INFORME FINAL DE ACTIVIDADES

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare.

Tipo de contrato: Mínima cuantía
Número de contrato: 110.2011.179.2026
Plazo: Dos (2) Meses
Fecha de inicio: 22 junio de 2026.
Fecha de Terminación: 21 agosto de 2026.
Lugar de ejecución: Sabanalarga, Casanare.
Valor del Contrato: Cuarenta y siete millones novecientos noventa y nueve mil trescientos sesenta y cuatro pesos mcte $ 47.999.364,00
Valor Facturado: Cuarenta y siete millones novecientos noventa y nueve mil trescientos sesenta y cuatro pesos mcte $ 47.999.364,00
Nombre o razón social del contratista: Grupo Quality, Aseguramiento de Calidad y Asesorías Administrativas Integrales S.A.S
Nit del Contratista: 900.835.934 - 2
Representante Legal: José Julián Mejía Fuentes
Cedula Ciudadanía: 4.208.865 Paz de Río, Boyacá
Teléfono: 3115617330
Correo electrónico: grupoqualitysas@gmail.com

No	ACTA	FECHA	OBSERVACIONES
01	ACTA DE INICIO	22/06/2026	N/A
02	ACTA DE TERMINACION	21/08/2026	N/A

PAGOS SEGURIDAD SOCIAL REPRESENTANTE LEGAL				JOSÉ JULIÁN MEJÍA FUENTES	
No	**Periodo**	**No. De planilla**	**Tipo de planilla**	**Aportes**	**Valor**
01	Junio	6034378967	E	Pensión / Salud / CCF / Riesgo / Parafiscales	$448.400
02	Julio	6034379025	E	Pensión / Salud / CCF / Riesgo / Parafiscales	$437.500
03	Agosto	6034379696	E	Pensión / Salud / CCF / Riesgo / Parafiscales	$429600
ANEXO 4: Certificación pagos seguridad social y parafiscales y soporte de pago de seguridad social del representante Legal.					

PAGOS SEGURIDAD SOCIAL TALLERISTAS					
No	**Periodo**	**Nombres y Apellidos**	**No. De planilla**	**Tipo de planilla**	**Valor**
01	Julio	Cristian Camilo Becerra Cuevas	94175365	I	$550.000
ANEXO 13. Planilla seguridad social tallerista en Guianza y Operación Turística.					

El presente informe tiene como propósito presentar y dejar constancia de los resultados de las actividades desarrolladas dentro del marco del contrato de mínima cuantía N° 110.2011.179.2026.

1. OBJETO A CONTRATAR

Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare.

1.1 BENEFICIARIOS

La secretaría de planeación y obras públicas de la alcaldía municipal de Sabanalarga, Casanare mediante un proceso de selección previo definió que los seis (6) beneficiarios del proceso de fortalecimiento empresarial serían los siguientes.

2. ACTIVIDADES Y/O ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

El proceso se ejecutó de conformidad con el cumplimiento de las especificaciones técnicas de calidad del contratista, con la participación de los prestadores de servicios turísticos seleccionados para el proceso de fortalecimiento bajo la supervisión de los profesionales de la secretaría de planeación y obras públicas de la administración municipal de Sabanalarga, Casanare.

Con cada uno de los seis (6) Beneficiarios seleccionados se realizarán las siguientes actividades.

1. Entrevista para elaboración de documento diagnóstico cualitativo.
2. Elaboración y socialización de plan de trabajo.
3. Diseño y/o Fortalecimiento de experiencias turísticas.
4. Capacitaciones.
5. Elaboración y entrega de banco de fotografías.
6. Elaboración y entrega de diplomas de reconocimiento.

Los beneficiarios seleccionados para este proceso son los siguientes:

BENEFICIARIOS PROCESO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL						
Proceso: N° 110.2011.179.2026.						
Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare.						
#	**NOMBRES Y APELLIDOS**	**DOCUMENTO DE IDENTIDAD**	**SECTOR AL QUE PERTENECE**	**INICIATIVA / EMPRESA**	**TELEFONO**	**E-MAIL**
1	Samuel Contreras Bernal	9.506.241	Turismo de naturaleza	Reserva Natural Cueva de Los Guacharos	3144429020	Contrerassamuel290@gmail.com
2	Hilda Vargas Piñeros	23.417.510	Turismo de Bienestar	Xocasa - Chocolate de Sabanalarga	3114800993	hilvarp@hotmail.com
3	Carolina Vargas Vargas	23.417.976	Turismo de naturaleza	Orquídeas y aves de piedemonte	3204553337	Carolinavargas976@gmail.com
4	Gonzalo Fernández Cubides	74.810.379	Turismo de naturaleza	Reserva natural el páramo	3128945833	gonzalo1975fernandez@gmail.com
5	Lili Rodríguez Heredia	21.180.574	Gastronomía	Restaurante Los Mangos	3192233548	Lili2019rodrigue@gmail.com
6	Thomas Esteban Ruiz Castro	1.049.627.902	Turismo de Naturaleza	Cenotes de Sabanalarga	3103920204	Ruizthomas19@gmail.com

2.1. Elaboración de documento diagnostico cualitativo.

El proceso de fortalecimiento comenzó con visitas presenciales a cada una de las seis (6) iniciativas con el objetivo de entrevistarlos y conocer de primera mano la idea original de su iniciativa o negocio, identificar cuales aspectos desean ser fortalecidos y cuales no, recoger sus percepciones y dar un recorrido inicial por las instalaciones para tomar fotografías que nos permitan identificar las áreas que requieren de intervención y de inmediato asignar tareas a los propietarios para que se comenzara con la transformación del establecimiento. Esta entrevista y este recorrido nos entregaron los insumos iniciales que nos permitirán entregar recomendaciones y elaborar el documento de diagnóstico cualitativo y cuantitativo que tomamos como documento base para elaborar el plan de trabajo de cada una de las iniciativas.

La herramienta de diagnóstico nos permitió evaluar múltiples aspectos de carácter cualitativo y cuantitativo de la empresa o iniciativa que nos entregaron puntajes de acuerdo al cumplimiento o no cumplimiento de los mismos, de esta forma y debido al corto tiempo del proceso y los recursos limitados de las iniciativas procedimos a identificar cuáles de estos aspectos que no se cumplían podrían ser solucionados en el corto tiempo del proceso de fortalecimiento y nos pusimos en la tarea de corregirlos.

La estructura propuesta para la matriz de diagnóstico fue la siguiente:

1. Información y expectativa del visitante.
2. Bienvenida y hospitalidad.
3. Interpretación y narrativa de la experiencia.
4. Organización de la experiencia.
5. Aspectos sensoriales y memorables.
6. Aspectos de cierre y recordación.
7. Marca y presencia en redes sociales.
8. Equipo, uniformidad y riesgos.
9. Costos y comercialización.

Los documentos diagnósticos fueron elaborados con las anteriores características para cada una de las iniciativas.

El informe de la visita inicial de diagnóstico de los seis (6) beneficiarios con su respectiva evidencia fotográfica, fecha, descripción de la actividad, informe narrativo de los aspectos propuestos y trabajados puede ser consultado en el documento. ANEXO 5. Informes visita N° 1 Documento de diagnóstico.

Los documentos de diagnóstico de cada uno de los seis (6) beneficiarios del proceso de fortalecimiento se encuentran en el ANEXO 6. Documentos de diagnóstico beneficiarios.

2.2. Elaboración y socialización del plan de trabajo.

La segunda actividad del proceso de fortalecimiento fue la elaboración y socialización presencial del plan de trabajo de cada una de los beneficiarios.

La estructura propuesta para la elaboración del plan de trabajo tuvo como referencia las nueve (09) dimensiones de fortalecimiento de la experiencia turística identificadas en el diagnóstico, con el propósito de orientar de manera integral las acciones de mejora, fortalecimiento y consolidación de las iniciativas turísticas beneficiarias del proyecto.

Su estructuración parte de la identificación de las áreas de oportunidad y necesidades de fortalecimiento de la experiencia turística, a partir de las cuales se definieron acciones específicas con alcance a corto, mediano y largo plazo, orientadas a promover la mejora continua, el fortalecimiento de las capacidades de los beneficiarios y la sostenibilidad de los procesos una vez finalizado el acompañamiento del proyecto.

En correspondencia con las nueve (09) dimensiones de fortalecimiento establecidas en el diagnóstico, el Plan de Trabajo contempla para cada acción la descripción del requisito a cumplir, las observaciones, las acciones propuestas, la prioridad y el plazo de ejecución, permitiendo establecer una ruta clara para la implementación, seguimiento y evaluación de los compromisos definidos.

Las acciones programadas a corto plazo corresponden a aquellas cuya implementación se desarrolla durante el periodo de ejecución del proyecto y cuentan con el acompañamiento y orientación del contratista. No obstante, considerando que su ejecución depende, en parte, del compromiso, participación y disponibilidad de cada beneficiario, se establece como criterio mínimo de cumplimiento un ochenta por ciento (80%) de las actividades programadas.

De esta manera, el Plan de Trabajo se constituye en una herramienta de planificación, seguimiento y mejora continua, que articula las necesidades identificadas en el diagnóstico con acciones concretas y medibles, establece responsabilidades y mecanismos de verificación y proporciona una hoja de ruta para que los beneficiarios puedan dar continuidad a los procesos de fortalecimiento en el corto, mediano y largo plazo, contribuyendo a la consolidación de

experiencias turísticas de mayor calidad, sostenibles y acordes con las oportunidades identificadas en cada iniciativa.

En el documento del plan de trabajo se consignaron todas las actividades de las cuales no se recolecto evidencia y que obtuvieron un resultado de cumplimiento negativo al momento de correr la evaluación de la matriz de diagnóstico de la primera visita.

Estas actividades del plan de trabajo se socializaron con cada uno de los beneficiarios para que ellos las acogieran y que este fuese el documento guía que les permita desarrollar las actividades e ir subsanándolas para avanzar en el cumplimiento de cada una de las actividades propuestas. Quedo bajo la responsabilidad del beneficiario seguir avanzando en la solución de las tareas que no pudieron abordarse y no fueron subsanadas en el marco del proceso de fortalecimiento.

Se realizó una visita presencial a cada uno de los seis (6) beneficiarios para socializar el plan de trabajo y mostrarles cuales requisitos y actividades se programaron para desarrollar durante el proceso de fortalecimiento y tenían que comenzar a desarrollar y el informe narrativo con la descripción de la actividad y su respectivo registro fotográfico se encuentra debidamente diligenciada en el ANEXO 7. Informe de visita N° 2 Elaboración y socialización de plan de trabajo.

Todas las visitas de socialización transcurrieron con normalidad, los empresarios se mostraron abiertos, receptivos y dispuestos a dar solución a las tareas propuestas y su compromiso quedo consignado en el informe de visita de socialización del plan de trabajo ANEXO 7. Informe de visita N° 2 socialización de plan de trabajo.

Los documentos de plan de trabajo de cada uno de los seis (6) beneficiarios con cada una de las observaciones y propuestas realizadas para avanzar con las mejoras de cada una de las iniciativas se encuentran impresos y pueden ser consultados en el ANEXO 8. Planes de Trabajo beneficiarios.

En el ANEXO 9. Cumplimiento y avance planes de trabajo beneficiarios se puede observar la parte final del proceso de fortalecimiento con los avances en el cumplimiento de cada una de las actividades de cada iniciativa de experiencias turísticas con la descripción de cada actividad realizada.

2.3. Diseño de experiencias turísticas.

En desarrollo del proceso de fortalecimiento de las iniciativas turísticas del municipio de Sabanalarga, se realizó el diseño y/o fortalecimiento de experiencias turísticas diferenciadas, auténticas y coherentes con la identidad y las particularidades de

cada iniciativa, orientadas a fortalecer la oferta turística municipal bajo criterios de calidad, sostenibilidad y enfoque de turismo slow.

El proceso permitió transformar los atractivos, recursos, servicios y capacidades existentes en cada iniciativa en experiencias turísticas estructuradas, organizadas y con una propuesta de valor definida, buscando generar una conexión significativa entre el visitante, el anfitrión y el territorio. Para ello, se tuvo en cuenta la identidad local, los elementos naturales, culturales, productivos y paisajísticos propios de cada iniciativa, así como las características, intereses y expectativas del público objetivo.

Como parte del proceso, se realizó el acompañamiento a la ejecución de las actividades establecidas a corto plazo en los respectivos Planes de Trabajo, efectuando el seguimiento a su cumplimiento y orientando las acciones de mejora requeridas para avanzar en la consolidación de cada experiencia.

De igual manera, se desarrollaron acciones orientadas a mejorar la organización lógica, funcional y armónica de los elementos visuales y físicos de los sitios o establecimientos, procurando una presentación coherente de la oferta y una adecuada articulación entre el espacio, los servicios, la ambientación y la narrativa definida para cada experiencia. Estas acciones fueron planteadas bajo criterios de calidad y coherencia estética, procurando que los elementos presentes en cada iniciativa contribuyan a comunicar y reforzar el concepto de la experiencia turística.

La estructuración de las experiencias contempló los siguientes componentes:

1. **Conceptualización y narrativa de la experiencia**

   Se definió para cada iniciativa la propuesta de valor, identificando los atributos y beneficios que hacen particular la experiencia frente a otras alternativas de la oferta turística. Asimismo, se construyó una narrativa orientada a conectar al visitante con el territorio, sus valores, conocimientos, paisajes, tradiciones y formas de vida, estableciendo los elementos diferenciadores y su relación con la identidad local.

2. **Definición del público objetivo**

   Se identificó el tipo de visitante al cual se dirige cada experiencia, considerando su perfil, necesidades, intereses y expectativas. A partir de esta caracterización se estructuraron las actividades, servicios, contenidos y formas de interacción de manera coherente con el público objetivo definido.

3. **Diseño del recorrido**

   Se organizó la experiencia mediante una secuencia lógica y coherente de actividades, estableciendo tiempos, duración, momentos de interacción y elementos memorables capaces de generar una conexión significativa con el

visitante. Como complemento, se elaboró el guion interpretativo de la experiencia turística, definiendo los contenidos y mensajes que deben ser transmitidos durante su desarrollo.

4. Componentes del servicio y organización del espacio

Se establecieron orientaciones relacionadas con la atención al cliente y la interacción con el anfitrión, así como con la distribución y organización de los elementos físicos que hacen parte de la experiencia. Se consideraron criterios de coherencia estética y visual, funcionalidad, ambientación y articulación de los espacios con la narrativa definida, de manera que el entorno contribuya a fortalecer la percepción y el disfrute de la experiencia.

5. Estándares de calidad

Se incorporaron criterios orientados al fortalecimiento de la calidad en la prestación del servicio, incluyendo protocolos de atención, buenas prácticas de servicio y aspectos relacionados con la seguridad del visitante, con el propósito de establecer condiciones mínimas que favorezcan una prestación organizada, confiable y consistente de la experiencia.

6. Estructura de costos

Se realizó el costeo de cada experiencia turística, identificando los productos y servicios que hacen parte de la oferta, así como aquellos que no se encuentran incluidos. Esta estructura permite contar con una base para la definición del precio de venta, la organización de la oferta y la toma de decisiones relacionadas con la sostenibilidad económica de la experiencia.

Como resultado del proceso, se cuenta con un documento de estructuración para cada iniciativa turística, en el cual se consolida de manera integral el diseño y/o fortalecimiento de su experiencia, incluyendo la conceptualización y narrativa, propuesta de valor, público objetivo, diseño del recorrido, actividades, tiempos y duración, guion interpretativo, componentes del servicio, organización y ambientación del espacio, estándares de calidad, seguridad, estructura de costos y demás elementos necesarios para su implementación.

Estos documentos constituyen una herramienta técnica y operativa para cada iniciativa, al proporcionar una estructura clara, coherente y aplicable que permite orientar la prestación de la experiencia, facilitar su implementación y contribuir a su posterior promoción y comercialización. De esta manera, el proceso no se limita a la conceptualización de una experiencia, sino que deja una ruta estructurada para su puesta en operación y mejora continua, fortaleciendo la oferta turística del municipio de Sabanalarga y promoviendo experiencias auténticas, responsables, sostenibles y alineadas con los principios del turismo slow.

Los informes de las visitas de socialización de la actividad de diseño y / o fortalecimiento de experiencias turísticas se encuentran debidamente diligenciados y con el respectivo registro fotográfico y pueden ser consultados en el ANEXO 10. Informe visita N° 3 Diseño y/o fortalecimiento de experiencias turísticas.

Los documentos de la estructura y/o fortalecimiento de experiencias turísticas de cada uno de los seis (6) beneficiarios con la estructuración de cada uno de las seis (6) dimensiones se encuentran impresos y pueden ser consultados en el ANEXO 11. Documento experiencia turística estructurada y/o fortalecida.

2.4 Capacitaciones.

Durante el proceso de fortalecimiento empresarial se desarrolló un ciclo de tres (3) capacitaciones presenciales grupales teórico / prácticas para los seis (6) beneficiarios donde se abordaron los siguientes temas.

Capacitación N° 1 - Operación turística

- Fundamentos de la operación turística.
- Rol del prestador de servicios en la operación.
- Estrategias de planificación y organización del servicio.
- Operación turística aplicada a las experiencias desarrolladas por cada uno de los beneficiarios.

Capacitación N° 2 – Guianza turística.

- Principios básicos de guianza turística.
- Comunicación efectiva con el visitante.
- Normas técnicas sectoriales que rigen la guianza turística.
- Buenas prácticas en la prestación del servicio.

Capacitación N°3 - Estrategias de promoción y comercialización de experiencias turísticas.

- Canales de venta (directo, agencias, redes).
- Alianzas con operadores turísticos y actores locales.

Las capacitaciones tuvieron una intensidad horaria de tres (3) horas cada una y se desarrollaron los días miércoles 19 y jueves 20 de agosto de 2026 de la siguiente manera:

Miércoles 29 de julio:

1. 08:00 am a 11:00 am – Operación Turística.
2. 11:00 am a 02:00 pm – Guianza Turística

Jueves 30 de julio:

1. 08:00 am a 11:00 am – Estrategias de promoción y comercialización de experiencias turísticas.

Durante esta jornada se logró la asistencia de todos los beneficiarios del proceso de fortalecimiento a los 3 talleres.

- **Auditorios y Salones.**

La secretaria de planeación y obras públicas encargada de la supervisión designo el auditorio del punto vive digital y dispuso de silletería, video beam lo que permitió la participación de los asistentes a las tres (3) capacitaciones programadas en este ítem.

El contratista suministro refrigerios a cada uno de los asistentes.

A continuación, se puede ver la descripción y metodología de las capacitaciones con más detalles de estas en orden que se impartieron.

Capacitación N° 1 - Operación turística.

Esta capacitación se llevó a cabo el día miércoles 29 de julio de 8:00 A.M a 11:00 AM y abordo temas relacionados con fundamentos de la operación turística, roles de los prestadores de servicios en la operación, estrategias de planificación y organización del servicio, operación turística aplicada a las experiencias desarrolladas por cada uno de los beneficiarios, durante el día 20 en horas de la mañana luego de la capacitación numero 3 se trabajaron aspectos prácticos relacionados con la operación turística.

Lugar: Punto Vive Digital y Xocasa	**Fecha:** 29 de julio de 2026	**Horario:** 08:00 A.M a 11:00 A.M
Tallerista: Cristian Camilo Becerra Cuevas	**Temática:** Operación Turística.	
Metodología de Capacitación basada en el ciclo del servicio turístico		
La propuesta metodológica se estructura articulando las tres fases de la operación turística (Antes, Durante y Después de la visita) con herramientas técnicas y de innovación aplicadas a los talleres práctico-teóricos. **1. Fase Previa: "Antes de la Visita" (Planificación y Diseño)** **Puntos Clave:** Diseño de la experiencia, preparación de recursos y coordinación logística. **Metodología y Herramientas Aplicadas:**		

Design Thinking: Creación participativa de experiencias turísticas centradas en el usuario, partiendo de la empatía con el viajero y la ideación de actividades de valor en el territorio.

Diseño de Producto y Action Planning: Estructuración de la ficha técnica del producto, definición de costos, selección de proveedores locales y elaboración de cronogramas logísticos de operación.

2. Fase de Ejecución: "Durante la Visita" (Prestación del Servicio)

Puntos Clave: Atención al visitante, cumplimiento del itinerario, gestión de la seguridad y acompañamiento.

Metodología y Herramientas Aplicadas:

Buyer Persona: Caracterización detallada del perfil del turista para adaptar la comunicación, el ritmo de la guianza, el tono del relato (storytelling) y la interpretación del patrimonio.

Sistema de Servicio (Servucción): Aplicación de protocolos operativos presenciales, gestión de imprevistos, planes de contingencia y estándares de calidad en guianza para asegurar una experiencia fluida y segura.

3. Fase Post-Servicio: "Después de la Visita" (Evaluación y Fidelización)

Puntos Clave:
Evaluación del servicio, retroalimentación y planes de mejora continua.

Metodología y Herramientas Aplicadas:

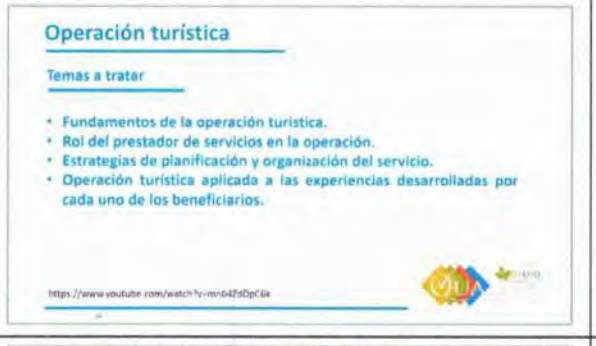
Plan de Satisfacción y Medición por Encuestas: Diseño e implementación de instrumentos breves de evaluación (digitales o físicos) para medir la percepción del cliente y el impacto de la experiencia.

Mejora Continua: Procesamiento de la retroalimentación obtenida para ajustar itinerarios, capacitar al personal local y fortalecer los encadenamientos comerciales.

Evidencia Fotográfica Capacitación N° 1

















ANEXO 12. Listado Asistencia capacitación N° 1 Operación Turística.
ANEXO 15. Contrato Tallerista.
ANEXO 16. Planilla Seguridad Social Tallerista.
ANEXO 17. Paz y Salvo Tallerista.

Capacitación N° 2 – Guianza Turística

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S	

Esta capacitación se realizó el día miércoles 29 de julio de 11:00 Am a 02:00 P.M y abordo temas relacionados con principios básicos de guianza turística, comunicación efectiva con el visitante, normas técnicas sectoriales que rigen para la guianza turística y buenas prácticas en la prestación del servicio.

Lugar: Punto Vive Digital y Xocasa	**Fecha:** 29 de julio de 2026	**Horario:** 11:00 A.M a 02:00 P.M
Tallerista: Cristian Camilo Becerra Cuevas	**Temática:** Guianza Turística.	

Metodología

La metodología para el módulo de Guianza Turística se estructura articulando la conceptualización teórica, el marco regulatorio sectorial y la aplicación práctica en campo a través de la resolución de casos reales.

1. Principios Básicos de Guianza Turística:

Componente Conceptual:
Definición del rol del guía como líder de grupo, mediador cultural, facilitador de experiencias y gestor de la seguridad en recorrido.

Herramientas Metodológicas:

Análisis de Rol y Liderazgo: Caracterización de las competencias directivas, éticas y de manejo de grupo necesarias en la conducción de turistas.

Estudio de Caso Practico (Ej. Eco Aventura Verde): Evaluación de escenarios reales donde se analizan errores operativos comunes, la toma de decisiones bajo presión y el manejo de imprevistos en campo.

2. Comunicación Efectiva con el Visitante

Componente Conceptual:
Técnicas de expresión verbal y no verbal, manejo de la voz, escucha activa y construcción de discursos interpretativos significativos.

Herramientas Metodológicas:

Interpretación del Patrimonio: Metodología para transformar datos técnicos e históricos en relatos apasionantes, accesibles y memorables (storytelling aplicado al territorio).

Manejo de Públicos Diversos: Adaptación del discurso según el perfil del visitante (familias, académicos, turistas internacionales, jóvenes) y gestión constructiva de quejas o conflictos.

3. Normas Técnicas Sectoriales (NTS) que Rigen la Guianza.

Componente Conceptual:
Apropiación del marco normativo colombiano (NTS-GT y NTS-TS) que regula el ejercicio legal, la gestión del riesgo y la sostenibilidad en la guianza.

Herramientas Metodológicas:

Matriz de Cumplimiento Normativo: Revisión de requisitos legales, uso del Tarjeta Profesional / Registro Nacional de Turismo (RNT) y deberes del prestador.

Protocolos de Gestión del Riesgo y Primeros Auxilios: Identificación de peligros en ruta, diligenciamiento de fichas médicas, planes de contingencia y protocolos de evacuación según la norma.

4. Buenas Prácticas en la Prestación del Servicio.

Componente Conceptual:
Criterios éticos, ambientales y de calidad que garantizan la excelencia del servicio y la protección del patrimonio local.

Herramientas Metodológicas:

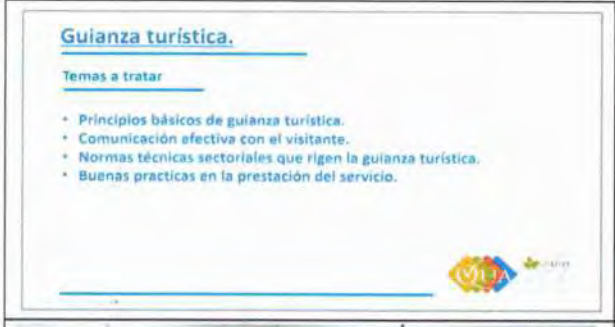
Código de Ética y Sostenibilidad: Aplicación de principios de Mínimo Impacto (No Deje Rastro) en entornos naturales y respeto por la dinámica sociocultural de las comunidades.

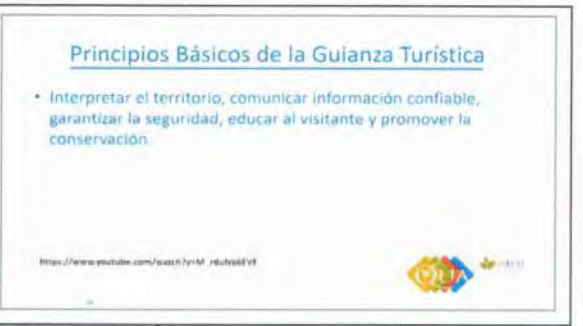
Lista de Chequeo Operativa (Checklist del Guía): Herramienta práctica para la verificación previa de equipos, Botiquín de Primeros Auxilios, sistemas de comunicación y briefing de seguridad inicial antes de arrancar la guianza.

Evidencia Fotográfica Capacitación N° 2





















ANEXO 13. Listado de Asistencia capacitación N° 2 Guianza Turística
ANEXO 15. Contrato Tallerista.
ANEXO 16. Planilla Seguridad Social Tallerista.
ANEXO 17. Paz y Salvo Tallerista.

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S	

Capacitación N° 3 – Estrategias de promoción y comercialización de experiencias turísticas

Esta capacitación se realizó el jueves 30 de julio de 08:00 A.M a 11:00 A.M y abordo temas relacionados con canales de venta (directo, agencias de viajes) y alianzas con operadores turísticos y agencias locales, redes sociales.

Lugar: Punto Vive Digital y Xocasa	**Fecha:** 30 de julio de 2026	**Horario:** 08:00 A.M a 12:00 M
Tallerista: Cristian Camilo Becerra Cuevas		
Temática: Estrategias de promoción y comercialización de experiencias turísticas		
Metodología		
La metodología para el módulo de Estrategias de Promoción y Comercialización de Experiencias Turísticas aborda el panorama general de la actividad comercial, la diversificación de canales de venta y la construcción de alianzas para posicionar y competir en el mercado. **1. Generalidades de la Actividad Turística y Mercado** Componente Conceptual: Comprensión de la cadena de comercialización, el comportamiento de la demanda actual y la importancia de la estructuración de costos e intermediación justa. **Herramientas Metodológicas:** **Análisis del Entorno Turístico:** Diagnóstico de la oferta local frente a la demanda regional y nacional. **Definición del Valor Diferencial:** Identificación del elemento único de la experiencia (biocultural, de naturaleza o aventura) para competir por valor y no por precio. **2. Canales de Venta (Directo, Agencias, OTAs y Ferias)** Componente Conceptual: Identificación y selección de la mezcla óptima de canales para la distribución de la oferta turística. **Herramientas Metodológicas:** **Venta Directa y Canales Digitales:** Estrategias para WhatsApp Business, redes sociales (Instagram, Facebook), sitio web y metabuscadores para mantener autonomía comercial y márgenes más altos.		

OTAs (Online Travel Agencies): Estrategia de presencia en plataformas globales como Viator, TripAdvisor, Airbnb Experiences, Booking o Civitatis; evaluando comisiones, alcance y posicionamiento de marca.

Agencias Tradicionales y Operadores Mayoristas: Criterios para vender B2B (Business to Business) mediante tarifas netas y comisiones para intermediación comercial.

Ferias y Vitrinas Comerciales: Preparación para eventos clave del sector (ej. Vitrina Turística ANATO, ferias regionales y Ruedas de Negocios de ProColombia/FONTUR) utilizando fichas técnicas comerciales, catálogo de experiencias y agendas B2B.

3. Alianzas Estratégicas con Operadores y Actores Locales

Componente Conceptual: Articulación del ecosistema local para potenciar la competitividad, crear paquetes integrados y fortalecer el encadenamiento productivo.

Herramientas Metodológicas:

Mapeo de Encadenamiento Local: Identificación de aliados clave en el territorio (alojamientos, restaurantes, guías locales, artesanos y transporte) para empaquetar experiencias completas.

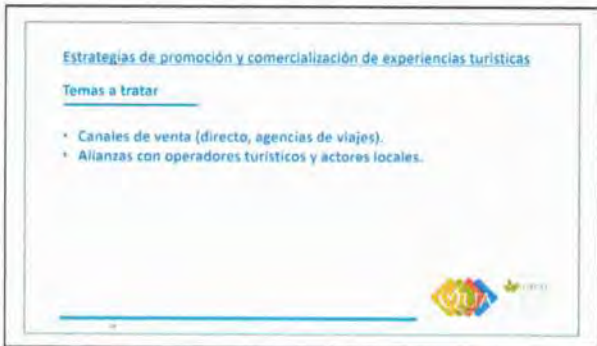
Alianzas B2B con Operadores Emisores: Construcción de acuerdos comerciales entre iniciativas comunitarias o locales y agencias operadoras consolidadas para canalizar flujos continuos de visitantes.

Estrategias de Coopetencia (Cooperación + Competencia): Trabajo asociativo entre prestadores locales para promocionar el destino de manera conjunta, optimizar costos de marketing y elevar la competitividad territorial.

Evidencia Fotográfica Capacitación N° 3

















Anexo 14. Listado Asistencia Capacitación N° 3 Estrategias de promoción y comercialización de experiencias turísticas.
ANEXO 15. Contrato Tallerista.
ANEXO 16. Planilla Seguridad Social Tallerista.
ANEXO 17. Paz y Salvo Tallerista.

2.5. Banco de fotografías.

Se elaboro un banco de doce (12) fotografías profesionales digitales en alta resolución, para cada uno de los seis (6) beneficiarios, en donde se evidencia las actividades y espacios de cada experiencia turística.

Las fotografías evidencian espacios, productos, servicios y experiencias que oferta la empresa o emprendimiento del beneficiario de proyecto. Estas fotografías se tomaron con un enfoque promocional turístico y fueron editadas, y enviadas a los beneficiarios en formato JPG de muy alta resolución.

La información de recibo a satisfacción del banco de fotografías de cada iniciativa de experiencias turísticas se encuentra impresa y debidamente diligenciada y firmada por cada beneficiario en el ANEXO 18. Informes visitas elaboración y entrega de Banco de Fotografías,

Adicional a esto las fotografías fueron enviadas en medio digital vía correo electrónico a cada uno de los beneficiarios y el soporte del envío se encuentra impreso y debidamente diligenciado en el ANEXO 19. Envío Banco de fotografías a correos electrónicos de beneficiarios.

Adicional a esto las fotografías fueron enviadas y compartidas por enlace drive https://drive.google.com/drive/folders/1lMnisXlo3MjyQ3f3C_rxdCm5lSb91pvC?usp=drive_link al correo electrónico secretariadeplaneacion@sabanalarga-casanare.gov.co tal y como se muestra a continuación y puede ser consultado en el ANEXO 20. Envío Banco de fotografías a secretaría de planeación.

La siguiente es la relación de la cantidad de fotografías entregadas y enviadas a cada uno de los seis (6) beneficiarios de las iniciativas de experiencias turísticas.

#	Beneficiario	Cantidad
1	Restaurante Los Mangos	12
2	Reserva Natural Cueva de Los Guacharos	12
3	Orquídeas de piedemonte	12
4	Reserva Natural el Páramo	12
5	Xocasa – Chocolate de Sabanalarga, Casanare	12
6	Cascadas Subterráneas de Sabanalarga	12
	TOTAL, FOTOGRAFÍAS SEIS (6) INICIATIVAS	**72**

Las siguientes son algunas de las fotografías que se compartieron a los correos electrónicos y números de WhatsApp de cada iniciativa y al correo de la secretaria de planeación municipal.

