

**Análisis de Oportunidad de Internacionalización para el Turismo Comunitario en el
Departamento de Casanare**

Paula Andrea Ángel Rincón

**Universidad de Boyacá
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Administración de Negocios Internacionales
Tunja, Boyacá
2023**

**Análisis de Oportunidad de Internacionalización para el Turismo Comunitario en el
Departamento de Casanare**

Paula Andrea Ángel Rincón

**Trabajo de grado, para optar al título de:
Administradora de Negocios Internacionales**

Director (a):

Maritza Julieth Quiñones Ardila

Magister en Relaciones Internacionales y Orden Global

Universidad de Boyacá

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Administración de Negocios Internacionales

Tunja, Boyacá

2023

Nota de aceptación:

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Tunja, 21 de noviembre de 2023.

“Únicamente el graduando es responsable de las ideas expuestas en el presente trabajo”.
(Lineamientos constitucionales, legales e institucionales que rigen la propiedad intelectual).

Hay momentos en que nuestras metas se ven inalcanzables, esto nos hace pensar que debemos desistir de ellas, sin embargo, con el apoyo adecuado y un poco más de esfuerzo de nuestra parte podemos lograrlas satisfactoriamente.

La culminación de esta exhaustiva investigación se la dedico a mi familia, a mi padre y mi madre que son mi motor, quienes me han apoyado cada día y me han enseñado a ser la mejor versión de mí, y especialmente a mis abuelos maternos que están en el cielo, se con certeza que, si estuvieran aquí, estarían muy orgullosos, hasta el cielo abuelos.

Agradecimientos

La autora expresa sus agradecimientos a:

Principalmente a mi asesora, Julieth Quiñones, por su dedicación, por su paciencia y por su apoyo durante toda mi investigación, de igual manera, quiero agradecerle al profesor Andrés González, quien principalmente me motivo a iniciar con esta investigación y confió en que llegaría hasta aquí.

Por último, quiero agradecer a la Universidad de Boyacá, mi alma mater, que me ha exigido tanto para poder alcanzar este tan esperado logro.

Contenido

	Pág.
Introducción.....	14
1. Ventajas competitivas del departamento de Casanare para potenciar el desarrollo del turismo comunitario.....	17
1.1 Ingresos económicos en Casanare.....	18
1.2 Turismo comunitario como motor económico.....	19
1.3 Riqueza natural de Casanare	20
1.3.1 Riqueza natural.....	21
1.3.2 Cultura y seguridad	21
1.4 Atractivos turísticos de Casanare	22
2. Obstáculos para la implementación del turismo comunitario en Casanare	29
2.1 Turismo comunitario en Casanare	29
2.2 Internacionalización del turismo comunitario.....	29
2.2.1 Teoría del capital social.....	30
2.2.2 Modelo Uppsala	31
2.2.3 Teoría de la cadena de valor.....	31
2.3 Obstáculos para el turismo comunitario en Casanare	32
3. Oportunidades de internacionalización del turismo comunitario en el departamento de Casanare.....	36
3.1 Turismo comunitario a nivel internacional	37
3.2 Análisis DOFA para la internacionalización del turismo comunitario en Casanare.....	40
3.2.1 Matriz DOFA	40
3.3 Oportunidades para el turismo comunitario en el departamento de Casanare	42
3.4 Destinos turísticos potenciales de Casanare.....	44
3.5 Políticas nacionales para el desarrollo del turismo Comunitario	46
3.5.1 Alianzas estratégicas para la internacionalización del turismo comunitario en Casanare.....	46
4. Conclusiones.....	48
5. Recomendaciones	50

Referencias 52

Anexos 57

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Matriz DOFA	41

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Variación anual de los ingresos, personal ocupado y salarios asociados al turismo.	19
Figura 2. Razones para conocer Casanare	23
Figura 3. Aspectos que le motivan a realizar turismo comunitario	24
Figura 4. Experiencia de turismo comunitario en Casanare	25
Figura 5. Actividades de turismo comunitario que les gustaría practicar	26
Figura 6. Actividades turísticas que suele practicar en sus viajes	27
Figura 7. Participación en actividades de turismo comunitario	33
Figura 8. Casanare como un destino turístico más llamativo	35
Figura 9. Casanare como destino internacional de turismo comunitario	36
Figura 10. Casanare a nivel internacional	38
Figura 11. Turismo comunitario.....	38
Figura 12. Turismo en Casanare.....	39
Figura 13. Aspectos a tener en cuenta para elegir un destino de viaje	43
Figura 14. Atractivos turísticos en Casanare que le gustaría visitar.....	45

Lista de Anexos

	Pág.
Anexo A. Anteproyecto.....	58
Anexo B. Encuesta, instrumento de recolección de información.....	84
Anexo C. Preguntas de las entrevistas.....	88

Resumen

Análisis de oportunidad de internacionalización para el turismo comunitario en el Departamento de Casanare:

Esta investigación se realizó para conocer las oportunidades de internacionalización del turismo comunitario, para esto, se caracterizaron las ventajas competitivas con las que cuenta Casanare para el desarrollo del turismo comunitario, de igual manera, se determinaron los obstáculos que se presentan para la implementación del mismo y su efecto en el proceso de internacionalización, por último, se identificaron las oportunidades de internacionalización y las políticas nacionales para el desarrollo del turismo comunitario.

El objetivo principal de esta investigación es el análisis de las oportunidades de internacionalización para el turismo comunitario en el departamento de Casanare teniendo en cuenta las ventajas competitivas de las que goza el departamento.

Para el desarrollo de esta investigación, se utilizó una metodología con enfoque mixto, donde se realizó una revisión bibliográfica tomando en cuenta fuentes de información secundarias como Fondo Nacional de Turismo (FONTUR), Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), entre otros, de igual manera, se utilizaron instrumentos de recolección de datos tipo encuesta. Por otra parte, se tomaron en cuenta fuentes primarias, mediante la realización de entrevistas a gestores del turismo en Casanare y empresarios en el sector del turismo.

Finalmente, se evidenció que Casanare, cuenta con un gran potencial para la internacionalización del turismo comunitario debido a su diversidad cultural y natural, pero se debe enfocar principalmente en realizar capacitaciones a la comunidad y mejorar su infraestructura vial.

Palabras claves: Turismo Comunitario, internacionalización, turismo, ventajas competitivas.

Abstract

Internationalization Opportunity Analysis for Community Tourism in the Department of Casanare:

This research was carried out to learn about the opportunities for internationalization of community tourism, for this, the competitive advantages that Casanare has for the development of community tourism were characterized, likewise, the obstacles to its implementation and its effect on the internationalization process were determined, and finally, the opportunities for internationalization and national policies for the development of community tourism were identified.

The main objective of this research is the analysis of internationalization opportunities for community tourism in the department of Casanare, taking into account the competitive advantages enjoyed by the department.

For the development of this research, a mixed approach methodology was used, where a bibliographic review was carried out taking into account secondary information sources such as the National Tourism Fund (FONTUR), the National Administrative Department of Statistics (DANE), among others, and survey-type data collection instruments were also used. On the other hand, primary sources were taken into account by conducting interviews with tourism managers in Casanare and entrepreneurs in the tourism sector.

Finally, it became evident that the department has great potential for the internationalization of community tourism due to its cultural and natural diversity, but it should focus on training the community and improving its road infrastructure.

Keywords: Community Tourism, internationalization, tourism, competitive advantages.

Introducción

El desarrollo económico de los Estados gira alrededor de la economía extractiva y de la oferta de productos y servicios tanto a nivel interno como externo, con el propósito de dinamizar la economía y, con ello obtener ingresos para la mejora en la calidad y bienestar de vida de los ciudadanos, manteniendo un enfoque minero, energético e industrializado (Fernández y Gutiérrez 2013). Colombia no es la excepción, por ende, la economía del país se ha enfocado en gran medida en productos agropecuarios como lo son el café, banano, flores, caña de azúcar, ganadería, arroz y, por otra parte en los recursos minero -energéticos dentro de los cuales se destaca la producción de carbón, petróleo, gas natural, minerales de hierro, ferroníquel y oro, debido a las condiciones climáticas, topografía y características geográficas del país (Ministerio de Comercio Industria y Turismo 2023).

Las anteriores actividades económicas le permitieron a Colombia cerrar el 2022 con un PIB Per cápita de USD \$6.789 millones de dólares; mientras que, para 2021 fue de USD \$5.655 millones de dólares, representando un aumento del 16,63%, lo que supone que las actividades minero – energéticas, y de producción agrícola y pecuaria están dando resultados positivos al país en materia de ingresos y sostenibilidad económica (Macro, 2021).

Ahora bien, Colombia cuenta con una riqueza natural que corresponde al 10% de la flora y fauna mundial. Cuenta con el 20% de las especies de aves del planeta y un tercio ($\frac{1}{3}$) de las especies de primates de América Tropical, alrededor de 56.000 especies de plantas fanerógamas registradas y cerca de mil ríos permanentes, así como un escenario hídrico que corresponde con seis nevados y más de 48.000 humedales, lo que sugiere que su riqueza natural puede ser ampliamente aprovechada para actividades turísticas y de desarrollo de atracción del turista en una región ampliamente deseada como lo es América del Sur (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Este presenta diferentes tipos de clasificaciones, entre ellos es turismo rural, turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura y el turismo comunitario, que es el que analiza esta investigación.

El turismo comunitario busca especialmente la preservación de los ecosistemas y la cultura, realizando actividades de contacto directo con la naturaleza por parte de una comunidad previamente organizada (Sarmiento Barrios y Ávila González, 2017), de igual manera, es comprendido como una estrategia donde se aprovechan las oportunidades mínimas de una comunidad para transformarlas en ventajas competitivas que ofrezcan solución a conflictos y desarrollo económico a dicha comunidad (Ibáñez y Villalobos, 2011).

La decisión de realizar esta investigación se debe a que, Casanare cuenta con un rica biodiversidad de fauna y flora que puede ser aprovechada para el desarrollo turístico de la región, pero no se ha presentado desarrollo potencial por falta de infraestructura y capacitaciones para la población, en otras palabras se requiere de una mejora en términos de inversión para una optimización en la infraestructura, capacitación de operadores turísticos, personas y fomento de la economía sostenible y circular con base al turismo (Burgos Doria, 2016). Por ende, se busca identificar las oportunidades de internacionalización para el turismo comunitario teniendo en cuenta los recursos naturales con los que cuenta el departamento de Casanare.

Para dar cumplimiento con el objetivo previsto en la investigación se hace uso de una metodología con un enfoque mixto, al hacer uso de instrumentos de recolección de información tipo encuesta que se complementa por medio de la revisión documental y bibliográfica, que tendrá en cuenta fuentes de información como lo son el Centro de Información Turística (CITUR), Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), Fondo Nacional del Turismo (FONTUR) y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT), Departamento Nacional de Planeación (DNP), de igual manera se tendrán en cuenta fuentes primarias realizando entrevistas a empresarios en el sector del turismo y gestores del turismo en el departamento.

