecay.
OTROS SITIOS	RioTuparro Comunidad Guamito, Rio Tuparrito.

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

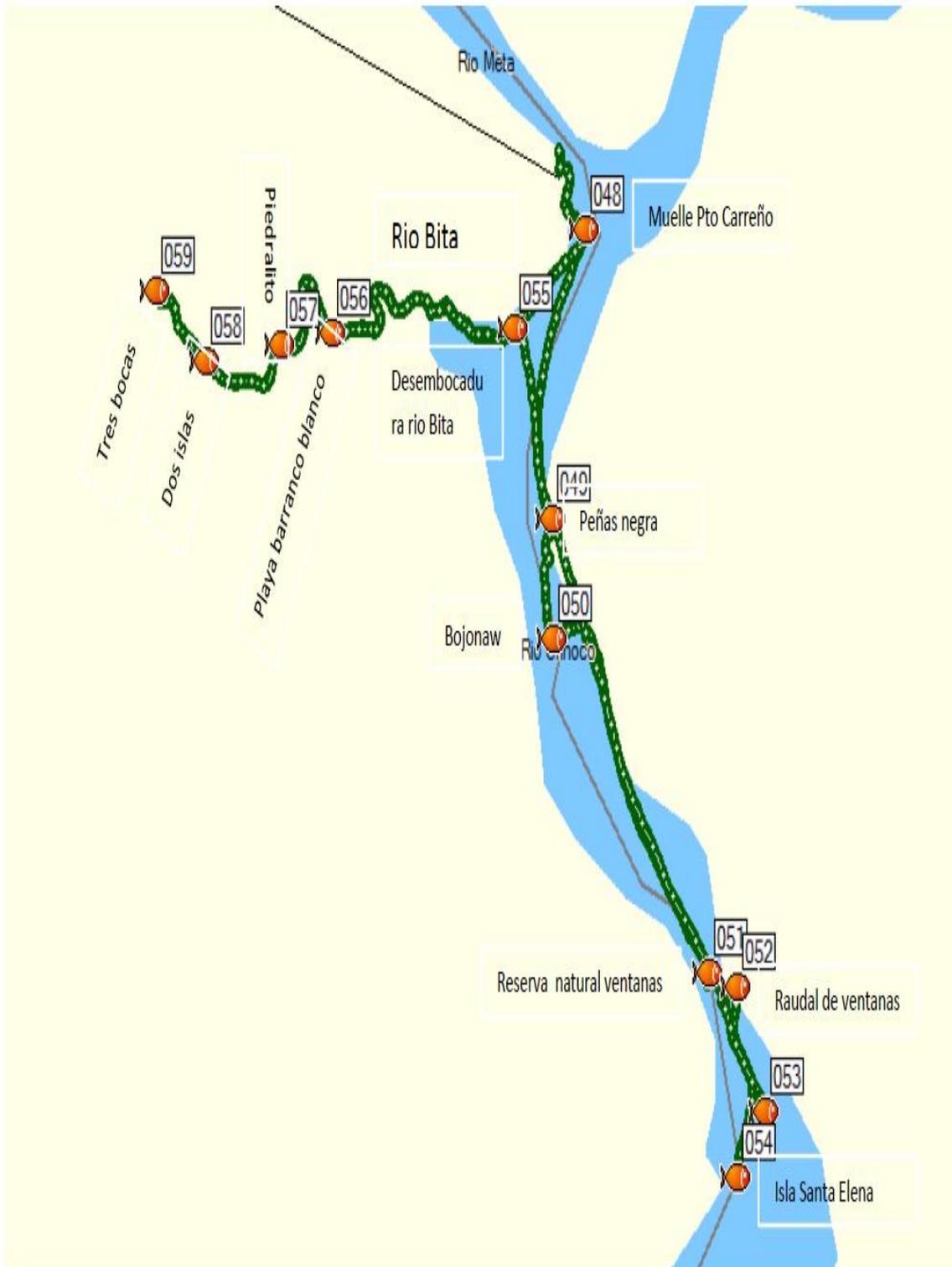
**TABLA 30. Ubicación de los sitios con posición georeferenciada.**

Posición geodiferenciada				Hora
<b>Coordenadas 1.</b> Lugar de Embarque y Desembarque : El Puerto de Puerto Carreño	N	6°.10.9'.10"	12 k	9:50
	W	067°.28.5'.33"	5m	
<b>Coordenadas 2.</b> Peñas Negras, Río Orinoco	N	06° : 07' : 32.5"	6 k	10:05
	W	067°:29':12.9"	700m	
<b>Coordenadas 3.</b> Sector Reserva Natural Bojonawi, Río Orinoco	N	06° : 06' : 10.6"	9 k	10:10
	W	067°:29':10.4"	650 m	
<b>Coordenadas 4.</b> Sector Reserva Natural Ventana, Río Orinoco	N	06° : 02' : 20.5"	19 k	10:25
	W	067°:26':01.4"	67 m	
<b>Coordenadas 5:</b> Sector Isla Santa Helena, Río Orinoco	N	06° : 00' : 44.5"	26 k	10:40
	W	067°:24': 53.2"	600 m	
<b>Coordenadas 6.</b> Desembocadura del Río Bitá	N	06° : 09' : 43.8"	3,4 K	12:00
	W	067°:29': 57.2"		
<b>Coordenadas 7.</b> Playa Barranco Blanco, Río Bitá	N	06° : 10' : 06.9"	10 k	12:30
	W	067° : 33' : 58.2"		
<b>Coordenadas 8.</b> Piedralito, Río Bitá	N	06° : 09' : 32.6"	13 k	12:40
	W	067° : 39' : 41.1"		
<b>Coordenadas 9.</b> Dos Islas, Pesca de fondeo Río Bitá	N	06° : 09' : 20.3"	16 k	12:45
	W	067° : 36' : 11.7"	200 m	
<b>Coordenadas 10.</b> Tres Bocas, Río Bitá	N	06° : 10' : 08.8"	18,5 k	1:10
	W	067° : 37' : 11.4"		
<b>Coordenadas 11.</b> Paso Ganao	N	06° : 10' : 26.8"		8:00
	W	067° : 44' : 32.1"		

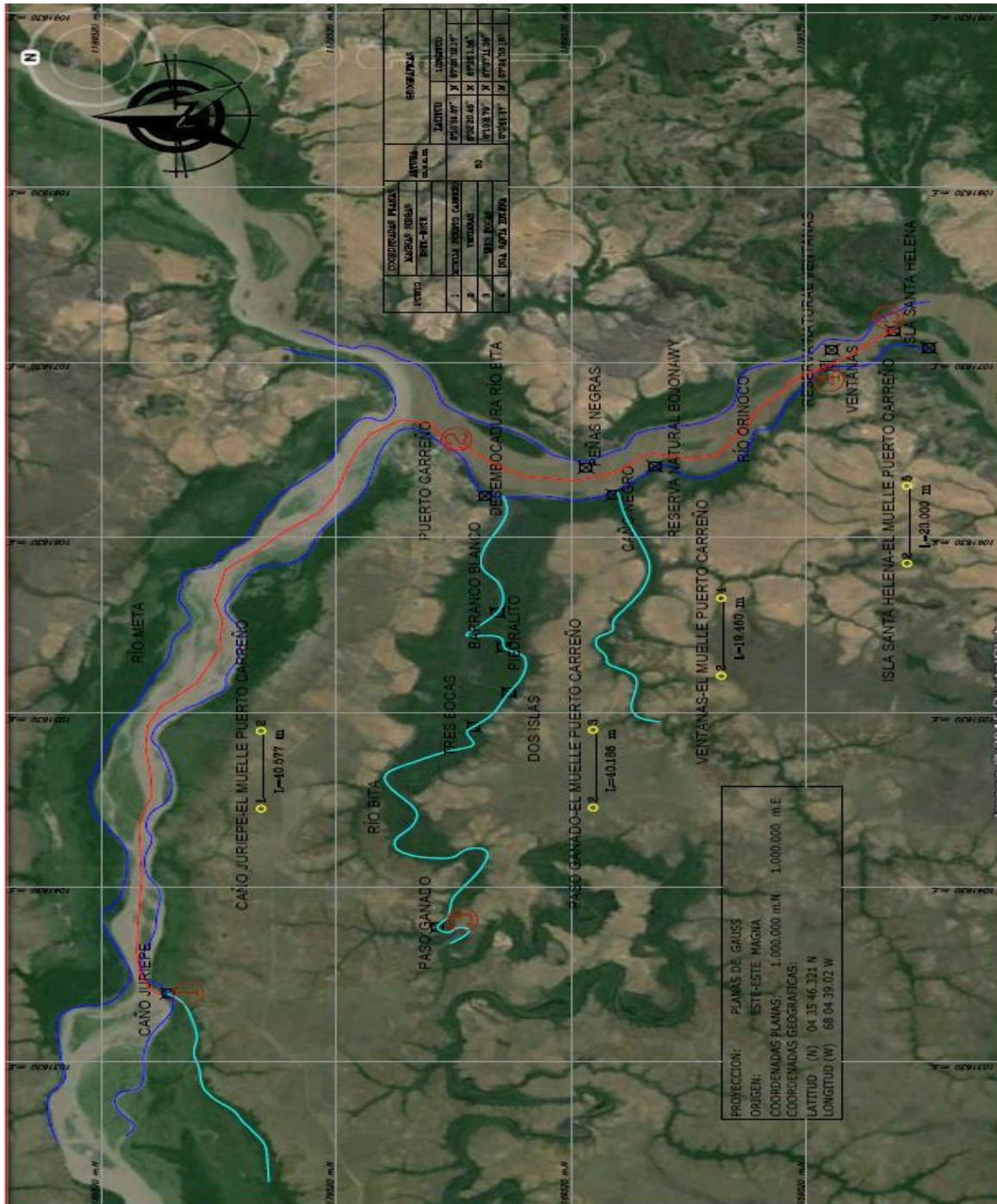
**Tabla 31. Tiempo y Ubicación**

Posicion geodiferenciada				
Coordenadas sitio 1. de Embarque y Desembarque :El Puerto de Puerto Carreño	N	6°.10.9'.10"	12 k	Hora 7:00
	WO	67°.28.5'.33"	presicion GPS 5m	
Coordenadas sitio 2. Sitio: Bocas del Caño San Jose	N	6°.03.4'.09"	12 k	7:58
	WO	67°.27.6'.37"	presicion GPS 4m	
Coordenadas sitio 3.: Caño San Jose, sitio donde termina el transporte fluvial.	N	6°.03.0'.09"	5 k	8:19
	WO	67°.28.1'.13"	presicion GPS5m	
Coordenadas sitio 4. Caño San Jose, sitio final e inicio del sitio de pesca	N	6°.02.1'.36"	5 k	9:30
	WO	67°.28.2'.44"	presicion GPS 15m	
<b>Tiempos efectivos de pesca</b>	<b>Hora</b>	<b>Minuto</b>	<b>Segundos</b>	
Tiempo de pesca 1	0	0	58	
Tiempo de pesca 2	0	11	17	
<b>Tiempo de pesca 3. Ubicacion de la Raya1</b>	0	39	59	10:45
Tiempo de Captura Raya Motora 1	0	0	19	
Coordenadas sitio 5: Caño San Jose, sitio de pesca de la Raya Motora 1. encontrada	N	6°.02.3'.99"	5 k	
	WO	67°.28.2'.95"	presicion GPS 6 m	
<b>Tiempos efectivos de pesca</b>	<b>Hora</b>	<b>Minuto</b>	<b>Segundos</b>	
Tiempo de pesca 4	0	2	53	
Tiempo de pesca 5	0	28	24	
Tiempo de pesca 6.Ubicacion de la Ray 2	0	30	12,5	13:10
Tiempo de Captura Raya Motora 2	0	2	32	
Coordenadas sitio 6. Caño San Jose, sitio de pesca de la Raya Motora 2 encontrada	N	6°.02.5'.73"	5 k	
	WO	67°.28.2'.44"	presicion GPS 5 m	
<b>Tiempos efectivos de pesca</b>	<b>Hora</b>	<b>Minuto</b>	<b>Segundos</b>	
Tiempo de pesca 7	0	28	24	
Tiempo de pesca 8	0	2	53	
TOTAL TIEMPO DE PESCA	0	142	351,5	
<b>Total tiempo efectivo de pesca</b>	02:28:25			