RESTAURANTE LOS MANGOS		

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S








RESERVA NATURAL CUEVA DE LOS GUACHAROS








ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE





Teléfono: 311 561 7330.
E-mail: grupoqualitysas@gmail.com

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S





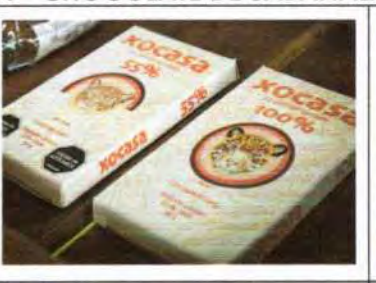
RESERVA NATURAL EL PARAMO








XOCASA – CHOCOLATE DE SABANALARGA






CASCADAS SUBTERRANEAS SABANALARGA

Teléfono: 311 561 7330.
E-mail: grupoqualitysas@gmail.com



2.6. Diseño, impresión, enmarcado y entrega diplomas reconocimiento.

Para la entrega de los diplomas de reconocimiento y en cumplimiento de los requisitos contractuales se elaboró el diseño y se imprimió a full color en papel mínimo de 150 Gr, tamaño carta, impresión a full color con logos de la administración municipal de Sabanalarga y Grupo Quality S.A.S que realizo el proceso de fortalecimiento el cual conto con la previa aprobación de la supervisión.

El diseño se realizó con los colores institucionales de la alcaldía municipal de Sabanalarga, Casanare e incluía:

1. Nombre del establecimiento o emprendimiento.
2. Nombre del propietario.
3. Nombre de la empresa que realizo el proceso de fortalecimiento.
4. Entidad que otorga el reconocimiento.
5. Entidad que realizo el proceso de fortalecimiento.
5. Firmas de los representantes autorizados.

Los diplomas se imprimieron en papel de 180 gr, tamaño carta (21.59 cm x 27.94 cm) y la calidad fue a full color, el enmarcado fue en MDF revestido de un (1) cm de espesor y profundidad de 1 cm, color negro, cada marco contaba con vidrio antirreflejo de 2 mm de espesor y tenían sistema de colgado inteligente.

- **Diseño de diplomas**



CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO

La Alcaldía municipal de Sabanalarga, Casanare otorga el siguiente reconocimiento a:

Samuel Contreras Bernal

Identificado con cédula de ciudadanía Nº 9.506.241
Propietario Reserva Natural Cueva De Los Guácharos.

Por su valiosa contribución al desarrollo y fortalecimiento del sector turístico del municipio de Sabanalarga, Casanare, mediante la culminación exitosa del proceso de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de experiencias turísticas, orientado al mejoramiento de la competitividad, innovación y consolidación de la oferta turística municipal.

Este proceso fue desarrollado por Grupo Quality S.A.S, entre el 22 de junio y el 21 de agosto de 2026, en el marco del Contrato de Mínima Cuantía No. 110.2011.179.2026.

Para constancia se firma en Sabanalarga, Casanare el día 21 de agosto de 2026.

Carlos Efrén Espinosa Bernal
Alcalde Municipal de Sabanalarga

Alcaldía de Sabanalarga Casanare

José Julián Mejía Fuentes
Rep. Legal Grupo Quality S.A.S

- **Cantidades entregadas**

Item	Descripción	Cantidad
1	Diplomas iniciativas experiencias turísticas.	6
	Total, diplomas entregados sector comercial y turístico	**6**

En total se entregaron seis (6) diplomas de acuerdo a las especificaciones técnicas exigidas, las fotografías del evento de clausura y las planillas de entrega a satisfacción de los diplomas firmadas por los asistentes se relacionan a continuación.

- **Registro fotográfico Jornada de entrega de diplomas beneficiarios proceso de fortalecimiento.**

La entrega de estos se realizó el día viernes 21 de agosto en una ceremonia de clausura en el auditorio de la alcaldía municipal en el primer piso y conto con la presencia del alcalde municipal, la gestora social, la secretaria de planeación y obras públicas y la profesional del área supervisora del proceso contractual, un representante del concejo municipal y los seis beneficiarios del proceso de fortalecimiento.





ANEXO 21. Remisión ingreso de diplomas a Almacén.
ANEXO 22. Planilla entrega diplomas proceso de fortalecimiento.

Con lo anterior se concluye el informe narrativo y descriptivo de las actividades del proceso de actividades del contrato de prestación de servicios SC-SG-MC-027 DE 2026, numero 110.2011.179.2026 cuyo objeto fue "Prestar servicios de asistencia

técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare".

Elaboro,

JOSE JULIAN MEJIA FUENTES
C.C. No. 4.208.865
de Paz De Rio, Boyacá
R/L GRUPO QUALITY,
ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y
ASESORIAS ADMINISTRATIVAS
INTEGRALES S.A.S
NIT 900.835.934 – 2

Anexos:

- CD uno (1) información del contrato.
- ANEXO 1. Fotocopia cedula de ciudadanía R/L (1) Folio.
- ANEXO 2. Factura No. FE 6 (1) Folio.
- ANEXO 3. Certificación Bancaria (1) Folio.
- ANEXO 4. Certificación pagos seguridad social y parafiscales, y soporte de pago de seguridad Social, del representante Legal. (6) Folios.
- ANEXO 5. Informes visita N° 1 Documento de diagnóstico. (12) Folios.
- ANEXO 6. Documentos de diagnóstico beneficiarios. (40) Folios.
- ANEXO 7. Informe de visita N° 2 Elaboración y socialización de plan de trabajo. (12) Folios.
- ANEXO 8. Planes de trabajo beneficiarios. (102) Folios.
- ANEXO 9. Cumplimiento y avance planes de trabajo beneficiarios (101) Folios
- ANEXO 10. Informe visita N° 3 Diseño y/o fortalecimiento de experiencias turísticas. (18) Folios.
- ANEXO 11. Documento experiencia turística estructurada y/o fortalecida. (122) Folios.
- ANEXO 12. Listado Asistencia capacitación N° 1 Operación Turística. (1 Folio)
- ANEXO 13. Listado de Asistencia capacitación N° 2 Guianza Turística. (1 Folio)
- ANEXO 14. Listado Asistencia capacitación N° 3 Estrategias de promoción y comercialización de experiencias turísticas. (1) Folio.
- ANEXO 15. Contrato tallerista (4) Folios.
- ANEXO 16. Planilla seguridad social tallerista. (3) Folios.
- ANEXO 17. Paz y Salvo Tallerista. (1) Folio.
- ANEXO 18. Informes visitas elaboración y entrega de Banco de Fotografías. (18) Folios.
- ANEXO 19. Envío Banco de fotografías a correos electrónicos de beneficiarios. (6) Folios.
- ANEXO 20. Envío Banco de fotografías a secretaría de planeación. (2) Folios
- ANEXO 21. Remisión de ingreso diplomas a Almacén (1) Folios.
- ANEXO 22. Planilla entrega diplomas proceso de fortalecimiento. (1) Folio.

ANEXO 1
Fotocopia cedula de ciudadanía R/L


CÉDULA DE CIUDADANÍA

REPÚBLICA DE COLOMBIA

NUIP 4.208.865

Apellidos
MEJIA FUENTES

Nombres
JOSE JULIAN

Nacionalidad
COL

Estatura
1.78

Sexo
M

Fecha de nacimiento
11 JUL 1982

G.S.
O-

Lugar de nacimiento
PAZ DE RIO (BOYACA)

Fecha y lugar de expedición
28 AGO 2000, PAZ DE RIO

Fecha de expiración
19 JUL 2034

Firma


.CO

050804762

REGISTRADOR NACIONAL
Hernán Penagos Giraldo

ICCOL050804762407199<<<<<<<<<<<
8207115M3407194COL4208865<<<<3
MEJIA<FUENTES<<JOSE<JULIAN<<<<

ANEXO 2
Factura No. FE 5

Espacio para
Logo Corporativo

GRUPO QUALITY ASEGURAMIENTO DE CALIDAD ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES SAS
NIT 900.835.934-2
cl 32 14 69
Tel: (608) 5761160
Yopal - Colombia
infoqualitysas@gmail.com

Factura electrónica de venta
No. FE 6

Señores	Municipio de Sabanalarga			**Fecha y hora Factura**	
NIT	891.857.823-6	**Teléfono**	(608) 3138850270 - Ext. 000	**Generación**	08/09/2026, 10:47
Dirección	calle 4 N 6-15	**Ciudad**	Sabanalarga - Colombia	**Expedición**	08/09/2026, 10:47
				Vencimiento	08/09/2026

Ítem	Descripción	Cantidad	Vr. Total
1	DIAGNÓSTICO CUALITATIVO	6.00	2,684,640.00
2	PLAN DE TRABAJO	6.00	4,262,580.00
3	DISEÑO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS	6.00	24,918,600.00
4	CAPACITACIONES*	9.00	11,781,000.00
5	BANCO DE FOTOGRAFÍAS	6.00	3,255,840.00
6	DIPLOMA DE RECONOCIMIENTO	6.00	1,096,704.00

Total items: 6

Total Bruto	40,335,600.00
IVA 19%	7,663,764.00
Total a Pagar	47,999,364.00

Valor en Letras: Cuarenta y siete millones novecientos noventa y nueve mil trescientos sesenta y cuatro pesos m/cte

Forma de pago:
Contado

Medio de pago:
Desembolso Crédito plus (CCD+) - Transferencia $ 47,999,364.00

Observaciones: PAGO FINAL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS: 110.2011.179.2026 CUYO OBJETO ES: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO

A esta factura de venta aplican las normas relativas a la letra de cambio (artículo 5 Ley 1231 de 2008). Con esta el Comprador declara haber recibido real y materialmente las mercancías o prestación de servicios descritos en este título - Valor. **Número Autorización Electrónica 18764115188775 aprobado en 20260904 prefijo FE desde el número 6 al 100 Vigencia: 24 Meses**
Responsable de IVA - Actividad Económica 7912 Actividades de operadores turísticos Tarifa 11.04
CUFE: c9ff98a40f3f176ddb2737c6c39caeff923bdb84cf34bb0f25bfc6b7af34a9584966a391066c8ec1b6c8b1c0c66ceb72

Facturación Software y Procesador tecnológico Siigo SAS - Nit 830.064.146-8 Impreso Software Siigo Nube - Para visualizarlo ver en el XML

ANEXO 3
Certificación Bancaría Grupo Quality S.A.S

Certificado
Bancario

2 de Septiembre de 2026

Señores:
A QUIEN PUEDA INTERESAR

BANCOLOMBIA S.A. se permite informar que GRUPO QUALITYASEGURAMIENTO DE CALIDAD & ASESORIAS identificado (a) con 900835934, a la fecha de expedición de ésta certificación, tiene con el Banco los siguientes productos:

Producto	No Producto	Fecha Apertura	Estado
Cuenta de ahorros	58740963331	2015-04-17	Activa

***Importante:** Esta constancia sólo hace referencia a los productos mencionados anteriormente.

*Si desea verificar la veracidad de esta información, puede comunicarse con la Sucursal Telefónica Bancolombia los siguientes números: Medellín - Local: (60-4) 510 90 00 - Bogotá - Local: (60-1) 343 00 00 - Barranquilla - Local: (60-5) 361 88 88 - Cali - Local: (60-2) 554 05 05 - Resto del país: 01800 09 12345. Sucursales Telefónicas en el exterior: España (34) 900 995 717 - Estados Unidos (1) 1 866 379 97 14.

Catalina Cortés Uribe
Gerente Servicios Contact Center & BPO

Bancolombia

VIGILADO BANCOLOMBIA S.A. Institución financiera de carácter privado

ANEXO 4
Certificación seguridad social
Grupo Quality
Fortalecimiento Empresarial

Karol Fernanda Calderón Fuentes
Contador Público
Especialista En Dirección Financiera y Docencia Universitaria

La Suscrita Contadora Pública **KAROL FERNANDA CALDERÓN FUENTES** Identificada con cedula de ciudadanía **N° 23.914.344** de Paz de Rio (Boy) y tarjeta profesional N° 114924-T en calidad de contadora Pública Independiente de la empresa **GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD & ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S** identificada con NIT: **900.835.934 – 2.**

CERTIFICO:

Que la empresa ha realizado los aportes correspondientes a la seguridad social y parafiscales de sus empleados, conforme a las disposiciones legales vigentes, durante el periodo comprendido entre el 1 de junio y el 31de agosto del 2026, los pagos fueron realizados de acuerdo con las tarifas establecidas por la ley y dentro de los plazos estipulados por las autoridades competentes. Para cualquier consulta adicional o verificación, quedamos a disposición para proporcional la documentación de soporte necesaria.

La presente se expide en Yopal, Casanare el día 03 de septiembre de 2026 con destino a la Alcaldía de Sabanalarga, Casanare.

KAROL FERNANDA CALDERÓN FUENTES.
Contador Público.
TP. 114924-T
Celular: 3203590860
Altos de Manare INT 21 APTO 503

Karol Fernanda Calderón Fuentes
Contador Público
Especialista En Dirección Financiera y Docencia Universitaria


República de Colombia
Ministerio de Educación Nacional
JUNTA CENTRAL DE CONTADORES
TARJETA PROFESIONAL
DE CONTADOR PUBLICO
11924-T
KAROL FERNANDA
CALDERON FUENTES
C.C. 23914344
RESOLUCION INSCRIPCION 308 FECHA 2005/11/24
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA Y TECNOLOGICA DE COL.
PRESIDENTE
LUZ MYRIAM DIAZ MUÑOZ 124723


IDEOS
FIRMA DEL TITULAR 35167
Esta tarjeta es el único documento que lo acredita como CONTADOR PUBLICO de acuerdo con lo establecido en la Ley 43 de 1990.
Agradecemos a quien encuentre esta tarjeta devolverla al Ministerio de Educación Nacional - Junta Central de Contadores.

3203590860

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL **JUNTA CENTRAL DE CONTADORES**

Certificado No:

6CA98ABB245ZDD05

LA REPUBLICA DE COLOMBIA

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL

JUNTA CENTRAL DE CONTADORES

CERTIFICA A:
QUIEN INTERESE

Que el contador público **KAROL FERNANDA CALDERON FUENTES** identificado con CÉDULA DE CIUDADANÍA No 23914344 de PAZ DE RIO (BOYACÁ) Y Tarjeta Profesional No 114924-T SI tiene vigente su inscripción en la Junta Central de Contadores y desde los últimos 5 años.

NO REGISTRA ANTECEDENTES DISCIPLINARIOS . . . . . .

Dado en BOGOTA a los 3 días del mes de Septiembre de 2026 con vigencia de (3) Meses, contados a partir de la fecha de su expedición.

SANDRA MILENA BARRIOS PULIDO
DIRECTOR GENERAL

ESTE CERTIFICADO DIGITAL TIENE PLENA VALIDEZ DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 2 DE LA LEY 527 DE 1999, DECRETO UNICO REGLAMENTARIO 1074 DE 2015 Y ARTICULO 6 PARAGRAFO 3 DE LA LEY 962 DEL 2005

Para confirmar los datos y veracidad de este certificado, lo puede consultar en la página web www.jcc.gov.co digitando el número del certificado

PLANILLA INTEGRADA AUTOLIQUIDACION APORTES
SOPORTE DE PAGO GENERAL

Bancolombia

DATOS GENERALES DEL APORTANTE

TIPO IDENTIFICACION	NIT	NUMERO DE IDENTIFICACION	900937504
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL			QUALITY INTERVIAL GROUP SAS
CIUDAD/MUNICIPIO	YOPAL	DEPARTAMENTO	CASANARE
DIRECCION	CL 33 N 28 47	TELEFONO	6060805
TIPO APORTANTE	31 EMPLEADOR	CLASE APORTANTE	O MENOS DE 200 COTIZANTES
TIPO EMPRESA	PRIVADA	ACTIVIDAD ECONOMICA	Actividades de consultoría de gestión
FORMA DE PRESENTACIÓN	ÚNICO		
APORTANTE EXONERADO PAGO APORTES SALUD, SENA E ICBF, REFORMA TRIBUTARIA:			SI

DATOS GENERALES DE LA PLANILLA

NUMERO PLANILLA			6034378967	TIPO DE PLANILLA			E EMPLEADOS
PERIODO COTIZACION OTROS	MES	año	AÑO 2020	PERIODO COTIZACION SALUD	MES	año	AÑO 2020
DIAS DE MORA			30				
FECHA PAGO (aaaa-mm-dd)			2020-09-04	NUMERO AUTORIZACION			92558833

TOTAL APORTES A PENSION

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	COTIZACION	APORTES VOLUNTARIOS		FSP		MORA		TOTALES		
CODIGO	NOMBRE			EMPLEADOR	COTIZANTE	SOLIDARIDAD	SUBSISTENCIA	COTIZACION	FSP	APORTES	MORA	VALOR PAGADO
25-14	25-14 COLPENSIONES	1	$ 280.200	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 12.200	$ 0	$ 280.200	$ 12.200	$ 292.400
SUBTOTALES										**$ 280.200**	**$ 12.200**	**$ 292.400**

TOTAL APORTES A SALUD

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD POR ENFERMEDAD		LICENCIA MATERNIDAD		SALDO A FAVOR		LIQUIDACION		MORA		TOTALES			
CODIGO	NOMBRE		NUMERO AUTORIZACION	VALOR	NUMERO AUTORIZACION	VALOR	PLANILLA	VALOR	COTIZACION	VALOR ADRES	COTIZACION	VALOR ADRES	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
EPS037	EPS037 NUEVA EPS	1		$ 0		$ 0		$ 0	$ 70.100	$ 0	$ 3.100	$ 0	$ 70.100	$ 3.100	$ 0	$ 73.200
SUBTOTALES													**$ 70.100**	**$ 3.100**	**$ 0**	**$ 73.200**

TOTAL APORTES A RIESGOS PROFESIONALES

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD ARP			SALDO A FAVOR		LIQUIDACION	TOTALES			
CODIGO	NOMBRE		NUMERO AUTORIZACION	VALOR	PAGO A OTROS RIESGOS	PLANILLA	VALOR	COTIZACION	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
14-23	14-23 POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.	1		$ 0	$ 0		$ 0	$ 9.300	$ 9.200	$ 400	$ 0	$ 9.600
SUBTOTALES									**$ 9.200**	**$ 400**	**$ 0**	**$ 9.600**

TOTAL APORTES A CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	TOTALES		
CODIGO	NOMBRE		APORTES	MORA	VALOR PAGADO
CCF55	CCF55 COMFACASANARE	1	$ 70.100	$ 3.100	$ 73.200
SUBTOTALES			**$ 70.100**	**$ 3.100**	**$ 73.200**

LIQUIDACION DETALLADA APORTES

DATOS DEL COTIZANTE										NOVEDADES																	SEGURIDAD SOCIAL																		PARAFISCALES					
																											PENSION						SALUD						ARP											
N°	IDENTIFICACIÓN	NOMBRES	TIPO COTIZANTE	SUBTIPO COTIZANTE	SALARIO BASICO	TIPO DE SALARIO	COLOMBIANO	EXTRANJERO	RESIDENTE	ING	RET	TDE	TAE	TDP	TAP	VSP	VST	SLN	IGE	LMA	VAC	AVP	VCT	VTE	FAC	ADMIN	SALUD	IBC	COTIZACION	FSP SUBSISTENCIA	FSP SOLIDARIDAD	APORTES VOLUNTARIOS EMPLEADOR	APORTES VOLUNTARIOS EMPLEADO	INDICADOR TARIFA ESPECIAL	TOTAL APORTE	ADMIN	SALUD	IBC	COTIZACION	VALOR ADRES	TOTAL APORTE	ADMIN	SALUD	IBC	CENTRO DE TRABAJO	TOTAL APORTES	APORTE	IBC	CCF	TOTAL APORTES	SENA	TOTAL APORTES	ICBF	TOTAL APORTES	ESAP	TOTAL APORTES	MINEDU	TOTAL APORTES
1	[illegible]	[illegible]	DEPEND		$ 1.750.905	FIJO																				25-14 COLPENSIONES		$ 1.750.905	$ 280.200	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	Normal	$ 280.200	EPS037 NUEVA EPS		$ 1.750.905	$ 70.100	$ 0	$ 70.100	14-23 POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.		$ 1.750.905	1	$ 9.200	$ 1.750.905	CCF55 COMFACASANARE	$ 70.100	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0

TOTAL PAGADO: $ 448.400

PLANILLA INTEGRADA AUTOLIQUIDACION APORTES
SOPORTE DE PAGO GENERAL

soi — Bancolombia

DATOS GENERALES DEL APORTANTE			
TIPO IDENTIFICACIÓN	NIT	NUMERO DE IDENTIFICACION	900835934
NOMBRE O RAZON SOCIAL			QUALITY INTEGRAL GROUP SAS
CIUDAD/MUNICIPIO	YOPAL	DEPARTAMENTO	CASANARE
DIRECCIÓN	CL 30 N 29-47	TELEFONO	[illegible]
TIPO APORTANTE	01 EMPLEADOR	CLASE APORTANTE	C MIPYME MENOS DE 200 COTIZANTES
TIPO EMPRESA	PRIVADA	ACTIVIDAD ECONOMICA	Actividades de consultaría de gestión
FORMA DE PRESENTACIÓN	UNICO		
APORTANTE EXONERADO PAGO APORTES SALUD, SENA E ICBF. REFORMA TRIBUTARIA			SI

DATOS GENERALES DE LA PLANILLA				
NUMERO PLANILLA	6034379025	TIPO DE PLANILLA		E EMPLEADOS
PERIODO COTIZACION OTROS	MES julio AÑO 2025	PERIODO COTIZACION SALUD	MES agosto AÑO	2025
DIAS DE MORA	34			
FECHA PAGO (aaaa-mm-dd)	2025-09-04	NUMERO AUTORIZACIÓN		[illegible]

TOTAL APORTES A PENSIÓN

CODIGO	NOMBRE	No. COTIZANTES	COTIZACION	APORTES VOLUNTARIOS EMPLEADOR	APORTES VOLUNTARIOS COTIZANTE	FSP SOLIDARIDAD	FSP SUBSISTENCIA	MORA COTIZACION	MORA FSP	TOTALES APORTES	TOTALES MORA	TOTALES VALOR PAGADO
25-14	25-14 COLPENSIONES	1	$ 280.200	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 5.100	$ 0	$ 280.200	$ 5.100	$ 285.300
SUBTOTALES										**$ 280.200**	**$ 5.100**	**$ 285.300**

TOTAL APORTES A SALUD

CODIGO	NOMBRE	No. COTIZANTES	INCAPACIDAD POR ENFERMEDAD NUMERO AUTORIZACION	INCAPACIDAD POR ENFERMEDAD VALOR	LICENCIA MATERNIDAD NUMERO AUTORIZACION	LICENCIA MATERNIDAD VALOR	SALDO A FAVOR PLANILLA	SALDO A FAVOR VALOR	LIQUIDACION COTIZACION	LIQUIDACION VALOR ADRES	MORA COTIZACION	MORA VALOR ADRES	TOTALES APORTES	TOTALES MORA	TOTALES DESCUENTO	TOTALES VALOR PAGADO
EPS037	EPS037 NUEVA EPS	1		$ 0		$ 0		$ 0	$ 70.100	$ 0	$ 1.300	$ 0	$ 70.100	$ 1.300	$ 0	$ 71.400
SUBTOTALES													**$ 70.100**	**$ 1.300**	**$ 0**	**$ 71.400**

TOTAL APORTES A RIESGOS PROFESIONALES

CODIGO	NOMBRE	No. COTIZANTES	INCAPACIDAD IRP NUMERO AUTORIZACION	INCAPACIDAD IRP VALOR	PAGO A OTROS RIESGOS	SALDO A FAVOR PLANILLA	SALDO A FAVOR VALOR	LIQUIDACION COTIZACION	TOTALES APORTES	TOTALES MORA	TOTALES DESCUENTO	TOTALES VALOR PAGADO
14-23	14-23 POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.	1		$ 0	$ 0		$ 0	$ 9.200	$ 9.200	$ 200	$ 0	$ 9.400
SUBTOTALES									**$ 9.200**	**$ 200**	**$ 0**	**$ 9.400**

TOTAL APORTES A CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR

CODIGO	NOMBRE	No. COTIZANTES	TOTALES APORTES	TOTALES MORA	TOTALES VALOR PAGADO
CCF69	CCF69-COMFACASANARE	1	$ 70.100	$ 1.300	$ 71.400
SUBTOTALES			**$ 70.100**	**$ 1.300**	**$ 71.400**

LIQUIDACION DETALLADA APORTES

Nº	IDENTIFICACION	NOMBRES	TIPO COTIZANTE	SUBTIPO COTIZANTE	SALARIO BASICO	TIPO DE SALARIO	NOVEDADES	PENSIÓN ADMIN	PENSIÓN IBC	PENSIÓN COTIZACION	FSP SUBSISTENCIA	FSP SOLIDARIDAD	APORTES VOLUNTARIOS EMPLEADOR	APORTES VOLUNTARIOS EMPLEADO	INDICADOR TARIFA ESPECIAL	PENSIÓN TOTAL APORTE	SALUD ADMIN	SALUD IBC	SALUD COTIZACION	VALOR ADRES	SALUD TOTAL APORTE	ARP ADMIN	ARP IBC	CENTRO DE TRABAJO	ARP TOTAL APORTE	PARAFISCALES IBC	CCF ADMIN	CCF TOTAL APORTE	SENA TOTAL APORTE	ICBF TOTAL APORTE	ESAP TOTAL APORTE	MINEDU TOTAL APORTE
1	CC [illegible]	[illegible]	[illegible]		$ 1.750.905	[illegible]	SI	25-14 COLPENSIONES	$ 1.750.905	$ 280.200	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	Normal	$ 280.200	EPS037 NUEVA EPS	$ 1.750.905	$ 70.100	$ 0	$ 70.100	14-23 POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.	$ 1.750.905	1	$ 9.200	$ 1.750.905	CCF69 COMFACASANARE	$ 70.100	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0

TOTAL PAGADO: $ 437.500

PLANILLA INTEGRADA AUTOLIQUIDACIÓN APORTES
SOPORTE DE PAGO GENERAL

Bancolombia

DATOS GENERALES DEL APORTANTE

TIPO IDENTIFICACIÓN	NIT	NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN	900825934
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL			QUALITY INTEGRAL GROUP SAS
CIUDAD/MUNICIPIO	YOPAL	DEPARTAMENTO	CASANARE
DIRECCIÓN	CL 33 N 28 47	TELÉFONO	6606890
TIPO APORTANTE	31 EMPLEADOR	CLASE APORTANTE	O EMPYME MENOS DE 200 COTIZANTES
TIPO EMPRESA	PRIVADA	ACTIVIDAD ECONÓMICA	Actividades de consultoría de gestión
FORMA DE PRESENTACIÓN	UNICO		
APORTANTE 2 GENERADO PAGO APORTES SALUD, SENA E ICBF (REFORMA TRIBUTARIA)			N

DATOS GENERALES DE LA PLANILLA

NÚMERO PLANILLA		6034379696		TIPO DE PLANILLA			E EMPLEADOS
PERIODO COTIZACIÓN OTROS	MES	agosto AÑO	2026	PERIODO COTIZACIÓN SALUD	MES	septiembre AÑO	2026
DÍAS DE MORA		0					
FECHA PAGO (aaaa-mm-dd)		2026-09-04		NÚMERO AUTORIZACIÓN			82552721

TOTAL APORTES A PENSIÓN

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	COTIZACIÓN	APORTES VOLUNTARIOS		FSP		MORA		TOTALES		
CÓDIGO	NOMBRE			EMPLEADOR	COTIZANTE	SOLIDARIDAD	SUBSISTENCIA	COTIZACIÓN	FSP	APORTES	MORA	VALOR PAGADO
25-14	25-14 COLPENSIONES	1	$ 280.200	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 280.200	$ 0	$ 280.200
SUBTOTALES										**$ 280.200**	**$ 0**	**$ 280.200**

TOTAL APORTES A SALUD

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD POR ENFERMEDAD		LICENCIA MATERNIDAD		SALDO A FAVOR		LIQUIDACIÓN		MORA		TOTALES			
CÓDIGO	NOMBRE		NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	PLANILLA	VALOR	COTIZACIÓN	VALOR APORTES	COTIZACIÓN	VALOR APORTES	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
EPS037	EPS037 NUEVA EPS	1		$ 0		$ 0		$ 0	$ 70.100	$ 0	$ 0	$ 0	$ 70.100	$ 0	$ 0	$ 70.100
SUBTOTALES													**$ 70.100**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 70.100**

TOTAL APORTES A RIESGOS PROFESIONALES

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD IRP			SALDO A FAVOR		LIQUIDACIÓN	TOTALES			
CÓDIGO	NOMBRE		NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	PAGO A OTROS RIESGOS	PLANILLA	VALOR	COTIZACIÓN	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
14-23	14-23 POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A	1		$ 0	$ 0		$ 0	$ 9.200	$ 9.200	$ 0	$ 0	$ 9.200
SUBTOTALES									**$ 9.200**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 9.200**

TOTAL APORTES A CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	TOTALES		
CÓDIGO	NOMBRE		APORTES	MORA	VALOR PAGADO
CCF69	CCF69 COMFACASANARE	1	$ 70.100	$ 0	$ 70.100
SUBTOTALES			**$ 70.100**	**$ 0**	**$ 70.100**

LIQUIDACION DETALLADA APORTES

DATOS DEL COTIZANTE										NOVEDADES																SEGURIDAD SOCIAL																				PARAFISCALES							
																										PENSIÓN						SALUD						ARP						CCF	SENA	ICBF	SLSNF	MINEDU	
Nº	IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	TIPO COTIZANTE	SUBTIPO COTIZANTE	SALARIO BÁSICO	TIPO DE SALARIO	COLOMBIANO	EXTRANJERO	HORAS/DIAS TRABAJADOS	INGRESO	RETIRO	VSP	SLN	IGE	LMA	VAC	VST	SLN	IGE	LMA	VAC	VST	SLN	IGE	LMA	VAC	VST	IRP	ADMIN	IBC	COTIZACIÓN	FSP SUBSISTENCIA	FSP SOLIDARIDAD	APORTES VOLUNTARIOS EMPLEADOR	APORTES VOLUNTARIOS EMPLEADO	INDICADOR TARIFA ESPECIAL	TOTAL APORTE	ADMIN	IBC	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	TOTAL APORTE	ADMIN	IBC	CENTRO DE TRABAJO	TOTAL APORTE	IBC	ADMIN	TOTAL APORTES	TOTAL APORTES	TOTAL APORTES	TOTAL APORTES	TOTAL APORTES
1	1																											25-14 COLPENSIONES	1.750.905	$ 280.200	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0		$ 280.200	EPS037 NUEVA EPS	1.750.905	$ 70.100	$ 0	$ 70.100	14-23 POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.	1.750.905	1	$ 9.200	1.750.905	CCF69 COMFACASANARE	$ 70.100	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0

TOTAL PAGADO: $ 429.600

ANEXO 5
Informes visita N° 1
Documentos de Diagnóstico.

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD & ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S	

ACTIVIDAD N° 1 – INFORMES VISITA DE DIAGNÓSTICO

"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"
SEPTIEMBRE - 2026

CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA N° 110.2011.179.2026.
SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE Y GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

Email: Grupoqualitysas@gmail.com
Teléfono: 3115617330

En marco del contrato de mínima cuantía No. 110.2011.179.2026. cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"**, se realizaron seis (6) visitas presenciales a los seis (6) beneficiarios del proceso de fortalecimiento con el objetivo de recolectar información referente al estado actual de la empresa y/o iniciativa con el fin de elaborar un documento diagnostico cualitativo que permita identificar cuáles serán los aspectos a fortalecer en cada iniciativa según corresponda.

Durante la visita se entrevistó al propietario de cada iniciativa, se tomó nota del estado actual de la empresa y se realizó un recorrido para conocer las instalaciones, se tomaron fotografías y se elaboró el informe de la visita de diagnóstico de cada iniciativa de experiencias turísticas que podrán ver a continuación.