Finalmente, el documento se estructura en tres capítulos. El primer capítulo, se consolida la caracterización de las ventajas competitivas del departamento de Casanare para el desarrollo del turismo comunitario. En el segundo capítulo, determina cuáles pueden ser los obstáculos que presenta el departamento para la implementación del turismo comunitario y consolida el proceso de internacionalización del turismo. El tercer capítulo, corresponde a la identificación

de las oportunidades de internacionalización y las políticas nacionales existentes para su desarrollo. Cerrando con las conclusiones y recomendaciones del documento.

1. Ventajas competitivas del departamento de Casanare para potenciar el desarrollo del turismo comunitario

El turismo visto desde cifras de ingreso permite determinar que Colombia percibió en el primer trimestre de 2023 por concepto del turismo un total de USD\$4.120 millones de dólares lo que significó un incremento del 29% en comparación con el mismo periodo de 2022 cuando se alcanzaron los USD\$3.199 millones de dólares; de igual manera, la entrada de divisas por turismo representó durante los primeros seis meses del año el 57% del total de las exportaciones de servicios (Europa Press Economía Finanzas, 2023). Las anteriores cifras permiten establecer que el turismo en Colombia se sigue consolidando como uno de los sectores de mayor crecimiento y proyección económica, debido a que el país cuenta con innumerables destinos turísticos y, otros que no han sido explorado que pueden ser causales de maximizar los resultados turísticos en el país.

En relación con, los instrumentos de recolección de datos, las encuestas se centraron en varios aspectos clave relacionados con el turismo en el departamento de Casanare. Su objetivo principal fue identificar las preferencias de los turistas al elegir un destino, determinar su nivel de conocimiento sobre el concepto de turismo comunitario, evaluar las ventajas competitivas que ofrece el departamento y comprender los obstáculos que impiden la internacionalización del turismo comunitario. Además, se buscó conocer las motivaciones de las personas cuando desean participar en experiencias de turismo comunitario. La encuesta se extendió tanto a la comunidad local como a personas externas a Casanare, con un total de 73 encuestados.

Las encuestas se realizaron a habitantes del departamento de Casanare, de municipios como San Luis de Palenque, Trinidad, Aguazul y de municipios externos como, Sogamoso, Duitama, Tunja, Combita, Bogotá, Villavicencio y Puerto Gaitán, en cuanto a las ciudades extranjeras encontramos Buenos Aires, Caba, Marinilla, Paris, Nueva York y Brooklyn. La herramienta utilizada para la recopilación de datos fue Google Forms, que presentó los resultados de manera gráfica para facilitar el análisis.

Adicionalmente, se llevaron a cabo siete entrevistas con gestores del turismo, emprendedores y empresarios en el sector turístico del departamento. El propósito de estas entrevistas fue explorar las oportunidades de internacionalización del turismo comunitario en Casanare e identificar los principales obstáculos que enfrentan. También se indagó si los

entrevistados consideran el turismo comunitario como una vía viable para diversificar las fuentes de ingresos y promover el desarrollo socioeconómico de la región.

Cabe mencionar que, los instrumentos de recolección de datos fueron aplicados realizando un muestreo no probabilístico por conveniencia, en donde, el investigador busca seleccionar una muestra que sea representativa dependiendo de la intención u opinión (Scharager y Reyes, 2001), el muestreo por conveniencia se realizó debido a la extensa población para evaluar, así mismo, teniendo en cuenta la disponibilidad de las personas dentro de la muestra (QuestionPro, 2023).

Este enfoque de investigación proporciona una visión integral de la percepción y las oportunidades en el sector turístico de Casanare, con datos cuantitativos y cualitativos para respaldar el análisis y la toma de decisiones futuras.

1.1 Ingresos económicos en Casanare

Colombia genera amplios rendimientos económicos tanto para las ciudades como departamentos que se han enfocado en el sector económico del turismo como motor de su economía, no todos gestionan de igual manera este renglón emergente. Según los datos expuestos por el DANE (2023) la Amazonia y Bogotá, fueron los territorios colombianos que registraron mayores ingresos, al igual que el número de personal ocupado y salarios recibidos, dejando de lejos al departamento del Casanare que se incluye en la región Llanos y Orinoquía con una variación de los ingresos del 7,4%, personal ocupado 26,8% y salarios percibidos con una disminución del -6,3%; cifras que suponen un escenario desolador y de déficit económico, si se tiene en cuenta la capacidad turística y hotelera que ofrece el departamento. En la figura 1 se expresan los resultados por regiones.

Figura 1

Variación anual de los ingresos, personal ocupado y salarios asociados al turismo

Dominio geográfico	Ingresos reales		Personal ocupado		Salarios reales	
	Variación %	Cont pp	Variación %	Cont pp	Variación %	Cont pp
Total nacional	68,3		27,2		6,3	
Bogotá D.C.	138,2	21,3	44,0	6,5	14,1	3,7
Cartagena	93,0	20,0	34,1	6,0	11,0	2,5
Región Central	8,7	0,7	14,9	1,4	3,7	-0,3
Región Costa Caribe	56,3	7,6	21,2	3,4	-4,0	-0,1
Región Eje Cafetero	23,5	1,2	19,4	1,2	0,6	-0,1
Antioquia	67,3	7,6	27,4	3,0	7,5	0,7
San Andrés y Providencia	45,4	4,8	13,1	1,0	-0,2	-1,2
Región Pacífico	39,0	2,3	23,1	1,6	6,8	0,1
Región Santanderes	32,7	1,4	37,4	1,8	7,4	0,6
Región Llanos Orinoquía	7,4	0,2	26,8	0,8	-6,3	0,0
Golfo Morrosquillo y Sabana	23,0	0,4	18,7	0,4	6,1	0,1
Región Amazonía	328,5	0,8	18,6	0,2	50,7	0,3

Fuente: Reporte de ciudades que más reportaron ingresos de turismo 2022. DANE, (2023)

Tal y como se logra evidenciar en la figura 1, la región de los Llanos y Orinoquía es una de las que presenta menor variabilidad en los periodos de ingresos reales, siendo la región con un porcentaje inferior con 7,4% si se compara con la capital del país que obtuvo variaciones en positivo del 138,2% y de regiones circundantes como lo es la región de los Santanderes (32,7%), Región Central (8,7%) y Amazonía (328,5%). Los anteriores datos reflejan más que el hecho de mejorar los escenarios turísticos en el departamento, es fomentar la diversidad como atractivo turístico, debido a la riqueza natural con la que cuenta el departamento de Casanare, este podría aprovechar esta oportunidad de desarrollo atrayendo turistas y, a su vez, fomentando el desarrollo económico del departamento del Casanare.

1.2 Turismo comunitario como motor económico

El turismo es una de las fuerzas económicas que ha tomado mayor relevancia en los últimos años, según lo expresa la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2023) el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, representando una oportunidad de mejorar los ingresos de países en desarrollo, crecimiento que va de la mano

con el aumento de la diversificación en el portafolio de servicios, así como de la competencia, descubrimiento de nuevos atractivos turísticos y de la fuerte inversión económica de los Estados en este nuevo y emergente renglón económico.

El potencial natural, hídrico y de escenarios turísticos de Colombia representada en las entidades del Estado, así como personas naturales y jurídicas han visualizado una oportunidad de negocio en el desarrollo turístico sostenible en Colombia. Según cifras expuestas por la Presidencia de la República de Colombia (2023), Colombia se ha posicionado como el tercer país en evidenciar mejor posicionamiento turístico a 2022 y con una recuperación en el primer trimestre de 2023 correspondiente a un 18% de crecimiento respecto al mismo periodo del año inmediatamente anterior; además, Colombia cerró el 2022 con 4,6 millones de viajeros internacionales, superando en un 1,7% las cifras reportadas en 2019; así mismo, de enero a mayo de 2023 se registraron 2.249.411 visitantes no residentes en Colombia, lo que representa un crecimiento del 36,7% respecto al mismo periodo de 2022 y del 20% frente al 2019.

Los esfuerzos del departamento para potencializar el desarrollo turístico en competitividad y sostenibilidad, le significó un importante reconocimiento del Centro de Pensamiento Turístico de Colombia. En el marco de la Asamblea Ordinaria del capítulo Cotelco Casanare, le fue entregado al departamento un reconocimiento especial por el avance que se ha tenido en la vigencia 2020 - 2021, en el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - ICTRC, reconocimiento entregado por el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia y Cotelco Nacional (Gobernación de Casanare, 2022).

Casanare logró un crecimiento cercano al 4% y un avance del puesto 21 al puesto 18 del ranking nacional. La administración departamental ha desarrollado a través de convenios, diferentes estrategias de promoción y visualización de todo el potencial en materia de turismo que tiene Casanare, reflejado en sus atractivos naturales y su cultura, una de las más llamativas para los viajeros, alcanzando estos importantes avances (Gobernación de Casanare, 2022).

1.3 Riqueza natural de Casanare

De acuerdo a las fuentes de investigación secundarias se llegó a la conclusión de que la riqueza natural Casanare es su principal atractivo turístico, por lo tanto, su mayor ventaja para la potencialización del turismo comunitario, además, esto se refuerza con los resultados

obtenidos en las encuestas, especialmente de los encuestados extranjeros, quienes en un 99% coincidieron con que quería conocer Casanare debido a sus paisajes, a sus animales y su vegetación. Se pueden encontrar los siguientes atractivos naturales:

1.3.1 Riqueza natural

Casanare es un departamento con una gran biodiversidad, que incluye bosques, humedales, ríos y sabanas. En sus reservas naturales se pueden encontrar una gran variedad de especies de flora y fauna, incluyendo jaguares, osos de anteojos, caimanes, delfines rosados y aves migratorias (Cruz et al., 2021).

1.3.2 Cultura y seguridad

Casanare es un hogar de diversas etnias indígenas y comunidades locales con ricas tradiciones, donde algunas de las ventajas competitivas que destacan son las siguientes:

Tradiciones culturales: las danzas, música llanera y festivales culturales ofrecen a los turistas una auténtica experiencia de cultura (Cruz et al., 2021).

Cultura llanera: Casanare es la cuna de la cultura llanera, que se caracteriza por sus tradiciones musicales, gastronómicas y folclóricas. Los turistas pueden disfrutar de actividades como el joropo, la vaquería y la gastronomía típica de la región (Cruz et al., 2021).

Seguridad: Casanare es un departamento con un bajo índice de criminalidad, lo que lo convierte en un destino seguro para los turistas (Cruz et al., 2021).

Casanare no solo cuenta con una gran riqueza natural, si no también, con una infraestructura turística en crecimiento donde sus principales segmentos turísticos son el ecoturismo, el turismo de naturaleza y el turismo cultural. El ecoturismo es el segmento con mayor crecimiento, impulsado por la riqueza natural del departamento. El turismo de naturaleza incluye actividades como senderismo, observación de aves, pesca y rafting. El turismo cultural

se centra en la cultura llanera, que ofrece una experiencia única a los visitantes. Ante este escenario, se argumenta que Casanare está aprovechando sus ventajas competitivas desde los siguientes escenarios de turismo:

Creación de nuevas rutas turísticas: el departamento ha desarrollado nuevas rutas turísticas que combinan la riqueza natural y cultural de la región. Por ejemplo, la ruta "El camino del jaguar" lleva a los visitantes a través de las reservas naturales de: Casanare, donde pueden observar jaguares y otros animales silvestres (Cámara de Comercio de Casanare, 2022).