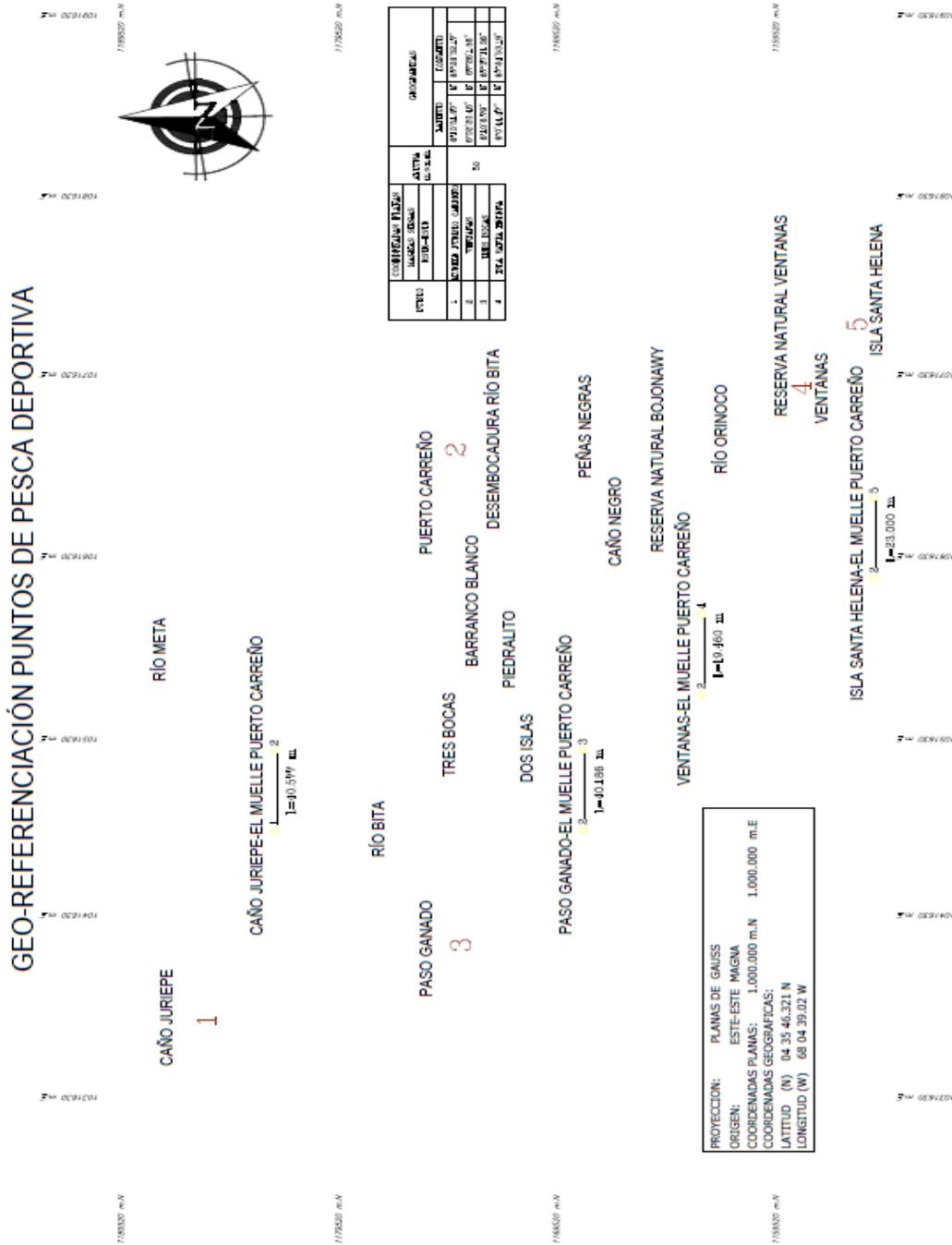
**MAPA 3. Sitios geo referenciados de pesca deportiva en los ríos Orinoco y Vita.**



Mapa 4. Georreferenciación zonas de pesca deportiva departamento del Vichada.



**GRAFICO 21. Áreas de polígono, cotas, mojones y líneas de medida.**



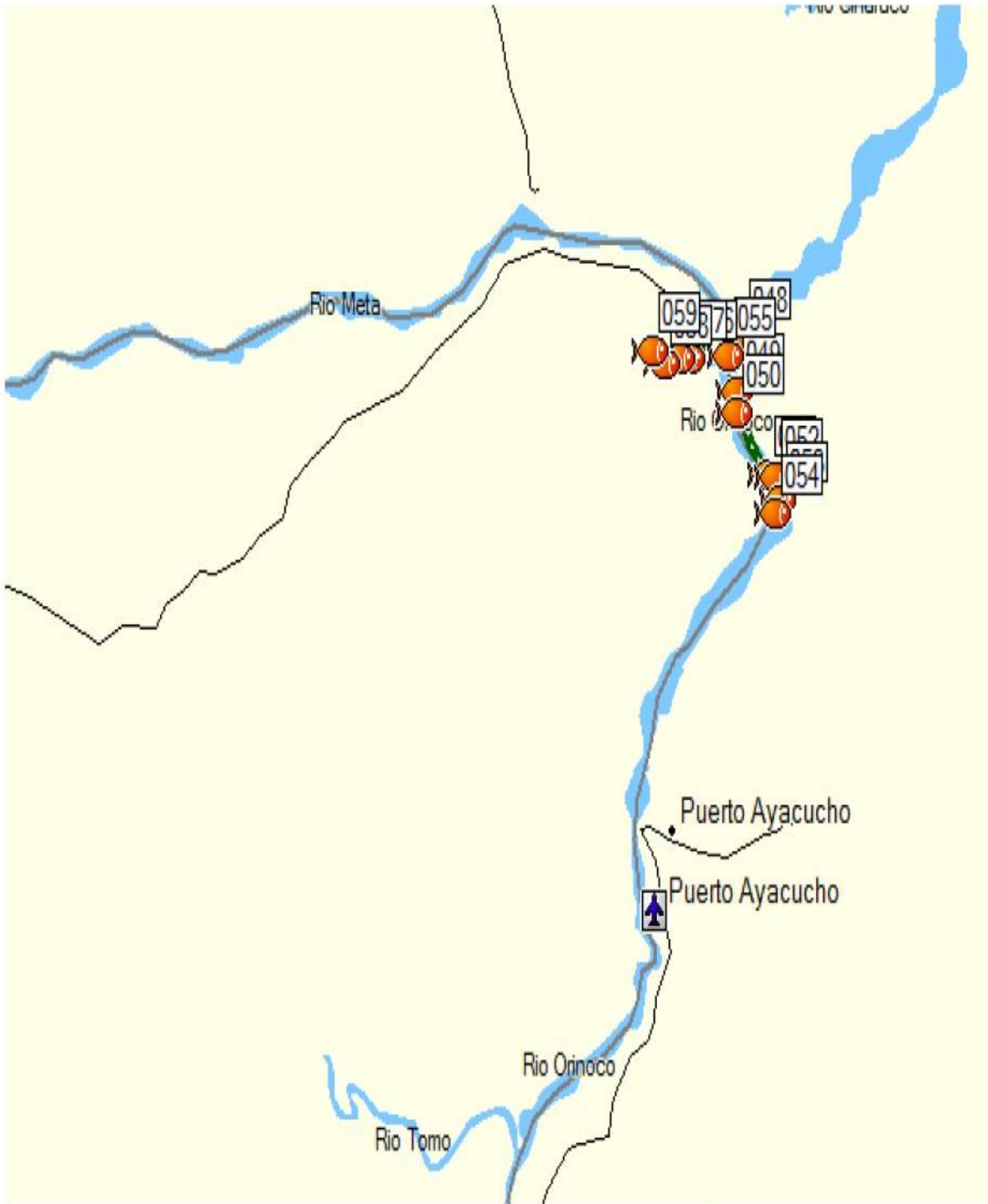
**Tabla 32. DESCRIPCIÓN DE LA RUTA: río Orinoco**

<b>FICHA 06</b>	<b>PRODUCTO TURISTICO - PESCA DEPORTIVA -</b>		
<b>OBJETIVO</b>	Georeferenciar las zonas con mayor frecuencia de practica de actividad de pesca deportiva de acuerdo a los resultados generados en el diagnóstico de capacidad de carga.		
<b>ATRACTIVO EVALUADO Y CALIFICADO</b>			
<b>UBICACIÓN</b>	<b>Municipio</b>	<b>RUTA</b>	<b>Dirección</b>
	Puerto Carreño	RIO ORINOCO	
<b>ZONA O SITIO DE PESCA DEPORTIVA</b>	Peñas negras, Raudal ventanas, Isla Santa Elena		TEL
<b>RIO O CUENCA HIDROGRAFICA AL QUE PERTENECE</b>			Rio Orinoco
<b>DESCRIPCION DE LA RUTA</b>			
<p><b>Punto de Partida:</b> Puerto Carreño, muelle ubicado a orillas del río Orinoco localizado a los 6°.10.9'.10" de latitud norte y a los 067°.28.5'.33" de longitud Oeste; En esta parte el río sirve de frontera entre Colombia y la hermana república Bolivariana de Venezuela. Se parte del muelle ubicado a orillas del río Orinoco, vía fluvial por el río en una embarcación que puede ser: Un bongo fabricado en lámina de hierro, una lancha de fibra de vidrio o de aluminio, provista de un motor fuera de borda de 40 Hp y se dirige río arriba hasta encontrar los primeros sitios de pesca. En el recorrido se puede apreciar el muelle y sus edificaciones, las áreas protegidas como la playa municipal, los afloramientos rocosos de gran tamaño pertenecientes al escudo Guyanés, que conforman el barrio punta de lajas, el cerro la bandera y cerro el Vita, por otra parte podemos apreciar gran cantidad de bosque a ambos lados del río, también se puede apreciar en las islas cultivos de patilla, maíz, ahuyama y yuca entre otros cultivos.</p>			
<b>DESCRIPCION DEL AREA</b>			
<p>Transcurrido ya casi 10 min, encontramos el primer sitio de pesca conocido como Peñas Negra ubicado 06° 07' 32,5" de latitud norte y a los 067° 29' 12,9" de longitud Oeste, a una distancia de 6 kilómetros 700 metros del punto de partida y ubicada en el centro del río, además se aprecia una cadena de rocas en la cual también se puede desarrollar la actividad de pesca deportiva en las que se destacan las especies payara, cachama, cajaro, amarillo, curvinata; la especie predominante es la payara, Reserva Natural Bojonawy ubicado a los 06° 06' 10,6" de latitud norte y a los 067° 29' 10,4" de longitud</p>			