Vb _____
Julián Mejía Fuentes
Rep Legal grupo Quality S.A.S

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: LILI RODRIGUEZ HEREDIA			**C.C:** 21.180.574
Empresa /Unidad Productiva: RESTAURANTE LOS MANGOS			**Nit:** 21.180.574
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: CENTRO POBLADO EL SECRETO		**Tel/Cel:** 319 2233548	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** lili2019rodriguez@gmail.com	

Actividad: Visita N° 1 – Diagnostico.	**Fecha: 24 junio 2026**
OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL	
Realizar una visita presencial a cada beneficiario, con el fin de recolectar información y elaborar un diagnóstico cualitativo individual que permita identificar debilidades y orientar las intervenciones y acciones de fortalecimiento que correspondan.	
REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA	



	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE ENCUENTRA UN RESTAURANTE BASTANTE DESCUIDADO Y DETERIORADO, PROPIEDAD EN DECADENCIA Y BASTANTE SUCIEDAD. SE TOMAN FOTOGRAFIAS Y EVIDENCIAS QUE PERMITAN ELABORAR PLAN DE TRABAJO Y DE INMEDIATO SE PROCEDE A INTERVENIR Y A REALIZAR JORNADA DE LIMPIEZA Y ORGANIZACIÓN.
RECOMENDACIONES	SE RECOMIENDA LAVAR TODO CON HIDROLAVADORA CAMBIAR BAÑOS - LIMPIAR PATIO - ORGANIZAR COCINA - PINTAR Y REPARAR FACHADA Y PARTE INTERNA - BOTAR EQUIPOS DETERIORADOS - HACER UNIFORMES.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** LILI RODRIGUEZ HEREDIA	
C.C	4.208.865	**C.C**	21.180.574
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	319 2233548
Firma:		**Firma:** Lili Rodriguez	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: HILDA VARGAS PIÑEROS			**C.C:** 23.417.510
Empresa /Unidad Productiva: XOCASA			**Nit:** **23.417.510 - 1**
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA EL CARMEN – FINCA LAS DELICIAS		**Tel/Cel:** 3114800993	
Matricula Mercantil 146814	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** hilvarp@hotmail.com	

Actividad: Visita No 1 – Diagnostico.	**Fecha: 24 junio 2026**
OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL	
Realizar una visita presencial a cada beneficiario, con el fin de recolectar información y elaborar un documento de diagnóstico cualitativo individual que permita identificar debilidades y orientar las intervenciones y acciones de fortalecimiento que correspondan.	
REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA	



	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE REALIZA VISITA INICIAL Y EN ENTREVISTA CON EMPRESARIO SE OBSERVA QUE ES UNA EXPERIENCIA CONSOLIDADA CON AVANCES EN IMPLEMENTACIONES PERO QUE NO TIENE IDENTIFICADOS FACTORES DEL COSTO NI UNA ESTRUCTURA
RECOMENDACIONES	DOCUMENTADA, SE TOMAN FOTOS Y SE RECOGEN OBSERVACIONES PARA PODER ELABORAR PLAN DE TRABAJO

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la asesoría** HILDA VARGAS VARGAS	
C.C	4.208.865	**C.C**	23.417.510
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3114800993
Firma:		**Firma:**	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: GONZALO FERNANDEZ CUBIDES			**C.C:** 74.810.379
Empresa /Unidad Productiva: RESERVA NATURAL EL PÁRAMO			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA PUERTO NUEVO – FINCA EL PÁRAMO		**Tel/Cel:** 312 8945833	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** N/A	

Actividad: Visita N° 1 – Diagnostico.	**Fecha: 25 junio 2026**
OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL	
Realizar una visita presencial a cada beneficiario, con el fin de recolectar información y elaborar un diagnóstico cualitativo individual que permita identificar debilidades y orientar las intervenciones y acciones de fortalecimiento que correspondan.	
REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA	



	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE REALIZA VISITA INICIAL A LA INICIATIVA Y SE ENTREVISTA AL PROPIETARIO QUIEN TIENE UNA INICIATIVA EN 0% DE IMPLEMENTACION Y AVANCE Y SE RECOGEN EVIDENCIAS PERO SE OBSERVA UNA PROPIEDAD CON CONSTRUCCION RECIENTE Y OTRA BASTANTE DETERIORADA (COCINA-BODEGA- CUARTO PERSONAL) LA OTRA PARTE MAL DISTRIBUIDA Y ESTETICAMENTE ~~BAJA~~ POCO ATRACTIVA
RECOMENDACIONES	*SE RECOMIENDA DESTINTAR CASA NUEVA Y REDISTRIBUIR ESPACIOS. *REALIZAR JORNADA DE LIMPIEZA Y ORGANIZACIÓN

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** GONZALO FERNANDEZ CUBIDES	
C.C	4.208.865	**C.C**	74.810.379
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3128945833
Firma:		**Firma:** Gonzalo Fernández C.	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: CAROLINA VARGAS VARGAS			**C.C:** 23.417.976
Empresa /Unidad Productiva: ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA EL CARMEN – FINCA LA ESCUADRA		**Tel/Cel:** 3204553337	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** carolinavargas976@gmail.com	

Actividad: Visita N° 1 – Diagnostico.	**Fecha: 25 junio 2026**
OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL	
Realizar una visita presencial a cada beneficiario, con el fin de recolectar información y elaborar un diagnóstico cualitativo individual que permita identificar debilidades y orientar las intervenciones y acciones de fortalecimiento que correspondan.	
REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA	



	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE ENCUENTRA UNA INICIATIVA BASTANTE ATRACTIVA CON ALGUNOS AVANCES EN CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS PERO CON UNA EXPERIENCIA POCO ESTRUCTURADA, LA PROPIEDAD SE OBSERVA ALGO DESCUIDADA PERO CON DISPOSICION DEL
RECOMENDACIONES	PROPIETARIO DE DESARROLLAR ACCIONES DE MEJORA. SE TOMAN FOTOS Y EVIDENCIAS QUE PERMITAN ELABORAR PLAN DE TRABAJO.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** CAROLINA VARGAS VARGAS	
C.C	4.208.865	**C.C**	23.417.976
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3204553337
Firma:		**Firma:** Carolina Vargas V.	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: THOMAS RUIZ CASTRO			**C.C:** 1.049.627.902
Empresa /Unidad Productiva: LOS CENOTES – CASCADAS SUBTERRANEAS			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA CAÑO BARROSO – FINCA VILLA ELENA		**Tel/Cel:** 3103920204	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** Ruizthomas19@gmail.com	

Actividad: Visita N° 1 – Diagnostico.	**Fecha: 30 junio 2026**
OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL	
Realizar una visita presencial a cada beneficiario, con el fin de recolectar información y elaborar un diagnóstico cualitativo individual que permita identificar debilidades y orientar las intervenciones y acciones de fortalecimiento que correspondan.	
REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA	



	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE ENCUENTRA UNA EXPERIENCIA TOTALMENTE EN SU FASE INICIAL. Y UNA PROPIEDAD BASTANTE DESCUIDADA Y EN MALAS CONDICIONES CON UN ATRACTIVO NATURAL CON ALTO POTENCIAL DE DESARROLLO Y UN PROPIETARIO DISPUESTO A DESARROLLAR ACCIONES
RECOMENDACIONES	DE MEJORA, SE TOMAN FOTOGRAFIAS Y RECOGEN EVIDENCIAS QUE PERMITAN ELABORAR PLAN DE TRABAJO. REALIZAR JORNADA DE LIMPIEZA Y ORGANIZACION DE CADA CENTRO VISITANTES.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** THOMAS RUIZ CASTRO	
C.C	4.208.865	**C.C**	1.049.627.902
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3103920204
Firma:		**Firma:**	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: SAMUEL CONTRERAS BERNAL			**C.C:** 9.506.241
Empresa /Unidad Productiva: RESERVA NATURAL CUEVA DE LOS GUÁCHAROS			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA SAN ANTONIO – FINCA EL REPOSO		**Tel/Cel:** 314 4429020	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** N/A	

Actividad: Visita N° 1 – Diagnostico.	**Fecha: 01 julio 2026**
OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL	
Realizar una visita presencial a cada beneficiario, con el fin de recolectar información y elaborar un diagnóstico cualitativo individual que permita identificar debilidades y orientar las intervenciones y acciones de fortalecimiento que correspondan.	
REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA	



	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE ENCUENTRA UNA PROPIEDAD BASTANTE EXHUBERANTE EN TEMAS DE NATURALEZA PERO BASTANTE SUCIA Y DETERIORADA EN ZONAS DE RECIBO DE VISITANTES. Y SUS SENDEROS CON BASTANTES RIESGOS, ADICIONAL A ESTO SE OBSERVO QUE LA EXPERIENCIA NO TIENE ESTRUCTURA ALGUNA Y QUE SE DEBE CONSTRUIR DESDE CERO.
RECOMENDACIONES	* REALIZAR JORNADA DE ORGANIZACION Y LIMPIEZA RANCHO Y CASA. * SE DEBE MEJORAR SEGURIDAD EN SENDEROS. * SE DEBE MEJORAR IMAGEN Y UNIFORMIDA

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** SAMUEL CONTRERAS BERNAL	
C.C	4.208.865	**C.C**	9.506.241
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3144429020
Firma:		**Firma:**	

ANEXO 6
Documentos de Diagnóstico beneficiarios.

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD & ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S	

DOCUMENTOS DE DIAGNOSTICO

"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"

SEPTIEMBRE - 2026

CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA N° 110.2011.179.2026.
SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE Y GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

Email: Grupoqualitysas@gmail.com
Teléfono: 3115617330

En marco del contrato de mínima cuantía No. 110.2011.179.2026. cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"**, se realizaron seis (6) visitas presenciales a los seis (6) beneficiarios del proceso de fortalecimiento con el objetivo de recolectar información referente al estado actual de la empresa y/o iniciativa con el fin de elaborar un documento diagnostico cualitativo que permita identificar cuáles serán los aspectos a fortalecer en cada iniciativa según corresponda.

Durante la visita se entrevistó al propietario de cada iniciativa, se tomó nota del estado actual de la empresa y se realizó un recorrido para conocer las instalaciones, se tomaron fotografías y se elaboró el documento de diagnóstico de cada iniciativa de experiencias turísticas que podrán ver a continuación.

Vb
Julián Mejía Fuentes
Rep Legal grupo Quality S.A.S

DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO		
Nombre iniciativa: RESTAURANTE LOS MANGOS		
Categoría: Gastronomía	**Nit: 21.180.574 - 3**	**Rnt: N/A**
Dirección: C.P El Secreto Cl 5 N° 4	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Lili Rodríguez Heredia		**Cedula:** 21.180.574
Teléfono: 3114800993	**Fase 1:** Diagnóstico	**Fecha visita: 24 junio 2026**
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.



Idea original del propietario:

El Restaurante Los Mangos nació como una iniciativa familiar impulsada por la necesidad y el espíritu emprendedor de sus propietarios. Tras quedar sin empleo, decidieron adquirir una vivienda que ya contaba con adecuaciones para funcionar como restaurante. Una vez establecidos en el lugar, observaron que numerosos viajeros y habitantes de la zona se detenían con frecuencia para preguntar por un sitio donde pudieran alimentarse. Esta necesidad del entorno motivó a la familia a iniciar la preparación y venta de alimentos, dando origen al restaurante.

La oferta gastronómica ha sido construida a partir de los conocimientos empíricos de la señora Lili, quien, aunque no ha recibido formación técnica en cocina, ha desarrollado sus habilidades culinarias gracias a la experiencia adquirida durante muchos años de práctica. Como complemento a su experiencia, participa periódicamente en cursos de manipulación higiénica de alimentos, fortaleciendo las buenas prácticas en la preparación y servicio.

La propuesta gastronómica del restaurante se caracteriza por ofrecer cocina tradicional casera, elaborada con recetas familiares y sabores propios de la región. Entre sus principales especialidades se encuentran la mojarra frita, la frijolada, los pescados de río preparados en caldo o sudados, utilizando especies como bocachico, nicuro, bagre y cuchareto. Asimismo, durante los fines de semana el establecimiento ofrece preparaciones tradicionales de alta aceptación, como sancocho de gallina campesina, tamales y arroz con pollo o cerdo.

Actualmente, el Restaurante Los Mangos presta servicio de desayunos y almuerzos, consolidándose como un referente gastronómico para viajeros, transportadores y habitantes del sector, quienes valoran la autenticidad de su cocina, la atención familiar y el sabor tradicional de sus preparaciones.

DIAGNÓSTICO CUALITATIVO PARA EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita		40	No se cuenta con información previa del establecimiento ni de la experiencia de gastronomía que podría estar presente en Whatsapp, Facebook o Instagram de la iniciativa.
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.		40	Se debe garantizar que la promesa de venta coincida con el producto y/o servicio entregado al consumidor.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.		30	No se cuenta con facilidades para reservar ya que solo se promociona mediante el voz a voz y el goodwill que tiene la iniciativa debido a que ya lleva mucho tiempo en el lugar.
Total	**100**		**0**	**100**	

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.		40	Luego de verificar el servicio como cliente observador se encontró que no se reconoce al cliente ni se recibe cordialmente, el cliente debe ser siempre reconocido.
2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.		30	Si existe amabilidad, pero no se cuenta con un protocolo de anfitrión.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.		30	Se debe implementar una presentación inicial de la experiencia.
Total	**100**		**0**	**100**	

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
3.1	40	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	40		La señora Lili tiene la capacidad para contar historias relacionadas a la preparación de los platillos.

3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.		20	Señora Lili no realiza explicación del territorio, de la experiencia gastronómica ni de los alimentos que oferta.
3.3	20	Participación del visitante		20	No se garantiza la participación del visitante durante la prestación del servicio.
3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.		20	No se cuenta con un guion interpretativo relacionado a la experiencia gastronómica del establecimiento.
Total	**100**		**40**	**60**	

4. Organización de la experiencia.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
4.1	40	Orden de las actividades.		40	Durante la prestación del servicio se tienen organizadas las actividades, pero no se tiene estructurada la secuencia de servicio con los momentos de verdad con el cliente.
4.2	30	Manejo del tiempo.		30	Se debe realizar un análisis de tiempos y movimientos para medir los tiempos de servicio.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.		30	Se deben organizar las actividades y medir los tiempos para garantizar la fluidez de la experiencia.
Total	**100**		**0**	**100**	

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.		40	Se debe estructurar una experiencia gastronómica que estimule los sentidos, que cuente con una narrativa, que genere interacción con los clientes y que muestre a los visitantes identidad territorial.
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.		30	Durante esta experiencia se debe garantizar que se generen interacciones con la cultura local, la gastronomía o la naturaleza en cualquiera de los momentos.
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.		30	Se deben identificar e implementar los momentos de

					la experiencia gastronómica que pueden ser memorables.
Total	**100**		**0**	**100**	

6. Aspectos de cierre y recordación.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
6.1	30	Despedida del visitante.		30	La despedida del visitante debe realizarse de forma estructurada y no tan informal.
6.2	30	Invitación a volver y recomendar.		30	Esta despedida anterior debe incluir una invitación a recomendar el establecimiento y a volver pronto.
6.3	40	Contacto posterior a la visita.		40	Es importante implementar actividades de contacto posterior a la visita sea por medio de WhatsApp, Facebook, Instagram o telefónicamente.
Total	**100**		**0**	**100**	

7. Marca y presencia en redes sociales.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.		30	No se cuenta con un nombre atractivo debido a que se llama restaurante los mangos y sucede que este nombre se colocó debido a unos árboles de mango que existían en el lugar y que ya no existen.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual		15	No se cuenta ni con logo ni con marca que le dé al establecimiento identidad visual.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.		15	No se cuenta con fotografías de calidad.
7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	No se cuenta con presencia en redes sociales.
7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.		20	Se debe colocar información de horarios, contacto y reservas en algún lugar físico o digital que permita contactar al establecimiento.
Total	**100**		**0**	**100**	

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.		40	Se debe mejorar la organización y limpieza del mobiliario y del equipo de cocina del establecimiento.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.	30		Solo la señora Lili usa uniforme, pero todo el personal debe hacerlo, adicional a esto los uniformes deben estar alineados al concepto y tema del restaurante.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.		30	No se encontraron elementos de seguridad y emergencias, hacen falta extintores, señalización de evacuación y emergencias, elementos de protección personal, botiquín, etc.
Total	**100**		**30**	**70**	

9. Costos y comercialización.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
9.1	25	Se identifican los factores del costo.	25		Se tienen identificados los factores que afectan el costo, pero no se tienen documentados.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.		25	No se encuentra costeada la experiencia gastronómica.
9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.		25	Experiencia debe vincularse a un paquete turístico.
9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	Se deben establecer alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.
Total	**100**		**25**	**75**	

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento	
		Si	No
1	información y expectativa del visitante.	0%	100%
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	40%	60%
4	Organización de la experiencia	0%	100%
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%
7	Marca y presencia en redes sociales	0%	100%
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	30%	70%
9	Costos y comercialización	25%	75%
	Total % de cumplimiento iniciativa.	10,5%	89,5%

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como Restaurante los Mangos este cumple con un 10,5% del total de requisitos revisados durante la visita de diagnóstico, al ser un resultado tan bajo es importante implementar acciones urgentes que permitan subsanar los NO CUMPLE y mejorar en cada una de las dimensiones que presentan debilidades.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026

DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO		
Nombre iniciativa: XOCASA		
Categoría: Bienestar	**Nit:** 23417510-1	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda El Carmen, Finca Las Delicias	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Hilda Vargas Piñeros		**Cedula:** 23417510
Teléfono: 3114800993	**Fase 1:** Diagnóstico	**Fecha:** 24 junio 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.







Idea original del propietario:

Xocasa nace como una iniciativa familiar dedicada a la producción, transformación y comercialización de cacao y sus derivados, aprovechando las condiciones naturales del piedemonte casanareño para cultivar un producto de alta calidad. La finca cuenta con una extensión aproximada de 25 hectáreas, de las cuales 20 están destinadas a ganadería, 2 de bosques y frutales y 3 se encuentran establecidas en cultivo de cacao, adicional a esto la finca cuenta con una construcción en la que se encuentra la planta de procesamiento y secado de cacao, donde se elaboran diferentes productos como chocolatinas artesanales, chocolate de mesa, galletas y otros derivados.

Con el propósito de generar mayor valor agregado a la producción cacaotera y diversificar sus fuentes de ingreso, la iniciativa comenzó a integrar el turismo como una actividad complementaria, adecuando un alojamiento rural con tres habitaciones y un kiosco destinado al desarrollo de experiencias vivenciales alrededor del cacao. Actualmente, Xocasa ofrece experiencias que permiten a los visitantes conocer de manera práctica el proceso de transformación del cacao y comprender el trabajo realizado por los productores para convertir el grano en chocolate artesanal.

La primera experiencia, denominada **"Del Grano a la Chocolatina"**, invita a los participantes a convertirse en chocolateros por un día. Durante el recorrido conocen el proceso de tostión del cacao, el descascarillado, la molienda, la obtención del licor de cacao, el refinado de la mezcla para mejorar su textura y finalmente la elaboración de una chocolatina artesanal personalizada, la cual decoran con ingredientes como nibs de cacao, maní, nueces u otros toppings. Al finalizar, cada participante empaca su chocolatina en papel parafinado para llevarla como recuerdo de la experiencia.

La segunda experiencia corresponde a la **Chocolaterapia**, una actividad de bienestar inspirada en las propiedades cosméticas y antioxidantes del cacao. En ella, los visitantes utilizan cobertura de chocolate previamente derretida para realizar masajes relajantes en manos, rostro y cuello, promoviendo una experiencia sensorial que combina relajación, contacto con productos naturales y bienestar. Posteriormente, disponen de espacios adecuados para el lavado y limpieza, completando una experiencia de autocuidado en un entorno natural.

La visión de Xocasa es consolidarse como un referente regional de turismo experiencial y agroalimentario alrededor del cacao, integrando la producción agrícola, la transformación artesanal, la gastronomía, el bienestar, el alojamiento rural y la educación sobre la cadena productiva del cacao. De esta manera busca ofrecer experiencias auténticas que permitan a los visitantes comprender el origen del chocolate, valorar el trabajo de las familias cacaoteras y contribuir al desarrollo sostenible del territorio.

DIAGNÓSTICO CUALITATIVO PARA EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita		40	Se debe verificar que el visitante no llegue confundido sobre horarios y actividades. (Flyer informativo y redes deben construirse)
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.	30		Se debe garantizar que la promesa de venta coincida con el producto y/o servicio entregado al consumidor.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.	30		Existen varias alianzas con una de ellas con la agencia operadora Sabana Travel que es un aliado estratégico que ha estimulado el desarrollo y crecimiento de estas iniciativas turísticas en el municipio y si se puede reservar por contacto directo, Instagram o agencia.
Total	**100**		**60**	**40**	

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.	40		Si se hace el recibimiento de los visitantes y esta estructurado y documentado.
2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida)	30		Si existe amabilidad y se tiene un protocolo de bienvenida que debe ser revisado.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.		30	Se debe implementar una presentación inicial estructurada de la experiencia.
Total	**100**		**70**	**30**	

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
3.1	40	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	40		El señor Gustavo y la Señora Hilda cuenta con la capacidad de contar historias en torno al Cacao, pero hay que robustecer el guion con información referente a temas técnicos, regionales, comerciales y complementarlo con elementos locales y tips relacionados con el Cacao que conecten al visitante con la iniciativa.
3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.		20	Se debe ajustar el guión y debe complementarse con un el contexto del territorio, la ubicación, el clima, la cultura y como esto se asocia con el producto que ofrece la iniciativa.
3.3	20	Participación del visitante	20		Si se garantiza la participación del visitante ya que estas actividades que ofrecen son totalmente experienciales.
3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.	20		Si se cuenta con un guion interpretativo relacionado a la experiencia del Cacao.
Total	**100**		**80**	**20**	

4. Organización de la experiencia.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
4.1	40	Orden de las actividades.	40		Se tiene organizada la experiencia paso a paso y se garantiza una secuencia estructurada de servicio frente a al cliente.
4.2	30	Manejo del tiempo.	30		La Experiencia se tiene organizada y los tiempos se midieron para calcular la duración total de esta.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.		30	Se deben organizar y ajustar los momentos para que la fluidez de las actividades programadas se dé naturalmente.
Total	**100**		**70**	**30**	

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.		40	Se deben estructurar experiencias asociadas al cacao y crear momentos que estimulen los sentidos, que genere

					interacción con los clientes y que hagan única la experiencia. (aromas, sabores, texturas, sensaciones).
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.		30	Las experiencias deben generar interacciones con la cultura local, la gastronomía y la naturaleza en cualquiera de los momentos, (El migao, el mucilago, el cultivo, los pobladores, etc)
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.		30	Se deben identificar los puntos en los que se pueden implementar experiencias memorables e instagrameables, sean estas con el sendero, con el cultivo, con la chocolatina, con el perfil de la taza, con la chocolaterapia, con el mural, etc.
Total	**100**		**0**	**100**	

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
6.1	30	Despedida del visitante.	30		Se debe sofisticar y entregar un mensaje final, la despedida del visitante en el guion debe realizarse de forma estructurada y no tan informal.
6.2	30	Invitación a volver y recomendar.		30	Se debe estructurar una despedida que incluya una invitación a recomendar la iniciativa y a volver pronto y a seguirnos en redes sociales.
6.3	40	Contacto posterior a la visita.		40	Es importante implementar actividades de contacto posterior a la visita sea por medio de WhatsApp, Facebook, Instagram o telefónicamente, podría ser el envío de las fotografías de la experiencia vivida durante la visita a cada persona o grupo.
Total	**100**		**30**	**70**	

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.		30	La experiencia debe bautizarse y debe contar con un nombre atractivo, fuerte, fácil de recordar.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual	15		Se cuenta con un logo pero no transmite lo que se quiere mostrar, es preciso desarrollar nombres de las

					experiencias que generen recordación y que sean para turismo.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.		15	Se cuenta con algunas fotografías de calidad, pero se debe fortalecer y complementar con más fotografías de calidad.
7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	Si cuenta con presencia en redes sociales, pero debe mejorarse la calidad del contenido asociado a la experiencia.
7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	20		Se debe colocar información de horarios, contacto y reservas en algún lugar físico y digital que permita contactar al establecimiento.
Total	**100**		**35**	**65**	

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	40		Todo el equipo y mobiliario se encuentra en perfecto estado.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.		30	Se cuenta con un uniforme, pero es básico y se debe estructurar una propuesta más sofisticada y elegante para que estén alineados al concepto y tema de la iniciativa.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.	30		Se cuenta con todos los elementos de protección personal y riesgos.
Total	**100**		**70**	**30**	

9. Costos y comercialización.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
9.1	25	Se identifican los factores del costo.		25	Se tienen identificados los factores que afectan el costo, pero no se tienen documentados.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.		25	No se encuentra costeado nada, se debe realizar el ejercicio al menos para costear la experiencia del perfil de la taza de chocolate y utilizar la misma estructura para costear las demás experiencias.

9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	25		La experiencia ya se encuentra vinculada a un paquete turístico del producto Sabana al Viento, que opera la agencia de viajes local Sabana Travel que apoya desde el comienzo estas iniciativas y el fortalecimiento de estas, pero debe articularse con más operadores de la región.
9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	Se deben establecer alianzas comerciales con hoteles, restaurantes, otras agencias de la región que permitan vender la experiencia a nivel regional y nacional.
Total	**100**		**25**	**75**	

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento	
		Si	No
1	información y expectativa del visitante.	60%	40%
2	Bienvenida y hospitalidad.	70%	30%
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	80%	20%
4	Organización de la experiencia	70%	30%
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%
6	Aspectos de cierre y recordación	30%	70%
7	Marca y presencia en redes sociales	35%	65%
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	70%	30%
9	Costos y comercialización	25%	75%
	Total % de cumplimiento iniciativa.	**48,90%**	**51,10%**

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como XOCASA cumple con el 48.9% del total de requisitos revisados durante la fase diagnostica, no es un resultado bajo pero se pueden mejorar aspectos que ya se cumplen y adicional a esto se deben implementar acciones urgentes que permitan subsanar los NO CUMPLE y mejorar en cada una de las dimensiones que presentan debilidades.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026

DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO		
Nombre iniciativa: Lodge El Páramo – Observación de Aves y Vida silvestre		
Categoría: Observación de aves	**Nit:** 74.810.379	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda Puerto Nuevo – Finca El Paramo	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Gonzalo Fernández Cubides		**Cedula:** 74.810.379
Teléfono: 312 8945833	**Etapa:** Fase 1 – Documento Diagnóstico	**Fecha visita:** 25 Jun 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.



Idea original del propietario:

La idea original del propietario era conservar los bosques, preservar el agua y trabajar ganado en los potreros que ya tenía la finca cuando la adquirió. Gonzalo nunca tuvo intención alguna de trabajar turísticamente el predio y solo hasta que en el año 2018 recibió una visita de alguien relacionado a turismo fue que con sus recomendaciones intento por mucho tiempo trabajar temas de observación de vida silvestre pero sin avances significativos durante todos estos años, luego en el año 2023 después de estar hablando y de hacer recibido algunas visitas de amigos de el ya retomo el tema con más fuerza pero seguía dudando de invertir y fue solo hasta esta asesoría que Gonzalo decide construir un Lodge con tres habitaciones y áreas de camping para que de esta forma los visitantes puedan llegar a la finca, pernoctar y realizar caminatas por el bosque, visitar las cascadas, la laguna y dar un paseo por la Finca el Páramo.

DIAGNÓSTICO CUALITATIVO PARA EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita		40	No se cuenta con información previa de la iniciativa ni de las experiencias que allí se desarrollan, esta información podría estar presente en WhatsApp, Facebook o Instagram de la iniciativa.
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.		40	Se debe garantizar que la promesa de venta coincida con el producto y/o servicio entregado al consumidor.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.		30	Se deben establecer alianzas con agencias de viajes locales y regionales, también se debe disponer de información en redes sociales, teléfonos de contacto y WhatsApp.
Total	**100**		**0**	**100**	

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.		40	Se hace recibimiento de los visitantes, pero no se tiene estandarizado un protocolo de bienvenida de clientes.
2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.		30	Si existe amabilidad, pero no se cuenta con un protocolo de anfitrión.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.		30	Se debe implementar una presentación inicial de la experiencia.
Total	**100**		**0**	**100**	

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
3.1	40	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	40		El señor Gonzalo tiene la capacidad de contar historias pero hay que robustecer el guion con información referente al predio, a las aves, a

					la vida silvestre y complementarla con elementos locales que conecten al visitante con el atractivo.
3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.		20	El señor Gonzalo debe formarse en temas de comunicación y manejo de grupos para que pueda realizar la explicación del territorio, de las aves, de la vida silvestre, de los atractivos naturales.
3.3	20	Participación del visitante		20	No se garantiza la participación del visitante durante la prestación del servicio.
3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.		20	No se cuenta con un guion interpretativo relacionado a la experiencia ecoturística de la iniciativa.
Total	**100**		**40**	**60**	

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
4.1	40	Orden de las actividades.		40	No se tienen estructuradas las actividades y no existe un orden, pero es importante estrucutrarlas para que todos hablen el mismo idioma y garantizar una secuencia estructurada de servicio frente a los momentos de verdad que se presentan con el cliente.
4.2	30	Manejo del tiempo.		30	Se debe realizar un análisis de tiempos y movimientos para medir los tiempos de servicio.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.		30	Se deben organizar las actividades y medir los tiempos para garantizar la fluidez de la experiencia.
Total	**100**		**0**	**100**	

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.		40	Se deben estructurar experiencias asociadas a los principales atractivos que estimulen los sentidos, que cuente con una narrativa, que

					genere interacción con los clientes y que muestre a los visitantes identidad territorial.
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.		30	Verificar que se generen interacciones con la cultura local en cualquiera de los momentos que hagan la experiencia diferenciada. (se interactúa con los bosques, las cascadas y los lagos)..
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.		30	Se deben identificar los puntos en los que se pueden implementar experiencias memorables e instagrameables, sean estas en el bosque, la cascada, la laguna, las quebradas.
Total	**100**		**0**	**100**	

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
6.1	30	Despedida del visitante.		30	La despedida del visitante debe realizarse de forma estructurada y no tan informal.
6.2	30	Invitación a volver y recomendar.		30	Se debe estructurar una despedida que incluya una invitación a recomendar la iniciativa y a volver pronto.
6.3	40	Contacto posterior a la visita.		40	Es importante implementar actividades de contacto posterior a la visita sea por medio de WhatsApp, Facebook, Instagram o telefónicamente, podría ser el envío de las fotografías de la experiencia vivida durante la visita a cada persona o grupo.
Total	**100**		**0**	**100**	

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.		30	No se cuenta con un nombre atractivo debido a que se llama Finca el Páramo, de esta existen en redes 4 iniciativas más con este nombre en diferentes partes de Colombia pero lo

					importante es que no es solo una finca, es un predio con numerosos atractivos naturales, tiene un mirador increíble, se puede realizar observación sideral, cuenta con bosques en excelente estado de conservación, quebradas, lagos, aves, mamíferos y juntando todos los atractivos el nombre puede ajustarse para crear una iniciativa de mayor grado de importancia.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual		15	No se cuenta ni con logo ni con marca que le dé al establecimiento identidad visual.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.		15	No se cuenta con fotografías de calidad.
7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	No se cuenta con presencia en redes sociales.
7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.		20	Se debe colocar información de horarios, contacto y reservas en algún lugar físico o digital que permita contactar al establecimiento ya que la única que se encuentra disponible es la que tienen los operadores locales y regionales.
Total	**100**		**0**	**100**	

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.		40	Se debe adquirir equipo para la realización de las actividades de guianza y verificar que se tiene identificado el equipo que se requiere y se cuenta con este limpio y en buen estado.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.		30	No se cuenta con uniformes que identifiquen al personal de la iniciativa, adicional a esto los uniformes deben estar alineados al concepto y tema de la iniciativa.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están		30	No se encontraron elementos de seguridad y emergencias, hacen falta extintores,

		presentes durante la realización de la actividad.			señalización de evacuación y emergencias, elementos de protección personal, botiquín, plan de contingencias y emergencias, etc.
Total	**100**		**0**	**100**	

9. Costos y comercialización.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
9.1	25	Se identifican los factores del costo.		25	No se tienen identificados los factores que afectan el costo, y tampoco se tienen documentados.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.		25	No se encuentra costeado nada, se debe realizar el ejercicio al menos para costear un pasadía básico, otro con alojamiento y experiencias.
9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.		25	La experiencia se debe vincular a varios paquetes turísticos de la región.
9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	Se deben establecer alianzas comerciales que permitan vender la experiencia en la región y a nivel nacional.
Total	**100**		**0**	**100**	

Observaciones: En el documento de plan de trabajo tendrá la misma forma que el documento de diagnóstico pero solo se plasmaran las áreas de oportunidad que no se cumplen de cada dimensión y de acuerdo a la disponibilidad de recursos y tiempo el propietario de la iniciativa decidirá cuales de ellas se trabajaran dentro del corto plazo que comprende el tiempo de ejecución del proyecto y cuáles de ellas quedaran como plan de acción para ejecutarlas en el mediano y largo plazo fuera de la fecha de ejecución del proceso contractual.

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento	
		Si	No
1	**información y expectativa del visitante.**	**0%**	**100%**
2	**Bienvenida y hospitalidad.**	**0%**	**100%**
3	**Interpretación y narrativa de la experiencia**	**0%**	**100%**
4	**Organización de la experiencia**	**0%**	**100%**
5	**Aspectos sensoriales y memorables**	**0%**	**100%**
6	**Aspectos de cierre y recordación**	**0%**	**100%**
7	**Marca y presencia en redes sociales**	**0%**	**100%**
8	**Equipo, Uniformidad y Riesgos**	**0%**	**100%**
9	**Costos y comercialización**	**0%**	**100%**
	Total % de cumplimiento iniciativa.	**0%**	**100%**

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como FINCA EL PÁRAMO cumple con el 0% del total de requisitos revisados durante la fase diagnostica, esto anterior se debe a que la iniciativa se encuentra en su fase inicial y es importante adelantar acciones urgentes que permitan subsanar los NO CUMPLE y mejorar en cada una de las dimensiones que presentan debilidades.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 25 de 2026

DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO		
Nombre iniciativa: ORQUIDEAS DEL PIEDEMONTE		
Categoría: Naturaleza	**Nit:** N/A	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda El Carmen – Finca La Escuadra	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Carolina Vargas Vargas		**Cedula:** 23.417.976
Teléfono: 3204553337	**Fase 1:** Diagnóstico	**Fecha visita:** 25 junio 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.



Idea original del propietario:

La iniciativa Orquídeas del Piedemonte nace del interés y la pasión de Carolina por las orquídeas, un conocimiento heredado de su madre y su abuela, quienes desde hace muchos años cultivaban estas especies como parte de una tradición familiar. Luego de la pandemia por COVID-19, Carolina decidió radicarse en el municipio con el propósito de desarrollar un proyecto de vida alrededor de su pasión por las orquídeas, convirtiendo este conocimiento en un emprendimiento orientado a la conservación, la educación ambiental y el turismo de naturaleza.

Inicialmente comenzó cultivando orquídeas en pequeñas canastas ubicadas alrededor de su vivienda. Motivada por ampliar sus conocimientos, visitó un orquideario especializado donde aprendió técnicas de manejo, conservación y exhibición de estas plantas. Esta experiencia la inspiró a adecuar su propio predio, construyendo su propio orquideario, con senderos ecológicos alrededor de un caño natural y estableciendo un vivero con una colección cada vez más amplia de orquídeas nativas y comerciales.