Promoción del destino: el departamento ha desarrollado una estrategia de promoción turística que se centra en los mercados internacionales. Por ejemplo, Casanare ha participado en ferias turísticas internacionales como la World Travel Market de Londres y la Feria Internacional de Turismo de Madrid (Cámara de Comercio de Casanare, 2022).

Capacitación de los actores turísticos: el departamento ha implementado programas de capacitación para los actores turísticos, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio y la experiencia de los visitantes (Cámara de Comercio de Casanare, 2022).

1.4 Atractivos turísticos de Casanare

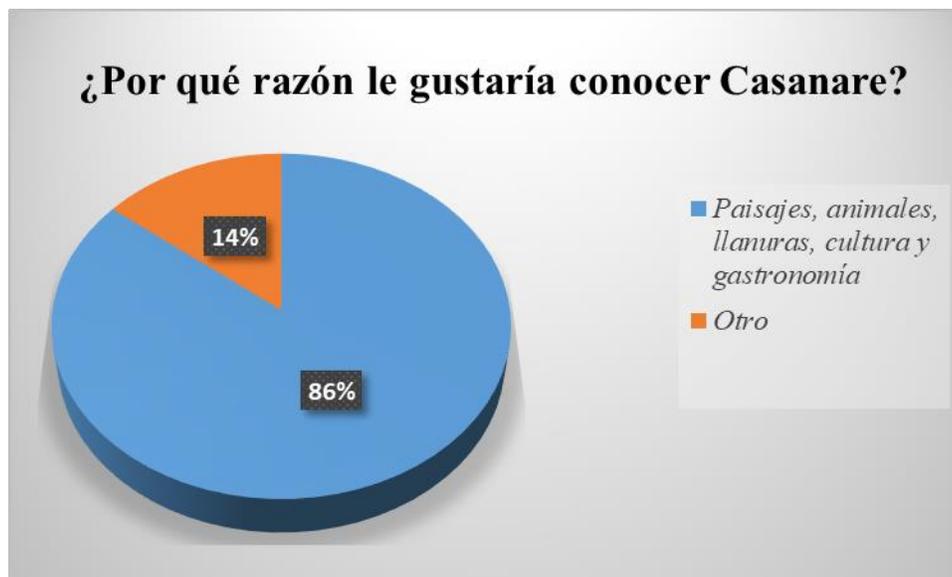
Como lo indica la (Organización Mundial del Turismo, 2023) la actividad turística puede favorecer en gran medida el crecimiento de una zona geográfica si se maximizan las conexiones entre los eslabones del turismo en las regiones, por medio del establecimiento de cooperación entre las comunidades, sector privado y el público, con lo cual se busca que las nuevas formas de generación económica asociadas al turismo hagan parte integral de un desarrollo sostenible equilibrado y que brinden beneficios a todos los involucrados turísticos de un destino. Por lo tanto, Casanare se encuentra como uno de los departamentos con mayor potencial turístico al contar con un clima que es apetecido por los turistas en las regiones, además, por ser un departamento con amplio desarrollo industrial es bien visto por los inversores extranjeras que pueden servir de apoyo financiero para el desarrollo turístico de la

región, con lo cual se contribuye de manera directa con un crecimiento en los aspectos socioeconómicos, culturales y naturales.

Por otra parte, la biodiversidad natural, sus paisajes, sus animales, sus llanuras son las mayores ventajas competitivas con las que cuenta el departamento, de igual manera, la cultura llanera es un gran atractivo para los turistas, tanto nacionales como internacionales. En la figura 1 podemos observar que el 86% de los encuestados quisieran conocer Casanare por estas características.

Figura 2

Razones para conocer Casanare



Fuente: Encuestas realizadas a habitantes de Casanare y fuera del departamento y del país (2023).

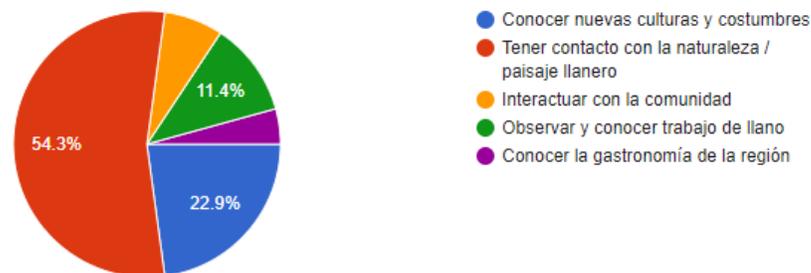
De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas a habitantes de Casanare y fuera del departamento y del país, las principales razones para para visitar Casanare son los paisajes, animales, cultural y gastronomía, como se mencionó anteriormente esta es una principal ventaja con las que cuenta el departamento de Casanare, para reafirmar esto, encontramos artículo en la revista Semana (2019) donde menciona que las tendencias de los turistas son lugares donde puedan tener contacto directo con las fauna silvestres y convivir con las comunidades locales.

Figura 3*Aspectos que le motivan a realizar turismo comunitario*

¿Cuál de los siguientes aspectos es el que más lo motivaría a realizar este programa de Turismo Comunitario?



70 respuestas



Fuente: Encuestas realizadas a habitantes de Casanare y fuera del departamento y del país (2023).

De acuerdo a la figura 3, se destaca que cerca del 54.3% equivalente a un número de 39 personas de 73, les motivaría participar del turismo comunitario con el fin de tener contacto con la naturaleza y/o paisajes llaneros presentes en el territorio del departamento de Casanare, por otro lado, el 22.9% equivalente a 16 personas las cuales prefieren visitar al departamento para conocer nuevas culturas, costumbres y comidas presentes. De acuerdo a la figura 3, la cultura y naturaleza siguen siendo los principales atractivos para los turistas, tanto nacionales, como internacionales.

Por otra parte, según un análisis realizado por PROCOLOMBIA (2023), los turistas extranjeros buscan principalmente destinos turísticos inexplorados con experiencias únicas, también mencionaban que la biodiversidad y belleza natural es una de las razones de los extranjeros para visitar territorio colombiano. Es por esto que, se puede decir que Casanare tiene una gran ventaja competitiva basada en la diversidad natural y cultural, además de contar también con la cultura llanera que es atractiva para los turistas extranjeros que buscan tener nuevas experiencias.

Figura 4*Experiencia de turismo comunitario en Casanare*

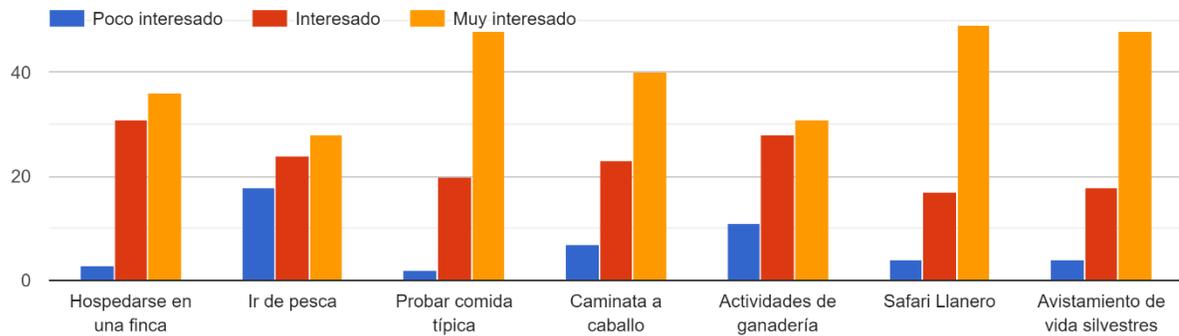
Fuente: Encuestas realizadas a habitantes de Casanare y fuera del departamento y del país (2023).

Casanare al tener un territorio con múltiples paisajes montañosos, paisajes llaneros, atardeceres etc., hace del mismo que sea fascinante para los turistas lo cual se puede evidenciar en la figura 4, en la cual, se le pregunta a la comunidad local y externa del departamento si “¿Le gustaría viajar por Casanare?”, donde el 87.1% equivalente a 64 personas manifestaron que, si les gustaría viajar por Casanare, en el cual se destaca un punto clave que ninguno de las 73 personas encuesta dio un NO rotundo a un viaje por este departamento, lo cual refleja un panorama enriquecedor en busca de nuevas alternativas de ingreso para el departamento.

El departamento cuenta con singularidades en sus destinos turísticos, según lo expone la Gobernación del Casanare (2022), este departamento ha venido desarrollando escenarios turísticos que contribuyen de manera directa con potencializarlo como un destino por excelencia de Colombia. Para configurar un escenario competitivo en el departamento, se indaga sobre qué actividades de turismo comunitario les gustaría a las personas practicar en los viajes. Esto con el interés de fortalecer de manera interna los destinos turísticos del departamento. En la figura 5, se exponen las actividades turísticas que son de agrado de los turistas cuándo desarrollan tareas turísticas.

Figura 5*Actividades de turismo comunitario que les gustaría practicar*

¿Considerando que, en el departamento, se ofrecen programas que incluye las actividades que se mencionan en el siguiente cuadro ¿Qué tan interesado estaría usted de realizar cada una de ellas?



Fuente: Encuestas realizadas a habitantes de Casanare y fuera del departamento y del país (2023).

Como se expone en la figura 5, para el departamento de Casanare sería importante establecer escenarios de fortalecimiento en el safari llanero, el cual consiste en realizar una caminata diurna, ya sea a caballo, en carro o tractor por un sendero natural, para el avistamiento de fauna y flora silvestre (Granados-Orozco et al, 2021); puesto que, representa de manera íntegra una de las principales actividades que les gustaría realizar al 70% de los encuestados; lo que sugiere una competitividad asociada con estas actividades turísticas. Así mismo, se evidencia que el 68% de los encuestados buscan probar comidas típicas y realizar avistamiento de aves.

Figura 6*Actividades turísticas que suele practicar en sus viajes*

Fuente: Encuestas realizadas a habitantes de Casanare y fuera del departamento y del país (2023).

Como se ha mencionado anteriormente, Casanare se caracteriza por contar con una serie de atractivos de flora y fauna, dentro de estos últimos se pueden resaltar babillas, chigüiros, iguanas, chiriguales (chimachima), morrocoy sabanero, alcaraván (caravana), búho sabanero (tecolote llanero) (NaturalistaCO, 2022). Dicha biodiversidad natural debe ser aprovechada por el departamento para atraer a los turistas; debido a que el 47,1% de las personas encuestadas evidenciado en la figura 6, argumentan que el avistamiento natural de animales y flora es un pilar fundamental para realizar tareas asociadas al turismo comunitario, y que mejor que generar un aprovechamiento de estas fuentes por parte de las regiones del departamento para consolidar proyectos turísticos del orden comunitario en la región y generar una potencialización de estos escenarios.