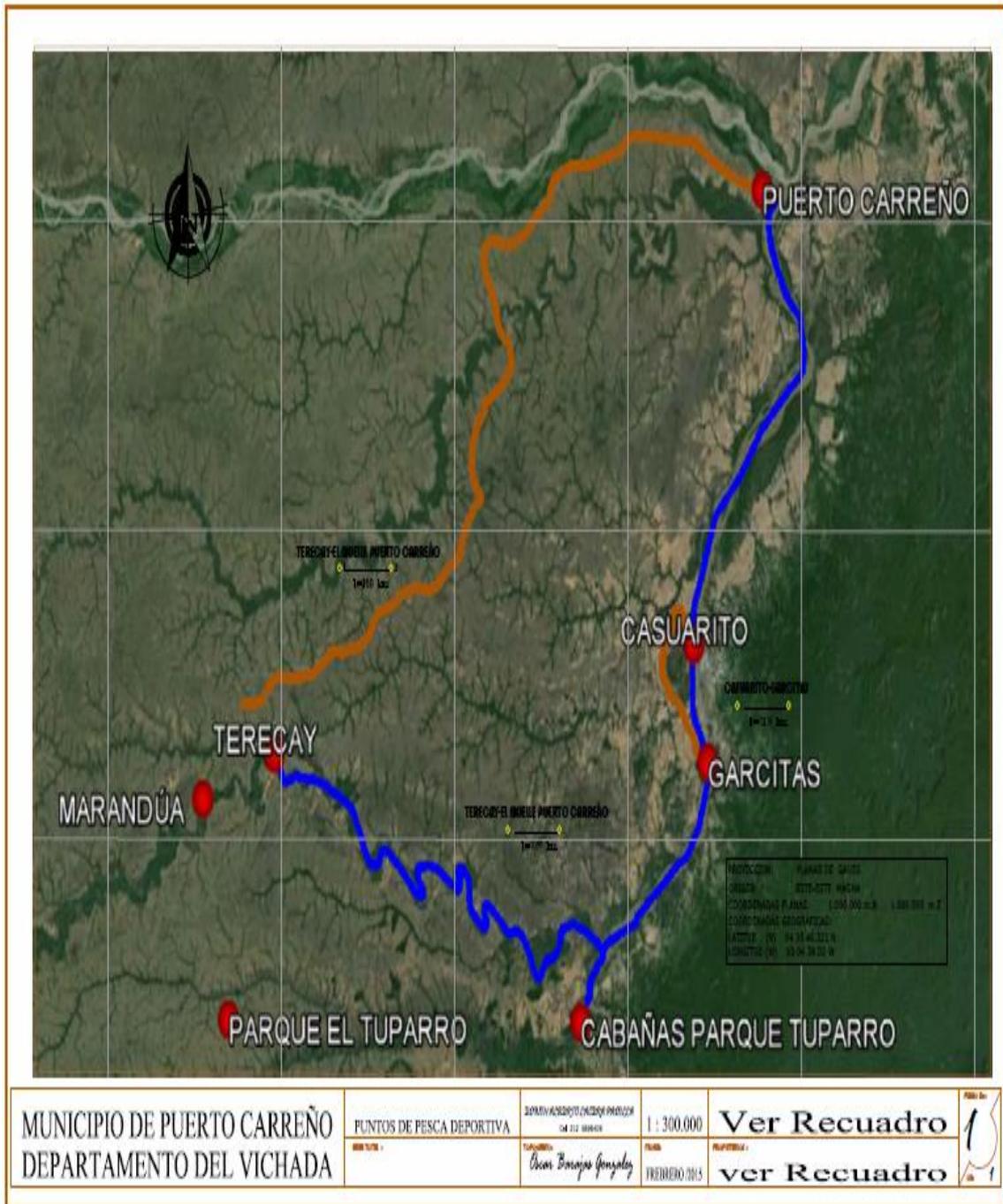
Oeste a una distancia de 9 kilómetros 650 metros en esta está prohibido pescar, pero si es un lugar muy importante para visitar lugar donde se puede hacer turismo de naturaleza (sendero ecológico, avistamiento de aves, delfines, monos, nutrias, tortugas, venado, chigüiros, jaguar entre otras), Ventanas ubicado a los 06° 02´ 20,5" de latitud norte y a los 067° 26´ 01,6" de longitud Oeste a una distancia de 19 kilómetros 76 metros se caracteriza por una área altamente rocosa, formando uno de los principales raudales de la zona, rico en peces atractivos para la pesca deportiva y peces ornamentales, las principales especie para la pesca deportiva se destacan las payaras, sardinatas, cachamas y especies de bagres; para destacar un sitio importante es la Reserva natural de la sociedad civil ventanas, en la zona también hay hermosas playas para acampar., Isla Santa Helena ubicado a los 06° 00´ 44,5" de latitud norte y a los 067° 24´ 53,2" es un refugio que cuenta con infraestructura para que los turistas puedan pernotar, conformado por un bosque de galería con gigantescos arboles entrelazado con inmensas rocas de granito que hacen de este lugar un paraíso en la mitad del rio Orinoco; las principales especies atractivas para la pesca deportiva están las payaras, sardinatas, bagres, valentón, cachamas, caribes.

<b>Diligenció</b>	<b>NAKUSA RED TURISTICA REGIONAL</b>	<b>Fecha</b>	
-------------------	--------------------------------------	--------------	--

**Mapa 5. Ubicación de las zonas con mayor frecuencia de pesca deportiva.**



**Mapa 6. Georreferenciación zonas de pesca deportiva departamento del Vichada.**



**Tabla 33. DESCRIPCIÓN DE LA RUTA: Rio Vita**

<b>FICHA 07</b>	<b>PRODUCTO TURISTICO - PESCA DEPORTIVA -</b>		
<b>OBJETIVO</b>	Georeferenciar las zonas con mayor frecuencia de practica de actividad de pesca deportiva de acuerdo a los resultados generados en el diagnóstico de capacidad de carga.		
<b>ATRACTIVO EVALUADO Y CALIFICADO</b>			
<b>UBICACIÓN</b>	<b>Municipio</b>	<b>RUTA</b>	<b>Dirección</b>
	Puerto Carreño	RIO VITA	
<b>ZONA O SITIO DE PESCA DEPORTIVA</b>	Barranco blanco, piedralito, dos islas, Tres bocas, paso ganao		<b>TEL</b>
<b>RIO O CUENCA HIDROGRAFICA AL QUE PERTENECE</b>			Rio Vita
<b>DESCRIPCION DE LA RUTA</b>			
<p><b>Punto de Partida:</b> Puerto Carreño, muelle ubicado a orillas del rio Orinoco localizado a los 6°.10.9'.10" de latitud norte y a los 067°.28.5'.33" de longitud Oeste; se parte del muelle ubicado a orillas del rio Orinoco, vía fluvial por el río Orinoco en una embarcación que puede ser: Un bongo fabricado en lámina de hierro, una lancha de fibra de vidrio o de aluminio, provista de un motor fuera de borda de 40 Hp y se dirige rio arriba hasta llegar a la desembocadura del rio Vita, distante a unos 10 minutos, 3,4 kilómetros. En el recorrido se puede apreciar el muelle y sus edificaciones, las áreas protegidas como la playa municipal, los afloramientos rocosos que conforman el barrio punta de lajas, el cerro la bandera, abundante vegetación y cerro el Vita hasta llegar a la desembocadura del rio Vita en el Orinoco. A partir de aquí se entra por el rio Vita, que por esta época dificulta la navegación por el bajo nivel de las aguas y que solo los experimentados pescadores artesanales pueden sortear; ya en su recorrido observamos un ecosistema natural de bosque, abundante vegetación a ambos lados de las márgenes del rio y sabanas que brindan refugio a una gran variedad de especies de fauna y flora, a escaso 4 minutos y en la margen derecha aguas arriba encontramos un puesto de control de la armada nacional, seguidamente se observa el principal balneario del municipio y reserva natural el tiestero, seguimos el recorrido rio arriba y en las orillas en troncos tomando el sol se pueden apreciar tortugas, de la especie terecay, iguanas, babillas y entre otras especies las garzas. Durante el recorrido hasta llegar a los sitios de pesca solo se escucha un silencio que es interrumpido por el ruido del motor de la embarcación y nos acompaña la vista indescriptible de</p>			

la naturaleza.