Con el tiempo, el lugar comenzó a recibir visitantes gracias al apoyo de amigos y familiares y de una agencia operadora de turismo local, generando una nueva oportunidad para diversificar sus ingresos mediante la venta de orquídeas y la atención de turistas interesados en conocer sobre las orquideas del piedemonte llanero.

A partir de esta experiencia, Carolina proyecta consolidar Orquídeas del Piedemonte como un centro de turismo de naturaleza y educación ambiental especializado en la conservación, exhibición y comercialización de orquídeas. Su propuesta contempla la construcción de un orquideario con la colección más representativa de orquídeas del piedemonte llanero, complementado con senderos interpretativos, espacios para la educación ambiental y experiencias de aprendizaje sobre la importancia ecológica de estas especies.

Como parte de la oferta turística, busca implementar talleres prácticos sobre cultivo, mantenimiento y cuidado de orquídeas, además de crear un servicio innovador de guardería y hospital de orquídeas para apoyar a coleccionistas y aficionados. El proyecto también incluirá la venta de orquídeas comerciales, una tienda de recuerdos y productos temáticos inspirados en las orquídeas y la biodiversidad regional, así como un servicio de alojamiento rural en las tres habitaciones disponibles en el segundo piso de su vivienda, orientado principalmente a observadores y fotógrafos de aves y naturaleza que visitan el piedemonte casanareño y buscan una experiencia de inmersión en un entorno natural.

La visión del emprendimiento es convertirse en un referente regional del turismo de naturaleza y del conocimiento sobre las orquídeas y las aves del piedemonte llanero, ofreciendo experiencias auténticas que integren conservación, educación ambiental, recreación y hospedaje, contribuyendo al desarrollo del turismo sostenible y a la generación de ingresos para la familia y las comunidades locales asentadas en este territorio.

DIAGNÓSTICO CUALITATIVO PARA EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita		40	Se debe verificar que el visitante no llegue confundido sobre horarios y actividades. (Flyer informativo y redes deben construirse)
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.		40	Se debe garantizar que la promesa de venta coincida con el producto y/o servicio entregado al consumidor.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.		30	Existen varias alianzas con operadores locales que ofrecen el pasadía de la experiencia de orquídeas pero deben construirse redes sociales para poder ofrecer directo ya que actualmente solo se promociona mediante el voz a voz y la agencia operadora.
Total	**100**		**0**	**100**	

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.		40	Se hace recibimiento de los visitantes, pero no se tiene estandarizado un protocolo de bienvenida de clientes.
2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.		30	Si existe amabilidad, pero no se cuenta con un protocolo de anfitrión.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.		30	Se debe implementar una presentación inicial estructurada de la experiencia.
Total	**100**		**0**	**100**	

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
3.1	40	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias		40	Carolina cuenta con la capacidad de contar historias en torno a las orquídeas, pero hay que robustecer el guion con información referente a temas técnicos, regionales, comerciales y complementarlo con elementos locales que conecten al visitante con la iniciativa.
3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.		20	Carolina debe realizar una explicación corta del territorio, la ubicación, el clima, la temperatura y por que todo esto se relaciona directamente con las orquídeas y por que decidió aprovechar esto para desarrollar la iniciativa.
3.3	20	Participación del visitante		20	Se deben identificar actividades dentro de la experiencia que permitan al visitante participar directamente en la actividad e interactuar con los elementos de la iniciativa.
3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.		20	No se cuenta con un guion interpretativo relacionado a la experiencia de las orquídeas, pero debe construirse.
Total	**100**			**100**	

4. Organización de la experiencia.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
4.1	40	Orden de las actividades.		40	Se debe organizar el paso a paso de las actividades con el objetivo de organizarlas y garantizar una secuencia estructurada de servicio frente a al cliente.
4.2	30	Manejo del tiempo.		30	Se debe realizar un análisis de tiempos y movimientos para medir los tiempos de servicio.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.		30	Se deben organizar las actividades y medir los tiempos para garantizar la fluidez de la experiencia.
Total	**100**		**0**	**100**	

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.		40	Se deben estructurar experiencias asociadas a las orquídeas y elaborar momentos que estimulen los sentidos, que genere interacción con los clientes y que hagan única la experiencia.
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.		30	Se deben diseñar experiencias que garanticen interacciones con la cultura local, la gastronomía y la naturaleza en cualquiera de los momentos, la historia de los polinizadores.
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.		30	Se deben identificar los puntos en los que se pueden implementar experiencias memorables e instagrameables, sean estas con el sendero, con las orquídeas, con el árbol de las orquídeas, con el pórtico de la entrada o con el orquideario.
Total	**100**		**0**	**100**	

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
6.1	30	Despedida del visitante.		30	La despedida del visitante debe realizarse de forma estructurada y no tan informal.
6.2	30	Invitación a volver y recomendar.		30	Se debe estructurar una despedida que incluya una invitación a recomendar la iniciativa y a volver pronto.
6.3	40	Contacto posterior a la visita.		40	Es importante implementar actividades de contacto posterior a la visita sea por medio de WhatsApp, Facebook, Instagram o telefónicamente, podría ser el envío de las fotografías de la experiencia vivida durante la visita a cada persona o grupo.
Total	**100**		**0**	**100**	

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	30		Si. El nombre es atracitvo, fuerte, fácil de recordar.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual		15	Se cuenta con un logo pero no transmite lo que se quiere mostrar y se debe diseñar algo más robusto que le de identidad a la iniciativa y que genere recordación.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.		15	No se cuenta con fotografías de calidad.
7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	Si cuenta con presencia en redes sociales, pero deben mejorarse el contenido y la calidad de este que allí se sube.
7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.		20	Se debe colocar información de horarios, contacto y reservas en algún lugar físico o digital que permita contactar al establecimiento.
Total	**100**		**30**	**70**	

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	40		Se deben reparar algunas sillas.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.		30	Se cuenta con un uniforme pero se debe realizar una propuesta mas sofisticada y elegante ya que el actual esta deteriorado y debe mejorarse para que estén alineados al concepto y tema de la iniciativa.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.		30	No se encontraron elementos de seguridad y emergencias, hacen falta extintores, señalización de evacuación y emergencias, elementos de protección personal, botiquín, plan de contingencias y emergencias, etc.
Total	**100**		**40**	**60**	

9. Costos y comercialización.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
9.1	25	Se identifican los factores del costo.		25	Se tienen identificados los factores que afectan el costo, pero no se tienen documentados.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.		25	No se encuentra costeado nada, se debe realizar el ejercicio al menos para costear la experiencia de las orquídeas.
9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	25		La experiencia ya se encuentra vinculada a un paquete turístico del producto Sabana al Viento, pero debe articularse con más operadores de la región.
9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	Se deben establecer alianzas comerciales que permitan vender la experiencia en la región y a nivel nacional.
Total	**100**		**25**	**75**	

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento	
		Si	No
1	información y expectativa del visitante.	0%	100%
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	0%	100%
4	Organización de la experiencia	0%	100%
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%
7	Marca y presencia en redes sociales	30%	70%
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	40%	60%
9	Costos y comercialización	25%	75%
	Total % de cumplimiento iniciativa.	10,55%	89,45%

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como Orquideas de Piedemonte cumple con el 10.55% del total de requisitos revisados durante la visita de diagnóstico, al ser un resultado tan bajo es importante implementar acciones urgentes que permitan subsanar los NO CUMPLE y mejorar en cada una de las dimensiones que presentan debilidades.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026

DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO		
Nombre iniciativa: RESERVA NATURAL CUEVA DE LOS GUACHAROS		
Categoría: Naturaleza	**Nit:** N/A	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda San Antonio. Fca el Reposo	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Samuel Contreras Bernal		**Cedula:** 9.506.241
Teléfono: 3144429020	**Fase 1:** Diagnóstico	**Fecha visita:** 01 julio 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	
Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.		



Idea original del propietario:

La idea original del propietario es la de transformar la finca de 60 hectáreas, ubicada en el municipio de Sabanalarga, Casanare, en un destino de ecoturismo y turismo de naturaleza de alto valor, orientado a visitantes nacionales e internacionales interesados en experiencias auténticas de contacto con el paisaje de la región de la Orinoquia.

Adquirida hace once años con fines ganaderos, la propiedad conserva un equilibrio entre producción y conservación: 30 hectáreas están destinadas a la actividad pecuaria y las 30 hectáreas restantes corresponden a un área de conservación que protege importantes ecosistemas y recursos naturales.

Dentro de este patrimonio destacan una cascada de aproximadamente 30 metros de altura, una cueva que alberga una colonia cercana a 350 guácharos, una quebrada llamada la Algarrobera, un mirador natural con vista panorámica sobre el valle de Sabanalarga, la quebrada La Piñalera y el río Upía, además de un sendero ecológico de 1,2 kilómetros que conduce a estos atractivos a través de un recorrido de aproximadamente 45 minutos, con un nivel de dificultad entre medio y alto.

La visión del propietario consiste en desarrollar la iniciativa sostenible mediante la implementación de infraestructura liviana y de bajo impacto ambiental que permita mejorar la seguridad, accesibilidad y calidad de la experiencia del visitante. Entre las intervenciones previstas se encuentran la adecuación de pasos críticos del sendero, la instalación de elementos de interpretación ambiental, zonas de descanso,

señalización, miradores y demás equipamientos necesarios para garantizar un recorrido seguro y memorable.

El proyecto busca evolucionar de un atractivo de interés principalmente local hacia un destino ecoturístico competitivo, capaz de atraer visitantes provenientes de otros departamentos de Colombia y mercados internacionales. Para ello, se plantea la comercialización de pasadías, experiencias guiadas de interpretación de la naturaleza y paquetes turísticos con alojamiento, integrando actividades de observación de fauna, senderismo, contemplación paisajística, fotografía de naturaleza y educación ambiental, camping, entre otros.

La propuesta se fundamenta en un modelo de negocio que combina la conservación de los recursos naturales, el aprovechamiento sostenible del paisaje y la diversificación de los ingresos rurales, generando valor económico para el propietario y oportunidades para las comunidades locales. De esta manera, la finca se proyecta como un referente regional de turismo de naturaleza, donde la protección del patrimonio ambiental constituye el principal activo para el desarrollo de una oferta turística diferenciada, responsable y competitiva.

DIAGNÓSTICO CUALITATIVO PARA EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita		40	No se cuenta con información previa de la iniciativa ni de las experiencias que allí se desarrollan, esta información podría estar presente en Whatsapp, Facebook o Instagram de la iniciativa.
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.		40	Se debe garantizar que la promesa de venta coincida con el producto y/o servicio entregado al consumidor.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.		30	Existen varias alianzas con operadores locales y regionales que cuentan con planes pasadía y planes con alojamiento y se puede reservar por medio de ellos, la iniciativa no cuenta con facilidades para reservar ya que solo se promociona mediante el voz a voz y el reconocimiento regional que tiene el atractivo natural.
Total	**100**		**0**	**100**	

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.		40	Se hace recibimiento de los visitantes, pero no se tiene estandarizado un protocolo de bienvenida de clientes.
2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.		30	Si existe amabilidad, pero no se cuenta con un protocolo de anfitrión.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.		30	Se debe implementar una presentación inicial de la experiencia.
Total	**100**		**0**	**100**	

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
3.1	40	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	40		El señor Samuel tiene la capacidad de contar historias, pero hay que robustecer el guion con información referente a las formaciones naturales y la geología del lugar y complementarla con elementos locales que conecten al visitante con el atractivo.
3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.		20	El señor Samuel realiza la explicación del territorio, pero no realiza explicación de la cultura, de los productos, ni la gastronomía de la región.
3.3	20	Participación del visitante		20	No se garantiza la participación del visitante durante la prestación del servicio.
3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.		20	No se cuenta con un guion interpretativo relacionado a la experiencia ecoturística de la iniciativa.
Total	**100**		**40**	**60**	

4. Organización de la experiencia.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
4.1	40	Orden de las actividades.		40	Las agencias operadoras tienen organizadas sus actividades pero es importante revisar cuales actividades ofrece el señor Samuel para organizarlas y garantizar una secuencia

					estructurada de servicio frente a los momentos de verdad que se presentan con el cliente.
4.2	30	Manejo del tiempo.		30	Se debe realizar un análisis de tiempos y movimientos para medir los tiempos de servicio.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.		30	Se deben organizar las actividades y medir los tiempos para garantizar la fluidez de la experiencia.
Total	**100**		**0**	**100**	

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.		40	Se deben estructurar experiencias asociadas a los principales atractivos que estimulen los sentidos, que cuente con una narrativa, que genere interacción con los clientes y que muestre a los visitantes identidad territorial.
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.		30	Se deben diseñar experiencias que garanticen interacciones con la cultura local, la gastronomía y la naturaleza en cualquiera de los momentos.
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.		30	Se deben identificar los puntos en los que se pueden implementar experiencias memorables e instagrameables, sean estas en el bosque, el mirador, la cueva o la cascada o una para cada escenario.
Total	**100**		**0**	**100**	

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
6.1	30	Despedida del visitante.		30	La despedida del visitante debe realizarse de forma estructurada y no tan informal.
6.2	30	Invitación a volver y recomendar.		30	Se debe estructurar una despedida que incluya una invitación a recomendar la iniciativa y a volver pronto.
6.3	40	Contacto posterior a la visita.		40	Es importante implementar actividades de contacto

					posterior a la visita sea por medio de WhatsApp, Facebook, Instagram o telefónicamente, podría ser el envio de las fotografías de la experiencia vivida durante la visita a cada persona o grupo.
Total	**100**		**0**	**100**	

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.		30	No se cuenta con un nombre atractivo debido a que se llama cueva de los guacharos, de esta existen en redes 5 iniciativas más con este nombre en diferentes partes de Colombia pero lo importante es que no es solo una cueva, tiene un mirador increíble de al menos unos 270 grados, una cueva con una población importante de guacharos y una cascada también muy bonita y juntando todos los atractivos el nombre puede ajustarse para crear una iniciativa de mayor grado de importancia.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual		15	No se cuenta ni con logo ni con marca que le dé al establecimiento identidad visual.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.		15	No se cuenta con fotografías de calidad.
7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	No se cuenta con presencia en redes sociales.
7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.		20	Se debe colocar información de horarios, contacto y reservas en algún lugar físico o digital que permita contactar al establecimiento ya que la única que se encuentra disponible es la que tienen los operadores locales y regionales.
Total	**100**		**0**	**100**	

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.		40	Se debe mejorar la organización y limpieza del mobiliario y del equipo de cocina del establecimiento.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.		30	No se cuenta con uniformes que identifiquen al personal de la iniciativa, adicional a esto los uniformes deben estar alineados al concepto y tema de la iniciativa.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.		30	No se encontraron elementos de seguridad y emergencias, hacen falta extintores, señalización de evacuación y emergencias, elementos de protección personal, botiquín, plan de contingencias y emergencias, etc.
Total	**100**		**0**	**100**	

9. Costos y comercialización.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
9.1	25	Se identifican los factores del costo.		25	Se tienen identificados los factores que afectan el costo, pero no se tienen documentados.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.		25	No se encuentra costeado nada, se debe realizar el ejercicio al menos para costear un pasadía básico, otro con alojamiento y las experiencias.
9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	25		La experiencia ya se encuentra vinculada a varios paquetes turísticos de la región.
9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	Se deben establecer alianzas comerciales que permitan vender la experiencia en la región y a nivel nacional.
Total	**100**		**25**	**75**	

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento	
		Si	No
1	información y expectativa del visitante.	0%	100%
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	40%	60%
4	Organización de la experiencia	0%	100%
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%
7	Marca y presencia en redes sociales	0%	100%
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	0%	100%
9	Costos y comercialización	25%	75%
	Total % de cumplimiento iniciativa.	7,25%	92,75%

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como Reserva Natural Cueva de Los Guacharos cumple con el 7.25% del total de requisitos revisados durante la visita de diagnóstico, al ser un resultado tan bajo es importante implementar acciones urgentes que permitan subsanar los NO CUMPLE y mejorar en cada una de las dimensiones que presentan debilidades.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026

DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO		
Nombre iniciativa: LOS CENOTES – CASCADAS SUBTERRANEAS		
Categoría: Naturaleza	**Nit:** N/A	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda Caño Barroso – F. Villa Elena	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Thomas Esteban Ruiz Castro		**Cedula:** 1.049.627.902
Teléfono: 3103920204	**Fase 1:** Diagnóstico	**Fecha visita:** 07 JUL 26
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.





Idea original del propietario:

La iniciativa del propietario consiste en transformar la Finca Villa Elena en un destino de ecoturismo y turismo de naturaleza y bienestar de alto valor, ofreciendo experiencias rurales auténticas dirigidas a visitantes nacionales e internacionales interesados en el patrimonio natural y cultural de la Orinoquia colombiana.

La propuesta busca aprovechar el desplazamiento hacia los cenotes como parte integral de la experiencia turística, permitiendo que los visitantes permanezcan en la finca y desarrollen actividades durante uno o varios días. Para ello, se plantea la construcción de un alojamiento estructurado de bajo impacto ambiental diferente al camping tradicional que permita la pernoctación y facilite la inmersión en la vida rural mediante actividades como el ordeño, recorridos por el huerto, consumo de alimentos orgánicos producidos en la finca, caminatas interpretativas, visitas a los principales atractivos naturales y otras experiencias asociadas al estilo de vida campesino.

La Finca Villa Elena está ubicada en el municipio de Sabanalarga, departamento de Casanare. Fue adquirida hace cinco años con fines ganaderos y actualmente conserva un equilibrio entre la producción pecuaria y la conservación del medio ambiente. De sus 45 hectáreas, 30 se destinan a actividades productivas y las 15 hectáreas restantes corresponden a un área de conservación que protege ecosistemas estratégicos y una importante diversidad de recursos naturales.

Entre los principales atractivos de la finca se destacan los cenotes, una amplia caverna por la que discurre una quebrada y que alberga una colonia de murciélagos, así como un sendero ecológico de aproximadamente 1,6 kilómetros que conecta estos recursos mediante un recorrido de cerca de 35 minutos con un nivel de dificultad medio.

La visión del propietario contempla el desarrollo de un modelo turístico sostenible basado en infraestructura liviana y de bajo impacto ambiental, orientada a mejorar la seguridad, accesibilidad y calidad de la experiencia del visitante. Para ello, se prevé la adecuación de los puntos críticos del sendero, la instalación de señalización e interpretación ambiental, zonas de descanso, plataformas de observación y el equipamiento necesario para la operación de servicios de alojamiento y atención al visitante.

Desde el punto de vista comercial, el proyecto pretende evolucionar de un atractivo con alcance principalmente local hacia un destino ecoturístico competitivo, capaz de atraer visitantes de diferentes regiones de Colombia y mercados internacionales. Se espera que la oferta este conformada por pasadías, recorridos guiados de interpretación de la naturaleza y paquetes turísticos con alojamiento, integrando actividades de senderismo, observación de fauna, contemplación del paisaje, fotografía de naturaleza, educación ambiental, bienestar y experiencias rurales.

La propuesta se fundamenta en un modelo de negocio que articula la conservación del patrimonio natural con el aprovechamiento sostenible del territorio y la diversificación de los ingresos rurales. De esta manera, la finca busca consolidarse como un referente regional de turismo de naturaleza, donde la protección de los ecosistemas constituye el principal activo para el desarrollo de una oferta turística diferenciada, responsable, competitiva y alineada con los principios de sostenibilidad.

DIAGNÓSTICO CUALITATIVO PARA EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita		40	No se cuenta con información previa de la iniciativa ni de las experiencias que allí se desarrollan, esta información podría estar presente en Whatsapp, Facebook o Instagram de la iniciativa.
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.		40	Se debe garantizar que la promesa de venta coincida con el producto y/o servicio entregado al consumidor.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.		30	Actualmente se están estableciendo alianzas con el Operador Local Sabana Travel que desde siempre ha trabajado con las iniciativas de naturaleza y ha promovido el desarrollo de actividades turísticas dentro del municipio, de momento es la única forma de reservar, pero se deben implementar reservas por medio de canales digitales y whatsapp.
Total	**100**		**0**	**100**	

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.		40	Se debe estructurar una propuesta para la recepción y acogida de los visitantes.
2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida).		30	Se debe estructurar un protocolo de bienvenida para los visitantes.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.		30	Se debe implementar una presentación inicial de la experiencia.
Total	**100**		**0**	**100**	

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
3.1	40	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias		40	La operación y desarrollo de las actividades estarán canalizadas por la agencia de viajes operadora local SABANA TRAVEL pero se debe estructurar un guion con información referente a las formaciones naturales y la geología del lugar y complementarla con elementos locales que conecten al visitante con el atractivo.
3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.		20	El propietario de la iniciativa debe realizar debe por medio del guion formar a la persona encargada de acompañar a los visitantes para que dentro de la narrativa se vincule información referente al territorio, la cultura y/o el producto.
3.3	20	Participación del visitante		20	Es importante garantizar la participación del visitante en las actividades y/o durante la prestación del servicio.
3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.		20	No se cuenta con un guion interpretativo relacionado a la experiencia ecoturística de la iniciativa.
Total	**100**		**0**	**100**	

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
4.1	40	Orden de las actividades.		40	Se deben organizar las actividades para que se desarrollen de forma ordenadas y de esta forma garantizar una secuencia de servicio estructurada frente a los momentos de verdad que se dan de cara al cliente.
4.2	30	Manejo del tiempo.		30	Se debe realizar un análisis de tiempos y movimientos para medir los tiempos de servicio.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.		30	Se deben organizar las actividades y medir los tiempos para garantizar la fluidez de la experiencia.
Total	**100**		**0**	**100**	

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.		40	Se deben estructurar experiencias asociadas a los principales atractivos que estimulen los sentidos, que cuente con una narrativa, que genere interacción con los clientes y que muestre a los visitantes identidad territorial.
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.		30	Se deben diseñar experiencias que garanticen interacciones con la cultura local, la gastronomía y la naturaleza en cualquiera de los momentos.
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.		30	Se deben identificar los puntos en los que se pueden implementar experiencias memorables e instagrameables, sean estas en el bosque, el mirador, la cueva o la cascada o una para cada escenario.
Total	**100**		**0**	**100**	

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
6.1	30	Despedida del visitante.		30	La despedida del visitante debe realizarse de forma estructurada y no tan informal.
6.2	30	Invitación a volver y recomendar.		30	Se debe estructurar una despedida que incluya una invitación a recomendar la iniciativa y a volver pronto.
6.3	40	Contacto posterior a la visita.		40	Es importante implementar actividades de contacto posterior a la visita sea por medio de WhatsApp, Facebook, Instagram o telefónicamente, podría ser el envío de las fotografías de la experiencia vivida durante la visita a cada persona o grupo.
Total	**100**		**0**	**100**	

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.		30	Actualmente el atractivo principal se llama los Cenotes, pero se debe investigar si el nombre coincide con el tipo de formación geológica para de esta forma proceder a rebautizarlo o buscarle un nombre turístico más atractivo que permita comercializarlo.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual		15	No se cuenta ni con logo ni con marca que le dé al establecimiento identidad visual.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.		15	No se cuenta con fotografías de calidad.
7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	No se cuenta con presencia en redes sociales.
7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.		20	Se debe colocar información de horarios, contacto y reservas en algún lugar físico o digital que permita contactar al establecimiento ya que la única que se encuentra disponible es

					la que tienen la Agencia de Viajes Operadora Local.
Total	**100**		**0**	**100**	

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.		40	Para la caminata hacia el atractivo no se requiere de mucho equipo y como la iniciativa apenas inicia se debe adquirir, Botiquín, Silbato, Radios de comunicación, Teléfono móvil, etc. Etc.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.		30	No se cuenta con uniformes que identifiquen al personal de la iniciativa, se deben diseñar uniformes que estén alineados al concepto y tema de la iniciativa.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.		30	No se encontraron elementos de seguridad y emergencias, hacen falta extintores, señalización de evacuación y emergencias, elementos de protección personal, botiquín, plan de contingencias y emergencias, etc.
Total	**100**		**0**	**100**	

9. Costos y comercialización.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Observaciones
			Si	No	
9.1	25	Se identifican los factores del costo.		25	Aun no se identifican los factores que afectan el costo y tampoco se tienen documentados.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.		25	No se encuentra costeado nada, se debe realizar el ejercicio al menos para costear un pasadía básico que incluya las actividades que se realizan en la iniciativa.
9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.		25	La experiencia actualmente no se encuentra vinculada a ningún paquete turístico de ninguna agencia de viajes de la región.

9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	Se deben establecer alianzas comerciales que permitan vender la experiencia en la región y a nivel nacional.
Total	**100**		**0**	**100**	

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento	
		Si	No
1	información y expectativa del visitante.	0%	100%
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	0%	100%
4	Organización de la experiencia	0%	100%
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%
7	Marca y presencia en redes sociales	0%	100%
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	0%	100%
9	Costos y comercialización	0%	100%
	Total % de cumplimiento iniciativa.	0.00%	100.00%

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como Los Cenotes en la Finca Villa Elena cumple con el 0% del total de requisitos revisados durante la visita de diagnóstico, esto anterior se debe a que la iniciativa se encuentra en su fase inicial y es importante adelantar acciones urgentes que permitan subsanar los NO CUMPLE y mejorar en cada una de las dimensiones que presentan debilidades.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026

ANEXO 7
Informes visita N° 2
Elaboración y Socialización de Plan de Trabajo.

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD & ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S	

ACTIVIDAD N° 2 – INFORMES VISITA PLAN DE TRABAJO
ELABORACIÓN Y SOCIALIZACIÓN

"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"
SEPTIEMBRE - 2026

CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA N° 110.2011.179.2026.
SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE Y GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

Email: Grupoqualitysas@gmail.com
Teléfono: 3115617330

En marco del contrato de mínima cuantía **No. 110.2011.179.2026.** Cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"** se realizaron seis (6) visitas presenciales a los seis (6) beneficiarios del proceso de fortalecimiento con el objetivo de socializar el plan de trabajo con las actividades que se tenían que fortalecer para que el propietario de la iniciativa definiera cuál de ellas podía cumplir durante el tiempo de ejecución del proceso de fortalecimiento empresarial.

Durante la visita de la socialización del plan de trabajo el empresario conoció cuales son las áreas de oportunidad que se deben trabajar de corto plazo las cuales se comprometió a desarrollar durante la ejecución del proceso y a continuación puedes ver los informes de visita de cada una de las iniciativas de experiencias turísticas.

Vb _____
Julián Mejía Fuentes
Rep Legal grupo Quality S.A.S

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: LILI RODRIGUEZ HEREDIA			**C.C:** 21.180.574
Empresa /Unidad Productiva: RESTAURANTE LOS MANGOS			**Nit:** 21.180.574
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: CENTRO POBLADO EL SECRETO		**Tel/Cel:** 319 2233548	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** lili2019rodriguez@gmail.com	

Actividad: Visita N° 2 – Plan de Trabajo.	**Fecha: 16 julio 2026**
OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL	
Elaboración y socialización de un plan de trabajo individual para cada beneficiario, que incluya acciones específicas de mejora a corto, mediano y largo plazo, orientadas al fortalecimiento de las áreas identificadas en el diagnóstico cualitativo y al desarrollo integral de la experiencia turística.	
REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA	



GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.**
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE ELABORO Y SOLICITO DOCUMENTO DE PLAN DE TRABAJO CON LA SRA LILI QUIEN LO ACOGIO Y PROCEDIO A TRABAJAR EN LAS ACCIONES DE MEJORA PROPUESTAS EN ESTE
RECOMENDACIONES	COMPRAR PINTURA CAMBIAR VAJILLA HACER ASEO - LIMPIEZA PROFUNDA REPARAR REJAS EXTERIORES Y FILTRACIONES TECHO - CAMBIAR NEVERA Y ORGANIZAR ESTAS

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** LILI RODRIGUEZ HEREDIA	
C.C	4.208.865	**C.C**	21.180.574
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	319 2233548
Firma:		**Firma:** Lili Rodriguez	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: HILDA VARGAS PIÑEROS			**C.C:** 23.417.510
Empresa /Unidad Productiva: XOCASA			**Nit:** **23.417.510 - 1**
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA EL CARMEN – FINCA LAS DELICIAS		**Tel/Cel:** 3114800993	
Matricula Mercantil 146814	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** hilvarp@hotmail.com	

Actividad: Visita No 2 – Plan de Trabajo.	**Fecha: 14 julio 2026**
OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL	
Elaboración y socialización de un plan de trabajo individual para cada beneficiario, que incluya acciones específicas de mejora a corto, mediano y largo plazo, orientadas al fortalecimiento de las áreas identificadas en el diagnóstico cualitativo y al desarrollo integral de la experiencia turística.	
REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA	



	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE ELABORO PLAN DE TRABAJO Y SE SOCIALIZO CON LA PROFE HILDA. QUIEN SE COMPROMETIO A DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES CON LAS QUE ELLA DIJO PODIA ADELANTAR. ADICIONAL A ESTO SE REVISO DOCUMENTACION QUE TENIAN DE LA ESTRUCTURA DE LA EXPERIENCIA.
RECOMENDACIONES	*PINTAR FACHADA FABRICA CHOCOLATE *ELABORAR MANUAL CUADRO. *DESARROLLAR EXPERIENCIA PERFIL DE TAZA. * ELABORAR UNIFORMES * RESTRUCTURAR RECETA DE LIMONADA * COSTEAR

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la asesoría** HILDA VARGAS VARGAS	
C.C	4.208.865	**C.C**	23.417.510
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3114800993
Firma:		**Firma:**	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: GONZALO FERNANDEZ CUBIDES			**C.C:** 74.810.379
Empresa /Unidad Productiva: RESERVA NATURAL EL PÁRAMO			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA PUERTO NUEVO – FINCA EL PÁRAMO		**Tel/Cel:** 312 8945833	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** N/A	

Actividad: Visita N° 2 – Plan de Trabajo.	**Fecha: 17 julio 2026**
OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL	
Elaboración y socialización de un plan de trabajo individual para cada beneficiario, que incluya acciones específicas de mejora a corto, mediano y largo plazo, orientadas al fortalecimiento de las áreas identificadas en el diagnóstico cualitativo y al desarrollo integral de la experiencia turística.	
REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA	



GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.**
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE ELABORO Y SOCIALIZO PLAN DE TRABAJO. CON EL SEÑOR GONZALO. Y SE COMPROMETIO A SEGUIR EL DOCUMENTO COMO HOJA DE RUTA PARA CONSTRUIR SU PROYECTO DE OBSERVACION DE VIDA SILVESTRE Y NATURALEZA.
RECOMENDACIONES	* INTERVENIR CASA PRINCIPAL. * ORGANIZAR TERRAZA * ELABORAR COSTEO, MARCA, * FABRICAR UNIFORMES. * TECNIFICAR JARDINERIA. * REDISTRIBUIR ESPACIOS DE CASA Y COCINA Y REPARAR SENDEROS.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** GONZALO FERNANDEZ CUBIDES	
C.C	4.208.865	**C.C**	74.810.379
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3128945833
Firma:		**Firma:** Gonzalo Fernández C.	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: CAROLINA VARGAS VARGAS			**C.C:** 23.417.976
Empresa /Unidad Productiva: ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA EL CARMEN – FINCA LA ESCUADRA		**Tel/Cel:** 3204553337	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** carolinavargas976@gmail.com	

Actividad: Visita N° 2 – Plan de Trabajo.	**Fecha: 15 julio 2026**
OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL	
Elaboración y socialización de un plan de trabajo individual para cada beneficiario, que incluya acciones específicas de mejora a corto, mediano y largo plazo, orientadas al fortalecimiento de las áreas identificadas en el diagnóstico cualitativo y al desarrollo integral de la experiencia turística.	
REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA	



	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE ELABORO Y SOCIALIZO PLAN DE TRABAJO. CON LA INGENIZRA CAROLINA QUIEN ACEPTO Y SE COMPROMETIO A AVANZAR CON LAS ACCIONES PROPUESTAS QUE ESTAN A SU ALCANCE DESARROLLAR ADICIONAL A ESTO SE PIDIO.
RECOMENDACIONES	AVANZAR CON JARNADAS DE ORGANIZACION LIMPIEZA, ADECUACIONES BASICAS Y TAMBIEN. * MEJORAR LA MARCA. * CONFECCIONAR UNIFORMES * REDISTRIBUIR ELEMENTOS DECORATIVOS. * CONSTRUIR GLOSARIO Y ARBOL DE PREGUNTAS, ELABORAR COSTEO Y GUION

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** CAROLINA VARGAS VARGAS	
C.C	4.208.865	**C.C**	23.417.976
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3204553337
Firma:		**Firma:** Carolina Vargas V.	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL		
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026		
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.		
Nombre y apellidos: THOMAS RUIZ CASTRO		**C.C:** 1.049.627.902
Empresa /Unidad Productiva: LOS CENOTES – CASCADAS SUBTERRANEAS		**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE	**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA CAÑO BARROSO – FINCA VILLA ELENA	**Tel/Cel:** 3103920204	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** Ruizthomas19@gmail.com

Actividad: Visita N° 2 – Plan de Trabajo.	**Fecha: 30 junio 2026**

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

Elaboración y socialización de un plan de trabajo individual para cada beneficiario, que incluya acciones específicas de mejora a corto, mediano y largo plazo, orientadas al fortalecimiento de las áreas identificadas en el diagnóstico cualitativo y al desarrollo integral de la experiencia turística.

REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA



PLAN DE TRABAJO INICIATIVA TURISTICA
LOS CENOTES

A continuación, se encuentra la descripción de la actividad, las observaciones a estas, las acciones propuestas realización de cada una de estas:

- Corto plazo (0 a 1 mes): acciones de bajo costo y rapida implementación.
- Mediano plazo (1 a 3 meses): acciones que requieren inversión moderada o capacitación.
- Largo plazo (3 a 12 meses): acciones estrategicas como renovación de marca, comercialización, dis alianzas comerciales mejoras o adecuaciones estructurales o de equipos y mobiliario de la iniciativa.