Por otra parte, el senderismo y las visitas guiadas corresponde con un 40% de la frecuencia de respuestas de los turistas lo que sugiere que puede ser ampliamente aprovechado por Casanare para el fomento del turismo en la región, ámbito que ha venido siendo desarrollado por diferentes municipios, entre ellos Yopal, que ha consolidado una oferta de caminatas y senderismos de los cuales pueden resaltarse las siguientes rutas:

- Yopal – Alto Cerro del Venado – La Calabozza – Puente Cabuya – Yopal, que cuenta con una distancia de 15,47 kilómetros y un desnivel de 650 metros
- Yopal – Virgen de Manare – Marginal de la Selva – Yopal, distancia del recorrido 8,92 kilómetros y un desnivel de 264 metros

- Cerro del Venado – La Calabozza – Yopal, distancia promedio del recorrido 9,59 kilómetros y un desnivel de 537 metros.

Lo anterior contribuye a que el departamento de Casanare coincida con promover este tipo de rutas que, Yopal ya ha iniciado su desarrollo; sin embargo, este tipo de actividades y tareas debe ser implementado en otros municipios con el propósito de ofrecer una variedad de destinos turísticos que tengan como base de desarrollo los senderismos y caminatas, actividades que ha quedado visualizado como una amplia demanda turística departamental en la región del Casanare.

Los resultados obtenidos de las encuestas revelan un fuerte interés de la población encuestada por visitar el departamento de Casanare, con un alto porcentaje de encuestados deseosos de explorar sus recursos naturales y experimentar su cultura única. Casanare se encuentra en una posición sólida para capitalizar sus ventajas competitivas y avanzar en el desarrollo del turismo comunitario. El compromiso con la sostenibilidad y la colaboración entre los actores locales son elementos clave para aprovechar al máximo el potencial de la región y contribuir al crecimiento socioeconómico, cultural y natural de Casanare. El turismo comunitario se perfila como una oportunidad prometedora que puede brindar múltiples beneficios a la región y a quienes la visitan.

2. Obstáculos para la implementación del turismo comunitario en Casanare

El turismo comunitario es la oferta de servicios turísticos que se llevan a cabo por una comunidad organizada, en donde se busca el beneficio mutuo, de igual manera, está enfocado en los procesos de emprendimiento que apoyan el crecimiento económico, la generación de nuevos empleos y la preservación de la naturaleza y cultura de la región (Howard, 2017).

Como se ha evidenciado en el capítulo anterior, el turismo es una fuente de ingresos, que debe ser aprovechada de manera sustentable para que genere los rendimientos esperados para la región (Rodríguez, 2018). Por tal motivo, el objetivo principal de este capítulo corresponde a identificar los obstáculos que se dan para la implementación del turismo comunitario y su internacionalización en el departamento de Casanare.

2.1 Turismo comunitario en Casanare

Desde la referenciación teórica se ha consolidado el turismo comunitario como una oportunidad de ingresos para las familias que cuentan con tierras y desarrollo cultural que es ampliamente apetecido por turistas residentes y no residentes en el país; ante este escenario, Rodríguez (2018) argumenta que Colombia en cuanto al turismo comunitario no se ha presentado desarrollo, autores referentes al tema instan la implementación del turismo comunitario como estrategia para el desarrollo y de esta manera reducir la brecha que se presenta con otros países. Por lo cual, en esta investigación se quiere realizar un análisis de oportunidad de internacionalización del turismo comunitario, específicamente en el departamento de Casanare como estrategia de desarrollo, teniendo en cuenta los buenos resultados presentados en proyectos desarrollados en otros países y en regiones como la Guajira.

2.2 Internacionalización del turismo comunitario

La internacionalización del turismo hace referencia al hacinamiento de los turistas internacionales que se desplazaban a mediados del siglo pasado (Thalasselis, 2020), es decir, que para internacionalizar el turismo es necesario atraer a personas extranjeras que estén interesadas en conocer la cultura de la región y explorar la fauna y flora de la misma. Para Lanfant,

1980, la internacionalización del turismo consiste en que un individuo viaje por un determinado tiempo a otro estado o país con fines recreativos.

Se debe tener en cuenta que, para internacionalizar el turismo, se hace una exportación de un servicio, por lo tanto, es intangible y su proceso es diferente al de un producto que es tangible. La exportación de un servicio es un proceso en donde se realiza la venta del mismo a una empresa o persona que no vive en el territorio nacional, además de recibir el pago en moneda extranjera (PROCOLOMBIA, 2023).

La Organización Mundial del Comercio (OMC) identificó cuatro formas para la exportación de servicios:

1. Comercio transfronterizo de servicios: “El servicio traspasa la frontera, pero tanto el proveedor como el consumidor, no se mueven de sus propios territorios” (PROCOLOMBIA, 2023).

2. Consumo en el extranjero: “El consumidor se traslada a otro territorio a consumir el servicio que el proveedor presta en su territorio” (PROCOLOMBIA, 2023).

En el caso de esta investigación esta es la forma de exportación, ya que, aplica especialmente para los servicios turísticos, ya sea, de naturaleza, salud o turismo comunitario.

3. Presencia comercial: “El proveedor se desplaza a otro territorio y se establece en este para prestar el servicio” (PROCOLOMBIA, 2023).

4. Movimiento de personas físicas: “El proveedor se desplaza a otro territorio, presta el servicio y regresa al suyo” (PROCOLOMBIA, 2023).

Por otra parte, también se tienen en cuenta tres teorías de la internacionalización, entre ellas la Teoría del Capital Social, Modelo Uppsala y Teoría de Cadena de Valor.

2.2.1 Teoría del capital social

La teoría del Capital Social hace referencia a las redes y relaciones que las comunidades locales construyen con visitantes, empresas y otros actores extranjeros. Esta teoría sostiene que la internacionalización exitosa en el turismo comunitario se basa en la construcción de relaciones sólidas y la confianza entre la comunidad y los visitantes, lo que puede llevar a la

fidelización de los turistas y a un turismo sostenible a largo plazo. (Ramírez Hernández et al., 2019).

2.2.2 Modelo Uppsala

El Modelo Uppsala, habla de la manera en que algunas empresas pequeñas inician su proceso de internacionalización y se van expandiendo con el tiempo (Aranda y Montoya, 2006). En cuanto a la internacionalización del turismo, es importante desarrollar los servicios turísticos a nivel nacional, que conocido en la región y poder atraer turistas nacionales, cuando se maneje el mercado nacional, es hora de enfocarse en un mercado internacional, para este punto, es importante conocer el mercado al que se quiere atraer (Aranda y Montoya, 2006).

2.2.3 Teoría de la cadena de valor

La cadena de valor se introdujo en 1985 por Porter, como un instrumento para la producción, comercialización y entrega de un producto o servicio. Para Porter (1985), existen dos tipos de actividades, de valor y de margen, las actividades de valor son todas aquellas que incluyen lo físico y tecnológico, al contrario de las de margen, que se basan en la diferencia entre el valor total y el costo colectivo.

Las actividades de valor se dividen en primarias y de soporte, las actividades primarias se involucran en el proceso de desarrollo y venta del producto (Rodríguez y Cruz, 2020).

Conforme a Porter (1985) las actividades primarias se dividen en:

- Logística de entrada: actividades como, recibir, almacenar y diseminar entradas.
- Operaciones: actividades de transformación del producto final como ensamble, empaque y mantenimiento de equipos
- Logística de salida: actividades de recolección, almacenamiento y distribución física del producto a los clientes.
- Marketing y ventas: actividades que implican labores de publicidad, promoción, fuerza de ventas, canales de distribución, relaciones públicas, precio.

- Servicio: actividades de mejoramiento y mantenimiento del valor del producto.

En cuanto a las actividades de apoyo, que se encargan de asistir a las actividades primarias, encontramos según Porter, (1985):

- Compras: adquisición de recursos para la cadena de valor.
- Desarrollo tecnológico: actividad de valor involucra tecnologías.
- Recurso humano: tareas de reclutamiento, contratación, entrenamiento, desarrollo y compensación del personal.
- Infraestructura de la empresa: número de actividades que incluyen gerencia, planeación, contabilidad, finanzas, cuestiones estatales, gestión de la calidad.

Para realizar el proceso de internacionalización de actividades turísticas es importante tener en cuenta las actividades primarias y de apoyo mencionadas por Porter. Este es un proceso complicado que se debe analizar detalladamente y tener en cuentas las ventajas competitivas con las que se cuentan.

Por otra parte, encontramos que Song, Liu y Chen (2013) menciona que cuando se habla del turismo en referencia a otras industrias en cuanto a la cadena de valor son dos cosas totalmente diferentes, Song Liu Y Chen explican algunas características de la cadena de valor:

- Es muy diferente mover de un sitio a otro un producto tangible que hacerlo con un servicio turístico, estos actores tienen vínculos con su territorio.
- Lo más importante en la internacionalización del turismo son los intermediarios, como las agencias de viajes y los operadores turísticos.
- Los oportunistas se aprovechan debido a lo complicado que es evaluar un servicio turístico antes de tomarlo.

2.3 Obstáculos para el turismo comunitario en Casanare

Las limitantes encontradas en el turismo comunitario tienen que ver con la deficiencia en la capacitación de servicio al cliente, desconocimiento local de los atractivos turísticos,

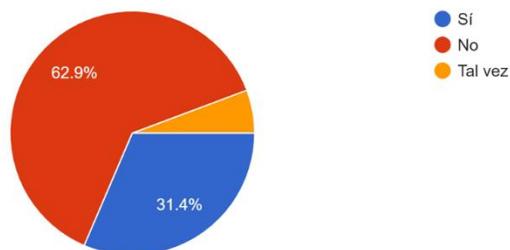
desarrollo de programas y planes asociados con las fortalezas de la región, lo que impide que se genere una amplia demanda de este tipo de servicios en la región y, que además, no se capta ni cautiva al turista para que regrese al desarrollo de este tipo de actividades en los diferentes ámbitos culturales, sociales y económicos que se desarrollan alrededor del turismo comunitario.

Asimismo, el desconocimiento que tiene esta actividad dentro de los turistas. En la figura 8 se exponen los resultados de las encuestas realizadas a los habitantes del departamento, departamentos cercanos y extranjeros, el 62,9% de los encuestados argumenta que nunca ha participado de experiencias de turismo comunitario; además, el 5,7% de los ciudadanos desconoce si ha participado en este tipo de turismo debido a que no se tiene claridad real sobre sus aplicabilidades y tareas desarrolladas; mientras que, un 31,4% de los ciudadanos argumenta que efectivamente ha participado de este tipo de actividades durante el desarrollo de sus vacaciones o eventos turísticos.

Figura 7

Participación en actividades de turismo comunitario

¿Ha participado alguna vez en experiencias de turismo comunitario durante sus viajes?