**DESCRIPCION DEL AREA**

Transcurrido ya casi una hora encontramos la primera embarcación con PD en el sitio conocido como **Playa barranco blanco**, ubicado 06° 10´ 36,9" de latitud norte y a los 067° 33´ 58,2" de longitud Oeste, a una distancia de 10 kilómetros de la desembocadura del rio bita, su nombre se debe al barranco formado por la erosión causada por el rio y la tala de árboles de sus orillas, la especie predominante es el pavón, **Piedralito** ubicado N 06° 09´ 32,6" de latitud norte y a los 067° 39´ 41,1" de longitud Oeste a una distancia de 13 kilómetros de la desembocadura del bita, recibe su nombre por la ubicación de piedras en el lecho del rio formando un pequeño raudal o rápido; este sitio se caracteriza por la pesca de payaras, caribes, curvinatas, **Dos islas** ubicado a los 06° 09´ 20,3" de latitud norte y a los 067° 39´ 11,7" de longitud Oeste a una distancia de 16 kilómetros 200 metros se caracteriza por la pesca de pavón, caribe, matagueros, bagres, perro o guabina, **Tres bocas** ubicado a los 06° 10´ 08,8" de latitud norte y a los 067° 37´ 11,4" de longitud Oeste, como su nombre lo indica, al llegar al sitio se puede distinguir tres brazos del rio, dos de los brazos conforman una isla y el tercero conduce a la laguna de Hernán, en la isla se forma una playa la cual es utilizada por los prestadores de servicio turístico para montar los campamentos de pesca deportiva, **Paso Ganao** ubicado a los 06° 10´ 26,8" de latitud norte y a los 067° 44´ 32,1" de longitud oeste, en esta zona se puede apreciar el puente que comunica a puerto Carreño con la inspecciones de cazuarito, garcitas y al parque el Tuparro, la actividad de pesca se caracteriza por la captura principalmente de pavón, cachamas, caribes y bagres

<b>Diligenció</b>	<b>NAKUSA RED TURISTICA REGIONAL</b>	<b>Fecha</b>
-------------------	--------------------------------------	--------------



• **DESARROLLO E IMPLEMENTACION DEL PRODUCTO**

312

---

## 6.1. ANALISIS DE COSTOS Y PRECIO DEL PRODUCTO

Oficio convocatoria a los talleres:



Puerto Carreño, 20 Noviembre del 2014

Señores  
**Prestadores, operadores y Agencias de Turismo**  
Puerto Carreño

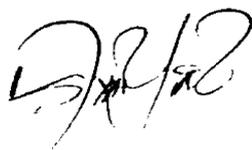
*Ref.: Invitación departamento del Vichada y FONTUR*

*El departamento del Vichada, con el apoyo del fondo nacional del turismo FONTUR, vienen aunando esfuerzos para la estructuración del EL PRODUCTO DE PESCA DEPORTIVA en este ejercicio necesitamos contar con su conocimiento, y experticia.*

*Por esta razón, los invitamos a que participen de los talleres de construcción colectiva del producto, y elaboración y estructuración de paquetes turísticos del producto, en la que esperamos contar con su valiosa presencia.*

*Puerto Carreño fecha: 26 y 27 de noviembre del 2014, de 8 am a 5 pm  
La Primavera el 28 de noviembre de 8 am a 6 pm  
Santa Rosalía el 1 de diciembre de 9 am a 4 pm*

Atentamente;



**ALEXANDRA YINETH BARBOSA**  
Directora de Oficina de Turismo  
Gobernación del Vichada

Calle 18 No. 7-48 TEL: 098 - 565 4421 Fax 5654132  
Palacio de la Gobernación - Puerto Carreño Vichada  
[www.gobvichada.gov.co](http://www.gobvichada.gov.co)

Como resultado del taller de empaquetamiento realizado con los diferentes actores involucrados en la cadena de valor del turismo, se obtuvieron las siguientes tablas de opciones de paquetes turísticos para validar con los agentes de viajes mayoristas. Por lo anterior, se tuvieron en cuenta los porcentajes de operación y el margen de ganancia del mayorista. El análisis se realiza a través de un paso a paso que debe tener en cuenta el operador del paquete involucrando todos los eslabones de la cadena, desde el guía, el carnet, hotel, transportes, atractivos, restaurantes, hasta la agencia de viaje.

**Tabla 34. Estructuración del producto turístico de pesca deportiva del departamento del vichada**

<b>PROYECTO</b>	<b>ESTRUCTURACION DEL PRODUCTO TURISTICO DE PESCA DEPORTIVA DEL DEPARTAMENTO DEL VICHADA</b>		
<b>FICHA PRODUCTO TURISTICO</b>			
<b>CIUDAD</b>	<b>PUERTO CARREÑO</b>		
<b>PRODUCTO TURISTICO</b>	<b>PESCA DEPORTIVA EN PUERTO CARREÑO VICHADA</b>		
<b>TEMPORADA</b>	<b>VERANO</b>		
<b>MODALIDAD</b>	<b>LANZAMIENTO-TROLEO-FONDEO</b>		
<b>OBJETIVO</b>	<i>1. Lograr que el turista haga buenas capturas y experimente la satisfacción de realizar una pesca técnicamente dirigida, en el marco de las buenas prácticas de pesca deportiva.</i>		
<b>OPCION 1</b>	<b>PESCA DEPORTIVA DE UN DIA</b>		
<b>ACTIVIDAD EN PLAYAS CERCANAS</b>	<b>TRES BOCAS, O VENTANAS, O SANTA HELENA ADICIONAL A CAÑO JURIEPE, O RONCADOR, O CAÑO DAGUA, O PASOGANAO: \$100.000</b>		
<b>TIEMPO</b>	<b>UN DÍA</b>	<b>UN PAX</b>	<b>DOS PAX</b>
<b>ACTIVIDADES</b>	<i>1. Transporte terrestre aeropuerto hotel/campamento -aeropuerto</i>	6.000	6.000
	<i>2. Transporte fluvial</i>	358.000	358.000
	<i>3. Elementos de primeros auxilios y seguridad</i>	10.000	10.000
	<i>4. Seguros de accidentes</i>	4.000	8.000
	<i>5. Alimentación del día</i>		

		50.000	100.000
	6. Cava de merienda, refrigerios, hidratación	40.000	80.000
	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>468.000</b>	<b>562.000</b>
	utilidad y administrativos - 20%	93.600	112.400
	<b>Valor Venta Neta</b>	<b>561.600</b>	<b>674.400</b>
	<b>Costo por persona</b>	<b>561.600</b>	<b>337.200</b>
<b>COSTOS ADICIONALES PARA DESARROLLAR LA ACTIVIDAD</b>			
<b>COSTO CON EL HOTEL LOS DELFINES</b>	Una noche de alojamiento	<b>60.000</b>	<b>80.000</b>
<b>COSTO CON EL HOTEL TIERRA AZUL</b>	Una noche de alojamiento	<b>100.000</b>	<b>140.000</b>
<b>COSTO CON EL HOTEL CARREÑO PLAZA</b>	Una noche de alojamiento	<b>85.000</b>	<b>130.000</b>
<b>carnet NACIONAL POR PERSONA</b>	Requisito legal - AUNAP	<b>42.000</b>	<b>84.000</b>
<b>carnet INTERNACIONAL POR PERSONA</b>	Requisito legal - AUNAP	<b>514.000</b>	<b>1.028.000</b>
<b>OPCION 2</b>	<b>PESCA DEPORTIVA DE 4 DIAS</b>		
<b>TIEMPO</b>	<b>CUATRO (4) DIAS</b>	<b>UN PAX</b>	<b>DOS PAX</b>
<b>INCLUYE</b>	1. transporte terrestre aeropuerto-campamento-aeropuerto	1.000.000	1.000.000
	2. transporte fluvial	1.432.000	1.432.000
	3. logística campamento montaje y desmontaje	1.200.000	1.200.000
	4. Personal adicional	720.000	720.000

	5. Costos tramites	50.000	50.000
	6. elementos de primeros auxilios y seguridad	30.000	30.000
	7. seguros de accidentes	16.000	16.000
	8.alimentacion del día	200.000	400.000
	9. Cava de merienda y refrigerios	160.000	320.000
	Alojamiento EN el campamento	80.000	160.000
	<b>TOTAL costos por pax</b>	<b>4.888.000</b>	<b>5.328.000</b>
	Utilidad y gastos administrativos 32%	1.564.160	1.704.960
	Valor Neto	6.452.160	7.032.960
	<b>Valor Neto promedio por persona</b>	<b>6.452.160</b>	<b>3.516.480</b>
<b>COSTOS ADICIONALES PARA DESARROLLAR LA ACTIVIDAD</b>			
<b>carnet NACIONAL POR PERSONA</b>	Requisito legal - AUNAP	<b>42.000</b>	<b>84.000</b>
<b>carnet INTERNACIONAL POR PERSONA</b>	Requisito legal - AUNAP	<b>514.000</b>	<b>1.028.000</b>
<b>OPCION 3</b>	<b>PESCA DEPORTIVA DE 8 DIAS</b>		
<b>PLAYAS</b>	<b>RAMPLAS, O RIO TOMO O CAÑO TERCAY</b>		
<b>TIEMPO</b>	<b>OCHO (8) DIAS</b>	<b>UN PAX</b>	<b>DOS PAX</b>
<b>ACTIVIDADES</b>	1. Transporte terrestre aeropuerto-campamento-aeropuerto	1.000.000	1.000.000
	2. Transporte fluvial	2.506.000	2.506.000
	3. logística campamento montaje y desmontaje	1.200.000	1.200.000
	4. Personal adicional	1.440.000	1.440.000
	5. Costos tramites	50.000	50.000

	6. Elementos de primeros auxilios y seguridad	30.000	30.000
	7. Seguros de accidentes	32.000	64.000
	8. Alimentación del día	400.000	800.000
	9. Cava de merienda y refrigerios	320.000	640.000
	Alojamiento CAMPAMENTO	160.000	320.000
	<b>TOTAL costos</b>	<b>7.138.000</b>	<b>8.050.000</b>
	Utilidad y gastos administrativos 32%	2.284.160	2.576.000
	Valor Neto	9.422.160	10.626.000
	<b>Valor Neto promedio por persona</b>	<b>9.422.160</b>	<b>5.313.000</b>
<b>COSTOS ADICIONALES PARA DESARROLLAR LA ACTIVIDAD</b>			
<b>carnet NACIONAL POR PERSONA</b>	Requisito legal - AUNAP	42.000	84.000
<b>carnet INTERNACIONAL POR PERSONA</b>	Requisito legal - AUNAP	514.000	1.028.000
<b>OPCION 4</b>			
<b>AVISTAMIENTO DE TONINAS PUERTO CARREÑO / CON INGRESO A BOJONAWI</b>			
<b>TIEMPO</b>	<b>4 HORAS</b>	<b>UN PAX</b>	<b>DOS PAX</b>
<b>ACTIVIDADES</b>	1. Transporte terrestre hotel - puerto	6.000	6.000
	2. Transporte fluvial	179.000	179.000
	3. Elementos de primeros auxilios y seguridad	10.000	10.000
	4. Seguros de accidentes	4.000	8.000
	5. Refrigerio	20.000	40.000
	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>219.000</b>	<b>243.000</b>

	<i>utilidad - 20%</i>	43.800	48.600
	<b>Valor Venta Neta</b>	<b>262.800</b>	<b>291.600</b>
			<b>PROMEDIO PAX</b>
	<b>UN PAX</b>	262.800	<b>262.800</b>
	<b>DOS PAX</b>	291.600	<b>145.800</b>
	<b>TRES PAX</b>	437.400	<b>145.800</b>
	<b>CUATRO PAX</b>	583.200	<b>145.800</b>
<b>OPCION 5</b>	<b>SENDEROS ECOLOGICOS</b>		
<b>RECORRIDOS</b>	<b>CERRO DEL VITA O CERRO DE LA BANDERA Y CUEVA DE AREVALO</b>		
<b>TIEMPO</b>	<b>DOS HORAS</b>	<b>UN PAX</b>	<b>DOS PAX</b>
<b>ACTIVIDADES</b>	1. Transporte terrestre hotel - sendero -Hotel	6.000	6.000
	2. Guía en español	25.000	25.000
	3. Hidratación	4.000	8.000
	4. Seguros de accidentes	4.000	8.000
	6. Ingreso fundación Orinoquía	8.000	16.000
	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>47.000</b>	<b>63.000</b>
	<i>utilidad - 20%</i>	9.400	12.600
	<b>Valor Venta Neta</b>	<b>56.400</b>	<b>75.600</b>
			<b>PROMEDIO PAX</b>
	<b>UN PAX</b>	56.400	<b>56.400</b>
	<b>DOS PAX</b>	75.600	<b>37.800</b>