De esta forma, el documento no solo identificará las brechas, sino que tambien servira como una hoja de rut continuo de la iniciativa.

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas
		Actualmente la iniciativa no dispone de info	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE ELABORO Y SOCIALIZO PLAN DE TRABAJO CON THOMAS QUIEN AGOGIO EL DOCUMENTO COMO HOJA DE RUTA PARA AVANZAR EN LA IMPLEMENTACION DE ACCIONES QUE LE PERMITAN DESTRAR LA INICIATIVA TURISTICA SE RECOMENDO REALIZAR
RECOMENDACIONES	* JORNADA INTENSIVA DE LIMPIEZA. * REPARAR TECHO DE RANCHO * ORGANIZAR PISOS PASILLO Y COMEDOR CASA * ORGANIZAR PERFILES DE REDES SOCIALES * ORGANIZAR MARCA CORREO Y GUION.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** THOMAS RUIZ CASTRO	
C.C	4.208.865	**C.C**	1.049.627.902
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3103920204
Firma:		**Firma:**	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: SAMUEL CONTRERAS BERNAL			**C.C:** 9.506.241
Empresa /Unidad Productiva: RESERVA NATURAL CUEVA DE LOS GUÁCHAROS			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA SAN ANTONIO – FINCA EL REPOSO		**Tel/Cel:** 314 4429020	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** N/A	

Actividad: Visita N° 2 – Plan de Trabajo.	**Fecha: 14 julio 2026**
OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL	
Elaboración y socialización de un plan de trabajo individual para cada beneficiario, que incluya acciones específicas de mejora a corto, mediano y largo plazo, orientadas al fortalecimiento de las áreas identificadas en el diagnóstico cualitativo y al desarrollo integral de la experiencia turística.	
REGISTRO FOTOGRAFÍCO VISITA	



	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE ELABORO Y SOCIALIZO PLAN DE TRABAJO CON EL SEÑOR SAMUEL. QUIEN ACOGIO EL DOCUMENTO COMO HOJA DE RUTA PARA SEGUIR ADELANTANDO ACCIONES QUE LE PERMITAN MEJORAR LA EXPERIENCIA TURISTICA. ADICIONAL A ESTO SE RECOMIENDO AVANZAR CON:
RECOMENDACIONES	* ADECUACION DE SENDEROS * CONSTRUCCION DE BARLAS. * CONFECCION DE UNIFORMES. * ORGANIZACION Y REPARACION DE CENTRO DE VISITANTES. Y MEJORAR AREAS DE JARDIN.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** SAMUEL CONTRERAS BERNAL	
C.C	4.208.865	**C.C**	9.506.241
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3144429020
Firma:		**Firma:**	

ANEXO 8
Planes de trabajo beneficiarios

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD & ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S	

PLANES DE TRABAJO

"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"

SEPTIEMBRE - 2026

CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA N° 110.2011.179.2026.
SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE Y GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

Email: Grupoqualitysas@gmail.com
Teléfono: 3115617330

En marco del contrato de mínima cuantía **No. 110.2011.179.2026.** Cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"** se realizaron seis (6) visitas presenciales a los seis (6) beneficiarios del proceso de fortalecimiento con el objetivo de socializar el plan de trabajo con las actividades que se tenían que fortalecer para que el propietario de la iniciativa definiera cuál de ellas podía cumplir durante el tiempo de ejecución del proceso de fortalecimiento empresarial.

Durante la visita de la socialización del plan de trabajo el empresario definió cuales serían sus compromisos para avanzar con las principales tareas de corto plazo resultantes del documento de plan de trabajo y estos se pueden ver a continuación.

Vb
Julián Mejía Fuentes
Rep Legal grupo
Quality S.A.S

PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: RESTAURANTE LOS MANGOS		
Categoría: Gastronomía	**Nit:** 21.180.574 - 3	**Rnt:** N/A
Dirección: C.P El Secreto Cl 5 N°4 Esq.	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Lili Rodríguez Heredia		**Cedula:** 21.180.574
Teléfono: 3114800993	**Fase 2:** Plan de Trabajo	**Fecha visita:** 13 Julio 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.



Idea original del propietario:

El Restaurante Los Mangos nació como una iniciativa familiar impulsada por la necesidad y el espíritu emprendedor de sus propietarios. Tras quedar sin empleo, decidieron adquirir una vivienda que ya contaba con adecuaciones para funcionar como restaurante. Una vez establecidos en el lugar, observaron que numerosos viajeros y habitantes de la zona se detenían con frecuencia para preguntar por un sitio donde pudieran alimentarse. Esta necesidad del entorno motivó a la familia a iniciar la preparación y venta de alimentos, dando origen al restaurante.

La oferta gastronómica ha sido construida a partir de los conocimientos empíricos de la señora Lili, quien, aunque no ha recibido formación técnica en cocina, ha desarrollado sus habilidades culinarias gracias a la experiencia adquirida durante muchos años de práctica. Como complemento a su experiencia, participa periódicamente en cursos de manipulación higiénica de alimentos, fortaleciendo las buenas prácticas en la preparación y servicio.

La propuesta gastronómica del restaurante se caracteriza por ofrecer cocina tradicional casera, elaborada con recetas familiares y sabores propios de la región. Entre sus principales especialidades se encuentran la mojarra frita, la frijolada, los pescados de río preparados en caldo o sudados, utilizando especies como bocachico, nicuro, bagre y cuchareto. Asimismo, durante los fines de semana el establecimiento ofrece preparaciones tradicionales de alta aceptación, como sancocho de gallina campesina, tamales y arroz con pollo o cerdo.

Actualmente, el Restaurante Los Mangos presta servicio de desayunos y almuerzos, consolidándose como un referente gastronómico para viajeros, transportadores y habitantes del sector, quienes valoran la autenticidad de su cocina, la atención familiar y el sabor tradicional de sus preparaciones.

PLAN DE TRABAJO EXPERIENCIA GASTRONÓMICA RESTAURANTE LOS MANGOS

A continuación, se encuentra la descripción de la actividad. las observaciones a estas, las acciones propuestas y la prioridad y el plazo para la realización de cada una de estas:

- Corto plazo (0 a 1 mes): acciones de bajo costo y rápida implementación.
- Mediano plazo (1 a 3 meses): acciones que requieren inversión moderada o capacitación.
- Largo plazo (3 a 12 meses): acciones estratégicas como renovación de marca, comercialización, diseño integral de la experiencia y alianzas comerciales mejoras o adecuaciones estructurales o de equipos y mobiliario de la iniciativa.

De esta forma, el documento no solo identificará las brechas, sino que también servirá como una hoja de ruta práctica para el mejoramiento continuo de la iniciativa.

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
1.1	Claridad de la información antes de la visita	El establecimiento no cuenta con información organizada sobre su propuesta gastronómica en medios digitales o físicos. Esto limita la capacidad del visitante para conocer la experiencia antes de llegar y reduce las posibilidades de atraer nuevos clientes.	- Crear perfiles en Facebook e Instagram. - Publicar menú, horarios, ubicación, historia del restaurante y formas de contacto.	Alta	Corto
1.2	Coherencia en la promesa de venta.	Actualmente no existe una promesa de valor claramente definida que comunique qué hace diferente la experiencia gastronómica del restaurante frente a otros establecimientos.	- Definir la propuesta de valor. - Elaborar un mensaje comercial unificado. - Garantizar que la experiencia ofrecida coincida con lo promocionado.	Alta	Corto
1.3	Facilidades para reservar o comprar.	La captación de clientes depende únicamente del voz a voz, lo cual limita el crecimiento comercial.	- Implementar reservas por WhatsApp.	Alta	Corto

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
2.1	Recepción y acogida del visitante.	No existe un protocolo de bienvenida que permita reconocer al cliente desde su llegada, generando una primera impresión positiva.	- Diseñar un protocolo de bienvenida. - Capacitar al personal en hospitalidad. - Saludar al visitante por iniciativa propia. - Acompañar al cliente hasta la mesa.	Alta	Corto
2.2	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.	Aunque existe buena disposición por parte del personal, la atención depende de la espontaneidad y no de un proceso estandarizado.	- Elaborar protocolo de anfitrión. - Definir saludo institucional. - Capacitar en servicio al cliente.	Alta	Corto
2.3	Presentación inicial de la experiencia.	El cliente recibe el menú sin conocer la historia del restaurante ni el concepto gastronómico.	- Diseñar un discurso de bienvenida. - Presentar la historia del restaurante. - Explicar especialidades de la casa.	Alta	Corto

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
3.1	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	El servicio se concentra en servir alimentos, pero no comunica el patrimonio gastronómico, cultural y natural asociado a los platos.	- Mejorar este aspecto junto a la señora Lili.	Alta	Corto
3.2	Explicación del territorio, cultura o producto.	El servicio se concentra en servir alimentos, pero no comunica el patrimonio gastronómico, cultural y natural asociado a los platos.	- Elaborar contenidos interpretativos. - Explicar origen del pescado, ingredientes y tradición culinaria. - Relacionar la gastronomía con el territorio.	Alta	Mediano
3.3	Participación del visitante	El visitante permanece como un consumidor pasivo durante toda la experiencia.	- Incorporar interacción durante el servicio. - Explicar al cliente los ingredientes y técnicas culinarias utilizadas.	Media	Mediano

3.4	Se cuenta con un guion interpretativo.	No existe un libreto que garantice que todos los visitantes reciban la misma experiencia.	- Diseñar un guion interpretativo. - Capacitar al personal. - Actualizar periódicamente el contenido.	Alta	Mediano

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
4.1	Orden de las actividades.	Existe un orden operativo, pero no se han definido los momentos de verdad de la experiencia del cliente.	- Identificar el recorrido del cliente. - Identificar momentos críticos. - Estructurar la secuencia del servicio.	Media	Mediano
4.2	Manejo del tiempo.	No se han medido tiempos de preparación, servicio y atención.	- Realizar análisis de tiempos y movimientos. - Definir tiempos estándar.	Media	Corto
4.3	Fluidez de la experiencia.	Se deben organizar las actividades y medir los tiempos para garantizar la fluidez de la experiencia.	- Organizar secuencia de atención. - Reducir tiempos de espera. - Coordinar cocina y servicio.	Media	Corto

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
5.1	Elementos que hacen única la experiencia.	Se debe estructurar una experiencia gastronómica que estimule los sentidos, que cuente con una narrativa, que genere interacción con los clientes y que muestre a los visitantes identidad territorial.	- Diseñar experiencia multisensorial. - Incorporar narrativa gastronómica. - Utilizar vajilla con identidad regional. - Mejorar presentación del plato. - Incorporar, música y decoración.	Alta	Largo
5.2	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	Actualmente la experiencia no genera conexión entre el visitante y la cultura del territorio.	- Mostrar ingredientes locales. - Compartir historias culinarias. - Incorporar música llanera. - Promover interacción con productores locales.	Alta	Mediano

5.3	Momentos memorables instagrameables.	No existen espacios diseñados para generar recordación o difusión en redes sociales.	- Diseñar espacios fotográficos. - Mejorar emplatado. - Crear presentación especial de la cazuela. - Incorporar elementos visuales con identidad regional.	Media	Mediano

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
6.1	Despedida del visitante.	El cierre del servicio se realiza de manera informal y sin reforzar la experiencia vivida.	- Crear protocolo de despedida. - Agradecer la visita. - Entregar mensaje final institucional.	Media	Corto
6.2	Invitación a volver y recomendar.	No se motiva al cliente para regresar ni recomendar el establecimiento.	- Invitar a seguir redes sociales. - Solicitar recomendación. - Ofrecer beneficios para una próxima visita.	Media	Corto
6.3	Contacto posterior a la visita.	No existe comunicación después de la visita para fortalecer la fidelización.	- Solicitar autorización para contacto. - Enviar agradecimiento por WhatsApp. - Compartir novedades y promociones.	Media	Mediano

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
7.1	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	El nombre actual no comunica la identidad gastronómica ni el valor diferencial del restaurante.	- Evaluar un nuevo nombre comercial. - Crear una marca asociada a la gastronomía del piedemonte llanero y el Río Upia	Alta	Largo
7.2	Existe un logo o marca que le de identidad visual	El establecimiento carece de elementos gráficos que faciliten su reconocimiento.	- Diseñar logo. - Definir colores corporativos.	Alta	Largo

			- Elaborar manual básico de identidad.		
7.3	Cuenta con fotografías de calidad.	No existen imágenes profesionales que permitan promocionar la experiencia.	- Realizar sesión fotográfica profesional. - Fotografiar platos, instalaciones y experiencia del cliente.	Media	Mediano
7.4	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).	La ausencia de redes limita la visibilidad comercial.	- Crear perfiles institucionales. - Publicar contenido periódicamente. - Diseñar calendario editorial.	Alta	Corto
7.5	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	La información para ubicar y contactar el establecimiento no se encuentra organizada.	- Diseñar piezas informativas. - Publicar horarios, ubicación, teléfonos y reservas.	Alta	Corto

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
8.1	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	Se identifican oportunidades de mejora en orden, limpieza y organización del mobiliario y equipos.	- Implementar acciones de orden y limpieza. - Organizar áreas de trabajo.	Alta	Corto
8.2	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.	No todo el personal utiliza uniforme ni existe una imagen homogénea y estos no son acordes al tema y concepto del restaurante.	- Diseñar uniformes institucionales. - Dotar a todo el personal. - Definir normas de presentación personal.	Media	Mediano
8.3	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.	Se evidenció ausencia de elementos básicos para la atención de emergencias y gestión del riesgo.	- Adquirir extintores. - Instalar señalización. - Dotar botiquín.	Alta	Corto

9. Costos y comercialización.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
9.1	Se identifican los factores del costo.	Aunque se conocen algunos costos, no existe documentación técnica que permita analizarlos y controlarlos.	- Elaborar receta estándar. - Calcular costos por receta. - Actualizar costos periódicamente.	Alta	Mediano
9.2	Experiencia se encuentra costeada.	La experiencia gastronómica no cuenta con una estructura de costos que permita determinar su rentabilidad.	- Costear toda la experiencia. - Definir precio de venta. - Calcular margen de utilidad.	Alta	Mediano
9.3	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	La experiencia aún no hace parte de productos turísticos comercializables.	- Integrar la experiencia con operadores turísticos. - Crear tarifas para agencias.	Media	Largo
9.4	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.	No existen alianzas estratégicas que amplíen los canales de comercialización.	- Establecer convenios con hoteles, agencias de viajes, guías y operadores turísticos. - Participar en ruedas de negocio. - Vincular la experiencia a rutas gastronómicas del destino.	Media	Largo

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes		Después		
		Si	No	Si	No	
1	información y expectativa del visitante.	0%	100%			
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%			
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	40%	60%			
4	Organización de la experiencia	0%	100%			
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%			
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%			
7	Marca y presencia en redes sociales	0%	100%			
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	30%	70%			
9	Costos y comercialización	25%	75%			
Total % de cumplimiento iniciativa.		10,5%	89,5%			

10. Lo que el equipo consultor visualiza para el establecimiento. Haciendo uso de herramientas de Inteligencia Artificial realizamos propuestas de mejora que permitan al propietario de la iniciativa visualizar lo que como consultores deseamos para el establecimiento y que estas propuestas puedan ser adoptadas y generen transformaciones de corto, mediano y largo plazo.

<table>
<tr><th colspan="2">Visualización 1 – Organización, limpieza y reubicación de mobiliario del corredor exterior – fachada.</th></tr>
<tr><th>Antes</th><th>Después</th></tr>
<tr><td> 
</td><td> 
</td></tr>
<tr><td colspan="2">Actividades por realizar:
1. Repintar la fachada.
2. Unificar y organizar mobiliario por formas y colores.
3. Recuperar plantas decorativas para reubicar en áreas estratégicas, podar árboles y palmas, mejorar ajardinamiento exterior.
4. Reubicar botelleros de bebidas, limpiarlos y organizarlos.
5. Retirar elementos que contaminan visualmente el establecimiento, (carteles de eventos y política)
6. Reubicar en el rincón del pasillo todos los elementos que no pertenecen ni a la tienda ni al restaurante.
7. Retirar letrero deteriorado del establecimiento que se encuentra sobre el tejado.
8. Mejorar las conexiones y cableado eléctrico a la vista.
9. Lavar con hidro lavadora paredes, fachadas y piso que se observa notablemente manchado.
10. Colocar flanche en el techo para evitar que el agua de la lluvia escurra por las parades del establecimiento y las manche.</td></tr>
</table>

Visualización 2 – Organización, limpieza y reubicación de equipos, menaje y dotaciones de cocina.	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar:

1. Reubicar estufas.
2. Realizar limpieza profunda a toda la cocina.
3. Retirar todos los elementos del patio que no se usan y hacer limpieza profunda.
4. Organizar elementos de parte baja de los mesones en contenedores plásticos y canastas.
5. Retirar estufa y refrigerador que se encuentran dañados. Enviarlos a reparar o eliminarlos definitivamente
6. Instalar repisas en el área de la pared principal para colocar contenedores de alimentos.
7. Colocar extintor contra incendios y botiquín.

Visualización 3 – Construcción de una cazuela de pescado desde cero mejorando presentación, sabor, tamaño y calidad de ingredientes.	
Antes	**Después**
	
Actividades por realizar: 1. Definir ingredientes. 2. Estandarizar receta y preparación. 3. Realizar testeo de la cazuela. 4. Buscar vajilla con identidad de origen. 5. Emplatar y tomar fotografías para promoción. 6. Costear. 7. Establecer precio de venta. 8. Promocionar.	

Visualización 4 – Mejorar uniformidad y presentación del personal de servicio.	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar:

1. Definir el concepto del restaurante.
2. Identificar el público objetivo.
3. Definir la personalidad de la marca.
4. Analizar las condiciones de trabajo.
5. Definir los cargos.
6. Elegir la paleta de colores.
7. Definir los materiales.
8. Incorporar identidad territorial.
9. Diseñar el bordado.
10. Validar funcionalidad.

Visualización 5 – Construcción de una marca comercial que de identidad al restaurante y al destino	
Antes	**Después**
	RESTAURANTE La Cazuela del Upía SABOR Y TRADICIÓN RIBEREÑA EL SECRETO • SABANALARGA • CASANARE

Actividades por realizar:

1. Definir los elementos de la marca para crear la identidad visual.
2. Definir el nombre.
3. Identificar la forma.
4. Hacer pruebas y seleccionar la opción grafica estéticamente más viable.

Visualización 5 – Mejoramiento de fachada	
Antes	**Después**
 	 

Actividades por realizar:

1. Lavar con hidro lavadora todo el muro y el piso.
2. Resanar el muro en las partes que este maltratado.
3. Repintar el muro con los colores sugeridos.
4. Pintar logo del establecimiento.
5. Mejorar el ajardinamiento del establecimiento.
6. Pintar rejas con colores sugeridos.

Visualización 6 – Mejoramiento del ambiente interior del salón.

Antes



Después



Actividades por realizar:

1. Lavar con hidro lavadora todo el muro y el piso.
2. Resanar el muro en las partes que este maltratado.
3. Repintar el muro con los colores sugeridos.
4. Pintar logo del establecimiento.
5. Mejorar el ajardinamiento del establecimiento.
6. Pintar rejas con colores sugeridos.

Visualización 7 – Organización de patio exterior y el Jardín	
Antes	**Después**
	
	

Actividades por realizar:

1. Retirar todos los elementos que no se utilizan, bidones de aceite, galones, canastas, equipos dañados que no funcionan, basura, etc.
2. Realizar limpieza profunda a toda el área. (paredes, piso y techo).
3. Delimitar la matera de las plantas y organizar jardín.
4. Organizar todos los elementos, canastas, contenedores y demás que sirvan y se utilicen en el restaurante.

11. Observaciones.

Las anteriores acciones propuestas deberán ser aceptadas o rechazadas por el representante legal del establecimiento y tendrán que ser ejecutadas durante el proceso de fortalecimiento empresarial que tiene una duración de dos meses.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026.

PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: XOCASA		
Categoría: Bienestar	**Nit:** 23417510 - 1	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda El Carmen – Finca Las Delicias	**Municipio:** Sabanalarga	**Dpto.:** Casanare
Representante legal: Hilda Vargas Piñeros		**Cedula:** 23.417.510
Teléfono: 3114800993	**Fase 2:** Plan de Trabajo	**Fecha:** 10 julio 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	
Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.		







Idea original del propietario:

Xocasa nace como una iniciativa familiar dedicada a la producción, transformación y comercialización de cacao y sus derivados, aprovechando las condiciones naturales del piedemonte casanareño para cultivar un producto de alta calidad. La finca cuenta con una extensión aproximada de 25 hectáreas, de las cuales 20 están destinadas a ganadería, 2 de bosques y frutales y 3 se encuentran establecidas en cultivo de cacao, adicional a esto la finca cuenta con una construcción en la que se encuentra la planta de procesamiento y secado de cacao, donde se elaboran diferentes productos como chocolatinas artesanales, chocolate de mesa, galletas y otros derivados.

Con el propósito de generar mayor valor agregado a la producción cacaotera y diversificar sus fuentes de ingreso, la iniciativa comenzó a integrar el turismo como una actividad complementaria, adecuando un alojamiento rural con tres habitaciones y un kiosco destinado al desarrollo de experiencias vivenciales alrededor del cacao. Actualmente, Xocasa ofrece experiencias que permiten a los visitantes conocer de manera práctica el proceso de transformación del cacao y comprender el trabajo realizado por los productores para convertir el grano en chocolate artesanal.

La primera experiencia, denominada **"Del Grano a la Chocolatina"**, invita a los participantes a convertirse en chocolateros por un día. Durante el recorrido conocen el proceso de tostión del cacao, el descascarillado, la molienda, la obtención del licor de cacao, el refinado de la mezcla para mejorar su textura y finalmente la elaboración de una chocolatina artesanal personalizada, la cual decoran con ingredientes como nibs de cacao, maní, nueces u otros toppings. Al finalizar, cada participante empaca su chocolatina en papel parafinado para llevarla como recuerdo de la experiencia.

La segunda experiencia corresponde a la **Chocolaterapia**, una actividad de bienestar inspirada en las propiedades cosméticas y antioxidantes del cacao. En ella, los visitantes utilizan cobertura de chocolate previamente derretida para realizar masajes relajantes en manos, rostro y cuello, promoviendo una experiencia sensorial que combina relajación, contacto con productos naturales y bienestar. Posteriormente, disponen de espacios adecuados para el lavado y limpieza, completando una experiencia de autocuidado en un entorno natural.

La visión de Xocasa es consolidarse como un referente regional de turismo experiencial y agroalimentario alrededor del cacao, integrando la producción agrícola, la transformación artesanal, la gastronomía, el bienestar, el alojamiento rural y la educación sobre la cadena productiva del cacao. De esta manera busca ofrecer experiencias auténticas que permitan a los visitantes comprender el origen del chocolate, valorar el trabajo de las familias cacaoteras y contribuir al desarrollo sostenible del territorio.

PLAN DE TRABAJO INICIATIVA TURISTICA XOCASA

A continuación, se encuentra la descripción de la actividad. las observaciones a estas, las acciones propuestas y la prioridad y el plazo para la realización de cada una de estas:

- Corto plazo (0 a 1 mes): acciones de bajo costo y rápida implementación.
- Mediano plazo (1 a 3 meses): acciones que requieren inversión moderada o capacitación.
- Largo plazo (3 a 12 meses): acciones estratégicas como renovación de marca, comercialización, diseño integral de la experiencia y alianzas comerciales mejoras o adecuaciones estructurales o de equipos y mobiliario de la iniciativa.

De esta forma, el documento no solo identificará las brechas, sino que también servirá como una hoja de ruta práctica para el mejoramiento continuo de la iniciativa.

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
1.1	Claridad de la información antes de la visita	La información previa a la visita requiere fortalecerse para que el visitante conozca claramente las actividades, duración, horarios, recomendaciones y alcance de la experiencia antes de llegar. Una comunicación más completa permitirá gestionar mejor las expectativas del turista.	- Elaborar un flyer institucional, fortalecer las redes sociales y crear un protocolo de información previa al visitante.	Alta	Corto
1.2	Coherencia en la promesa de venta.	La promesa comercial debe alinearse completamente con la experiencia vivida por el visitante, garantizando coherencia entre la publicidad y el servicio prestado.	- Definir la propuesta de valor, estructurar el mensaje comercial y unificar el discurso promocional en todos los canales.	Alta	Corto
1.3	Facilidades para reservar o comprar.	La iniciativa cuenta con alianzas estratégicas y mecanismos de reserva que representan una fortaleza; sin embargo, es conveniente ampliar los canales de comercialización directa para disminuir la dependencia de intermediarios.	- Implementar reservas por WhatsApp o Google forms y canales digitales.	Media	Mediano

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
2.1	Recepción y acogida del visitante.	La recepción de los visitantes constituye una fortaleza al contar con un procedimiento estructurado; sin embargo, este debe actualizarse periódicamente para mantener altos estándares de hospitalidad.	- Revisar y actualizar el protocolo de bienvenida, capacitar al personal y evaluar la satisfacción de los visitantes.	Baja	Mediano
2.2	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.	La iniciativa dispone de un protocolo de bienvenida que demuestra hospitalidad; no obstante, puede enriquecerse incorporando elementos emocionales e interpretativos que fortalezcan la conexión con el visitante desde el primer momento.	- Actualizar el protocolo incorporando narrativas sobre el cacao, la familia, la historia de la finca y el territorio.	Media	Mediano
2.3	Presentación inicial de la experiencia.	La experiencia aún no cuenta con una presentación inicial completamente estructurada que permita contextualizar al visitante sobre el recorrido, los objetivos y las recomendaciones generales.	- Diseñar un discurso inicial, presentar el itinerario y explicar las normas de seguridad y comportamiento durante la visita.	Alta	Corto

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
3.1	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	Los anfitriones poseen amplios conocimientos y habilidades para contar historias relacionadas con el cacao; sin embargo, el relato puede enriquecerse incorporando aspectos técnicos, históricos, comerciales, culturales y científicos que generen mayor valor interpretativo.	- Elaborar un guion interpretativo integral sobre el cacao, incluyendo biodiversidad, producción, mercado, historia y curiosidades.	Alta	Mediano

3.2	Explicación del territorio, cultura o producto.	El recorrido requiere fortalecer la explicación del territorio, relacionando el clima, el suelo, la biodiversidad y la cultura local con la producción de cacao y el desarrollo de la iniciativa.	- Incorporar contenidos sobre geografía, cultura, economía regional y paisaje dentro del recorrido interpretativo.	Alta	Mediano
3.3	Participación del visitante	La participación activa del visitante constituye una de las principales fortalezas de la experiencia, favoreciendo el aprendizaje vivencial y la apropiación del conocimiento.	- Mantener las actividades participativas e incorporar nuevas experiencias sensoriales relacionadas con la transformación del cacao.	Baja	Largo
3.4	Se cuenta con un guion interpretativo.	La existencia de un guion interpretativo representa una fortaleza; sin embargo, este debe actualizarse periódicamente para incorporar nuevos contenidos y mejorar la calidad del relato.	- Revisar y actualizar el guion interpretativo anualmente e incluir nuevos contenidos técnicos y culturales.	Baja	Mediano

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
4.1	Orden de las actividades.	La secuencia de actividades se encuentra organizada y facilita el desarrollo ordenado de la experiencia; no obstante, es recomendable documentar el recorrido mediante herramientas de gestión de la experiencia del visitante.	- Realizar la identificación de los momentos de verdad con el cliente durante la ejecución de la experiencia.	Baja	Mediano
4.2	Manejo del tiempo.	La medición de tiempos constituye una fortaleza que facilita la planeación operativa de la experiencia.	- Revisar periódicamente los tiempos y ajustarlos según la temporada y el perfil del visitante.	Baja	Largo
4.3	Fluidez de la experiencia.	Aunque la experiencia presenta una secuencia organizada, es posible mejorar la transición entre actividades para que el recorrido fluya de manera más natural y dinámica.	- Revisar los tiempos de transición, incorporar actividades de interpretación y reducir tiempos muertos.	Media	Corto

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
5.1	Elementos que hacen única la experiencia.	La experiencia posee un enorme potencial para convertirse en un referente de turismo del cacao; sin embargo, requiere incorporar más elementos sensoriales que estimulen el olfato, gusto, tacto, vista y oído.	- Diseñar experiencias con aromas del cacao, degustaciones, texturas, catas de chocolate, perfiles sensoriales y chocolaterapia.	Alta	Largo
5.2	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	La interacción con la cultura local puede fortalecerse integrando gastronomía tradicional, historias campesinas, costumbres y patrimonio cultural relacionado con el cacao.	- Incorporar bebidas tradicionales, gastronomía local, relatos comunitarios y actividades culturales durante la experiencia.	Alta	Mediano
5.3	Momentos memorables instagrameables.	La experiencia ofrece diversos escenarios con potencial para convertirse en espacios memorables; sin embargo, aún no han sido diseñados específicamente para favorecer la recordación y la difusión en redes sociales.	- Crear puntos fotográficos temáticos, señalética, murales, estaciones de degustación y espacios "instagrameables".	Alta	Mediano

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
6.1	Despedida del visitante.	El cierre de la experiencia requiere mayor estructura para reforzar la recordación y cerrar emocionalmente el recorrido.	- Diseñar un protocolo de despedida con mensaje institucional y agradecimiento.	Media	Corto
6.2	Invitación a volver y recomendar.	La despedida no incorpora acciones orientadas a incentivar la recomendación y el regreso del visitante.	- Incluir invitación a recomendar la experiencia, seguir las redes sociales y regresar con nuevos acompañantes.	Media	Corto
6.3	Contacto posterior a la visita.	Actualmente no existe un seguimiento posterior que fortalezca la fidelización y la promoción espontánea de la experiencia.	- Implementar seguimiento mediante WhatsApp, envío de fotografías, encuestas y agradecimientos posteriores a la visita.	Alta	Mediano

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
7.1	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	La experiencia aún no cuenta con un nombre comercial que facilite su posicionamiento y recordación en el mercado turístico.	- Diseñar un nombre atractivo para la experiencia y desarrollar una estrategia de posicionamiento.	Alta	Largo
7.2	Existe un logo o marca que le de identidad visual	El logotipo institucional no comunica completamente el concepto turístico de la experiencia ni sus atributos diferenciadores.	- Rediseñar la identidad visual e incorporar aplicaciones para souvenirs, uniformes y señalización.	Alta	Largo
7.3	Cuenta con fotografías de calidad.	Aunque existen fotografías de calidad, es necesario ampliar el banco de imágenes para fortalecer la promoción en medios digitales y material impreso	- Realizar sesiones fotográficas profesionales durante diferentes actividades y temporadas.	Media	Mediano
7.4	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).	La presencia en redes sociales constituye una fortaleza; sin embargo, es necesario mejorar la calidad narrativa y visual de los contenidos.	- Elaborar un plan de contenidos, producir videos y fortalecer la interacción con la comunidad digital.	Media	Mediano
7.5	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	La información de ubicación, horarios, contacto y reservas debe fortalecerse tanto en medios físicos como digitales para facilitar el acceso de nuevos visitantes.	- Diseñar piezas informativas, instalar señalización y actualizar permanentemente la información institucional.	Alta	Corto

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
8.1	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	El mobiliario y los equipos se encuentran en excelente estado, constituyendo una fortaleza para la operación de la experiencia.	- Mantener el programa de mantenimiento preventivo y registros periódicos de inspección.	Baja	Largo
8.2	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.	El uniforme actual cumple su función básica, pero puede evolucionar hacia una	- Diseñar uniformes institucionales inspirados en el cacao, con	Alta	Mediano

		propuesta más elegante y alineada con el concepto de turismo del cacao.	materiales frescos y una imagen coherente con la marca.		
8.3	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.	La iniciativa cuenta con los elementos de seguridad requeridos para el desarrollo de las actividades, representando una fortaleza operativa.	- Mantener la revisión periódica de equipos, señalización y capacitaciones en primeros auxilios.	Baja	Largo

9. Costos y comercialización.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
9.1	Se identifican los factores del costo.	Los factores que afectan los costos se encuentran identificados; sin embargo, no existe una documentación técnica que facilite el análisis financiero y la toma de decisiones.	- Elaborar costeo de experiencia.	Alta	Mediano
9.2	Experiencia se encuentra costeada.	Las experiencias aún no cuentan con un costeo técnico que permita definir precios competitivos y garantizar la sostenibilidad económica.	- Realizar el costeo integral de cada experiencia comenzando por el Perfil de la Taza y replicar la metodología para las demás actividades.	Alta	Mediano
9.3	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	La articulación con la Agencia Operadora Local Sabana Travel constituye una fortaleza; sin embargo, es necesario ampliar la red de comercialización mediante nuevos operadores turísticos.	- Gestionar alianzas con agencias regionales y nacionales, operadores especializados y plataformas de comercialización.	Media	Largo
9.4	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.	Las alianzas comerciales actuales pueden fortalecerse para ampliar la cobertura del mercado y diversificar los canales de venta.	- Establecer convenios con hoteles, restaurantes, agencias de viajes, cámaras de comercio y entidades de promoción turística.	Alta	Largo

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes		Después		
		Si	No	Si	No	
1	información y expectativa del visitante.	60%	40%			
2	Bienvenida y hospitalidad.	70%	30%			
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	80%	20%			
4	Organización de la experiencia	70%	30%			
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%			
6	Aspectos de cierre y recordación	30%	70%			
7	Marca y presencia en redes sociales	35%	65%			
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	70%	30%			
9	Costos y comercialización	25%	75%			
	Total % de cumplimiento iniciativa.	48,90%	51,10%			

10. Lo que el equipo consultor visualiza para el establecimiento. Haciendo uso de herramientas de Inteligencia Artificial realizamos propuestas de mejora que permitan al propietario de la iniciativa visualizar lo que como consultores deseamos para la iniciativa y que estas propuestas puedan ser adoptadas y generen transformaciones de corto, mediano y largo plazo.