Fuente: Encuestas realizadas a habitantes de Casanare y fuera del departamento y del país (2023).

Ahora bien, los datos expuestos en la figura 7 permiten establecer que Casanare debe promover planes piloto de turismo comunitario que sea coherente con el aprovechamiento de sus destinos turísticos. Además, desde una conceptualización de Ayuda en Acción (2017) determina que la implementación de este tipo de políticas contribuye de manera directa con una mejora en las condiciones de vida de las comunidades más vulnerables al ser estas quienes se ven ampliamente beneficiadas del turismo, logrando con ello que se fortalezcan las relaciones

interculturales, convirtiéndose así en un escenario de progreso y crecimiento regional y departamental.

Por otra parte, uno de los obstáculos para la internacionalización del turismo comunitario que más se mencionaba por los empresarios, emprendedores y gestores del turismo entrevistados, es que, para algunos casanareños es muy difícil trabajar en comunidad, puesto que, buscan un beneficio propio, de tal forma que, esto impide que se logre avanzar en el turismo comunitario. Pero esto, no quiere decir que todos actúen de la misma manera, pues existe ya un grupo de comunidades trabajando en conjunto, como lo mencionó Zulmelida Leal en su entrevista, quien dirige la posada El Hato El Diamante en San Luis de Palenque, de la mano de otros finqueros en la misma zona (Anexo B).

Otro punto a tener en cuenta, es el acceso a vías en el departamento, lo cual, es una gran barrera para lograr atraer turistas extranjeros, ya que, muchos de ellos buscan, seguridad y tranquilidad en sus viajes, lo cual es muy difícil al no tener buena infraestructura vial en el departamento. Laura Rodríguez, quien es la Community Manager de la fundación Cunaguro, mencionaba, el difícil acceso a las carreteras para llegar a los hatos y reservas naturales en el departamento, puesto que, no existe ninguna vía para los turistas, esto se debe al poco apoyo que tienen los gobiernos locales frente al crecimiento turístico del departamento, manifestó Laura (Anexo B). De igual manera, Marisel Lemus, quien dirige el Hotel Villas de San Luis, comentó, que el gobierno si tiene proyectos de turismo planteados, sin embargo, nunca se ejecutan debido que en el siguiente gobierno no se toma en cuenta y se crea un nuevo plan, que tampoco será ejecutado por el mismo inconveniente (Anexo B).

En cuanto a las encuestas realizadas a los extranjeros, se debe agregar que, 62% de las personas encuestadas están de acuerdo con que falta promocionar en redes sociales los destinos turísticos y los atractivos del departamento, el 25% cree que es importante enfocarse en el marketing del turismo comunitario y de esta manera lograr que Casanare sea un destino turismo más llamativo y por último el 13% de los encuestados consideran que es importante tener más actividades turísticas para visitar (Anexo B). De acuerdo a la figura 8, el 62% de las personas encuestadas coinciden en que la promoción de los destinos turísticos es la principal falencia con la cuenta el departamento, además de que el 25% están de acuerdo en que se deben mejorar las estrategias de marketing frente al turismo en Casanare.

Figura 8

Casanare como un destino turístico más llamativo



Fuente: Encuestas realizadas a habitantes de Casanare y fuera del departamento y del país (2023).

3. Oportunidades de internacionalización del turismo comunitario en el departamento de Casanare

En el siguiente capítulo se abordan las oportunidades de internacionalización del turismo comunitario en el departamento de Casanare, analizando políticas nacionales que puedan llegar a impulsar su mismo desarrollo como nueva economía del departamento.

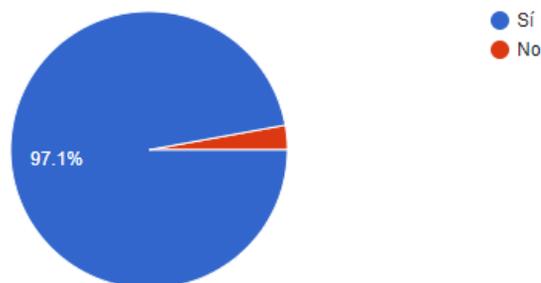
Figura 9

Casanare como destino internacional de turismo comunitario

¿Considera que el departamento de Casanare tiene potencial para posicionarse como destino internacional de turismo comunitario?

 Copiar

70 respuestas



Fuente: Encuestas realizadas a habitantes de Casanare y fuera del departamento y del país (2023).

Cómo se logra evidenciar en la figura 9, el departamento de Casanare tiene diversas alternativas para ser un fuerte en el desarrollo e implementación del turismo comunitario, lo cual se corrobora en las encuestas realizadas, donde se les preguntó si “consideraban que el departamento de Casanare tiene potencial para posicionarse como destino internacional de turismo comunitario y por qué” en el que, el 97.1% correspondiente a 71 personas respondieron que sí, manifestando diversos factores en los cuales se encuentran “Variedad de paisajes”; “Cultura”; “Flora y fauna”; “Conocer nuevas culturas y costumbres”, en esas respuestas obtenidas se evidencia una similitud alta en que cerca de 40 personas concuerda en que el departamento es amplio en biodiversidad, culturas y costumbre lo cual hace que el departamento

se ha atractivo desde el punto de vista de ellos. Por otra parte, encontramos a (Cruz et al., 2021) quien, de igual manera, habla del enorme potencial turístico con el que cuenta Casanare debido a su diversidad, a la riqueza en flora y fauna y la gran cantidad de recursos naturales.

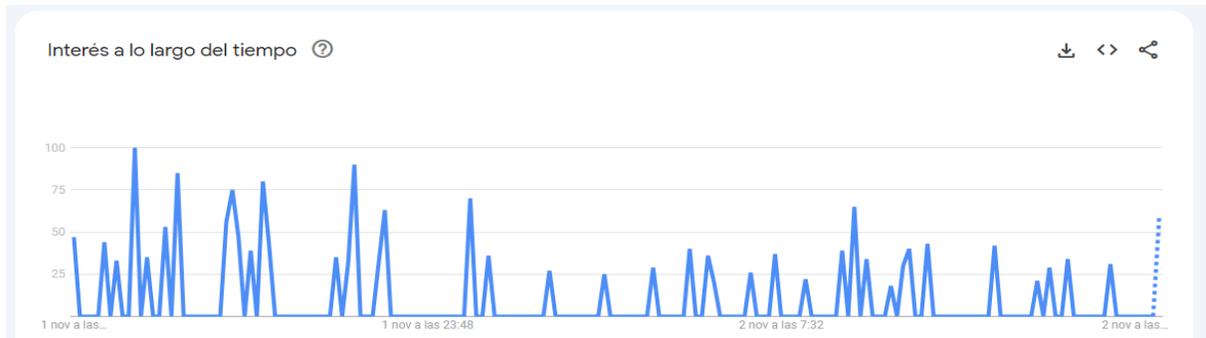
3.1 Turismo comunitario a nivel internacional

Para el 2023 el número de visitantes no residentes aumentó en un 9.9% frente al periodo de 2022, donde según lo publicado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el tráfico aéreo de vuelos regulares nacionales e internacionales aumentó 1.5% frente a 2022, donde estos porcentajes equivalen a turistas que ingresan al país con el propósito de visitar y/o conocer parques, paisajes naturales nacionales entre enero y julio de 2023 este número aumentó en un 13.1% frente al mismo periodo para el año 2022, en términos de alojamiento para los periodos de enero y julio de 2023 la tasa de ocupación de alojamientos fue de 51.9% aumentando un 4.5% frente al año 2019, esto evidencia un notable incremento del sector frente a vigencias anteriores.

Para analizar las oportunidades de internacionalización del turismo comunitario en el departamento de Casanare, es fundamental considerar dos aspectos cruciales: el sector interno y el sector externo. El primero se refiere a la percepción y las necesidades de los residentes locales, mientras que el segundo abarca lo que buscan tanto la comunidad nacional como la internacional al visitar Casanare.

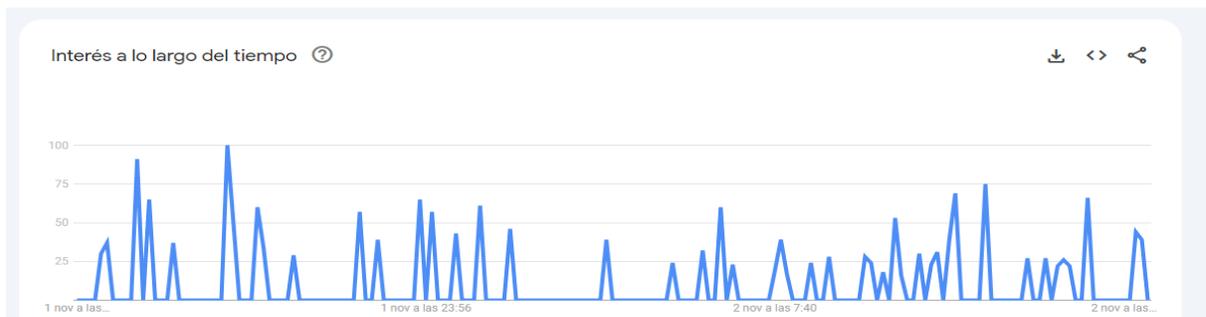
Para obtener información relevante sobre el reconocimiento global de Casanare, se ha empleado la herramienta Google Trends. Se inició realizando una consulta para determinar cuántas veces se ha buscado el nombre de "Casanare" en el extranjero. Este enfoque permite evaluar la visibilidad y el conocimiento que tiene el departamento de Casanare a nivel internacional. Con estos datos, se puede obtener un indicador cuantitativo sobre el interés de visitantes extranjeros en Casanare.

Este análisis es esencial para comprender si los departamentos y países extranjeros están familiarizados con Casanare y si han consultado información sobre este lugar en algún momento. Esta información proporciona una base sólida para evaluar el potencial de atraer visitantes internacionales y adaptar estrategias de turismo comunitario en consecuencia.

Figura 10*Casanare a nivel internacional*

Fuente: Google Trends, (2023). *Casanare en el extranjero.*
<https://trends.google.es/trends/explore?date=now%201-d&q=Casanare&hl=es>

La figura 10 revela la cantidad de búsquedas efectuadas en todo el mundo relacionadas con el término "Casanare". Destacan países como República Dominicana, Venezuela, Argentina y España, donde se registra un promedio de 700 búsquedas por hora. Estos datos subrayan un considerable interés por parte de estas naciones en descubrir información sobre Casanare, independientemente de la motivación detrás de dichas búsquedas. Este fenómeno es un indicio claro de la notoriedad y el atractivo del departamento a nivel internacional, lo que puede resultar en oportunidades significativas para el desarrollo del turismo comunitario y la promoción de la región.

Figura 11*Turismo comunitario*

Fuente: Google Trends, (2023). *Turismo comunitario.* <https://trends.google.es/trends/explore?date=now%201-d&q=turismo%20comunitario&hl=es>.