	<b>TRES PAX</b>	94.800	<b>31.600</b>
	<b>CUATRO PAX</b>	126.400	<b>31.600</b>
	<b>CINCO PAX</b>	158.000	<b>31.600</b>
	<b>SEIS PAX</b>	189.600	<b>31.600</b>

<b>PROYECTO</b>	<b>ESTRUCTURACION DEL PRODUCTO TURISTICO DE PESCA DEPORTIVA DEL DEPARTAMENTO DEL VICHADA</b>		
<b>FICHA PRODUCTO TURISTICO</b>			
<b>CIUDAD</b>	<b>LA PRIMAVERA VICHADA</b>		
<b>PRODUCTO TURISTICO</b>	<b>PESCA DEPORTIVA EN LA PRIMAVERA VICHADA</b>		
<b>TEMPORADA</b>	<b>VERANO</b>		
<b>MODALIDAD</b>	<b>LANZAMIENTO-TROLEO-FONDEO</b>		
<b>OBJETIVO</b>	1. Lograr que el turista haga buenas capturas y experimente la satisfacción de realizar una pesca técnicamente dirigida, en el marco de las buenas prácticas de pesca deportiva.		
<b>OPCION 1</b>			
<b>ACTIVIDAD EN PLAYAS CERCANAS</b>	<b>LA CRISTALINA Y SIMILARES</b>		
<b>TIEMPO</b>	<b>DOS DIAS</b>	<b>UN PAX</b>	<b>DOS PAX</b>
<b>ACTIVIDADES</b>	1. Transporte puerto esperanza casco urbano	8.000	8.000
	2. Hidratación	5.000	10.000
	3. Almuerzo	15.000	30.000
	4 Cena	15.000	30.000
	5. Alojamiento		

		60.000	120.000
	6, Desayuno	7.000	14.000
	7. Transporte puerto esperanza ida y vuelta	15.000	15.000
	8. Día de embarcación	400.000	400.000
	9. Almuerzo e hidratación	20.000	40.000
	10. Hielo	3.000	3.000
	11. Seguro	4.000	8.000
	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>552.000</b>	<b>678.000</b>
	utilidad y administrativos - 20%	110.400	135.600
	<b>Valor Venta Neta</b>	<b>662.400</b>	<b>813.600</b>
	<b>Costo por persona</b>	<b>662.400</b>	<b>406.800</b>
<b>carnet NACIONAL POR PERSONA</b>	Requisito legal - AUNAP	<b>42.000</b>	<b>84.000</b>
<b>carnet INTERNACIONAL POR PERSONA</b>	Requisito legal - AUNAP	<b>514.000</b>	<b>1.028.000</b>
<b>OPCION 2</b>	<b>VISITA A LA COMUNIDAD INDIGENA - TURISMO ETNICO</b>		
<b>COMUNIDAD</b>	<b>TROMPILLO</b>		
<b>TIEMPO</b>	<b>OCHO (8) DIAS</b>	<b>UN PAX</b>	<b>DOS PAX</b>
<b>ACTIVIDADES</b>	1. Desayuno	10.000	20.000
	2. Transporte Hotel a la comunidad -Hotel	20.000	20.000

	3. Recorrido por la comunidad con aprendizaje de algunas palabras del dialecto y costumbres de la comunidad	10.000	20.000
	4. ALMUERZO INDIGENA (pisillo de pescado, patacona, casabe, arroz, ensalada de mañoco y yucuta de preparada)	15.000	30.000
	5. MUESTRA CULTURAL (PROTOCOLO DE VISITA A LA COMUNIDAD)	100.000	100.000
	6. Hidratación	6.000	12.000
	7. Seguros de accidentes	4.000	8.000
	8. Alojamiento	60.000	120.000
	<b>TOTAL costos</b>	<b>225.000</b>	<b>330.000</b>
	Utilidad y gastos administrativos 20%	45.000	66.000
	Valor Neto	270.000	396.000
	<b>Valor Neto promedio por persona</b>	<b>270.000</b>	<b>198.000</b>
			<b>PROMEDIO PAX</b>
	<b>UN PAX</b>	270.000	<b>270.000</b>
	<b>DOS PAX</b>		

		396.000	198.000
	<b>TRES PAX</b>	522.000	174.000
	<b>CUATRO PAX</b>	648.000	162.000

<b>PROYECTO</b>	<b>ESTRUCTURACION DEL PRODUCTO TURISTICO DE PESCA DEPORTIVA DEL DEPARTAMENTO DEL VICHADA</b>		
<b>FICHA PRODUCTO TURISTICO</b>			
<b>CIUDAD</b>	<b>SANTA ROSALIA- VICHADA</b>		
<b>PRODUCTO TURISTICO</b>	<b>PESCA DEPORTIVA EN SANTA ROSALIA VICHADA</b>		
<b>TEMPORADA</b>	<b>VERANO</b>		
<b>MODALIDAD</b>	<b>LANZAMIENTO-TROLEO-FONDEO</b>		
<b>OBJETIVO</b>	1. Lograr que el turista haga buenas capturas y experimente la satisfacción de realizar una pesca técnicamente dirigida, en el marco de las buenas prácticas de pesca deportiva.		
<b>OPCION 1</b>	<b>PESCA DEPORTIVA DE UN DIA</b>		
<b>ACTIVIDAD EN PLAYAS CERCANAS</b>	<b>RIO META, BOCAS DEL YATEA, CAMUARA, PAVANAY, GUACHIRIA</b>		
<b>TIEMPO</b>	<b>DOS DIAS</b>	<b>UN PAX</b>	<b>DOS PAX</b>
<b>ACTIVIDADES</b>	1. Hotel al Puerto	20.000	20.000
	2. Transporte fluvial	200.000	200.000
	3. Hidratación (8 botellas de agua, hielo, )	27.000	54.000
	4. Refrigerio	10.000	20.000
	5. Almuerzo	20.000	40.000
	3. Elementos de primeros		

	<i>auxilios y seguridad</i>	10.000	10.000
	<i>4. Seguros de accidentes</i>	4.000	8.000
	<i>5. transporte puerto-hotel</i>	20.000	20.000
	<i>6. Alojamiento</i>	40.000	80.000
	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>351.000</b>	<b>452.000</b>
	<i>utilidad y administrativos - 20%</i>	70.200	90.400
	<b>Valor Venta Neta</b>	<b>421.200</b>	<b>542.400</b>
	<b>Costo por persona</b>	<b>421.200</b>	<b>271.200</b>
<b>carnet NACIONAL POR PERSONA</b>	<i>Requisito legal - AUNAP</i>	<b>42.000</b>	<b>84.000</b>
<b>carnet INTERNACIONAL POR PERSONA</b>	<i>Requisito legal - AUNAP</i>	<b>514.000</b>	<b>1.028.000</b>
<b>OPCION 2</b>	<b>EXPERIENCIA DEL HATO GANADERO Y FINCA DE LA ORINOQUIA</b>		
<b>FINCA</b>	<b>MELQUISEDEC Y OTRAS</b>		
<b>TIEMPO</b>	<b>OCHO (8) DIAS</b>	<b>UN PAX</b>	<b>DOS PAX</b>
<b>ACTIVIDADES</b>	<i>1. transporte hotel - finca (5:30 am)-hotel</i>	60.000	60.000
	<i>2. Tinto, observación ordeño, leche</i>	2.500	5.000
	<i>3. Desayuno (cerdo frito, con arepa, tungo, chocolate y queso)</i>	12.000	24.000
	<i>4. Cabalgata (1 hora) recorrido por la finca</i>	20.000	40.000

5. Refrigerio (masato, con rosca de pan de arroz)	2.500	5.000
6. pesca de consumo Y ALMUERZO	15.000	30.000
7. tinto. Queso de mano	5.000	10.000
8. baño en pozo natural	5.000	10.000
9. apartar de becerro con montada a caballo	5.000	10.000
10. guía de turismo	30.000	30.000
3. Elementos de primeros auxilios y seguridad	10.000	10.000
4. Seguros de accidentes	4.000	8.000
<b>TOTAL costos</b>	<b>117.000</b>	<b>174.000</b>
Utilidad y gastos administrativos 20%	23.400	34.800
Valor Neto	140.400	208.800
<b>Valor Neto promedio por persona</b>	<b>140.400</b>	<b>104.400</b>
		<b>PROMEDIO PAX</b>
<b>UN PAX</b>	140.400	<b>140.400</b>
<b>DOS PAX</b>	208.800	<b>104.400</b>
<b>TRES PAX</b>	277.000	<b>92.333</b>
<b>CUATRO PAX</b>	346.000	<b>86.500</b>

## 6.2. FORMATO DEL PRODUCTO: PROTOCOLOS

### 6.2.1. Método de gestión de los visitantes

Se presenta el siguiente formato de compromiso dirigido a los turistas, para adopción de los prestadores y autoridades, como herramienta de sensibilización y vigilancia de la práctica y operación del producto.

Es importante definir interinstitucionalmente, el lugar (aeropuerto) de aplicación del formato y evaluar la adquisición de infraestructura, muebles o equipos necesarios para que se pueda practicar esta metodología y darle la seriedad a la gestión.

**Tabla 35. Formato acuerdo de compromisos dirigido al turista de pesca deportiva**

<b>LOGO GOBERNACION</b>	<b>FORMATO ACUERDO DE COMPROMISOS - TURISTA PESCA DEPORTIVA</b>	<b>LOGO AUNAP</b>
<b>OBJETIVO</b>	Garantizar que el turista que disfruta del producto "Pesca Deportiva", en el departamento del Vichada, obtenga la orientación suficiente para entender y aplicar los procesos y procedimientos y cumplir con los protocolos de uso del producto turístico.	
<b>INTRODUCCION</b>	El producto turístico "PESCA DEPORTIVA", que se practica en el Departamento del Vichada, Colombia; tiene como objetivo principal, garantizarle al turista un momento de esparcimiento, diversión y en especial una captura que satisfaga sus expectativas, todo en el marco de la sostenibilidad ambiental del territorio, mediante la premisa de "PESQUE Y DEVUELVA", con lo cual se garantiza la sustentabilidad del producto turístico y la conservación de las condiciones ideales del territorio para lograr un máximo disfrute de esta actividad.	