Visualización 1 – Uniformidad y concepto.	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar:

1. El uniforme actual cumple su función básica, pero puede evolucionar hacia una propuesta más elegante y alineada con el concepto de turismo del cacao, con materiales frescos y una imagen coherente con la marca.

Visualización 2 – Creación de espacio y elementos para tomarse fotos y compartir en redes sociales.	
Antes	**Después**
	
No existen elementos instagrameables para tomar fotografías	 

Actividades por realizar:

1. Se propone la creación de un espacio en el que las personas puedan tomarse fotografías para sus redes sociales.
2. Elaboración de un marco tipo cuadro que nos permita tomar una foto con la chocolatina gigante de XOCASA y el delantal.

Visualización 3 – Organización de estructuras en mural y pintura de fabrica de chocolate.	
Antes	**Después**
	

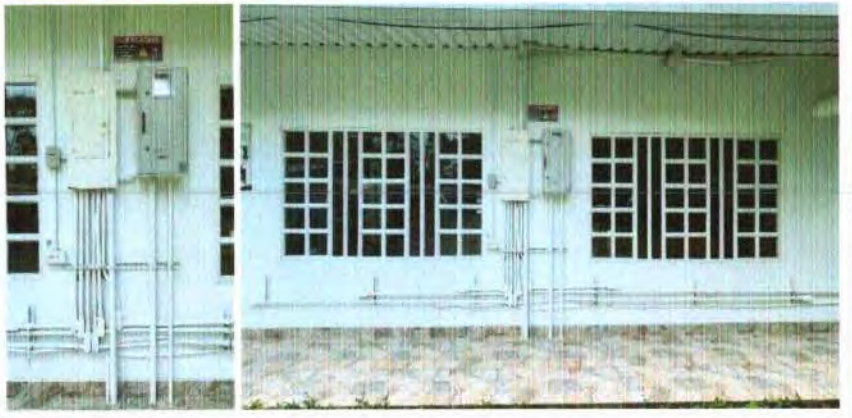
Actividades por realizar:

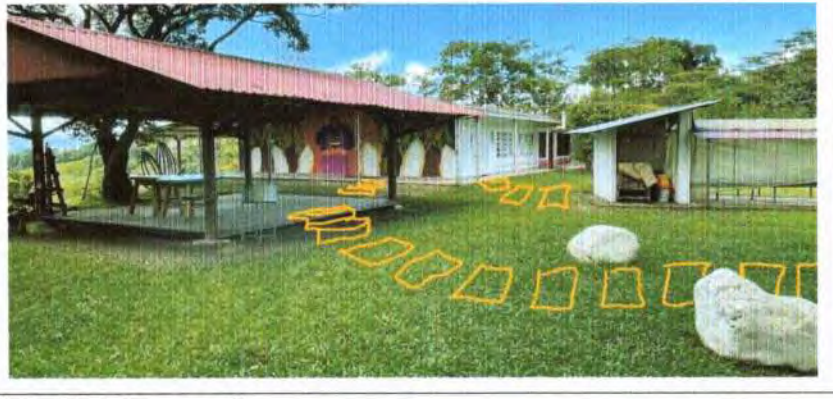
1. Se propone correr las columnas hacia los extremos del mural para que no contamine la pintura y esta pared pueda ser usada por los clientes para fotografías.

Visualización 4 – Organización de pintura de fábrica de chocolate.	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar:

1. Continuar con la pintura en el área de la fábrica con el portón las columnas y las ventanas para tematizar esta área.

Visualización 5 – Detalles de pintura tuberías externas fábrica de chocolate.	
Antes	**Después**
	
Actividades por realizar: 1. Detallar tuberías exteriores para mejorar la tematización de la fábrica de chocolate.	

Visualización 6 – Detalles de pintura tuberías externas fábrica de chocolate.	
Antes	**Después**
	
Actividades por realizar: 1. Elaborar camino que conduzca al quiosco.	

Visualización 7 – Diseño de experiencia de chocolaterapia

Antes



Después



Visualización 7 – Diseño de experiencia de chocolaterapia

Paso a paso



Después



Actividades a realizar

1. Implementar experiencia y medir tiempo para vincularla a la elaboración de la chocolatina.

Visualización 8 – Mejora de la bebida de cacao	
Paso a paso	**Después**
	
Actividades a realizar 1. Implementar experiencia y medir tiempo para vincularla a la elaboración de la chocolatina.	

11. Observaciones.

Las anteriores acciones propuestas deberán ser aceptadas o rechazadas por el representante legal del establecimiento y tendrán que ser ejecutadas durante el proceso de fortalecimiento empresarial que tiene una duración de dos meses, las visualizaciones son actividades que se deben desarrollar en el mediano y largo plazo y que muestran cómo podrían organizarse los espacios para poder recibir a los visitantes que llegan a la iniciativa turística.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026.

PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: RESERVA NATURAL EL PÁRAMO		
Categoría: Naturaleza	**Nit:** N/A	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda Puerto Nuevo. Fca el Páramo	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Gonzalo Fernández Cubides		**Cedula:** 74.810.379
Teléfono: 312 8945833	**Fase 2:** Plan de Trabajo	**Fecha visita:** 03 julio 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.



Idea original del propietario:

La idea original del propietario era conservar los bosques, preservar el agua y trabajar ganado en los potreros que ya tenía la finca cuando la adquirió. Gonzalo nunca tuvo intención alguna de trabajar turísticamente el predio y solo hasta que en el año 2018 recibió una visita de alguien relacionado a turismo fue que con sus recomendaciones intento por mucho tiempo trabajar temas de observación de vida silvestre pero sin avances significativos durante todos estos años, luego en el año 2023 después de estar hablando y de hacer recibido algunas visitas de amigos de el ya retomo el tema con más fuerza pero seguía dudando de invertir y fue solo hasta esta asesoría que Gonzalo decide construir un Lodge con tres habitaciones y áreas de camping para que de esta forma los visitantes puedan llegar a la finca, pernoctar y realizar caminatas por el bosque, visitar las cascadas, la laguna y dar un paseo por la Finca el Páramo.

PLAN DE TRABAJO INICIATIVA TURISTICA
RESERVA NATURAL EL PÁRAMO

A continuación, se encuentra la descripción de la actividad. las observaciones a estas, las acciones propuestas y la prioridad y el plazo para la realización de cada una de estas:

- Corto plazo (0 a 1 mes): acciones de bajo costo y rápida implementación.
- Mediano plazo (1 a 3 meses): acciones que requieren inversión moderada o capacitación.
- Largo plazo (3 a 12 meses): acciones estratégicas como renovación de marca, comercialización, diseño integral de la experiencia y alianzas comerciales mejoras o adecuaciones estructurales o de equipos y mobiliario de la iniciativa.

De esta forma, el documento no solo identificará las brechas, sino que también servirá como una hoja de ruta práctica para el mejoramiento continuo de la iniciativa.

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
1.1	Claridad de la información antes de la visita	La experiencia no cuenta con información previa de la iniciativa ni de las experiencias que allí se desarrollan, esta información podría estar presente en WhatsApp, Facebook o Instagram de la iniciativa.	- Crear perfiles en Facebook e Instagram. - Crear material promocional.	Alta	Mediano
1.2	Coherencia en la promesa de venta.	No existe una propuesta de valor claramente definida que permita diferenciar la experiencia frente a otros destinos de naturaleza del departamento.	- Definir la propuesta de valor. - Elaborar un mensaje comercial unificado. - Garantizar que la experiencia ofrecida coincida con lo promocionado.	Alta	Corto
1.3	Facilidades para reservar o comprar.	No existen mecanismos estandarizados para la reserva de visitantes, generando dependencia del contacto telefónico o del voz a voz.	- Implementar reservas por WhatsApp o Google forms.	Alta	Mediano

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
2.1	Recepción y acogida del visitante.	La recepción del visitante no sigue un protocolo establecido que garantice una bienvenida cálida y homogénea.	- Diseñar un protocolo de bienvenida. - Capacitar al personal en hospitalidad.	Alta	Corto
2.2	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida)	La atención depende de la experiencia individual de los prestadores y no de procedimientos documentados.	- Elaborar protocolo de anfitrión. - Definir saludo institucional. - Capacitar en servicio al cliente.	Alta	Corto
2.3	Presentación inicial de la experiencia.	No existe un guion estructurado en el que se contextualice al visitante sobre la reserva, el recorrido y las recomendaciones de seguridad.	- Diseñar un guion de bienvenida y presentación de la experiencia.	Alta	Corto

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
3.1	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	La interpretación del patrimonio natural puede fortalecerse incorporando contenidos sobre biodiversidad, geología, ecosistemas y procesos ecológicos presentes en la reserva.	- Diseñar un guion interpretativo específico para cada atractivo y capacitar a los guías.	Alta	Mediano
3.2	Explicación del territorio, cultura o producto.	La experiencia no integra suficientemente el patrimonio cultural, y gastronómico del territorio dentro del recorrido.	- Incorporar relatos sobre la cultura local, gastronomía, tradiciones campesinas y saberes asociados al territorio.	Alta	Mediano
3.3	Participación del visitante	La participación del visitante durante el recorrido es limitada, reduciendo la apropiación de la experiencia.	- Diseñar actividades de interacción, interpretación participativa y aprendizaje experiencial.	Media	Mediano
3.4	Se cuenta con un guion interpretativo.	No existe un guion interpretativo estandarizado que garantice una experiencia homogénea para todos los visitantes.	- Elaborar un manual interpretativo con mensajes clave, tiempos y actividades para cada estación del recorrido.	Alta	Mediano

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
4.1	Orden de las actividades.	La secuencia de la experiencia no se encuentra documentada, dificultando la estandarización del servicio.	- Realizar la identificación de los momentos de verdad con el cliente durante la ejecución de la experiencia.	Media	Mediano
4.2	Manejo del tiempo.	No se han definido tiempos estándar para el desarrollo de las actividades.	- Medir tiempos de recorrido, descanso, interpretación y alimentación para optimizar la operación.	Media	Corto
4.3	Fluidez de la experiencia.	Durante el recorrido pueden presentarse tiempos muertos que disminuyen el dinamismo de la experiencia.	- Incorporar actividades de interpretación, observación o interacción durante los tiempos de transición.	Media	Corto

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
5.1	Elementos que hacen única la experiencia.	La experiencia aún no incorpora elementos sensoriales que fortalezcan el vínculo emocional del visitante con el destino.	- Diseñar una experiencia multisensorial mediante sonidos, aromas, gastronomía, texturas y paisajes.	Alta	Largo
5.2	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	La interacción con la cultura local puede fortalecerse para generar una experiencia más auténtica	- Integrar demostraciones gastronómicas, relatos campesinos, música tradicional y participación comunitaria.	Alta	Mediano
5.3	Momentos memorables instagrameables.	No existen espacios diseñados para generar recordación y difusión en redes sociales.	- Crear puntos fotográficos, miradores temáticos y escenarios con identidad visual de la reserva.	Media	Mediano

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
6.1	Despedida del visitante.	El cierre de la experiencia no cuenta con un protocolo que refuerce la satisfacción del visitante.	- Diseñar un protocolo de despedida y agradecimiento.	Media	Corto
6.2	Invitación a volver y recomendar.	No se implementan estrategias para incentivar el regreso o la recomendación del destino.	- Invitar a seguir las redes sociales, dejar reseñas y ofrecer beneficios para futuras visitas.	Media	Corto
6.3	Contacto posterior a la visita.	No existe un seguimiento posterior que permita fortalecer la relación con los visitantes.	- Implementar una estrategia de seguimiento mediante WhatsApp, correo electrónico o redes sociales.	Media	Mediano

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
7.1	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	El nombre comercial puede fortalecerse para comunicar con mayor claridad la propuesta de valor del destino.	- Evaluar el posicionamiento del nombre y desarrollar una estrategia de branding.	Alta	Largo
7.2	Existe un logo o marca que le de identidad visual	La identidad visual requiere consolidarse para lograr mayor reconocimiento y coherencia gráfica.	- Diseñar logo. - Definir colores corporativos. - Elaborar manual básico de identidad.	Alta	Largo
7.3	Cuenta con fotografías de calidad.	El banco de imágenes es insuficiente para promocionar adecuadamente la experiencia.	- Realizar una sesión fotográfica y audiovisual profesional de los atractivos y actividades.	Media	Mediano
7.4	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).	La ausencia de redes limita la visibilidad comercial.	- Crear un plan de contenidos para redes sociales, página web y campañas digitales.	Alta	Corto
7.5	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	La información de contacto y acceso no se encuentra completamente organizada ni estandarizada.	- Diseñar piezas informativas con horarios, tarifas, ubicación, recomendaciones y medios de reserva.	Alta	Corto

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
8.1	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	Existen oportunidades para fortalecer el orden, limpieza y mantenimiento de la infraestructura turística.	- Implementar listas de chequeo, programas de mantenimiento preventivo y jornadas periódicas de limpieza.	Alta	Corto
8.2	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.	El personal no cuenta con uniformes institucionales que fortalezcan la identidad y la imagen profesional de la experiencia.	- Diseñar e implementar uniformes funcionales, cómodos y alineados con la identidad de la reserva.	Media	Mediano
8.3	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.	Se requiere fortalecer las condiciones de seguridad y gestión del riesgo para visitantes y colaboradores.	- Implementar plan de emergencias, señalización, botiquines, extintores y capacitación en primeros auxilios.	Alta	Corto

9. Costos y comercialización.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
9.1	Se identifican los factores del costo.	La estructura de costos no se encuentra completamente documentada, dificultando la toma de decisiones financieras.	- Elaborar costeo de las experiencias y de los planes y paquetes.	Alta	Mediano
9.2	Experiencia se encuentra costeada.	Las experiencias turísticas aún no cuentan con un costeo integral que permita establecer precios competitivos y rentables.	- Costear cada experiencia turística considerando costos directos e indirectos y definir tarifas.	Alta	Mediano
9.3	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	La oferta turística puede fortalecerse mediante la estructuración de productos y paquetes comercializables.	- Diseñar paquetes turísticos diferenciados para distintos segmentos de mercado e integrarlos al portafolio comercial.	Media	Largo
9.4	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.	Las alianzas comerciales aún son limitadas para ampliar los canales de promoción y venta.	- Gestionar convenios con agencias de viajes, hoteles, operadores turísticos, instituciones y plataformas de comercialización.	Media	Largo

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes		Después		
		Si	No	Si	No	
1	información y expectativa del visitante.	0%	100%			
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%			
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	0%	100%			
4	Organización de la experiencia	0%	100%			
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%			
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%			
7	Marca y presencia en redes sociales	0%	100%			
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	0%	100%			
9	Costos y comercialización	0%	100%			
	Total % de cumplimiento iniciativa.	0,00%	100%			

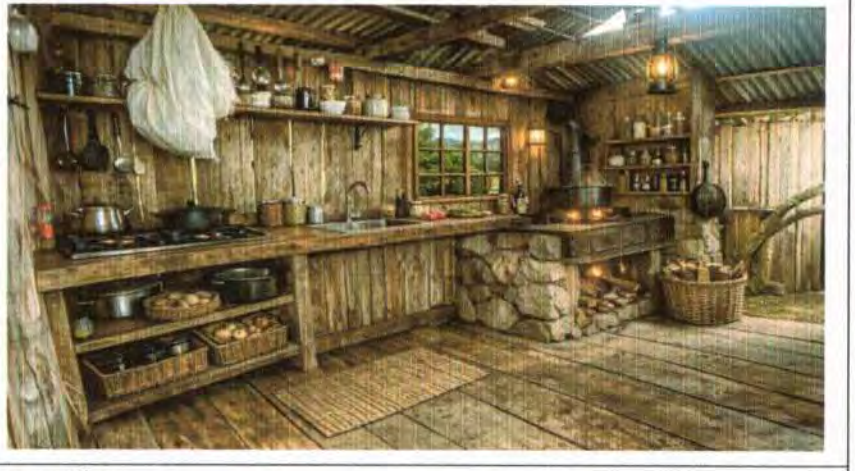
10. Lo que el equipo consultor visualiza para el establecimiento. Haciendo uso de herramientas de Inteligencia Artificial realizamos propuestas de mejora que permitan al propietario de la iniciativa visualizar lo que como consultores deseamos para el establecimiento y que estas propuestas puedan ser adoptadas y generen transformaciones de corto, mediano y largo plazo.

Visualización 1 – Adecuación de la casa principal de huéspedes	
Antes	Después
	

Actividades por realizar:

1. Construir escalera de acceso.
2. Tumbar paredes de habitación de la izquierda para organizar área del comedor.
3. Ampliar comedor y dejar bodega de almacenamiento en la puerta del centro.
4. Organizar habitación interior para alojar huéspedes.
5. Construir terraza.
6. Habilitar área para fogatas.
7. Construir barandales.
8. Mejorar jardineria del exterior de la casa.

Visualización 2 – Mejorar el área de la cocina.

Antes	Después
	

Actividades por realizar

1. Reestructurar paredes.
2. Reemplazar vigas del techo y travesaños que soportan el piso.
3. Reemplazar tablado de piso y paredes y reparar techo.
4. Organizar área de estufa, mesón y lavado de losa.
5. Organizar extracción de estufa y cambiar por estufa a gas.
6. Mejorar iluminación del área de la cocina.

Visualización 3 – Organizar habitaciones	
Antes	**Después**
	
Actividades por realizar 1. Organizar tablado vertical de paredes. 2. Levantar piso y colocar vigas adicionales de soporte. 3. Construir ventanas y puertas de acceso. 4. Construir baño privado para esta habitación. 5. Habilitar área de closet.	6. Mejorar iluminación interior. 7. Emparejar piso del rancho. 8. Dotar con mobiliario la habitación. 9. Colocar nombre a la habitación. 10. Lijar madera de paredes y piso.
Visualización 4 – Construir área de camping	
Antes	**Después**
	
Actividades por realizar 1. Construir plataformas y pasarelas aéreas. 2. Construir pasarelas y camping. 3. Mejorar baterías sanitarias. 4. Construir pozo profundo.	5. Mejorar iluminación interior exterior 6. Mejorar área de jardines. 7. Podar y reubicar el cercado de alambre de puha.

Visualización 5 – Construir facilidades de plataforma en la cascada.	
Antes	**Después**
	
Actividades por realizar 1. Realizar limpieza y organización de área de pasarela. 2. Definir forma y puntos de la plataforma.	3. Profundizar pozo de baño y crear acceso. 4. Reubicar piedras grandes para hacer más hondo el pozo.
Visualización 7 – Elaborar uniformes	
Antes	**Después**
	
Actividades por realizar 1. Definir tipo de materiales y diseño.	2. Adquirir telas. 3. Confeccionar.

Visualización 8 – Construir Señaletica	
Antes	**Después**
No existe señalética del establecimiento	
Actividades por realizar 1. Definir recursos y diseño. 2. Presentar propuesta a concesionarias viales para ver qué apoyo se puede conseguir sea este en materiales o mano de obra.	

Visualización 9 – Construcción de una marca que de identidad a la iniciativa turística	
No existe marca	LODGE EL PÁRAMO OBSERVACIÓN DE AVES Y VIDA SILVESTRE
Actividades por realizar 1. Buscar nombre atractivo para la finca. 2. Identificar elementos de marca. 3. Ejecutar idea y realizar bocetos.	

11. Observaciones.

Las anteriores acciones propuestas deberán ser aceptadas o rechazadas por el representante legal del establecimiento y tendrán que ser ejecutadas durante el proceso de fortalecimiento empresarial que tiene una duración de dos meses, las visualizaciones son actividades que se deben desarrollar en el mediano y largo plazo y que muestran cómo podrían organizarse los espacios para poder recibir a los visitantes del parque.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026.

PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: ORQUIDEAS DEL PIEDEMONTE		
Categoría: Naturaleza	**o:** N/A	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda El Carmen – Fca La Escuadra	**Municipio:** Sabanalarga	**Dpto.:** Casanare
Representante legal: Carolina Vargas Vargas		**Cedula:** 23.417.976
Teléfono: 3204553337	**Fase 2:** Plan de Trabajo	**Fecha visita:** 25 Jun 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.



Idea original del propietario:

La iniciativa Orquídeas del Piedemonte nace del interés y la pasión de Carolina por las orquídeas, un conocimiento heredado de su madre y su abuela, quienes desde hace muchos años cultivaban estas especies como parte de una tradición familiar. Luego de la pandemia por COVID-19, Carolina decidió radicarse en el municipio con el propósito de desarrollar un proyecto de vida alrededor de su pasión por las orquídeas, convirtiendo este conocimiento en un emprendimiento orientado a la conservación, la educación ambiental y el turismo de naturaleza.

Inicialmente comenzó cultivando orquídeas en pequeñas canastas ubicadas alrededor de su vivienda. Motivada por ampliar sus conocimientos, visitó un orquideario especializado donde aprendió técnicas de manejo, conservación y exhibición de estas plantas. Esta experiencia la inspiró a adecuar su propio predio, construyendo su propio orquideario, con senderos ecológicos alrededor de un caño natural y estableciendo un vivero con una colección cada vez más amplia de orquídeas nativas y comerciales.

Con el tiempo, el lugar comenzó a recibir visitantes gracias al apoyo de amigos y familiares y de una agencia operadora de turismo local, generando una nueva oportunidad para diversificar sus ingresos mediante la venta de orquídeas y la atención de turistas interesados en conocer sobre las orquideas del piedemonte llanero.

A partir de esta experiencia, Carolina proyecta consolidar Orquídeas del Piedemonte como un centro de turismo de naturaleza y educación ambiental especializado en la conservación, exhibición y comercialización de orquídeas. Su propuesta contempla la construcción de un orquideario con la colección más representativa de orquídeas del piedemonte llanero, complementado con senderos interpretativos, espacios para la educación ambiental y experiencias de aprendizaje sobre la importancia ecológica de estas especies.

Como parte de la oferta turística, busca implementar talleres prácticos sobre cultivo, mantenimiento y cuidado de orquídeas, además de crear un servicio innovador de guardería y hospital de orquídeas para apoyar a coleccionistas y aficionados. El proyecto también incluirá la venta de orquídeas comerciales, una tienda de recuerdos y productos temáticos inspirados en las orquídeas y la biodiversidad regional, así como un servicio de alojamiento rural en las tres habitaciones disponibles en el segundo piso de su vivienda, orientado principalmente a observadores y fotógrafos de aves y naturaleza que visitan el piedemonte casanareño y buscan una experiencia de inmersión en un entorno natural.

La visión del emprendimiento es convertirse en un referente regional del turismo de naturaleza y del conocimiento sobre las orquídeas y las aves del piedemonte llanero, ofreciendo experiencias auténticas que integren conservación, educación ambiental, recreación y hospedaje, contribuyendo al desarrollo del turismo sostenible y a la generación de ingresos para la familia y las comunidades locales asentadas en este territorio.

PLAN DE TRABAJO INICIATIVA TURISTICA ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE

A continuación, se encuentra la descripción de la actividad. las observaciones a estas, las acciones propuestas y la prioridad y el plazo para la realización de cada una de estas:

- Corto plazo (0 a 1 mes): acciones de bajo costo y rápida implementación.
- Mediano plazo (1 a 3 meses): acciones que requieren inversión moderada o capacitación.
- Largo plazo (3 a 12 meses): acciones estratégicas como renovación de marca, comercialización, diseño integral de la experiencia y alianzas comerciales mejoras o adecuaciones estructurales o de equipos y mobiliario de la iniciativa.

De esta forma, el documento no solo identificará las brechas, sino que también servirá como una hoja de ruta práctica para el mejoramiento continuo de la iniciativa.

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
1.1	Claridad de la información antes de la visita	Aunque el visitante recibe información básica antes de la visita, esta no se encuentra organizada en materiales físicos y digitales que permitan comprender claramente las actividades, horarios, duración, recomendaciones y alcance de la experiencia. Esto puede generar expectativas diferentes a las que realmente ofrece la iniciativa.	- Elaborar un flyer institucional, fortalecer las redes sociales y crear un protocolo de información previa al visitante.	Alta	Corto
1.2	Coherencia en la promesa de venta.	La propuesta de valor de la experiencia posee un alto potencial, sin embargo, debe comunicarse de manera más clara para garantizar que la promesa comercial coincida con la experiencia entregada al visitante.	- Definir la propuesta de valor, estructurar el mensaje comercial y unificar el discurso promocional en todos los canales.	Alta	Corto
1.3	Facilidades para reservar o comprar.	Actualmente la comercialización depende principalmente de operadores turísticos y del voz a voz, lo que limita la captación directa de clientes y reduce la autonomía comercial de la iniciativa.	- Implementar reservas por WhatsApp o Google forms y canales digitales.	Alta	Corto

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
2.1	Recepción y acogida del visitante.	La recepción de los visitantes se realiza de manera cordial; sin embargo, no existe un protocolo documentado que garantice una bienvenida homogénea y memorable.	- Diseñar un protocolo de bienvenida. - Capacitar al personal en hospitalidad.	Alta	Corto
2.2	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.	La amabilidad del anfitrión constituye una fortaleza de la experiencia; no obstante, es necesario estandarizar la atención mediante protocolos que aseguren una experiencia consistente para todos los visitantes.	- Elaborar protocolo de anfitrión. - Definir saludo institucional. - Capacitar en servicio al cliente.	Alta	Corto
2.3	Presentación inicial de la experiencia.	No se realiza una introducción estructurada que contextualice al visitante sobre la iniciativa, el territorio, las normas de seguridad y el desarrollo del recorrido.	- Diseñar un guion de bienvenida y presentación de la experiencia.	Alta	Corto

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
3.1	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	La guía demuestra amplios conocimientos sobre las orquídeas; sin embargo, el relato interpretativo puede fortalecerse incorporando información científica, ecológica, comercial y cultural que permita comprender el valor de estas especies dentro del ecosistema.	- Elaborar un guion interpretativo completo que incluya biodiversidad, conservación, usos, importancia ecológica e historias locales.	Alta	Mediano
3.2	Explicación del territorio, cultura o producto.	La experiencia requiere fortalecer la explicación del territorio, relacionando el clima, la altitud, el bosque, la humedad y las condiciones ambientales con el	- Diseñar contenidos interpretativos sobre el territorio y su relación con la biodiversidad y las orquídeas.	Alta	Mediano

		desarrollo de las orquídeas y el origen de la iniciativa.			
3.3	Participación del visitante	El visitante participa principalmente como observador, limitando la interacción con los elementos de la experiencia.	- Incorporar actividades prácticas como fotografía de orquídeas, identificación de especies, observación de polinizadores y experiencias participativas.	Media	Mediano
3.4	Se cuenta con un guion interpretativo.	La iniciativa no dispone de un guion interpretativo estructurado que garantice uniformidad en la información suministrada durante los recorridos.	- Elaborar un manual interpretativo con contenidos, tiempos, mensajes clave y actividades por estación.	Alta	Mediano

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
4.1	Orden de las actividades.	Las actividades se desarrollan adecuadamente, pero no existe un recorrido documentado que permita garantizar una secuencia lógica y uniforme de la experiencia.	- Realizar la identificación de los momentos de verdad con el cliente durante la ejecución de la experiencia.	Media	Mediano
4.2	Manejo del tiempo.	No se han definido tiempos estándar para cada actividad del recorrido, dificultando la planeación operativa y el control de la experiencia.	- Realizar estudios de tiempos y movimientos y establecer estándares de duración por actividad.	Media	Corto
4.3	Fluidez de la experiencia.	La experiencia puede presentar variaciones en su desarrollo debido a la ausencia de procedimientos estandarizados que garanticen fluidez.	- Organizar la secuencia de actividades y optimizar los tiempos de transición entre estaciones.	Media	Corto

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
5.1	Elementos que hacen única la experiencia.	La experiencia presenta un alto potencial para convertirse en una vivencia	- Diseñar experiencias sensoriales relacionadas con aromas, sonidos del	Alta	Largo

		memorable; sin embargo, aún no incorpora suficientes estímulos sensoriales que fortalezcan el vínculo emocional del visitante con las orquídeas y el bosque.	bosque, texturas, interpretación y observación especializada.		
5.2	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	La experiencia puede fortalecer la integración entre biodiversidad, cultura local, gastronomía y procesos ecológicos como la polinización para ofrecer una visión integral del territorio. La interacción con la cultura local puede fortalecerse para generar una experiencia más auténtica	- Incorporar relatos sobre polinizadores, gastronomía local, tradiciones campesinas y conservación.	Alta	Mediano
5.3	Momentos memorables instagrameables.	Existen escenarios con alto potencial para generar recordación y difusión en redes sociales, pero aún no han sido diseñados como puntos fotográficos estratégicos.	- Diseñar escenarios "instagrameables", señalética interpretativa y espacios para fotografía temática.	Media	Mediano

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
6.1	Despedida del visitante.	El cierre de la experiencia se realiza de forma espontánea, sin un protocolo que refuerce la satisfacción y recordación del visitante.	- Diseñar un protocolo de despedida que incluya agradecimiento y cierre interpretativo.	Media	Corto
6.2	Invitación a volver y recomendar.	No se aprovecha el momento de despedida para incentivar la recomendación y el regreso del visitante.	- Implementar estrategias de fidelización, invitación a compartir la experiencia y seguimiento en redes sociales.	Media	Corto
6.3	Contacto posterior a la visita.	Actualmente no se realiza seguimiento posterior a la visita para fortalecer el vínculo con los visitantes y promover futuras recomendaciones.	- Implementar contacto posterior mediante WhatsApp, envío de fotografías, agradecimientos y promociones.	Media	Mediano

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
7.1	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	El nombre "Orquídeas del Piedemonte" resulta atractivo, fácil de recordar y comunica adecuadamente la temática principal de la experiencia.	- Mantener el nombre y fortalecer su posicionamiento mediante estrategias de branding.	Baja	Largo
7.2	Existe un logo o marca que le de identidad visual	Aunque existe un logotipo, este no refleja completamente el valor diferencial, la elegancia y el potencial turístico de la iniciativa.	- Diseñar una nueva identidad visual con aplicaciones para señalización, uniformes, souvenirs y material promocional.	Alta	Largo
7.3	Cuenta con fotografías de calidad.	La iniciativa no cuenta con un banco de fotografías profesionales que facilite su promoción en medios digitales e impresos.	- Realizar una sesión fotográfica profesional durante diferentes épocas de floración.	Media	Mediano
7.4	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).	La presencia en redes sociales constituye una fortaleza, pero es necesario mejorar la calidad visual, la frecuencia de publicación y la estrategia de contenidos.	- Elaborar un plan de contenidos, mejorar la producción audiovisual y fortalecer la interacción con los seguidores.	Alta	Corto
7.5	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	La información de horarios, ubicación, contacto y reservas no se encuentra suficientemente visible para facilitar el acceso de nuevos visitantes.	- Diseñar piezas gráficas con información institucional e implementar códigos QR y señalización.	Alta	Corto

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
8.1	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	El equipamiento presenta condiciones adecuadas; sin embargo, algunas sillas requieren mantenimiento para garantizar comodidad y seguridad.	- Reparar o reemplazar el mobiliario deteriorado e implementar un plan de mantenimiento preventivo.	Media	Corto
8.2	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.	El uniforme actual cumple una función básica, pero no refleja la identidad,	- Diseñar una nueva línea de uniformes inspirada en las orquídeas, funcional para clima	Alta	Mediano

		elegancia y nivel de calidad que busca transmitir la experiencia.	cálido y alineada con la identidad de la marca.		
8.3	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.	Se identificó ausencia de elementos básicos de seguridad y atención de emergencias, lo que representa un riesgo para visitantes y colaboradores.	- Implementar plan de emergencias, señalización, botiquines, extintores, puntos de encuentro y capacitación en primeros auxilios.	Alta	Corto

9. Costos y comercialización.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
9.1	Se identifican los factores del costo.	Aunque se conocen los principales factores que intervienen en los costos, estos no se encuentran documentados ni sistematizados para apoyar la toma de decisiones.	- Elaborar fichas técnicas de costos y establecer indicadores financieros.	Alta	Mediano
9.2	Experiencia se encuentra costeada.	La experiencia aún no cuenta con un costeo técnico que permita establecer precios rentables y sostenibles.	- Realizar el costeo integral de la experiencia incluyendo costos directos e indirectos.	Alta	Mediano
9.3	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	La experiencia ya hace parte de un paquete turístico, pero puede ampliar significativamente su cobertura mediante nuevas alianzas comerciales.	- Vincular la experiencia a nuevos portafolios turísticos regionales y nacionales.	Media	Largo
9.4	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.	Las alianzas actuales constituyen una buena base, aunque es necesario fortalecer la red comercial para ampliar el alcance de la experiencia.	- Gestionar convenios con agencias de viajes, hoteles, operadores especializados, cámaras de comercio e instituciones públicas y privadas.	Media	Largo

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes		Después		
		Si	No	Si	No	
1	información y expectativa del visitante.	0%	100%			
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%			
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	0%	100%			
4	Organización de la experiencia	0%	100%			
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%			
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%			
7	Marca y presencia en redes sociales	30%	70%			
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	40%	60%			
9	Costos y comercialización	25%	75%			
	Total % de cumplimiento iniciativa.	10,55%	89,45%			

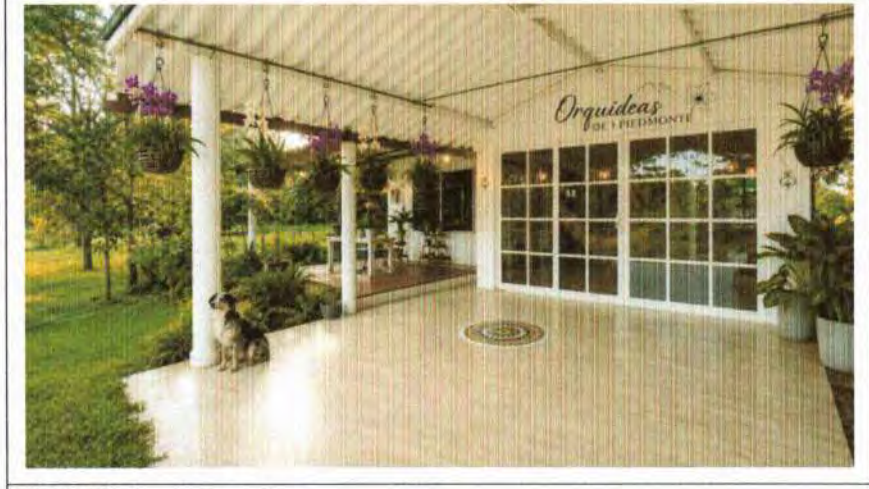
10. Lo que el equipo consultor visualiza para el establecimiento. Haciendo uso de herramientas de Inteligencia Artificial realizamos propuestas de mejora que permitan al propietario de la iniciativa visualizar lo que como consultores deseamos para la iniciativa y que estas propuestas puedan ser adoptadas y generen transformaciones de corto, mediano y largo plazo.