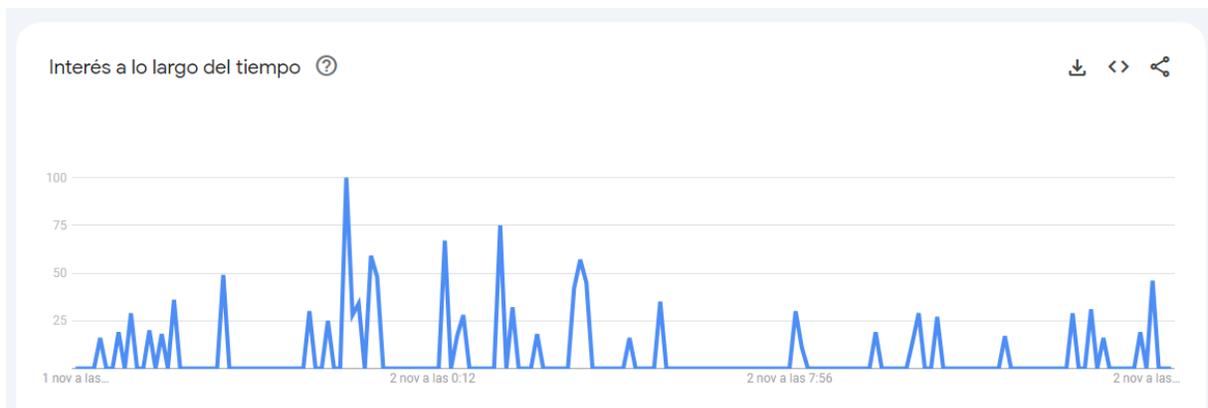
El análisis de la figura 11 está centrado en la búsqueda del término "Turismo comunitario a nivel mundial", revela patrones interesantes. Durante un período de seguimiento de dos semanas, se observó un notable interés en este tema, con un promedio de 1,200 búsquedas diarias relacionadas con el turismo comunitario. Entre los países que lideran en la consulta y el conocimiento de este sector se encuentran Ecuador, Bolivia, Costa Rica, Panamá y Perú.

Los países como lo son Ecuador, Bolivia, Costa Rica, Panamá y Perú destacan por su activa búsqueda de información sobre el turismo comunitario, lo que sugiere un interés creciente en esta forma de turismo sostenible y responsable. Además, es relevante notar que la popularidad de la búsqueda varió en el transcurso de las dos semanas de seguimiento, lo que indica un interés dinámico y en evolución por parte de estos países.

Este análisis proporciona una perspectiva valiosa sobre la percepción global del turismo comunitario y señala la importancia de considerar estos países como mercados potenciales para promover esta forma de turismo y sus oportunidades asociadas.

Figura 12

Turismo en Casanare



Fuente: Google Trends, (2023). *Turismo en Casanare*. <https://trends.google.es/trends/explore?date=now%201-d&q=turismo%20en%20casanare&hl=es>

Según la figura 12 donde se realizó la búsqueda del término "Turismo en Casanare" revela algunos aspectos importantes. En general, las búsquedas relacionadas con el turismo en Casanare no son muy frecuentes, con un pico máximo de 350 búsquedas diarias. Destaca que

los principales países interesados en esta temática son Ecuador y Bolivia, lo que indica un interés regional en conocer más sobre las oportunidades turísticas en Casanare.

Sin embargo, es crucial resaltar que se llevaron a cabo diversas consultas relacionadas con aspectos específicos de Casanare, como paisajes naturales, paisaje llanero, safari, culturas, danzas y música llanera. Estas consultas muestran un promedio de 130 búsquedas por hora por parte de personas extranjeras a Colombia. Esto sugiere un interés activo en aspectos específicos de la región, como sus actividades turísticas, paisajes y culturas llaneras. Este hallazgo puede ser una oportunidad para Casanare para internacionalizar sus actividades y promover sus riquezas naturales y culturales a un público extranjero.

En resumen, mientras las búsquedas generales de "Turismo en Casanare" pueden no ser muy frecuentes, existe un interés notable en aspectos específicos de la región, lo que brinda un punto de partida para la promoción del turismo en Casanare a nivel internacional.

3.2 Análisis DOFA para la internacionalización del turismo comunitario en Casanare

3.2.1 Matriz DOFA

Durante el desarrollo de esta investigación se presenta al turismo como un motor de desarrollo económico y se destacan las ventajas comparativas que Casanare posee para atraer turistas. Esta sección se basa en la información recolectada a través de revisiones bibliográficas como PROCOLOMBIA, CITUR Y MINCINT y entrevistas a empresarios, emprendedores y gestores del turismo en Casanare, así como en los resultados de encuestas a personas externas e internas del departamento, que subrayan la importancia del turismo en el crecimiento económico de la región, se exploraron aquellos obstáculos que impiden una implementación exitosa del turismo comunitario en Casanare y se examinaron diferentes aspectos como la infraestructura limitada, los desafíos de promoción, las barreras regulatorias y demás, que llegan a influir en el proceso de internacionalización. Es fundamental comprender aquellos obstáculos que afectan la realización de las ventajas competitivas identificadas en el Capítulo 1.

La información obtenida se basa en los hallazgos de los dos capítulos anteriores y se utiliza para construir una matriz DOFA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Esta herramienta estratégica se desarrolla a partir de los datos recopilados en revisiones

bibliográficas, entrevistas y encuestas realizadas. La matriz DOFA permitirá evaluar cómo las oportunidades pueden capitalizar las ventajas comparativas y superar los obstáculos identificados.

Tabla 1

Matriz DOFA

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Poco conocimiento en frente al tema. ✓ Falta de capacitaciones. ✓ Mala infraestructura vial. ✓ Conocimiento nulo de lengua extranjera. ✓ Poco apoyo por parte de entidades gubernamentales. ✓ La promoción de los destinos turísticos es muy baja. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo de rutas turísticas que incluyan lo que quiere el mercado internacional como lo es (observación de fauna y flora, senderismo, montañismo, historia, interacción con comunidades locales etc). ✓ Adopción de nuevas tecnologías que permitan llegar al personal extranjero como estrategia de atracción turística. ✓ Promoción de un turismo sostenible: Mostrando el compromiso del departamento por conservar y preservar los entornos naturales.
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Posicionamiento estratégico. ✓ Abundancia de fauna y flora. ✓ Riqueza cultural. ✓ Gastronomía llamativa. ✓ Comunidad perseverante. ✓ Diversidad de sitios turísticos. ✓ Paisajismo variado y atractivo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Competencia regional en busca de internacionalizar el mismo mercado de turismo comunitario ✓ Futuras crisis sanitarias que impidan el flujo de visitantes al departamento. ✓ Cambios en el clima, como eventos extremos que puedan afectar las temporadas turísticas establecidas. ✓ Desarrollo de nuevas rutas turísticas en competencia con Casanare.

Fuente: Datos suministrados en las entrevistas a empresarios y gestores del turismo en Casanare, (2023)

3.3 Oportunidades para el turismo comunitario en el departamento de Casanare

La teoría de Cadena de Valor mencionada en el capítulo 2, respalda la idea de que los países, regiones y municipios pueden capitalizar sus recursos naturales, culturales y patrimoniales para atraer turistas. Esta teoría enfatiza la importancia de promover y comercializar destinos de manera sostenible. En línea con esta teoría, Casanare presenta un escenario propicio para desarrollar el turismo comunitario, aprovechando su riqueza natural y cultural.

Para lograr la internacionalización del turismo comunitario en Casanare, es fundamental la colaboración entre los gobiernos a nivel nacional y local. Los gobiernos deben establecer políticas que promuevan el desarrollo sostenible del turismo y apoyen la preservación de los recursos naturales y culturales de la región. Además, es esencial coordinar esfuerzos con los actores locales y las comunidades para garantizar un enfoque integral.

Como se menciona en el capítulo 1, el turismo de comunitario puede ser una estrategia clave para Casanare. Este enfoque implica actividades de contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales locales, con un compromiso claro de preservación. El desarrollo de actividades como observación de aves, senderismo, safaris y visitas a áreas de conservación puede atraer a turistas, tanto nacionales como internacionales, que buscan experiencias en entornos naturales únicos.

La promoción y el cuidado de los ecosistemas son elementos esenciales para atraer turistas interesados en la biodiversidad de Casanare. La región cuenta con una gran variedad de fauna y flora, lo que la convierte en un destino atractivo para los amantes de la naturaleza. Sin embargo, es fundamental garantizar la conservación de estos ecosistemas y promover prácticas responsables por parte de los visitantes.

Las oportunidades arraigadas al turismo son infinitas; puesto que, los países, departamentos y municipios pueden aprovechar las riquezas culturales, gastronómicas, naturales, sociales, entre otras para atraer al turista a las regiones. (Orgaz y Moral, 2016) argumentan que el desarrollo del turismo debe estar asociado con el aprovechamiento de los recursos naturales, patrimoniales y culturales que forman parte del valor y de la riqueza para

promocionar y comercializar de manera sostenible estos destinos; para ello resulta importante que se genere una coordinación de los stakeholders que se ven involucrados por el turismo de tal manera que se genere una red de distribución en la prestación de servicios que propendan por la atracción de un mayor volumen de turistas al destino.

Cabe recalcar que, Casanare posee con una amplia belleza y atractivos naturales que inducen a que se posicione como un departamento referente en términos turísticos; por lo cual se sugiere el desarrollo de actividades asociadas con el turismo de naturaleza, que consiste en realizar actividades de contacto directo con la naturaleza y expresiones culturales de la población, con el compromiso de preservar la naturaleza y cultura debido a que cuenta con una gran biodiversidad de fauna y flora, que se puede aprovechar de la mejor manera y por supuesto cuidado los ecosistemas (Sarmiento y Ávila, 2017). sean atractivos para turistas residentes y no residentes en el país.

Realizando un análisis a la información obtenida en la figura 13, encontramos que el 43% de las personas prefieren un lugar con diversidad cultural y natural, el 29% prefieren un lugar donde puedan pasar un rato divertido con playas cercanas, por otra parte, el 28% de los encuestados extranjeros prefieren un lugar seguro y con buen acceso a vías y transporte decente.

Figura 13

Aspectos a tener en cuenta para elegir un destino de viaje



Fuente: Encuestas realizadas a habitantes de Casanare y fuera del departamento y del país (2023).

Hay que mencionar, que según un estudio realizado por PROCOLOMBIA, 2023 los turistas extranjeros también están en busca de lugares únicos e inexplorados, este es su principal

objetivo cuando visitan Colombia, por otra parte, “Este año, el encuentro considerado uno de los más importantes para mostrar el sector de Naturaleza en Colombia, se llevará a cabo en Yopal, Casanare, con la participación de 70 compradores internacionales provenientes de Estados Unidos, Australia, Japón, Corea, Italia, Alemania, España, Portugal, Reino Unido, Canadá, México, Chile, Argentina y Brasil” (PROCOLOMBIA, 2023).