<p><b>PASO 1: Interpretación del territorio</b></p>	<p>Vichada es la tierra colombiana que asombró a Alexander von Humboldt por la formidable riqueza de su biodiversidad de flora, fauna y agua. Sabanas, bosques y selvas de transición configuran el paisaje de la región. Los Llanos de Colombia tienen el 32% de las reservas de agua de Colombia y 37% de la longitud navegable del país, gran parte se encuentra en el Vichada. Los ríos Vichada, Meta, Vita, Tuparro, Tomo, Muco, Uva, Guarrojo y el gran Orinoco conforman una importante participación del potencial hidrográfico del Vichada. El Vita es el primer río declarado protegido en Colombia. Su área de influencia es hábitat de fauna diversa y Vichada aporta el 80% de todos los peces ornamentales que exporta Colombia. En el Vichada se encuentra el Parque Natural El Tuparro, declarado Reserva de la Biósfera por la UNESCO.</p>
<p><b>PASO 2: PROTOCOLO de Conservación y Protección de las fuentes hídricas</b></p>	<p>El departamento cuenta con diferentes cuencas Hídricas que ofrecen un sin número de condiciones haciéndolas aptas para la práctica de pesca deportiva, por lo tanto se debe tener en cuenta:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Respetar las tallas mínimas establecidas (Resolución-2086/81)</li> <li>2. No arrojar basuras, plásticos, químicos o desperdicios que constituyan peligro para la navegación, la circulación o la vida</li> <li>3. la autoridad puede realizar control de todos los elementos que porta el turista en el momento del zarpe.</li> </ol>
<p><b>PASO 3: PROTOCOLO de Pesca y devuelva</b></p>	<p>Se debe utilizar artes de pesca autorizados y avalados por la entidad. Caña de pescar, carrete, anzuelos (SIN REBABA O MUERTE), señuelo o carnada artificial, cucharas, sedal, guaya de seguridad (utilizar materiales biodegradables y amigables con el ambiente). Se hace importante preservar las especies para esto se recomienda durante la pesca, manipular el ejemplar capturado lo menos posible y siempre sumergido parcial o totalmente en el agua. Con esto se evita maltratarlo, pérdida de escamas o golpes. tomar fotografía rápidamente, sin introducir los dedos en las branquias (se aconseja uso de guantes) y devolver al medio.</p>
<p><b>PASO 4: Protocolo de comportamiento y seguridad en Playas y campamentos</b></p>	<p>Condiciones que establece la policía de turismo y ambiental.</p>

<b>PASO 5: Protocolo de comportamiento y seguridad en lanchas</b>	Condiciones que establece la Inspección Fluvial. ANEXO concepto de solicitud habilitante.		
<b>PASO 6: tramite de expedición de carnet Nacional o Internacional de pesca deportiva</b>	Este trámite se puede efectuar a nivel nacional en las oficinas de la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca AUNAP. Vigencia del carnet un año. Toda persona lo debe tramitar para evitar sanciones (resolución 601 -602 / 12) Titular _____ # carnet _____ Lugar de expedición _____ fecha de expedición _____ fecha de vencimiento _____		
<b>PASO 7 normatividad vigente nacional</b>	Ley 13 de 1990 Decreto 2256 de 1991 Decreto 4181 de 2011 Resolución 601 de 2012 Resolución 602 de 2012 Procedimiento sancionatorio ambiental 1333 de 2009		
<b>Faltas Consideradas LEVES</b>	Incumplimiento de: Horarios, condiciones de higiene, seguridad de transporte, agresión verbal a un prestador.	<b>SANCION</b>	Pérdida del carnet de pesca por 1 año
<b>Faltas Consideradas MODERADAS</b>	Incumplimiento de: protocolos en playas, campamento y lanchas. Llevar a bordo o emplear aparejos o sistemas de pesca diferentes a los autorizados	<b>SANCION</b>	Pérdida del carnet de pesca por 2 años decomiso preventivo de los aparejos
<b>Faltas Consideradas GRAVES</b>	Incumplimiento de: No devolver el pescado, consumo excesivo de licor, agresión a un prestador de servicios, porte ilegal de armas, ingreso irregular al país. Suministrar información incorrecta o incompleta	<b>SANCION</b>	Pérdida del carnet de pesca definitiva, multa y sanción ambiental

**ACTA DE COMPROMISO**

YO, \_\_\_\_\_ Mayor de edad, de nacionalidad \_\_\_\_\_ identificado con el documento \_\_\_\_\_ número \_\_\_\_\_, declaro de manera voluntaria que:

1. He recibido la información clara, veraz y suficiente sobre el territorio del Vichada donde se practica la pesca deportiva.
2. Que he sido debidamente informado sobre los protocolos, condiciones, requisitos y deberes que debo cumplir para realizar de manera efectiva, regulada y acertada la actividad turística "PESCA DEPORTIVA".
3. Que he sido notificado sobre las faltas leves, moderadas y graves, en las cuales no debo incurrir al realizar la PESCA DEPORTIVA en el Departamento del Vichada.
4. Que he sido notificado, sobre las sanciones que me puede imponer la autoridad territorial, de policía o ejército, al momento de incurrir en alguna de las faltas descritas, o las que se determinan en el código de policía, civil y penal colombiano.

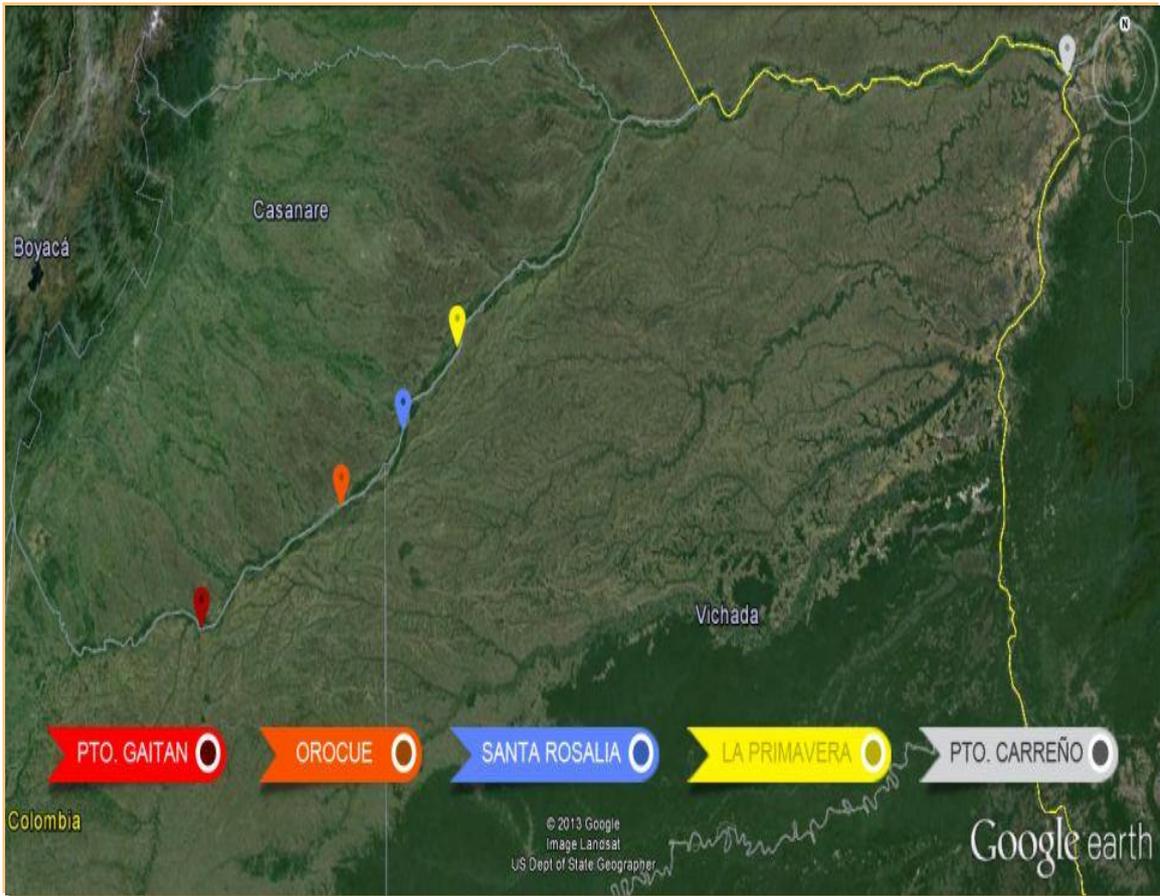
*Que con base en lo anterior declaro mi compromiso voluntario e irrestricto de acatar, cumplir y obedecer todos los protocolos y condiciones de uso del producto turístico "PESCA DEPORTIVA", y acepto las sanciones establecidas en caso de mi incumplimiento.*

328

**FIRMA** \_\_\_\_\_, **ciudad** \_\_\_\_\_  
**Fecha** \_\_\_\_\_

**6.2.2. TIEMPOS Y MOVIMIENTOS**





### 6.2.3. GUIONES DE LOS PAQUETES Y PLANES TURISTICOS

#### RUTA 1: TRAVESIA VIPESCA “VICHADA Territorio de Pesca VIP”

#### 9 NOCHES 10 DIAS (a partir de 2 pax)

*Una aventura que los llevará por el río Meta a los municipios de **Santa Rosalía, La Primavera y Puerto Carreño**, para disfrutar las riquezas turísticas en cada uno de ellos. 10 días en busca de las mejores capturas, inmersos en un mundo de contemplación y paz.*

#### **DIA 1:**

Al atardecer llegaremos al Municipio de Puerto Gaitán (punto de inicio de la travesía) donde nos alojaremos en el Hotel elegido.

#### **DIA 2:**

Saldremos a las 5:00 a.m. al muelle para abordar el transporte fluvial con destino al **MUNICIPIO DE SANTA ROSALÍA** (Vichada) donde al llegar tomaremos el desayuno y luego nos prepararemos para realizar el primer día de pesca en los sitios ya previstos por los guías expertos; durante la jornada tendrán hidratación, refrigerio y almuerzo. Para realizar la actividad de pesca se elegirá el sitio más adecuado de acuerdo a la preferencia del grupo de turistas (tipo de especies a capturar).

Al atardecer se preparara el alojamiento de acuerdo a la temporada y al gusto de los turistas (campamento u hotel) se finalizara la jornada con la cena.

#### **DIA 3: DIA DE COSTUMBRES CRIOLLAS**

A las 5:30 a.m. saldremos del alojamiento hacia el **HATO GANADERO** donde al llegar degustaremos el delicioso tinto cerrero y observaremos la actividad de ordeño, luego saborearemos un exquisito desayuno criollo a la usanza del llanero (cerdo frito, tungo, cachapa, chocolate y queso).

A media mañana tendremos la oportunidad de sentirnos hombres y mujeres del llano cabalgando por la sabana del hato, en hermosos y mansos caballos, y

apreciaremos el paisaje, la inmensidad del llano, el ganado y los animales salvajes, Hidratación y refrigerio en el recorrido.