<table>
<tr><th colspan="2">Visualización 1 – Organización del pórtico de ingreso y letrero de la iniciativa Orquídeas de Piedemonte</th></tr>
<tr><th>Antes</th><th>Después</th></tr>
<tr><td>  </td><td>  </td></tr>
<tr><td> 
</td><td> 
</td></tr>
<tr><td>Actividades por realizar:
1. Enderezar portones y retocarlos con pintura.
2. Levantar pórtico de la entrada de la iniciativa. Tal y como se describe en las fotos.
3. Podar y hacer rocería al ingreso de la iniciativa.</td><td>4. Organizar textos.
5. Conseguir materiales.
6. Rutear madera.
7. Pintar textos.</td></tr>
</table>

Visualización 2 – Organización Huella de vehículos para ingresar a la casa	
Antes	**Después**
	
Actividades por realizar: 1. Construir canales para conducir el agua hacia la quebrada. 2. Reforzar la huella de los vehículos con piedra.	 3. Podar y demarcar muy bien la huella de los vehículos. 4. Demarcar el área para parquear vehículos de visitantes.

Visualización 3 – Construcción del árbol de las orquídeas.	
Antes	**Después**
	
Actividades por realizar: 1. Organizar huella alrededor del árbol con placas de cemento y gravilla. 2. Colocar en la parte baja plantas decorativas de hojas grandes y bromelias o helechos. 3. Ubicar de forma decorativa en las ramas de este las orquídeas mas vistosas e iluminar desde el piso para decorar de noche.	

Visualización 4 – Organización de espacios de la casa y reubicación de elementos decorativos.	
Antes	**Después**
	
	
Actividades por realizar: 1. Retirar plantas que contaminan visualmente. 2. Reorganizar materas colgantes.	3. Reubicar enredadera. 4. Reutilizar aves decorativas de madera para redecorar. 5. Reubicar materas y organizarlas por tipo, forma, tamaño.

Visualización 4 – Organización de espacio para recibir a los visitantes y dar las charlas	
Antes	**Después**
	
	
Actividades por realizar: 1. Pintar columnas y lavar techo. 2. Colocar logo arriba de la puerta ventana en la pared triangular. 3. Reorganizar el cableado eléctrico.	4. Reubicar la Moto y las Ciclas. 5. Colocar en los extremos las orquídeas que más bonitas estén para exhibirlas. 6. Reparar el césped alrededor de la casa.

Visualización 5 – Reconstruir Orquideario.	
Antes	**Después**
	
Actividades por realizar: 1. Reparar el orquideario que se encuentra caído debido a que la humedad deterioro la madera. 2. Se recomienda hacer las bases en concreto.	3. Construir letreros 4. Exhibir orquídeas colgadas con guayas puestas con tensores.

Visualización 6 – Construcción de una marca que de identidad a la Iniciativa	
ORQUÍDEAS Y AVES DE PIEDEMONTE	Orquídeas DE PIEDEMONTE
Actividades por realizar: 1. Reestructurar el concepto de la marca conservando los elementos.	

<table>
<tr><th colspan="2">Visualización 7 – Restructuración de concepto de uniformidad.</th><th colspan="2">Visualización 8 – Organizar vitrinas de souvenirs</th></tr>
<tr><th colspan="2">Antes</th><th>Antes</th><th>Después</th></tr>
<tr><td colspan="2">   </td><td colspan="2">   </td></tr>
<tr><td colspan="2">Actividades por realizar:
1. Rediseñar concepto.
2. Definir materiales y diseño.
3. Confeccionar.</td><td colspan="2">Actividades por realizar:
1. Rediseñar concepto.
2. Definir materiales y diseño.
3. Confeccionar.</td></tr>
</table>

11. Observaciones.

Las anteriores acciones propuestas deberán ser aceptadas o rechazadas por el representante legal del establecimiento y tendrán que ser ejecutadas durante el proceso de fortalecimiento empresarial que tiene una duración de dos meses, las visualizaciones son actividades que se deben desarrollar en el mediano y largo plazo y que muestran cómo podrían organizarse los espacios para poder recibir a los visitantes que llegan a la iniciativa turística.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026.

PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: CASCADAS SUBTERRANEAS DE SABANALARGA		
Categoría: Naturaleza	**Nit:** N/A	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda Caño Barroso – F. Villa Elena	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Thomas Esteban Ruiz Castro		**Cedula:** 1.049.627.902
Teléfono: 3103920204	**Fase 1:** Diagnóstico	**Fecha visita:** 07 JUL 26
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.





Idea original del propietario:

La iniciativa del propietario consiste en transformar la Finca Villa Elena en un destino de ecoturismo y turismo de naturaleza y bienestar de alto valor, ofreciendo experiencias rurales auténticas dirigidas a visitantes nacionales e internacionales interesados en el patrimonio natural y cultural de la Orinoquia colombiana.

La propuesta busca aprovechar el desplazamiento hacia los cenotes como parte integral de la experiencia turística, permitiendo que los visitantes permanezcan en la finca y desarrollen actividades durante uno o varios días. Para ello, se plantea la construcción de un alojamiento estructurado de bajo impacto ambiental diferente al camping tradicional que permita la pernoctación y facilite la inmersión en la vida rural mediante actividades como el ordeño, recorridos por el huerto, consumo de alimentos orgánicos producidos en la finca, caminatas interpretativas, visitas a los principales atractivos naturales y otras experiencias asociadas al estilo de vida campesino.

La Finca Villa Elena está ubicada en el municipio de Sabanalarga, departamento de Casanare. Fue adquirida hace cinco años con fines ganaderos y actualmente conserva un equilibrio entre la producción pecuaria y la conservación del medio ambiente. De sus 45 hectáreas, 30 se destinan a actividades productivas y las 15 hectáreas restantes corresponden a un área de conservación que protege ecosistemas estratégicos y una importante diversidad de recursos naturales.

Entre los principales atractivos de la finca se destacan los cenotes, una amplia caverna por la que discurre una quebrada y que alberga una colonia de murciélagos, así como un sendero ecológico de aproximadamente 1,6 kilómetros que conecta estos recursos mediante un recorrido de cerca de 35 minutos con un nivel de dificultad medio.

La visión del propietario contempla el desarrollo de un modelo turístico sostenible basado en infraestructura liviana y de bajo impacto ambiental, orientada a mejorar la seguridad, accesibilidad y calidad de la experiencia del visitante. Para ello, se prevé la adecuación de los puntos críticos del sendero, la instalación de señalización e interpretación ambiental, zonas de descanso, plataformas de observación y el equipamiento necesario para la operación de servicios de alojamiento y atención al visitante.

Desde el punto de vista comercial, el proyecto pretende evolucionar de un atractivo con alcance principalmente local hacia un destino ecoturístico competitivo, capaz de atraer visitantes de diferentes regiones de Colombia y mercados internacionales. Se espera que la oferta este conformada por pasadías, recorridos guiados de interpretación de la naturaleza y paquetes turísticos con alojamiento, integrando actividades de senderismo, observación de fauna, contemplación del paisaje, fotografía de naturaleza, educación ambiental, bienestar y experiencias rurales.

La propuesta se fundamenta en un modelo de negocio que articula la conservación del patrimonio natural con el aprovechamiento sostenible del territorio y la diversificación de los ingresos rurales. De esta manera, la finca busca consolidarse como un referente regional de turismo de naturaleza, donde la protección de los ecosistemas constituye el principal activo para el desarrollo de una oferta turística diferenciada, responsable, competitiva y alineada con los principios de sostenibilidad.

PLAN DE TRABAJO INICIATIVA TURISTICA
CASCADAS SUBTERRANEAS DE SABANALARGA

A continuación, se encuentra la descripción de la actividad. las observaciones a estas, las acciones propuestas y la prioridad y el plazo para la realización de cada una de estas:

- Corto plazo (0 a 1 mes): acciones de bajo costo y rápida implementación.
- Mediano plazo (1 a 3 meses): acciones que requieren inversión moderada o capacitación.
- Largo plazo (3 a 12 meses): acciones estratégicas como renovación de marca, comercialización, diseño integral de la experiencia y alianzas comerciales mejoras o adecuaciones estructurales o de equipos y mobiliario de la iniciativa.

De esta forma, el documento no solo identificará las brechas, sino que también servirá como una hoja de ruta práctica para el mejoramiento continuo de la iniciativa.

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
1.1	Claridad de la información antes de la visita	Actualmente la iniciativa no dispone de información previa organizada que permita al visitante conocer las experiencias, actividades, duración del recorrido, recomendaciones, horarios y condiciones de acceso antes de realizar la visita. Esta situación limita la capacidad de atraer nuevos clientes y dificulta la planificación del viaje.	- Crear perfiles en Facebook e Instagram. - Crear material promocional.	Alta	Mediano
1.2	Coherencia en la promesa de venta.	La propuesta comercial aún no se encuentra claramente definida, por lo que es necesario garantizar que la promesa realizada durante la comercialización corresponda exactamente con la experiencia que recibirá el visitante.	- Definir la propuesta de valor, estructurar el discurso comercial y documentar los servicios incluidos y excluidos en cada experiencia.	Alta	Corto
1.3	Facilidades para reservar o comprar.	Actualmente las reservas dependen exclusivamente del operador local, lo que	- Implementar reservas mediante WhatsApp Business, formularios	Alta	Corto

		limita la autonomía comercial de la iniciativa y reduce las posibilidades de venta directa.	digitales, página web y ampliar las alianzas comerciales con agencias de viajes.		

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
2.1	Recepción y acogida del visitante.	No existe una propuesta estructurada para la recepción de los visitantes que garantice una bienvenida organizada, cálida y homogénea.	- Diseñar un protocolo de recepción, definir responsables y adecuar un espacio de bienvenida con información básica de la experiencia.	Alta	Corto
2.2	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.	La iniciativa aún no cuenta con un protocolo institucional de hospitalidad que estandarice la atención brindada a los visitantes.	- Elaborar un protocolo de bienvenida, capacitar al personal y establecer estándares de servicio.	Alta	Corto
2.3	Presentación inicial de la experiencia.	No se realiza una presentación inicial que permita contextualizar al visitante sobre la historia del lugar, el recorrido, los tiempos y las normas de seguridad.	- Diseñar un discurso de apertura que introduzca la experiencia, explique el itinerario y presente las recomendaciones generales.	Alta	Corto

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
3.1	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	La interpretación del patrimonio natural depende del operador turístico, pero aún no existe un guion específico sobre la geología, la formación de los cenotes, la biodiversidad y la importancia ambiental del sitio.	- Elaborar un guion interpretativo con información geológica, ecológica, histórica y cultural, complementado con relatos locales.	Alta	Mediano
3.2	Explicación del territorio, cultura o producto.	La narrativa del recorrido no incorpora de forma suficiente información relacionada con el territorio, la cultura local y las actividades tradicionales de la comunidad.	- Integrar contenidos sobre historia local, cultura campesina, biodiversidad, usos del territorio y patrimonio natural.	Alta	Mediano

3.3	Participación del visitante	La experiencia requiere fortalecer la participación del visitante para favorecer el aprendizaje vivencial y aumentar la recordación.	- Diseñar actividades participativas de interpretación ambiental, fotografía, observación de fauna, recorridos guiados y experiencias rurales.	Media	Mediano
3.4	Se cuenta con un guion interpretativo.	La iniciativa no dispone de un guion interpretativo documentado que garantice una experiencia homogénea para todos los visitantes.	- Elaborar un manual interpretativo con contenidos, tiempos, mensajes clave y estaciones del recorrido.	Alta	Mediano

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
4.1	Orden de las actividades.	Las actividades requieren una secuencia lógica que permita ofrecer una experiencia organizada y coherente durante toda la visita.	- Realizar la identificación de los momentos de verdad con el cliente durante la ejecución de la experiencia.	Media	Mediano
4.2	Manejo del tiempo.	No se han medido los tiempos de recorrido y de cada actividad, dificultando la planificación operativa y la gestión del servicio.	- Realizar un estudio de tiempos y movimientos para establecer estándares de duración.	Media	Corto
4.3	Fluidez de la experiencia.	La experiencia puede presentar interrupciones o tiempos muertos debido a la ausencia de procedimientos operativos claramente definidos.	- Organizar el flujo del recorrido e incorporar actividades de interpretación durante los tiempos de transición.	Media	Corto

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
5.1	Elementos que hacen única la experiencia.	La experiencia aún no incorpora elementos sensoriales que conviertan la visita en una experiencia memorable y diferenciada.	- Diseñar experiencias relacionadas con los sonidos del bosque, interpretación ambiental, gastronomía local, observación de fauna, narrativas y actividades participativas.	Alta	Largo

5.2	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	Existe una oportunidad para integrar de manera más evidente la cultura local, la gastronomía y la naturaleza como parte de la experiencia turística.	- Incorporar degustaciones, actividades rurales, cocina tradicional, relatos campesinos y demostraciones culturales.	Alta	Mediano
5.3	Momentos memorables instagrameables.	No se han identificado ni diseñado puntos específicos que favorezcan la generación de fotografías memorables y la difusión espontánea en redes sociales.	- Diseñar miradores, marcos fotográficos, señalética temática y espacios "instagrameables" en los principales atractivos.	Media	Mediano

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
6.1	Despedida del visitante.	La despedida del visitante se realiza de manera informal, desaprovechando una oportunidad para fortalecer la recordación positiva de la experiencia.	- Diseñar un protocolo de despedida con agradecimiento institucional y entrega de recuerdos digitales o físicos.	Media	Corto
6.2	Invitación a volver y recomendar.	No existe una estrategia que incentive al visitante a regresar o recomendar la experiencia a otras personas.	- Incorporar una invitación formal a recomendar la experiencia, dejar reseñas y seguir las redes sociales.	Media	Corto
6.3	Contacto posterior a la visita.	Actualmente no se realiza seguimiento posterior a la visita, limitando la fidelización y la promoción espontánea del destino.	- Implementar seguimiento mediante WhatsApp, correo electrónico y envío de fotografías de la experiencia.	Media	Mediano

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
7.1	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	El nombre "Los Cenotes" debe analizarse desde el punto de vista geológico y comercial para determinar si representa adecuadamente el atractivo o si conviene desarrollar una marca turística más diferenciadora.	- Realizar un estudio de identidad de marca y definir un nombre comercial con potencial de posicionamiento.	Alta	Largo

7.2	Existe un logo o marca que le de identidad visual	La iniciativa no cuenta con una identidad visual que facilite su reconocimiento en el mercado turístico.	- Diseñar logo. - Definir colores corporativos. - Elaborar manual básico de identidad.	Alta	Largo
7.3	Cuenta con fotografías de calidad.	No existe un banco de fotografías profesionales que permita promocionar adecuadamente la experiencia.	- Realizar sesiones fotográficas y audiovisuales durante diferentes épocas del año.	Media	Mediano
7.4	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).	La ausencia de presencia institucional en redes sociales limita significativamente la promoción y comercialización de la experiencia.	- Crear perfiles oficiales, implementar un plan de contenidos y desarrollar campañas digitales.	Alta	Corto
7.5	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	La información de contacto, horarios, ubicación y reservas depende del operador turístico y no de la iniciativa.	- Publicar información propia en medios digitales, señalización física y material promocional.	Alta	Corto

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
8.1	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	La operación aún no dispone de los equipos básicos necesarios para garantizar la seguridad durante el recorrido.	- Adquirir botiquín, radios de comunicación, silbatos, teléfonos móviles, linternas y demás equipos requeridos.	Alta	Corto
8.2	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.	El personal no cuenta con uniformes institucionales que fortalezcan la identidad visual y la imagen profesional de la experiencia.	- Diseñar uniformes funcionales inspirados en el concepto del destino y adecuados para clima cálido y recorridos ecoturísticos.	Media	Mediano
8.3	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.	Se identificó ausencia de elementos básicos para la gestión del riesgo y la atención de emergencias.	- Implementar plan de emergencias, señalización, extintores, botiquines, equipos de protección personal y capacitación en primeros auxilios.	Alta	Corto

9. Costos y comercialización.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
9.1	Se identifican los factores del costo.	Los factores que determinan los costos de la experiencia aún no han sido identificados ni documentados.	- Elaborar la estructura de costos e identificar costos directos e indirectos.	Alta	Mediano
9.2	Experiencia se encuentra costeada.	La experiencia aún no cuenta con un costeo técnico que permita establecer tarifas sostenibles y competitivas.	- Realizar el costeo de la experiencia y posteriormente vincularla a un paquete turístico.	Alta	Mediano
9.3	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	Actualmente la experiencia no hace parte de paquetes turísticos comercializados por agencias de viajes.	- Diseñar productos turísticos estructurados e incorporarlos al portafolio de agencias y operadores.	Alta	Largo
9.4	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.	Las alianzas comerciales aún son insuficientes para garantizar una comercialización permanente de la experiencia.	- Establecer convenios con agencias de viajes, hoteles, operadores especializados y entidades de promoción turística.	Alta	Largo

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

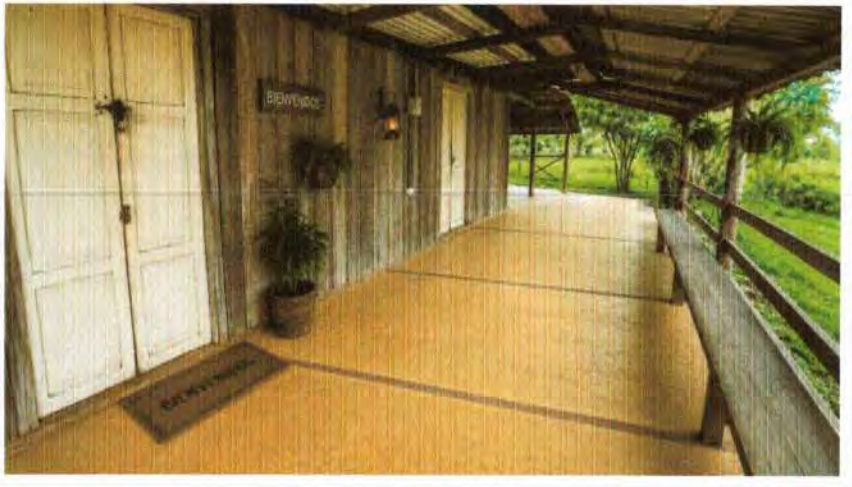
Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes		Después		
		Si	No	Si	No	
1	información y expectativa del visitante.	0%	100%			
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%			
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	0%	100%			
4	Organización de la experiencia	0%	100%			
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%			
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%			
7	Marca y presencia en redes sociales	0%	100%			
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	0%	100%			
9	Costos y comercialización	0%	100%			
Total % de cumplimiento iniciativa.		0,00%	100.00%			

10. Lo que el equipo consultor visualiza para el establecimiento. Haciendo uso de herramientas de Inteligencia Artificial realizamos propuestas de mejora que permitan al propietario de la iniciativa visualizar lo que como consultores deseamos para el establecimiento y que estas propuestas puedan ser adoptadas y generen transformaciones de corto, mediano y largo plazo.

<table>
<tr><th colspan="2">Visualización 1 – Organización del pórtico de ingreso al Complejo Geológico Los Ojos de La Tierra.</th></tr>
<tr><th>Antes</th><th>Después</th></tr>
<tr><td>  </td><td>  </td></tr>
<tr><td colspan="2">Actividades por realizar:

1. Retiro de elementos existentes.
2. Identificación de materiales de construcción del pórtico de acceso.
3. Instalación de puertas de acceso.
4. Instalación del cerramiento perimetral.
5. Elaborar un letrero tallado en madera con la identidad gráfica del Complejo Geológico Los Ojos de la Tierra.
6. Adecuación del acceso vehicular y peatonal.
7. Llevar a cabo acciones de paisajismo y jardinería.
8. Organizar señalética de ubicación, bienvenida y orientación.</td></tr>
</table>

Visualización 2 – Adecuación área de llegada de visitantes.

Antes	Después
	

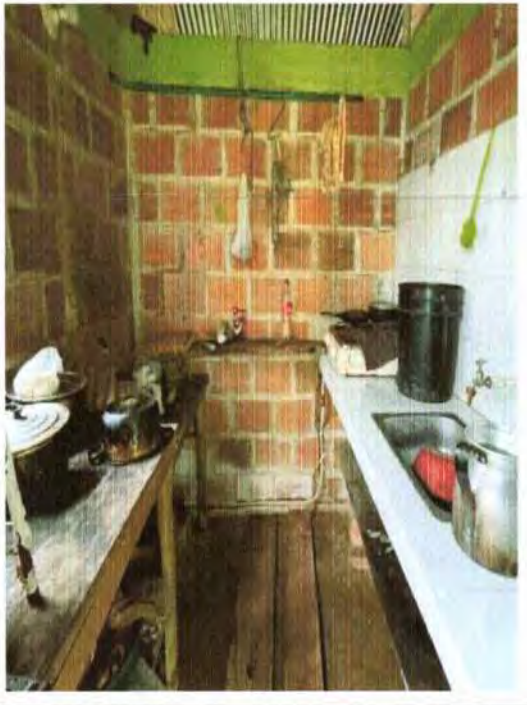
Actividades por realizar

1. Retirar todos los elementos en desuso que contaminan visualmente el espacio.
2. Realizar limpieza profunda de este espacio incluyendo, pisos, paredes, puertas, barandas, techo y mobiliario.
3. Llevar acciones para mejorar la condición de la madera.
4. Reparar y pintar puertas.
5. Limpiar y desmanchar piso.
6. Reparar y limpiar techo de pasillo.
7. Adecuación de la iluminación calida que mejore la experiencia y de calidez a esta área.
8. Organizar armoniosamente el mobiliario de la casa.
9. Llevar a cabo acciones para mejorar el paisajismo interior de la construcción.
10. Instalar señalización de evacuación y emergencias.
11. Reparar barandas del corredor.
12. Organización de instalaciones eléctricas protegidas y visibles.

Visualización 3 – Adecuación centro de visitantes.	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar

1. Limpieza general del área y retiro de residuos, materiales en desuso y elementos deteriorados.
2. Restauración y mantenimiento de la infraestructura (cubierta, muros, columnas y pisos).
3. Reparación y pintura de puertas, ventanas y elementos de madera.
4. Adecuación del acceso principal y construcción de senderos peatonales.
5. Construcción de jardineras y establecimiento de zonas verdes con especies ornamentales nativas.
6. Implementación de paisajismo para mejorar la imagen del centro de visitantes.
7. Instalación de mobiliario para atención y descanso de los visitantes (mesas, bancas y materas).
8. Instalación de señalización de bienvenida e información básica para los visitantes.
9. Mejoramiento del sistema de iluminación interior y exterior.
10. Organización de los espacios de atención al público para brindar mayor comodidad y funcionalidad.
11. Adecuación de un área de espera y descanso para los visitantes.

Visualización 4 – Adecuación Alacena	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar

1. Personalmente creo que esta cocina esta muy mal ubicada y considero que el lugar debería tener una alacena que no tiene.
2. En este lugar que es pequeño y que a medio terminar debería estar ubicada una alacena bien iluminada, con techo sellado y con piso lavable.
3. Podría ser un área donde se puede guardar lencería, dotaciones y suministros para la iniciativa de turismo y contar con un refrigerador y estantería básica para guardar alimentos secos y dotaciones.

Visualización 5 – Adecuación Pasillos	
Antes	**Después**
	

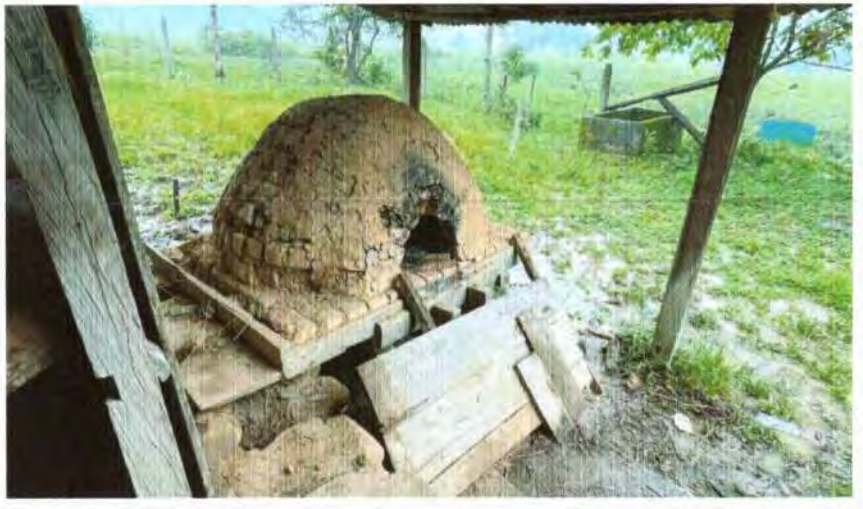
Actividades por realizar

1. Limpieza general del pasillo y retiro de materiales, residuos y elementos en desuso.
2. Restauración de la estructura, columnas, vigas y cubierta del corredor.
3. Reparación y mejoramiento del piso para garantizar una circulación segura.
4. Adecuación de drenajes y manejo de aguas lluvias para evitar encharcamientos.
5. Construcción de jardineras y delimitación de áreas verdes con piedra natural.
6. Implementación de paisajismo con especies ornamentales y nativas de bajo mantenimiento.
7. Instalación de mobiliario de descanso (bancas, mesas y materas) para uso de los visitantes.
8. Mejoramiento del sistema de iluminación con luminarias de ambiente y bajo consumo.
9. Incorporación de elementos decorativos que fortalezcan la identidad rural y el ambiente acogedor.

Visualización 6 – Adecuación patio y jardín principal	
Antes	**Después**
	

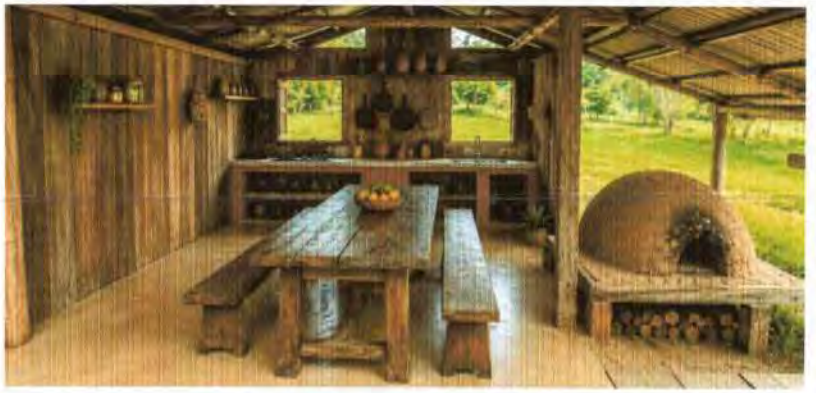
Actividades por realizar

1. Limpieza general del patio y retiro de maleza, residuos y elementos en desuso.
2. Poda sanitaria y mantenimiento de árboles, arbustos y vegetación existente.
3. Restauración y mantenimiento de fachadas, cubiertas y elementos estructurales de las edificaciones.
4. Nivelación del terreno y adecuación de zonas verdes.
5. Instalación de césped y cobertura vegetal de bajo mantenimiento.
6. Construcción de jardines ornamentales con especies nativas y adaptadas a la región.
7. Delimitación de senderos y jardineras con piedra natural.
8. Instalación de sistema de iluminación exterior para recorridos nocturnos y realce paisajístico.
9. Incorporación de mobiliario exterior para descanso y contemplación (bancas, materas y elementos decorativos).
10. Implementación de un programa de paisajismo que resalte la arquitectura rural y el entorno natural.

Visualización 7 – Adecuación Horno de Barro	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar

1. Limpieza general del área y retiro de materiales en desuso.
2. Restauración y reparación del horno de barro (sellado de grietas y recuperación del acabado exterior).
3. Reparación y nivelación de la base estructural del horno.
4. Construcción de un andén o plataforma perimetral en piedra y gravilla para mejorar el acceso y el drenaje.
5. Instalación de bordillos en piedra para delimitar las zonas de circulación.
6. Construcción de escalones de acceso en madera al área de trabajo del horno.
7. Restauración y mantenimiento de la cubierta y de la estructura de soporte en madera.
8. Adecuación del entorno con jardineras y siembra de especies ornamentales de bajo mantenimiento.
9. Nivelación del terreno y establecimiento de cobertura vegetal (césped) en las áreas intervenidas.
10. Organización del espacio de trabajo para facilitar la preparación y manipulación de alimentos.
11. Implementación de paisajismo para integrar el horno con el entorno natural.
12. Mejoramiento del drenaje superficial para evitar acumulación de agua alrededor del horno.
13. Mantenimiento preventivo de la estructura en madera mediante limpieza, lijado y aplicación de protector para exteriores.
14. Adecuación del área como espacio de experiencia gastronómica para visitantes, garantizando seguridad, funcionalidad y presentación estética.

Visualización 8 – Organización cocina típica.	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar

1. Limpieza general del área y retiro de residuos, materiales en desuso y elementos deteriorados.
2. Desmonte y reorganización de los elementos existentes para optimizar la distribución del espacio.
3. Restauración y mantenimiento de la estructura en madera (muros, columnas, puertas y cubierta).
4. Reparación, nivelación y acabado del piso con superficie lisa de fácil mantenimiento.
5. Construcción de una mesa de trabajo en madera con espacio inferior para almacenamiento de leña.
6. Fabricación e instalación de estanterías y repisas de madera para almacenamiento de utensilios e insumos.
7. Instalación de una estufa de mesa y adecuación del área de cocción para la preparación de alimentos.
8. Organización e instalación de utensilios de cocina en soportes y ganchos para facilitar su acceso.
9. Adecuación de un banco o superficie auxiliar de trabajo en madera.
10. Incorporación de recipientes y canastillas para el almacenamiento organizado de productos e insumos.
11. Instalación de iluminación cálida tipo farol para mejorar la funcionalidad y resaltar el ambiente tradicional.
12. Incorporación de elementos decorativos y vegetación ornamental que fortalezcan la identidad de cocina típica campesina.
13. Mejoramiento de la ventilación e iluminación natural del espacio.

Visualización 9 – Adecuación área de baño	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar

1. Limpieza profunda y desinfección general del área sanitaria.
2. Reparación y pintura de muros y cielorraso con acabados resistentes a la humedad.
3. Mantenimiento y ajuste de puertas, marcos y herrajes.
4. Reparación o sustitución de accesorios sanitarios deteriorados (lavamanos, grifería, sifones y sanitario, según sea necesario).
5. Instalación de un espejo con marco para mejorar la funcionalidad del lavamanos.
6. Instalación de repisas de madera para ubicar elementos de aseo e insumos.
7. Incorporación de dispensadores de jabón líquido, papel higiénico y demás implementos de higiene.
8. Instalación o mejoramiento del sistema de iluminación con luminarias de bajo consumo y luz cálida.
9. Adecuación de elementos decorativos como plantas ornamentales para mejorar la experiencia del visitante.
10. Organización y retiro de avisos, afiches y elementos visuales innecesarios para generar una imagen más limpia y ordenada.
11. Mejoramiento de la ventilación natural del recinto para controlar humedad y olores.

Visualización 10 – Organización facilidades en infraestructura liviana cerca de la quebrada	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar

1. Limpieza general del área y retiro de vegetación invasora, residuos y materiales en desuso.
2. Delimitación de las zonas aptas para la intervención, garantizando la protección de la ronda hídrica.
3. Diseño y construcción de una estructura liviana elevada en madera tratada, adaptada a la topografía del terreno.
4. Construcción de una plataforma principal tipo mirador con espacios para descanso y contemplación del paisaje.
5. Construcción de un segundo nivel con cubierta para observación de la quebrada y del bosque circundante.
6. Instalación de columnas, vigas, barandas y escaleras en madera inmunizada con criterios de seguridad para visitantes.
7. Construcción de senderos de acceso en material natural estabilizado con bordes en madera o piedra.
8. Instalación de iluminación ambiental de bajo consumo a lo largo del sendero y en la infraestructura para mejorar la seguridad en horarios nocturnos.
9. Implementación de mobiliario rústico (bancas, mesas y áreas de descanso) integrado al diseño de la estructura.
10. Aplicación de tratamientos protectores a toda la madera expuesta para incrementar su durabilidad frente a la humedad y la intemperie.
11. Adecuación del espacio como mirador ecológico y zona de descanso para actividades de contemplación, interpretación ambiental y observación de la naturaleza.