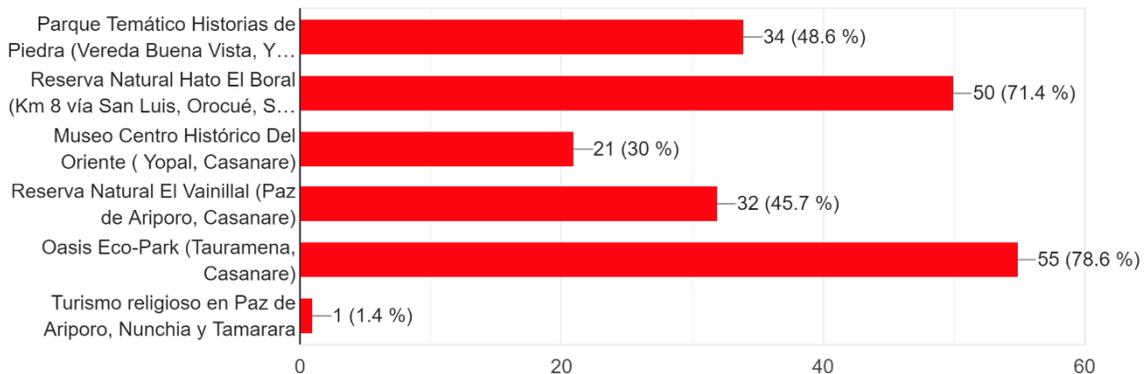
Cabe destacar que, la gran riqueza natural con la cuenta el departamento de Casanare es un gran atractivo turístico para los extranjeros, por lo tanto, Casanare tiene potencial para la internacionalización del turismo comunitario haciendo buen uso de los mismos.

3.4 Destinos turísticos potenciales de Casanare

Debido a que Casanare se encuentra ubicado en la Región Orinoquía, su abundancia en fauna y flora permite a propios y extraños deleitarse con paisajes inigualables, ante este escenario se identifican las oportunidades que tiene el departamento para el desarrollo turístico y, para ello por medio de las entrevistas y encuesta se consolidan los lugares a los cuales les interesaría como turistas visitar en la región, resultados que se exponen en la figura 11, en el cual se determina que la Reserva Natural Hato el Boral con el 71,4% de las respuestas es el destino que se buscaría mejorar en la región, en segundo lugar, Oasis Eco – Park con el 76,8% de la frecuencia de respuesta de preferencia turística y, en tercer lugar, se ubica el parque temático historias de piedra. Estos destinos turísticos deben promoverse a través de medios departamentales y nacionales que sean coherentes con una mejora en su proyección nacional e internacional.

Figura 14*Atractivos turísticos en Casanare que le gustaría visitar*

Casanare, se encuentra ubicado en la Región Orinoquía, su abundancia en fauna y flora nos permite deleitarnos con paisajes inigualables. De los sigue...s en Casanare. ¿Cuál o cuales le gustaría visitar?
70 respuestas



Fuente: Encuestas realizadas a habitantes de Casanare y fuera del departamento y del país (2023).

María Inés quien es administradora turística hotelera y actualmente instructora del Sena en el área de turismo, menciona que la internacionalización del turismo comunitario es una gran idea que permite el crecimiento del turismo en Casanare, de igual manera, menciona que el Hato la Aurora ya está en el proceso de internacionalización ofertando experiencias únicas y personalizadas, como el avistamiento del puma llanero y las travesías llaneras, además de dar a conocer la cultura llanera a los turistas extranjeros, ya que, es muy interesante para ellos (Anexo B).

Hay que tener en cuenta que Casanare, además, de sus oportunidades de internacionalización para el turismo comunitario en cuanto a flora y fauna, también se encuentra equipado con infraestructura turística, según la revista SEMANA actualmente, existe un “proyecto con 30.000 hectáreas que corresponden a seis hatos o reservas de la sociedad civil incluidas” (Semana, 2019), con este proyecto se busca tener “100.000 hectáreas con 20 hatos que ofrezcan conservación en el corredor turístico del Safari Llanero” (Semana, 2019) y de esta manera Casanare contar una reserva con la mayor área de reserva natural donde se puede tener contacto con la vida silvestre y vivir experiencias de la cultura llanera.

3.5 Políticas nacionales para el desarrollo del turismo Comunitario

Según los lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia, existe el Programa de Posadas Turísticas de Colombia, que está a cargo del el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el cual consiste en apoyar el fortalecimiento de la calidad de vida de poblaciones que habitan en áreas rurales con alto valor turístico y a través del mejoramiento de infraestructura de vivienda y del desarrollo de turismo comunitario sostenible (Lanfant, 1980).

Por otra parte, se encuentra la Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo, o Artículo 1, que resalta la función social que cumple el turismo en la sociedad colombiana; Artículo 2, que establece el principio de desarrollo social que tiene el turismo, reconociéndose como una industria que permite la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, en concordancia con el artículo 52 de la Constitución Política; Artículo 16, que establece que el Plan Sectorial de Turismo, debe contener elementos para que esta actividad encuentre condiciones para su desarrollo en el ámbito social; Artículos 32, 33, 34, 35 y 36, que definen el turismo de interés social, los mecanismos de promoción, así como las poblaciones objetivo prioritarias, enfocadas a las personas mayores, discapacitados y jóvenes: Artículo 62, que establece que los establecimientos que presten servicios de turismo de interés social, deben inscribirse en el Registro Nacional de Turismo (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2012).

Con respecto a las políticas nacionales, Alexis Duarte coordinador del proceso de implementación del turismo en el municipio de San Luis de Palenque, en su entrevista menciona que es importante que el turismo comunitario tenga la relevancia a nivel nacional e internacional desde la política pública nacional del turismo, para poder involucrar a más personas. Todo esto se debe trabajar en conjunto con la comunidad Casanareña (Anexo B).

3.5.1 Alianzas estratégicas para la internacionalización del turismo comunitario en Casanare

Desde la Gobernación del Casanare en articulación con la Dirección Departamental de Cultura y Turismo se han venido consolidando alianzas estratégicas entre el sector público y privado con miras de maximizar el potencial natural, arquitectónico, cultural y social que, gracias a su topografía es un lugar inigualable para experimentar nuevas aventuras,

consolidando un mundo mágico a través del llano y del piedemonte llanero, con lo que se busca ser un referente atractivo a nivel nacional e internacional (Gobernación de Casanare, 2022).

En efecto, se han liderado diversos proyectos que fomenten el desarrollo turístico en la región y, en el último cuatrienio se han consolidado proyectos turísticos asociados con la creación de la primera arena pública de Team Penning (aparte y encierro de ganado) en el municipio de Támara, además, el desarrollo de proyectos como el Malecón o Parque Lineal de Yopal que será un escenario que albergará más de 3000 personas para la realización de eventos que fomenten el turismo en la región (El Medio, 2021).

Para finalizar, Casanare cuenta con oportunidades de internacionalización del turismo comunitario, esto se debe a su abundancia en fauna y flora, a su cultura, a su infraestructura y a sus diferentes sitios turísticos ubicados en todo el departamento, además de que existen lineamientos políticos que apoyan el turismo comunitario como el Programa de Posadas Turísticas de Colombia y alianzas estratégicas que permiten potenciar la internacionalización del turismo comunitario en Casanare.

4. Conclusiones

Esta investigación tenía como objetivo principal identificar las oportunidades de internacionalización para el turismo comunitario en Casanare, para el desarrollo de este se utilizó una metodología mixta donde se utilizaron fuentes primarias y secundarias.

Se llegó a la conclusión de que el turismo comunitario es una herramienta que permite el crecimiento económico de una región, de igual manera, la preservación de la cultura y naturaleza. En otras palabras, el turismo comunitario ha surgido como una herramienta que permite el desarrollo de comunidades, trabajando en conjunto aprovechando los recursos y equilibrando costos (Travé, 2019).

Por otra parte, se encuentran los resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas a los empresarios, emprendedores y gestores del turismo (Anexo B), quienes hacen énfasis en que Casanare tiene ventajas competitivas fuertes basándose en su riqueza natural y cultura, como (Cruz et al., 2021) menciona en su investigación *“CREACIÓN PARA EL TURISMO DE NATURALEZA EN YOPAL CASANARE COLOMBIA. APRENDIZAJES DESDE LA GESTIÓN COMUNITARIA DEL CONOCIMIENTO”* Casanare cuenta con un gran potencial turístico debido a su inmensidad en llanuras, paisajes y gran variedad de vida silvestre.

Otro punto que toca esta investigación, son los obstáculos que se presentan para la internacionalización del turismo comunitario en Casanare, para esto se aplicaron 73 encuestas a habitantes del departamento y fuera de él para obtener una opinión más general, de igual manera se aplicaron 7 encuestas a empresario, emprendedores y gestores del turismo donde se obtuvieron los siguientes resultados:

El principal obstáculo identificado por los encuestados es el mal acceso a vías, ya que para poder acceder a los diferentes sitios turísticos del departamento se debe hacer mediante caminos alejados, corriendo el riesgo de dañar los autos o no poder llegar al destino.

También se encuentra la poca promoción del turismo en Casanare, pues muchas de las personas encuestados tienen poco conocimiento de los atractivos turísticos en Casanare, y lo que conocen es por fuentes primarias, como amigos o familiares. Ellos hacían énfasis en que les gustaría poder conocer los lugares turísticos con los que cuenta Casanare por medio de redes sociales.

Finalmente, otro de los obstáculos más relevante es la falta de capacitación para la comunidad, Zulmelida Leal, una de las emprendedoras entrevistadas y encargada de la posada Hato el Diamante, menciona que fue un desafío iniciar con la posada, esto se debe al poco conocimiento que tenía a cerca de la atención al cliente, la promoción del destino y manejo de un segundo idioma. Ella dice que existen muy pocas entidades que los instruyan frente a este tema, y que los gobiernos locales no son de apoyo.

Para finalizar y dar resultados al objetivo principal de esta investigación, Casanare si cuenta con oportunidades de internacionalización del turismo comunitario, esto se debe a las ventajas competitivas que tiene el departamento, que principalmente es la diversidad cultural y natural, también a que los encuestados del extranjero, de ciudades como Paris, New York, Buenos Aires y Caba, coinciden en que estaría dispuestos a visitar Casanare debido a su belleza natural, cultural y gastronomía, también porque les gustaría practicar actividades típicas de la región y vivir una experiencia única rodeados de vida silvestre. Además, se deben tener en cuenta los lineamientos políticos como Programa de Posadas Turísticas de Colombia que apoya el fortalecimiento del turismo comunitario.

Pero para poner en práctica estas oportunidades de internacionalización del turismo comunitario se debe dar la solución a los obstáculos presentados, como el mejoramiento de vías, que las comunidades trabajen en conjunto, que los gobiernos quieran invertir para capacitar a las comunidades locales y el estudio de un segundo idioma.