**Pesca de consumo y almuerzo:** Antes del mediodía, se realizara una actividad de pesca recreativa en una **LAGUNA** rica en especies de fauna nativa. Luego almorzaremos un succulento menú de hato, rico en pescado fresco. Como buen trujano reposaran en el chinchorro acompañado con un buen café criollo. Posteriormente nos dirigiremos a un refrescante **POZO NATURAL** donde nos daremos un chapuceo que nos retornara las fuerzas y el entusiasmo para continuar nuestra travesía. En este lugar probaremos el queso de cincho de mano, el pan de arroz, los majules, la preparada, la torta de gacho.

Regreso al alojamiento, cena y descanso.

#### **DIA 4:**

Salida a las 5:00 a.m. hacia el municipio de la Primavera (Vichada), en el recorrido, se harán las paradas de pesca, contemplación de playas, toninas, aves del amanecer, garzas, corocoras (según la temporada), en estos lugares tendremos previstos los alimentos y la hidratación. Al atardecer llegaremos al **MUNICIPIO DE LA PRIMAVERA** que cuenta con una amplia infraestructura hotelera, alojamiento, cena y descanso.

#### **DIA 5:**

Iniciaremos el día, con el desayuno a las 8:00 a.m., para luego dirigirnos hacia la **COMUNIDAD INDÍGENA DEL TROMPILLO**, conformada por diferentes etnias de la región (sikuani, cubeos, sirianos, piapocos, entre otros). Este día es muy especial para los turistas porque tendrán la oportunidad del aprendizaje de las lenguas, aprenderemos palabras y frases principales para comunicarnos con ellos, su pronunciación, escritura, sus costumbres artesanales, mitológicas y culturales.

Ese día está previsto un **almuerzo etno-criollo**. (pisillo de pescado, ensalada pico de gallo con mañoco, patacones, casabe y arroz, preparada de panela y limón).

Regreso al alojamiento, cena y descanso.

#### **DIA 6:**

Salida a las 5:00 a.m. al Municipio de Puerto Carreño, donde se tomara durante el trayecto, el desayuno, almuerzo y refrigerio.

En este día el recorrido es propicio para agudizar los sentidos contemplando la inmensidad del rio, la majestuosidad de los paisajes, gran variedad de aves endémicas (carraos, caicas, gavanos, alcaravanes, garzas, paletas, garzones entre otros).

Si favorece la temporada podremos observar ribazones de pescado, saltando a nuestro paso como si cayeran del cielo.

Al atardecer llegaremos al **MUNICIPIO DE PUERTO CARREÑO** (Vichada), lugar que nos impactara cuando veamos juntarse el gran rio Meta, con el Orinoco.

Donde se juntan las aguas del rio Meta con las del imponente rio Orinoco que darán la sensación de haber ingresado a un mar de agua dulce rodeado de milenarios **TEPUYES** (afloramientos rocosos) que semejan prehistóricos guardianes de misteriosas leyendas que se extasían con las danzas de los delfines rosados, los raudales, que harán vivir una experiencia inolvidable.

Llegada al alojamiento, cena y descanso.

#### **DIA 7, 8 y 9:**

Este día saldremos a primeras horas de la mañana para internarnos en el Santuario **RIO VITA** (primer rio protegido de Colombia para el mundo). Antes de iniciar el recorrido se nos hará una inducción sobre las buenas prácticas de pesca deportiva, normas de seguridad turística, comportamiento responsable con el medio ambiente y los compromisos que haremos para salvaguardar la protección del rio para tener una pesca DEPORVITA; en este lugar es el culmen del deseo de todo amante de la pesca deportiva por lo que se denomina pesca VIP toda vez que en la cuenca del Orinoco se habla de unas 838 especies caracterizadas a hoy.

En este sector serán 3 noches de campamento par tener mayor cercanía a los lugares de captura.

Los campamentos estarán dotados con todo lo necesario para la comodidad del turista incluyendo la alimentación esmerada, de acuerdo a lo requerido por cada grupo para el logro de sus objetivos de pesca.

Los campamentos son una experiencia única que se tiene que vivir para experimentar la tranquilidad, la paz, el silencio, las noches de luna y estrellas, alrededor de una fogata de playa animada con historias de mitos y leyendas y amaneceres en medio de cientos de aves y el resplandeciente sol de la llanura.

### **DIA 10:**

A primera hora de la mañana, regresaremos al municipio de Puerto Carreño, donde desayunaremos y nos dirigiremos al **aeropuerto Germán Olano**, para tomar el vuelo de regreso a nuestra ciudad de origen.

### **El plan incluye: (A partir de 2 pax)**

- ✓ Transporte fluvial Puerto Gaitán, Santa Rosalía, Puerto Carreño
- ✓ Alojamiento 6 días en hotel
- ✓ Alojamiento 3 días en Campamento
- ✓ Tarjeta de asistencia médica
- ✓ 26 alimentos
- ✓ Refrigerios e hidratación diarios
- ✓ Guía motorista experto en pesca
- ✓ Lancha con combustible
- ✓ Desplazamientos
- ✓ Visita a los lugares descritos en el programa (El trompillo y el Hato)
- ✓ Traslados muelles, alojamiento y aeropuerto.

334

### **EL PLAN NO INCLUYE:**

- ✓ Transporte terrestre al punto de inicio de la travesía (Puerto Gaitán)
- ✓ Transporte aéreo ( de regreso a la ciudad de origen)
- ✓ Propinas
- ✓ Llamadas
- ✓ Carnet de pesca turista nacional por persona \$ 42.000
- ✓ Carnet Internacional por persona \$ 514.000
- ✓ Lo demás no descrito en el plan

**VALOR TOTAL DEL PLAN \$ 6.575.000 POR PAX (a partir de 2 pax)**

## RUTA 2: EXPEDICION ECOPESCA “Orinoco Paraíso de Biodiversidad”

### 5 NOCHES 6 DIAS (A partir de 2 pax)

*Para los amantes de la naturaleza, la tranquilidad, el silencio y la observación, disfrutando seis (6) días de recorridos ecológicos, exploración de Tepuyes (afloramientos rocosos), avistamiento de aves, cacería fotográfica, las deliciosas y refrescantes aguas y playas del río Vita, Juriepe, Orinoco, en lugares como: Ventanas, Isla Santa Helena, reserva Bojonawi y por supuesto vibrando con la emoción de la pesca deportiva.*

#### DIA 1:

Llegaremos al **MUNICIPIO DE PUERTO CARREÑO**, para dirigirnos al Hotel de elección donde nos alojaremos, después de registrarnos saldremos a hacer un recorrido por el municipio y hacer el primer vistazo del **RIO ORINOCO** para tener una idea de la riqueza hídrica en la que nos vamos a sumergir durante estos días.

Cena, alojamiento y descanso.

#### DIA 2:

Nos levantaremos a las 5:00 a.m. para hacer la caminata hasta el **CERRO DE LA BANDERA** y desde allí tener la mejor panorámica que nos permite hacernos una idea de la imponencia y belleza del lugar, teniendo de un lado el río Meta, del otro el río Vita y de frente el mar de agua dulce y paraíso de la biodiversidad el río Orinoco.

Este lugar es el más apropiado para hacer fotografía, al regreso del cerro llegaremos a la **FUNDACIÓN ORINOQUIA** para tomar un desayuno criollo, sano y exquisito, allí nos harán una interpretación del territorio, sensibilizándonos por el respeto al planeta, nuestra responsabilidad con el agua, y la conservación de los ecosistemas, tendremos inducción a las buenas prácticas de pesca deportiva, firmaremos compromiso de visitantes ejemplares y haremos un recorrido por el lugar, para conocer los diferentes proyectos e investigaciones que se realizan para proteger el medio ambiente y poder ofrecer lugares turísticos en equilibrio con la sostenibilidad.

Nos dirigiremos al hotel para realizar el Check out y luego desplazarnos al puerto para abordar la embarcación que nos llevara a la **ISLA SANTA HELENA**, icono de la belleza natural anclada en la mitad del Orinoco, embellecida con impresionantes **tepuyes** (afloramientos rocosos), hermosa y endémica vegetación, habitada por innumerable riqueza de fauna, **piscinas cristalinas en medio de las rocas**, por causa de la micro filtración del agua, envuelta en un fascinante misterio de leyendas míticas e interpretaciones mágicas como las rocas del perfecto equilibrio, allí almorzaremos con el sin igual **pescado moquiado** preparado de forma natural que no solo se convierte en un espectáculo para el paladar sino también para la vista. Viviremos una tarde de contemplación y casería fotográfica, refrescante baño, cena y descanso.

### **DIA 3:**

Después del apetitoso desayuno nos iremos al lugar llamado **ventanas, paraíso natural** que estimula los sentidos y el alma, viviremos un día de baño en las playas, **piscinas naturales** y por supuesto la inmersión a nuestra actividad única, la pesca.

336

Aprenderemos a hacer el almuerzo de río, la técnica del perfecto asado de pescado y durante la actividad tendremos hidratación y refrigerios frugales; al atardecer regresaremos a la **Isla Santa Helena** para saborear el más sabroso café llanero y embelesarse en la fantasía y realismo de las historias narradas en el más exquisito lenguaje autóctono de un hombre que ha dedicado su vida a conocer toda clase de ríos, sus riquezas ocultas, los innumerables secretos de los pescadores, pero sobre todo a amar y proteger la naturaleza. UN VERDADERO THV (Tesoro Humano Vivo). Este es don Álvaro Novoa que con su sencillez, bondad y esmerada atención, prenda a todos los visitantes que le conocen.

Cena y descanso.

### **DIA 4:**

Será un día de aventura, completamente dedicado a encontrar, capturar y retornar las mejores especies que colman de emoción y adrenalina el espíritu de los pescadores.

Esta noche los alimentos los tomaremos en los lugares de pesca y **acamparemos** en una hermosa playa para disfrutar una noche de paz, y ensoñación, observando estrellas, contemplando la fogata, y sintiéndose en un verdadero EDEN de felicidad.

#### **DIA 5:**

Haremos pesca de madrugada, y después de desayunar retornaremos al municipio de Puerto Carreño, donde nos alojaremos en el hotel seleccionado, disfrutaremos de un almuerzo típico y hacia la noche podremos disfrutar de la cultura y el folclor de los llaneros trujanos del Orinoco.

Cena, alojamiento y descanso.

#### **DIA 6:**

Desayunaremos temprano para salir hacia el lugar donde podremos apreciar la vasta riqueza **artesanal étnica**, y degustar la incomparable **nuez de marañón**, producto original del territorio, y procesado en este municipio.

337

Salida hacia el aeropuerto Germán Olano, para abordar el vuelo que lo llevara de regreso a la ciudad de origen.