5. Recomendaciones

Para lograr la internacionalización del turismo comunitario en Casanare, se recomienda implementar las siguientes estrategias, estas estrategias se plantean de acuerdo a la información obtenida mediante la aplicación de las encuestas y las entrevistas realizadas a los gestores de turismo y personal relacionado directamente al sector:

Mejoramiento de Infraestructura Vial y de Transporte: Invertir en la mejora de la infraestructura vial y de transporte es esencial para facilitar el acceso de los turistas a Casanare. Esto incluye la creación de carreteras de calidad, opciones de transporte público eficiente y la promoción de rutas de acceso seguras. Esto beneficiará tanto a los aventureros que buscan experiencias extremas como a aquellos que buscan un destino de paz y tranquilidad.

Planificación de Estrategias de Marketing: Desarrollar estrategias de marketing sólidas es fundamental para promocionar los atractivos turísticos de Casanare a nivel internacional. Esto implica el uso de campañas publicitarias en línea y fuera de línea, presencia en redes sociales, participación en ferias de turismo y colaboración con agencias de viajes internacionales. La promoción debe destacar las características únicas de Casanare, como sus paisajes naturales, cultura llanera y experiencias auténticas.

Colaboración con comunidades locales: Trabajar en colaboración con las comunidades locales, empresas turísticas y agencias gubernamentales es esencial. La comunidad debe sentirse involucrada en el turismo comunitario y los beneficios deben ser compartidos equitativamente. La cooperación con las empresas locales permite el desarrollo de paquetes turísticos atractivos y auténticos.

Enfoque en Turismo Sostenible: Priorizar el turismo sostenible es vital. Esto implica la conservación de los recursos naturales, la promoción de prácticas respetuosas con el medio ambiente y la consideración de las comunidades locales en el desarrollo turístico. La sostenibilidad contribuye a la atracción a largo plazo de turistas preocupados por la preservación del entorno.

Diversificación de Ofertas Turísticas: Ofrecer una variedad de actividades y experiencias, desde ecoturismo hasta aventuras culturales, para atraer a diferentes tipos de turistas. La diversificación aumenta las posibilidades de atraer a un público más amplio.

Formación y Capacitación: Capacitar a los actores involucrados en la industria turística en Casanare en aspectos como atención al cliente, conservación ambiental y promoción. El personal bien capacitado contribuye a una experiencia más satisfactoria para los visitantes.

Estas recomendaciones que son mencionadas y tomadas del análisis de la información obtenida aportarán al departamento de Casanare a aprovechar al máximo su potencial turístico y a posicionar la región como un atractivo destino internacional para turistas en busca de experiencias auténticas y enriquecedoras.

Referencias

- Aranda, Y. V., y Montoya, I. A. (2006). Principales enfoques conceptuales explicativos del proceso de internacionalización de empresas. *Agronomía Colombiana*, 24(1), 170–181.
- Asociación de Estados del Caribe. (2012). *El turismo comunitario*. <http://www.aacs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>
- Burgos Doria, R. (2016). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. *Hallazgos*, 13(26). <https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2016.0026.08>
- Cabanilla Vásquez, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 5(1), 121–131. <https://doi.org/10.29166/SIEMBRA.V5I1.1433>
- Cámara de Comercio de Casanare. (2022). *Índice de competitividad turística regional*. <https://cccasanare.co/indice-de-competitividad-turistica-regional/>
- Castaño Carmona, M. A. (2020). *Viajar en Colombia, Casanare cambió el petróleo por el turismo*. <https://www.elspectador.com/turismo/casanare-cambio-el-petroleo-por-el-ecoturismo-article/>
- Centro de Información Turística. (2021). *Viceministerio de turismo dirección de análisis sectorial y promoción*. <https://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental#gsc.tab=0>
- Cruz Castillo, A. L., Pérez Pérez, A. L., Cifuentes Quin, C. A., y Nader Manrique, C. A. (2021). Investigación creación para el turismo de naturaleza en Yopal Casanare Colombia. Aprendizajes desde la gestión comunitaria del conocimiento. *Gestión Turística*, (35), 38–69. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2021.n35-03>
- Datosmacro.com. (2021). *PIB de Colombia*. <https://datosmacro.expansion.com/pib/colombia?anio=2021#:~:text=El%20valor%20absoluto%20del%20PIB,que%20fue%20de%204.699%20%E2%82%AC%20>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023, 23 de septiembre). *Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) Segundo trimestre 2023*. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EGIT/bol-EGIT-IITrim2023.pdf>
- El Medio. (2021, 21 de agosto). *Con “Casanare: Potente por Naturaleza” se potenciará el turismo en el departamento*. <https://www.portalelmedio.com/con-casanare-potente-por-naturaleza-se-potencializara-el-turismo-en-el-departamento/>

- Europa Press Economía Finanzas. (2023). *Los ingresos por turismo en Colombia se elevaron un 29% en el primer semestre, hasta los 3.851 millones*. <https://www.europapress.es/economia/noticia-ingresos-turismo-colombia-elevaron-29-primer-semestre-3851-millones-20230907172558.html>
- Fernández, L., y Gutiérrez, M. (2013). Bienestar social, económico y ambiental para las presentes y futuras generaciones. *Información Tecnológica*, 24(2), 121–130. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642013000200013>
- Gobernación de Casanare. (2022). *Turismo en Casanare cada vez más competitivo*. <https://www.casanare.gov.co/Prensa/saladeprensa/Paginas/Turismo-en-Casanare-cada-vez-m%C3%A1s-competitivo.aspx>
- Gobierno de México. (s.f.). *Secretaría de turismo*. <https://www.gob.mx/sectur>
- Granados-Orozco, L. F., Gallego-Reyes, W. H., y Vega-Vargas, J. E. (2021). *Propuesta de turismo experiencial en la Reserva natural El encanto de Guanapalo*. (Trabajo de grado, Universitaria Agustiniiana). <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/1561>
- Hernández, M. A., Cantín, S., López, N., y Rodríguez, M. (2010). *Estudio de encuestas*. https://www.academia.edu/11394153/Estudio_De_Encuestas
- Howard Taylor, S. (2017). *Turismo comunitario en Colombia*. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=ea8b06b4-d7a8-4c57-af1f-1e9541d9f8a6>
- Ibáñez, R., y Villalobos, I. R. (2011). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. <https://agua.org.mx/wp-content/uploads/2017/12/Tipologias-y-antecedentes-de-la-actividad-turistica.pdf>
- Lanfant, M. F. (1980). El Turismo en el proceso de internacionalización: introducción. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, XXXII, (1), 14-43. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000262211_spa
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo, nueva clasificación*. OMPT. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf

- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2022). *Rescatando la biodiversidad colombiana*. <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/06/RESCATANDO-LA-BIODIVERSIDAD.-FAUNA-Nov.-84.pdf>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2012). *Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia*. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/lineamientos-de-politica-para-el-desarrollo-del-tu>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2023). *Contexto macroeconómico de Colombia*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/1c8db89b-efed-46ec-b2a1-56513399bd09/Colombia.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022. Turismo: El propósito que nos une*. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Ley de Turismo*. <https://www.colombiaagil.gov.co/tramites/intervenciones/ley-de-turismo>
- Mora Forero, J. A., y Bohórquez Patiño, L. M. (2018). El turismo rural comunitario ¿una oportunidad en el posconflicto colombiano? *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4, 49–59. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i0.11524>
- Morales Doria, A. T., y Mosquera, J. M. (2019). *Turismo comunitario como alternativa de desarrollo local de Santa Cruz de Lorica Córdoba*. (Tesis de maestría, Universidad de La Salle). https://ciencia.lasalle.edu.co/maest_gestion_desarrollo/167/
- Murillo Torrecilla, J. (2018). *La entrevista*. http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf
- NaturalistaCO. (2022). *Casanare*. <https://colombia.inaturalist.org/places/12729>
- Organización Mundial del Turismo. (2023). *¿Por qué el Turismo?* <https://www.unwto.org/es/turismo>
- Orgaz, F., y Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, 31, 1-17. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193449985009>

- Pérez Gutiérrez, C. R. (2013, 13 de mayo). *Turismo en Casanare, realidades y reflexiones*. <https://blogs.portafolio.co/horizonte-llanero/turismo-en-casanare-realidades-y-reflexiones/>
- Porter, M. (1985). *Ventaja Competitiva (Creación y sostenimiento de un desempeño superior)*. Editorial CECSA.
- Presidencia de la República. (2023). *Colombia, tercer país en América en superar las cifras prepandemia en turismo, según la Organización Mundial del Turismo*. <https://petro.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Colombia-tercer-pais-en-America-en-superar-las-cifras-prepandemia-en-turismo-segun-la-Organizacion-Mundial>
- PROCOLOMBIA. (2023). *Lo que buscan los viajeros extranjeros en un destino de naturaleza*. <https://procolombia.co/lo-que-buscan-los-viajeros-extranjeros-en-un-destino-de-naturaleza#:~:text=Visitar%20destinos%20%C3%BAnicos%20e%20inexplorados,la%20interacci%C3%B3n%20con%20comunidades%20locales>
- QuestionPro. (2023). *¿Qué es el muestreo por conveniencia?* <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>
- Ramírez, O., Cruz, G. y Serrano, R. (2019). Turismo y capital social: vacíos y oportunidades de investigación. *Turismo y Sociedad*, XXIV, 25-49. <https://doi.org/10.18601/01207555.n24.02>
- Rodríguez Moreno, D. y Cruz Vásquez J. (2021). *La cadena de valor de destinos turísticos*. Editorial UPTC. <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/281/262/6126?inline=1>
- Rodríguez Rodríguez, S. E. (2018). Turismo comunitario en Colombia: ¿retórica de Estado?. *Turismo y Sociedad*, 22, 195–212. <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.10>
- Sarmiento Barrios, O., y Ávila González, L. A. (2017). Determinación de indicadores pertinentes para utilizar en un sistema de gestión de información turística para el departamento de Casanare. *Turismo y Sociedad*, 20, 191–209. <https://doi.org/10.18601/01207555.n20.10>
- Scharager, J., y Reyes, P. (2001). *Muestreo no probabilístico*. <https://acortar.link/oYPP1Q>
- Semana. (2019). *Extranjeros, la apuesta de Casanare con el turismo de naturaleza*. <https://www.semana.com/medio-ambiente/articulo/los-viajeros-internacionales-la-apuesta-de-casanare-con-el-turismo-de-naturaleza/47688/>

- Soacha Velasco, V., y Ortiz Galvis, J. (2020). *Modelos de internacionalización en el sector del turismo para el municipio de Yopal*. (Trabajo de grado, Universidad de la Salle). https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/622/
- Thalasselis, C. (2020). Internacionalización del turismo y desarrollo capitalista en América Latina. *Encuentros*, 18(3), 76-87. <https://doi.org/10.15665/encuent.v18i3.2131>
- Travé, R. (2019). *El Turismo comunitario: un acercamiento a la realidad de Colombia y Perú*. https://www.researchgate.net/publication/347228313_El_turismo_comunitario_un_acercamiento_a_la_realidad_de_Colombia_y_Peru
- Universidad de Alicante. (2015). *La encuesta: fundamentos*. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/47792/1/La%20Encuesta%20Grado%202014-2015%201a%20Parte.pdf>