#### **EL PLAN INCLUYE:**

- ✓ Porción terrestre: Transporte aeropuerto, Hotel Aeropuerto
- ✓ Alojamiento 2 noches en hotel según elección
- ✓ Alojamiento 2 noches en isla santa helena
- ✓ Entradas atractivos
- ✓ 1 noche de campamento
- ✓ Alimentación
- ✓ Hidratación
- ✓ Cava de refrigerios.
- ✓ Transporte fluvial
- ✓ Tarjeta de asistencia médica
- ✓ Guía experto de pesca y ecológico
- ✓ Recorrido ecológico

### EL PLAN NO INCLUYE:

- ✓ Tiquetes aéreos
- ✓ Propinas
- ✓ Llamadas
- ✓ Carnets de pesca
- ✓ Y otros nos especificados en el programa

**VALOR TOTAL DEL PLAN \$ 3.892.000 POR PAX (a partir de 2 pax)**

### **RUTA 3: CAMPAMENTOS VERANO “PESCA DEPORTIVA”: (Pavoneando y Payañando)**

**3 NOCHES, 4 DÍAS (A partir de 4 pax)**

338

*Un plan inolvidable donde se vive la mayor experiencia de libertad, lejos del bullicio, la polución, en la inmensidad de las sabanas y playas cubiertos por cielos tapizados de estrellas, la brisa relajante y los sonidos de las criaturas de la naturaleza; en el día conociendo los secretos de los guías expertos en pesca, los misterios de cada especie, sus lugares preferidos de refugio y en las noches acompañados de fogatas e historias reales o míticas que harán desear que el tiempo y el espacio se queden inmóviles, los campistas son atendidos con gran esmero, comodidad y la exquisita gastronomía criolla, que permiten vivir una experiencia de **EDEN**.*

#### **DIA1:**

Llegaremos al **MUNICIPIO DE PUERTO CARREÑO**, nos dirigiremos al campamento a tomar el alimento que corresponde, haremos un recorrido por el pueblo, para hacer las compras que requieran los turistas y de inmediato, nos dirigiremos al muelle para embarcarnos en el transporte fluvial que nos llevara directo al lugar donde previamente se ha instalado la logística del campamento para atendernos.

El **campamento** contara con cocinero, guías motoristas expertos en pesca deportiva, el campamentero, menaje de cocina, cavas de frio, mesas, lugar limpio para instalar carpas y las lanchas por cada 2 turistas para realizar las faenas de pesca.

Estos campamentos se organizaran de acuerdo a las modalidades de visitantes, entre otras: aficionados, aprendices, pescadores senior, campamento familia, campamento junior, campamento parthner, etc. Así mismo se prepararan las actividades diarias de manera que satisfagan el querer de los diferentes perfiles del turista.

Este campamento se instalara por **3 NOCHES**, retornando el día 4, al municipio de Puerto Carreño a tomar el vuelo que nos llevara de regreso a la ciudad de origen, si el tiempo nos lo permite haremos una visita para apreciar y comprar artesanías étnicas.

#### EL PLAN INCLUYE:

- ✓ Porción terrestre: Transporte aeropuerto, Hotel Aeropuerto
- ✓ 3 noches de campamento
- ✓ Alimentación
- ✓ Hidratación
- ✓ Cava de refrigerios.
- ✓ Transporte fluvial
- ✓ Tarjeta de asistencia médica
- ✓ Guía experto de pesca y ecológico

339

#### EL PLAN NO INCLUYE:

- ✓ Tiquetes aéreos
- ✓ Propinas
- ✓ Llamadas
- ✓ Carnets de pesca
- ✓ Y otros nos especificados en el programa

**VALOR TOTAL DEL PLAN \$ 3.402.000 POR PAX (a partir de 4 pax)**

#### RUTA 4: RUTA DEL DELFIN ROSADO “Una experiencia de Vita”

El privilegio de recorrer las limpias aguas del primer río protegido de Colombia para el mundo, es la experiencia sensorial quizá nunca antes vivida, que llega a su

Culmen cuando la concentración en la pesca, es irrumpida por manadas de Delfines Rosados que nada tímidos, brindan un espectáculo de fantasía saltando y

Jugueteadando alrededor de los visitantes.

#### PASADIA

Este plan está estructurado para visitantes, funcionarios corporativos, institucionales, etc. que teniendo que viajar al municipio de Puerto Carreño, les queda libre un tiempo que podrán aprovechar al máximo para disfrutar de esta ruta.

Salida al puerto para abordar el transporte fluvial que nos llevara a realizar un emocionante recorrido por el maravilloso río natural protegido de Colombia para el Mundo, **RIO VITA**.

340

En el recorrido se hará una sensibilización de la importancia que tiene el RIO VITA y los motivos que lo llevaron a declararlo río protegido; se hará una actividad de **pesca aficionada**, enseñando a los participantes las técnicas básicas de las diferentes modalidades de pesca deportiva, como también de sus buenas prácticas.

Anclaremos en una hermosa playa para disfrutar de un refrescante y seguro baño, en estas aguas límpidas y cargadas de pureza. Antes de retornar buscaremos un lugar propicio para encontrarnos con los majestuosos **delfines rosados** (toninas) que deleitaran nuestros sentidos con un espectáculo de alegría, saltando y jugueteadando en medio de los visitantes.

En el recorrido habrá hidratación, refrigerios y almuerzo.

En este recorrido tendremos una hermosa experiencia ecológica adentrándonos al río Orinoco para llegar a la **reserva natural bojonawi**

donde podremos admirar flora y fauna endémica y sus métodos de conservación y protección. Retorno al Puerto.

**LA PASADIA INCLUYE:**

- ✓ Porción terrestre: Transporte hotel- puerto - Hotel
- ✓ transporte fluvial
- ✓ Hidratación
- ✓ Cava de refrigerios.
- ✓ Tarjeta de asistencia médica
- ✓ Guía experto de pesca y ecológico

**LA PASADIA NO INCLUYE:**

- ✓ Tiquetes aéreos
- ✓ Propinas
- ✓ Llamadas
- ✓ Carnets de pesca
- ✓ Y otros nos especificados en el programa

**VALOR TOTAL DEL PLAN \$ 309.000 POR PAX**

**\$180.000 por PAX A PARTIR DE DOS PAX**

341

---

## RECOMENDACIONES DEL PAQUETE

- Llevar siempre bloqueador solar.
- En lo posible llevar consigo una cámara fotográfica.
- Ropa fresca, ligera, zapatos cómodos para caminar y para actividades de agua, se recomienda llevar sandalias de amarrar o babuchas de agua.
- Para actividades de aventura. sudadera, tenis y cachucha.
- no se debe haber ingerido bebidas alcohólicas, ni portar joyas.
- prestar la debida atención a las indicaciones de seguridad emitida por el guía acompañante.

*El Departamento del Vichada, la Oficina de Turismo y Las Agencias operadoras, están comprometidos con el cumplimiento del artículo 16 de la Ley 679 del 2001, rechazan y advierten al turista que la explotación y el abuso sexual a menores de edad en el país, son sancionados penal y administrativamente conforme a las leyes vigentes.*

342

**EN COLOMBIA, NO PERMITIMOS LA EXPLOTACION SEXUAL DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES.**

**HASTA 33 AÑOS DE CARCEL**

**DENUNCIA LA LINEA 018000112440**

**PROGRAMA TURISMO RESPONSABLE DEL GOBIERNO DE COLOMBIA**

### 6.3. MODELO DE OPERACIÓN Y VALIDACION DEL PRODUCTO

La validación un producto, radica en la importancia de Identificar con comercializadores turísticos, los niveles de coherencia y potencial comercial del producto turístico "Pesca Deportiva en PUERTO CARREÑO Departamento del Vichada -Colombia" y Definir los ajustes que requiere el producto turístico "Pesca Deportiva en PUERTO CARREÑO Departamento del Vichada -Colombia", para adaptarse al mercado nacional e internacional.

Una vez estructurado y costeadado el paquete, se socializa con los agentes mayoristas para que estos evalúen, aporten y adopten el producto que finalmente ellos lo promocionaran y lo pondrán en el mercado.

A través del diseño de las fichas como instrumento de evaluación y recopilación de información, se obtiene la validación del producto.

**Tabla 36. Formato ficha de encuesta de validación con comercializadores de productos y servicios turísticos.**

<b>PROYECTO</b>	<b>ESTRUCTURACION DEL PRODUCTO TURISTICO DE PESCA DEPORTIVA DEL DEPARTAMENTO DEL VICHADA</b>
<b>FICHA DE ENCUESTA No. 9 CON COMERCIALIZADORES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURISTICOS.</b>	
<b>PUERTO CARREÑO- LA PRIMAVERA- SANTA ROSALIA</b>	
<b>OBJETIVO:</b> Identificar con comercializadores turísticos, los niveles de coherencia y potencial comercial del producto turístico " <b>Pesca Deportiva en el Departamento del Vichada -Colombia</b> "	
<b>1. NIVEL DE COHERENCIA DEL PRODUCTO TURISTICO</b>	
De acuerdo a la presentación que se ha realizado del producto turístico "Pesca Deportiva en El Departamento del Vichada", califique el nivel de pertinencia del producto, según los siguientes criterios:	

<b>Muy coherente</b>	<b>Coherente</b>	<b>Regular coherencia</b>	<b>Poco coherente</b>	<b>No tiene Coherencia</b>
<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

<b>Variables</b>	<b>Calificación</b>
1.1. Adecuación técnica del producto turístico	
1.2. Definición de tiempos, circuitos y rutas	
1.3. Definición del servicio complementario de transporte	
1.4. Definición del servicio complementario de alojamiento	
1.5. Definición del servicio complementario de alimentación	
1.6. Definición del servicio complementario de guianza	
1.7. Definición del servicio complementario de operación local	
1.8. Definición del servicio complementario de seguridad	
1.9. Definición del servicio complementario de asistencia en salud	
1.10. Definición de la opción de compras de artesanías y recordatorios	

**1.11. OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS:** con respecto a la coherencia del producto turístico, que otros elementos considera importante agregar o modificar ?

<b>2. POTENCIAL COMERCIAL DEL PRODUCTO TURISTICO</b>				
De acuerdo a la presentación que se ha realizado del producto turístico "Pesca Deportiva en El Departamento del Vichada", califique el potencial comercial del producto, según los siguientes criterios:				
<b>Muy comercial</b>	<b>Comercial</b>	<b>Regular potencial comercial</b>	<b>Poco comercial</b>	<b>Difícil comercialización</b>
<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

<b>Variables</b>	<b>Calificación</b>
2.1. El producto turístico es atractivo para mercado nacional	
2.2. El producto turístico es atractivo para mercado internacional	
2.3. Costo del producto	

2.4. Nivel de reconocimiento del destino turístico "Vichada", en el mercado nacional	
2.5. Nivel de reconocimiento del destino turístico "Vichada", en el mercado internacional	
<b>2.6. OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS:</b> con respecto al potencial comercial del producto turístico, que otros elementos considera importante agregar o modificar ?	

3. PREGUNTAS	SI NO
3.1. Su empresa ha comercializado el producto turístico "pesca deportiva" ?	
3.2. Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico "pesca deportiva a nivel nacional" ?	
3.3. Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico "pesca deportiva a nivel internacional"	

NOMBRE

\_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_

345

Empresa Comercializadora turística:

\_\_\_\_\_