Visualización 11 – Uniformidad de personal de la iniciativa.	
Antes	**Después**
	**Propuestas uniformes ya que no cuentan con uniformes** 

Actividades por realizar

1. Definir el diseño institucional de los uniformes de acuerdo con la identidad de la iniciativa.
2. Seleccionar materiales técnicos resistentes, cómodos y adecuados para actividades de ecoturismo.
3. Bordar el logotipo institucional y demás elementos de identidad corporativa.
4. Adquirir la dotación completa para guías y personal operativo (camisa, pantalón, gorra y botas).
5. Implementar el uso obligatorio del uniforme durante la operación turística y eventos institucionales.
6. Complementar el uniforme con elementos de seguridad y trabajo según las actividades desarrolladas (chaleco, impermeable, sombrero, botiquín, entre otros cuando aplique).

Visualización 12 – Organización señalética de ingreso, información, interpretación y orientación.	
La que existe	**Señalética de ingreso.**
	
Señalética de interpretación	**Señalética de información**
	

Señalética de orientación



Actividades por realizar

1. Retirar la señalización existente que presente deterioro, y colocar una que cuente con información actualizada a los lineamientos de imagen.
2. Diseñar un sistema integral de señalización turística, definiendo una identidad gráfica uniforme en colores, tipografía, materiales e iconografía.
3. Instalar un panel principal de bienvenida e información, que incluya: Nombre del atractivo turístico, Mapa de ubicación, Plano general del recorrido, Principales atractivos, Información de contexto del sitio.
4. Diseñar e instalar señalización interpretativa en los principales puntos de interés, incorporando información sobre el patrimonio natural, la biodiversidad, la geología y la importancia ecológica del lugar.
5. Instalar señalización de orientación, indicando recorridos, senderos, distancias, tiempos estimados de caminata y ubicación de los diferentes atractivos y servicios.
6. Implementar señalización reglamentaria, informando las actividades permitidas, restricciones, normas de comportamiento y recomendaciones para la conservación del área.
7. Incorporar iconografía turística estandarizada, facilitando la comprensión de la información por parte de visitantes nacionales e internacionales.
8. Fabricar las estructuras de soporte utilizando materiales resistentes a la intemperie y acordes con el entorno natural, garantizando su durabilidad y estabilidad.
9. Ubicar estratégicamente la señalización, asegurando una adecuada visibilidad sin afectar el paisaje ni interferir con la circulación de los visitantes.
10. Aplicar acabados de protección y mantenimiento, incluyendo pintura, selladores y recubrimientos que prolonguen la vida útil de la señalización frente a la humedad, radiación solar y demás condiciones ambientales.
11. Verificar la coherencia y actualización de la información, garantizando que todos los paneles presenten contenidos claros, precisos y consistentes con la oferta turística del destino.

Visualización 13 – Adecuación de senderos y construcción de barandas en áreas con desniveles que representan riesgos.	
Antes	**Después**
 	 

Actividades por realizar

1. Realizar el levantamiento y replanteo del sendero, identificando los tramos con pendientes, desniveles y puntos que representen riesgos para los visitantes.
2. Ejecutar la limpieza y adecuación del recorrido, retirando vegetación invasora, material suelto y obstáculos, conservando la cobertura vegetal y los árboles nativos.
3. Conformar y estabilizar el sendero, mediante nivelación del terreno, compactación y adecuación de la superficie para facilitar un tránsito seguro.
4. Construir escalones en los tramos con mayor pendiente, utilizando materiales naturales que se integren con el paisaje y reduzcan el riesgo de deslizamientos.
5. Instalar barandas de seguridad en madera en ambos lados de los sectores con desniveles o riesgo de caída, garantizando estabilidad y resistencia.
6. Construir sistemas de contención lateral, donde sea necesario, para evitar erosión y pérdida del material del sendero.
7. Implementar obras de manejo de aguas lluvias, mediante cunetas, drenajes o pasos de agua que reduzcan la erosión y prolonguen la vida útil del sendero.
8. Aplicar tratamientos de protección a la madera, utilizando inmunizantes y selladores que incrementen su resistencia frente a la humedad, insectos y condiciones ambientales.
9. Realizar poda selectiva y manejo de vegetación, garantizando visibilidad, seguridad y conservación del entorno natural.
10. Instalar señalización preventiva en los sectores con pendientes, cambios de nivel y zonas que requieran especial precaución durante el recorrido.

Visualización 14 – Facilidades para acceso a la cascada subterranea	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar

1. Realizar una evaluación geotécnica y de riesgos del área de acceso a la cascada, identificando rocas inestables, zonas de desprendimiento y sectores con riesgo para los visitantes.
2. Retirar rocas y material suelto que representen peligro de caída o accidentes, garantizando la estabilidad sin alterar la formación natural.
3. Construir un sendero de acceso seguro, estabilizando la superficie de circulación y utilizando materiales naturales compatibles con el entorno y al final los escalones y la baranda que permitan ingresar a la cueva de forma segura.
4. Implementar escalones y puntos de apoyo en sectores con pendientes o superficies resbaladizas para facilitar el desplazamiento de los visitantes.
5. Instalar barandas o pasamanos en los tramos que presenten riesgo de caída o desniveles significativos.
6. Implementar señalización preventiva e interpretativa, indicando condiciones de seguridad, profundidad del agua, zonas de riesgo, recomendaciones de uso y buenas prácticas ambientales.

Visualización 15 – Construcción de una marca que de identidad a la iniciativa turística	
No existe marca	COMPLEJO GEOLÓGICO CASCADAS SUBTERRÁNEAS LOS OJOS DE LA TIERRA

Actividades por realizar

1. Se propone este nombre para que sea el nombre de la iniciativa, pero queda en manos del propietario definir la identidad grafica de esta.

Visualización 16 - Construcción de una o dos habitaciones muy típicas y rurales	
Antes	Después
	

Actividades por realizar

1. Retirar elementos y mobiliario deteriorado, conservando solo los que puedan ser restaurados e incorporados al diseño de la habitación.
2. Reparar y restaurar las paredes de madera, reemplazando tablas deterioradas, sellando juntas e inmunizando para prolongar su vida útil.
3. Adecuar la cubierta y el cielo raso, corrigiendo filtraciones, reforzando la estructura e instalando acabados que mejoren el confort y la estética del espacio.
4. Instalar un piso en madera o en mineral amarillo con dilataciones en ladrillo y de apariencia rústica, nivelado y con acabado resistente al uso.
5. Adecuar puertas y ventanas, garantizando ventilación e iluminación natural, así como el buen funcionamiento de herrajes y sistemas de cierre.
6. Dotar la habitación con mobiliario de estilo rural, incorporando camas, mesas de noche, repisas, percheros y demás elementos funcionales acordes con la identidad del alojamiento.
7. Adquirir lencería, colchones y accesorios de alojamiento, asegurando condiciones de confort, higiene y calidad para los visitantes.
8. Incorporar iluminación cálida y decorativa, mediante luminarias de bajo consumo que resalten el ambiente acogedor del espacio.
9. Integrar elementos decorativos con identidad local, tales como artesanías, fibras naturales, plantas ornamentales, cuadros y objetos representativos de la cultura y el paisaje de la región.

11. Observaciones.

Las anteriores acciones propuestas deberán ser aceptadas o rechazadas por el representante legal del establecimiento y tendrán que ser ejecutadas durante el proceso de fortalecimiento empresarial que tiene una duración de dos meses, las visualizaciones son actividades que se deben desarrollar en el mediano y largo plazo y que muestran cómo podrían organizarse los espacios para poder recibir a los visitantes del parque.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026.

PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: RESERVA NATURAL CUEVA DE LOS GUACHAROS		
Categoría: Naturaleza	**Nit:** N/A	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda San Antonio. Fca el Reposo	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Samuel Contreras Bernal		**Cedula:** 9.506.241
Teléfono: 3144429020	**Fase 2:** Plan de Trabajo	**Fecha visita:** 01 julio 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.



Idea original del propietario:

La idea original del propietario es la de transformar la finca de 60 hectáreas, ubicada en el municipio de Sabanalarga, Casanare, en un destino de ecoturismo y turismo de naturaleza de alto valor, orientado a visitantes nacionales e internacionales interesados en experiencias auténticas de contacto con el paisaje de la región de la Orinoquia.

Adquirida hace once años con fines ganaderos, la propiedad conserva un equilibrio entre producción y conservación: 30 hectáreas están destinadas a la actividad pecuaria y las 30 hectáreas restantes corresponden a un área de conservación que protege importantes ecosistemas y recursos naturales.

Dentro de este patrimonio destacan una cascada de aproximadamente 25 metros de altura y una cueva que alberga una colonia cercana a 350 guácharos sobre la quebrada la Algarrobera, un mirador natural con vista panorámica de aproximadamente 270° sobre el valle de Sabanalarga, la quebrada La Piñalera y el río Upía y las montañas de la cordillera oriental, además de un sendero ecológico de 1,2 kilómetros que conduce a estos atractivos a través de un recorrido de aproximadamente 45 minutos, con un nivel de dificultad entre medio y alto.

La visión del propietario consiste en desarrollar la iniciativa sostenible mediante la implementación de infraestructura liviana y de bajo impacto ambiental que permita mejorar la seguridad, accesibilidad y calidad de la experiencia del visitante. Entre las intervenciones previstas se encuentran la adecuación de pasos críticos del sendero, la instalación de elementos de interpretación ambiental, zonas de descanso,

señalización, miradores y demás equipamientos necesarios para garantizar un recorrido seguro y memorable.

El proyecto busca evolucionar de un atractivo de interés principalmente local hacia un destino ecoturístico competitivo, capaz de atraer visitantes provenientes de otros departamentos de Colombia y mercados internacionales. Para ello, se plantea la comercialización de pasadías, experiencias guiadas de interpretación de la naturaleza y paquetes turísticos con alojamiento, integrando actividades de observación de fauna, senderismo, contemplación paisajística, fotografía de naturaleza y educación ambiental, camping, entre otros.

La propuesta se fundamenta en un modelo de negocio que combina la conservación de los recursos naturales, el aprovechamiento sostenible del paisaje y la diversificación de los ingresos rurales, generando valor económico para el propietario y oportunidades para las comunidades locales. De esta manera, la finca se proyecta como un referente regional de turismo de naturaleza, donde la protección del patrimonio ambiental constituye el principal activo para el desarrollo de una oferta turística diferenciada, responsable y competitiva.

PLAN DE TRABAJO INICIATIVA TURISTICA
CUEVA DE LOS GUACHAROS

A continuación, se encuentra la descripción de la actividad. las observaciones a estas, las acciones propuestas y la prioridad y el plazo para la realización de cada una de estas:

- Corto plazo (0 a 1 mes): acciones de bajo costo y rápida implementación.
- Mediano plazo (1 a 3 meses): acciones que requieren inversión moderada o capacitación.
- Largo plazo (3 a 12 meses): acciones estratégicas como renovación de marca, comercialización, diseño integral de la experiencia y alianzas comerciales mejoras o adecuaciones estructurales o de equipos y mobiliario de la iniciativa.

De esta forma, el documento no solo identificará las brechas, sino que también servirá como una hoja de ruta práctica para el mejoramiento continuo de la iniciativa.

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
1.1	Claridad de la información antes de la visita	La experiencia no cuenta con información organizada que permita al visitante conocer previamente la oferta turística, limitando la planificación del viaje y la toma de decisiones del turista.	- Crear perfiles en Facebook e Instagram. - Crear material promocional.	Alta	Corto
1.2	Coherencia en la promesa de venta.	No existe una propuesta de valor claramente definida que permita diferenciar la experiencia frente a otros destinos de naturaleza del departamento.	- Definir la propuesta de valor. - Elaborar un mensaje comercial unificado. - Garantizar que la experiencia ofrecida coincida con lo promocionado.	Alta	Corto
1.3	Facilidades para reservar o comprar.	No existen mecanismos estandarizados para la reserva de visitantes, generando dependencia del contacto telefónico o del voz a voz.	- Implementar reservas por WhatsApp o Google forms.	Alta	Corto

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
2.1	Recepción y acogida del visitante.	La recepción del visitante no sigue un protocolo establecido que garantice una bienvenida cálida y homogénea.	- Diseñar un protocolo de bienvenida. - Capacitar al personal en hospitalidad.	Alta	Corto
2.2	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.	La atención depende de la experiencia individual de los prestadores y no de procedimientos documentados.	- Elaborar protocolo de anfitrión. - Definir saludo institucional. - Capacitar en servicio al cliente.	Alta	Corto
2.3	Presentación inicial de la experiencia.	No existe un guion estructurado en el que se contextualice al visitante sobre la reserva, el recorrido y las recomendaciones de seguridad.	- Diseñar un guion de bienvenida y presentación de la experiencia.	Alta	Corto

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
3.1	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	La interpretación del patrimonio natural puede fortalecerse incorporando contenidos sobre biodiversidad, geología, ecosistemas y procesos ecológicos presentes en la reserva.	- Diseñar un guion interpretativo específico para cada atractivo y capacitar a los guías.	Alta	Mediano
3.2	Explicación del territorio, cultura o producto.	La experiencia no integra suficientemente el patrimonio cultural y gastronómico del territorio dentro del recorrido.	- Incorporar relatos sobre la cultura local, gastronomía, tradiciones campesinas y saberes asociados al territorio.	Alta	Mediano
3.3	Participación del visitante	La participación del visitante durante el recorrido es limitada, reduciendo la apropiación de la experiencia.	- Diseñar actividades de interacción, interpretación participativa y aprendizaje experiencial.	Media	Mediano
3.4	Se cuenta con un guion interpretativo.	No existe un guion interpretativo estandarizado que garantice una experiencia homogénea para todos los visitantes.	- Elaborar un manual interpretativo con mensajes clave, tiempos y actividades para cada estación del recorrido.	Alta	Mediano

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
4.1	Orden de las actividades.	La secuencia de la experiencia no se encuentra documentada, dificultando la estandarización del servicio.	- Realizar la identificación de los momentos de verdad con el cliente durante la ejecución de la experiencia.	Media	Mediano
4.2	Manejo del tiempo.	No se han definido tiempos estándar para el desarrollo de las actividades.	- Medir tiempos de recorrido, descanso, interpretación y alimentación para optimizar la operación.	Media	Corto
4.3	Fluidez de la experiencia.	Durante el recorrido pueden presentarse tiempos muertos que disminuyen el dinamismo de la experiencia.	- Incorporar actividades de interpretación, observación o interacción durante los tiempos de transición.	Media	Corto

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
5.1	Elementos que hacen única la experiencia.	La experiencia aún no incorpora elementos sensoriales que fortalezcan el vínculo emocional del visitante con el destino.	- Diseñar una experiencia multisensorial mediante sonidos, aromas, gastronomía, texturas y paisajes.	Alta	Largo
5.2	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	La interacción con la cultura local puede fortalecerse para generar una experiencia más auténtica	- Integrar demostraciones gastronómicas, relatos campesinos, música tradicional y participación comunitaria.	Alta	Mediano
5.3	Momentos memorables instagrameables.	No existen espacios diseñados para generar recordación y difusión en redes sociales.	- Crear puntos fotográficos, miradores temáticos y escenarios con identidad visual de la reserva.	Media	Mediano

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo

6.1	Despedida del visitante.	El cierre de la experiencia no cuenta con un protocolo que refuerce la satisfacción del visitante.	- Diseñar un protocolo de despedida y agradecimiento.	Media	Corto
6.2	Invitación a volver y recomendar.	No se implementan estrategias para incentivar el regreso o la recomendación del destino.	- Invitar a seguir las redes sociales, dejar reseñas y ofrecer beneficios para futuras visitas.	Media	Corto
6.3	Contacto posterior a la visita.	No existe un seguimiento posterior que permita fortalecer la relación con los visitantes.	- Implementar una estrategia de seguimiento mediante WhatsApp, correo electrónico o redes sociales.	Media	Mediano

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
7.1	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	El nombre comercial puede fortalecerse para comunicar con mayor claridad la propuesta de valor del destino.	- Evaluar el posicionamiento del nombre y desarrollar una estrategia de branding.	Alta	Largo
7.2	Existe un logo o marca que le de identidad visual	La identidad visual requiere consolidarse para lograr mayor reconocimiento y coherencia gráfica.	- Diseñar logo. - Definir colores corporativos. - Elaborar manual básico de identidad.	Alta	Largo
7.3	Cuenta con fotografías de calidad.	El banco de imágenes es insuficiente para promocionar adecuadamente la experiencia.	- Realizar una sesión fotográfica y audiovisual profesional de los atractivos y actividades.	Media	Mediano
7.4	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).	La ausencia de redes limita la visibilidad comercial.	- Crear un plan de contenidos para redes sociales, página web y campañas digitales.	Alta	Corto
7.5	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	La información de contacto y acceso no se encuentra completamente organizada ni estandarizada.	- Diseñar piezas informativas con horarios, tarifas, ubicación, recomendaciones y medios de reserva.	Alta	Corto

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
8.1	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	Existen oportunidades para fortalecer el orden, limpieza y mantenimiento de la infraestructura turística.	- Implementar listas de chequeo, programas de mantenimiento preventivo y jornadas periódicas de limpieza.	Alta	Corto
8.2	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.	El personal no cuenta con uniformes institucionales que fortalezcan la identidad y la imagen profesional de la experiencia.	- Diseñar e implementar uniformes funcionales, cómodos y alineados con la identidad de la reserva.	Media	Mediano
8.3	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.	Se requiere fortalecer las condiciones de seguridad y gestión del riesgo para visitantes y colaboradores.	- Implementar plan de emergencias, señalización, botiquines, extintores y capacitación en primeros auxilios.	Alta	Corto

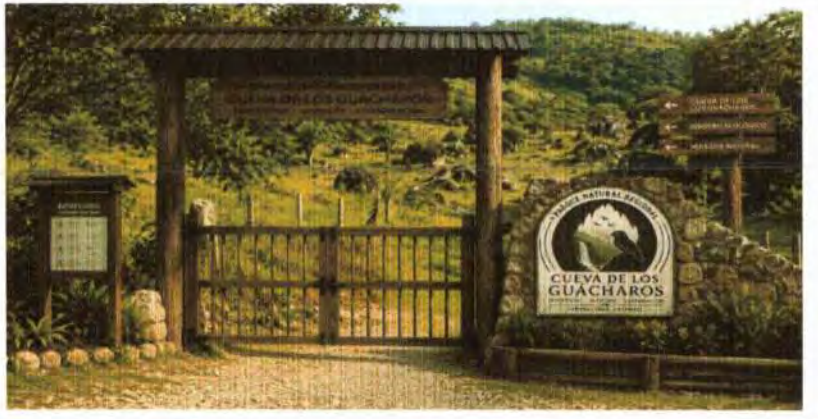
9. Costos y comercialización.

Ítem	Descripción	Observaciones	Acciones propuestas	Prioridad	Plazo
9.1	Se identifican los factores del costo.	La estructura de costos no se encuentra completamente documentada, dificultando la toma de decisiones financieras.	- Elaborar costeo de las experiencias y de los planes y paquetes.	Alta	Mediano
9.2	Experiencia se encuentra costeada.	Las experiencias turísticas aún no cuentan con un costeo integral que permita establecer precios competitivos y rentables.	- Costear cada experiencia turística considerando costos directos e indirectos y definir tarifas.	Alta	Mediano
9.3	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	La oferta turística puede fortalecerse mediante la estructuración de productos y paquetes comercializables.	- Diseñar paquetes turísticos diferenciados para distintos segmentos de mercado e integrarlos al portafolio comercial.	Media	Largo
9.4	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.	Las alianzas comerciales aún son limitadas para ampliar los canales de promoción y venta.	- Gestionar convenios con agencias de viajes, hoteles, operadores turísticos, instituciones y plataformas de comercialización.	Media	Largo

RESULTADOS GENERALES DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes		Después		
		Si	No	Si	No	
1	información y expectativa del visitante.	0%	100%			
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%			
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	40%	60%			
4	Organización de la experiencia	0%	100%			
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%			
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%			
7	Marca y presencia en redes sociales	0%	100%			
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	0%	100%			
9	Costos y comercialización	25%	75%			
	Total % de cumplimiento iniciativa.	7,25%	92,75%			

10. Lo que el equipo consultor visualiza para el establecimiento. Haciendo uso de herramientas de Inteligencia Artificial realizamos propuestas de mejora que permitan al propietario de la iniciativa visualizar lo que como consultores deseamos para el establecimiento y que estas propuestas puedan ser adoptadas y generen transformaciones de corto, mediano y largo plazo.

Visualización 1 – Organización del pórtico de ingreso al Parque Regional Natural Cueva de Los Guacharos.	
Antes	**Después**
	

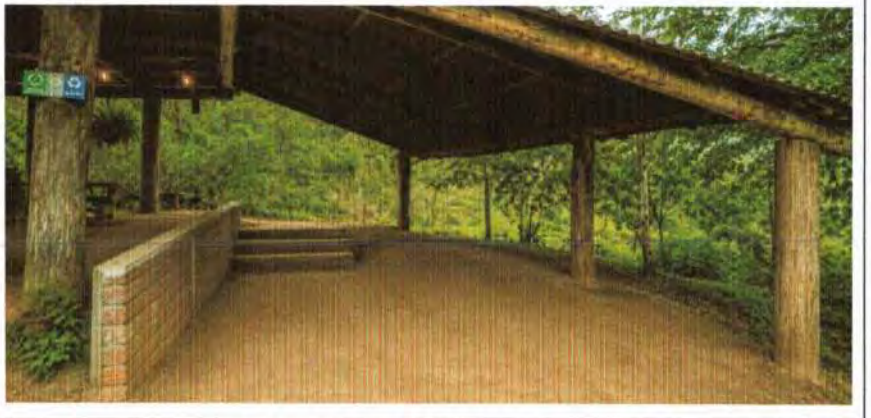
Actividades por realizar:

1. Construir un cercado en roca.
2. Colocar pórtico con puertas para ingreso de vehículos.
3. Colocar logo del parque en el área de ingreso.
4. Mejorar ajardinamiento del lugar y colo señalética de orientación.

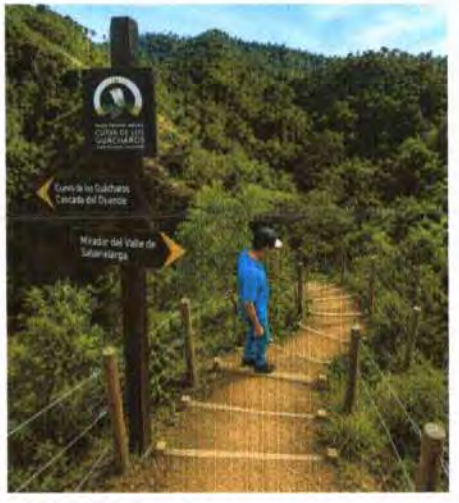
Visualización 2 – Adecuación área de llegada de visitantes.	
Antes	**Después**
	

Mural propuesto	Actividades por realizar
	1. Lavar paredes. 2. Reparar techos. 3. Construir pórtico. 4. Pintar mural del Guácharo. 5. Construir camino de vehículos. 6. Construir anden para evitar el encharcamiento de agua y la humedad en la pared de la casa.

Visualización 3 – Adecuación centro de visitantes.	
Antes	**Después**
	
Actividades por realizar 1. Recoger elementos que no son del rancho. 2. Botar elementos que están deteriorados. 3. Retirar todo y dejar solo la estructura principal. 4. Dejar solo la mesa de centro con las sillas.	5. Decorar con los elementos que se tienen. 6. Mejorar iluminación interior. 7. Emparejar piso del rancho. 8. Poner barandas exteriores como muestra la foto. 9. Organizar y poner plantas para decorar.

	
Actividades por realizar 1. Quitar todos los elementos de esta zona. 2. Nivelar piso, hacer escaleras y colocar muro a distinto nivel.	3. Quitar todos los elementos de esta zona. 4. Limpiar y reorganizar.
	
Actividades por realizar 1. Nivelar piso, hacer escaleras y colocar muro a distinto nivel. 2. **Organizar caminos interiores de acceso al centro de visitantes.**	3. Retirar armarios de este sector. 4. Retirar todos los elementos para abrir espacio para

Visualización 4 – Organización señalética de ingreso, información, interpretación y orientación.	
Antes	**Después**
	
Señalización de interpretación	**Señalización de información**
	

Señalización de información	Actividades por realizar
	1. Definir lugares y cantidades de cada tipo de señal. 2. Definir contenido. 3. Elaborar los diseños. 4. Enviar a proceso de fabricación. 5. Instalar señalética.

Visualización 5 – Organización señalética de ingreso, información, interpretación y orientación.

Antes	Después
	





Antes

Después





311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

Actividades por realizar

1. Definir pasos y puntos críticos empezando por los de mayor riesgo para los clientes.
2. Definir recursos.
3. Revisar materiales y diseño de los pasos.
4. Hacer una convocatoria de amigos para ayudar a intervenir los puntos.
5. Presentar propuesta a concesionarias viales para ver que apoyo se puede conseguir.

Visualización 6 – Facilidades de resguardo y descanso en Mirador del Valle de Sabanalarga.

Antes	Después
	

Actividades por realizar

1. Definir recursos, materiales y diseño.
2. Hacer una convocatoria de amigos para apoyar con la construcción
3. Presentar propuesta a concesionarias viales para ver qué apoyo se puede conseguir sea este en materiales o mano de obra.

Visualización 7 – Uniformidad del personal del Parque	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar

1. Definir tipo de materiales y diseño.
2. Adquirir telas.
3. Confeccionar.

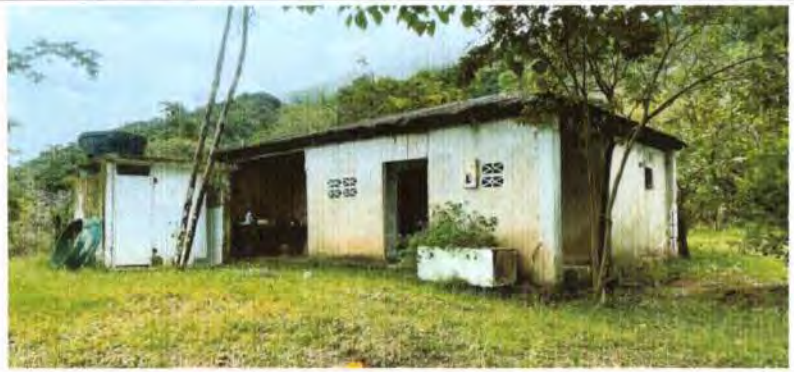
Visualización 8 – Facilidades para acceso a la cascada del duende de oro	
Antes	**Después**
	

Actividades por realizar

1. Definir recursos y diseño.
2. Presentar propuesta a concesionarias viales para ver qué apoyo se puede conseguir sea este en materiales o mano de obra.

Visualización 9 – Construcción de una marca que de identidad al Parque Regional Natural	
No existe marca	PARQUE NATURAL REGIONAL CUEVA DE LOS GUÁCHAROS SENDERISMO · AVENTURA · CONSERVACIÓN SABANALARGA, CASANARE

Visualización 10 – Adecuación de la casa.





Actividades por realizar

1. Derribar muro frontal de la casa para dejar la vista libre hacia el valle.
2. Quitar palmas del área de los baños y arboles del lado del pasillo y retirar el tanque y la nevera que está siendo usada como matera.
3. Reparar techo dejándole un alar amplio que evite salpicaduras de agua al pasillo y las paredes internas.
4. Lavar y pintar muros internos de la casa.
5. Hacer anden perimetral al área de la casa y al baño.

Visualización 11 – Construcción de piscina natural.	
	

Actividades por realizar

1. Esta idea del señor Samuel es algo para desarrollar en el largo plazo y es importante que se asesore en la construcción de la piscina natural.

11. Observaciones.

Las anteriores acciones propuestas deberán ser aceptadas o rechazadas por el representante legal del establecimiento y tendrán que ser ejecutadas durante el proceso de fortalecimiento empresarial que tiene una duración de dos meses, las visualizaciones son actividades que se deben desarrollar en el mediano y largo plazo y que muestran cómo podrían organizarse los espacios para poder recibir a los visitantes del parque.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026.

ANEXO 9
Cumplimiento y avance Planes de Trabajo Beneficiarios

CUMPLIMIENTO PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: RESTAURANTE LOS MANGOS – AHORA LA CAZUELA DEL UPÍA		
Categoría: Gastronomía	**Nit: 21.180.574 - 3**	**Rnt: N/A**
Dirección: C.P El Secreto Cl 5 N° 4	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Lili Rodríguez Heredia		**Cedula:** 21.180.574
Teléfono: 3114800993	**Fase 2.1:** Cumplimiento plan de trabajo.	**Fecha visita:** Agosto 18 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	
Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.		



INFORME DE CUMPLIMIENTO DE PLAN DE TRABAJO EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita	40		- Crear perfiles en Facebook e Instagram. - Publicar menú, horarios, ubicación, historia del restaurante y formas de contacto.	Se creo pieza grafica para enviar por whatsapp para invitar a los clientes a disfrutar de la cazuela del Upía en los días previos a su preparación.
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.	40		- Definir la propuesta de valor. - Elaborar un mensaje comercial unificado. - Garantizar que la experiencia ofrecida coincida con lo promocionado.	Se elaboro propuesta de valor y mensaje comercial con la pieza grafica que ofrece la cazuela a los clientes.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.	30		- Implementar reservas por WhatsApp.	En la pieza grafica se colocó el número para reservar.
Total	**100**		**100**			

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.	40		- Diseñar un protocolo de bienvenida. - Capacitar al personal en hospitalidad. - Saludar al visitante por iniciativa propia. - Acompañar al cliente hasta la mesa.	Se elaboro protocolo en el que se diseño bienvenida y se saluda al cliente, se acompaña hasta la mesa y se capacito al personal. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.

2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.	30		- Elaborar protocolo de anfitrión. - Definir saludo institucional. - Capacitar en servicio al cliente.	Se elaboro protocolo de anfitrión y se definió saludo institucional y se capacito al cliente. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.	30		- Diseñar un discurso de bienvenida. - Presentar la historia del restaurante. - Explicar especialidades de la casa.	Se diseño el discurso completo de la presentación de la iniciativa y se ofrece la especialidad que es la cazuela del Upía. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
3.1	40	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	40		- Mejorar este aspecto junto a la señora Lili.	Se construyo el relato de la cazuela del Upia para que la señora Lili lo cuente. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.	20		- Elaborar contenidos interpretativos. - Explicar origen del pescado, ingredientes y tradición culinaria. - Relacionar la gastronomía con el territorio.	Se elaboraron contenidos interpretativos en donde se explica el origen del pescado, de los ingredientes y la tradición culinaria y como se relaciona esta con el territorio de Sabanalarga. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.3	20	Participación del visitante	20		- Incorporar interacción durante el servicio. - Explicar al cliente los ingredientes y técnicas culinarias utilizadas.	En caso del que el cliente pregunte sobre la preparación doña Lili está en la capacidad de explicarle los ingredientes y las técnicas culinarias utilizadas.

3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.	20		- Diseñar un guion interpretativo. - Capacitar al personal. - Actualizar periódicamente el contenido.	Adicional a esto se diseñó el guion interpretativo y se capacito socializo. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

4. Organización de la experiencia.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
4.1	40	Orden de las actividades.	40		- Identificar el recorrido del cliente. - Identificar momentos críticos. - Estructurar la secuencia del servicio.	Se identifico el recorrido del cliente y se estructuro la secuencia del servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.2	30	Manejo del tiempo.	40		- Realizar análisis de tiempos y movimientos. - Definir tiempos estándar.	Se realizo análisis de tiempos y movimientos y se definieron los tiempos de cada momento. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.	30		- Organizar secuencia de atención. - Reducir tiempos de espera. - Coordinar cocina y servicio.	Se organizo secuencia de atención para reducir los tiempos de espera y coordinar el servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**			

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.	40		- Diseñar experiencia multisensorial.	Se vincularon a la experiencia algunos momentos sensoriales, se construyó

					- Incorporar narrativa gastronómica. - Utilizar vajilla con identidad regional. - Mejorar presentación del plato. - Incorporar, música y decoración.	la narrativa gastronómica, se cambió la vajilla por una con identidad regional, se mejoró la presentación del plato y la decoración del establecimiento. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística. Fotografías de la cazuela y el establecimiento.
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	30		- Mostrar ingredientes locales. - Compartir historias culinarias. - Incorporar música llanera. - Promover interacción con productores locales.	Se pusieron los ingredientes locales dentro del salón comedor y se compra a productores locales que pasan sobre la vía y ofrecen sus productos. Pendiente incorporar música llanera.
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.	30		- Diseñar espacios fotográficos. - Mejorar emplatado. - Crear presentación especial de la cazuela. - Incorporar elementos visuales con identidad regional.	Se diseño un espacio fotográfico en la fachada con el logo y una silla para que se las personas se sienten y se tomen la fotografía. Se mejoro el emplatado y se creó una presentación especial de la cazuela con identidad regional.
Total	**100**		**100**	**0**		

6. Aspectos de cierre y recordación.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
6.1	30	Despedida del visitante.	30		- Crear protocolo de despedida. - Agradecer la visita. - Entregar mensaje final institucional.	Se creo protocolo de despedida en donde se agradece al cliente por visitarnos y se invita al cliente a regresar.
6.2	30	Invitación a volver y recomendar.	30		- Invitar a seguir redes sociales. - Solicitar recomendación. - Ofrecer beneficios para una próxima visita.	Se acordó pedir a los clientes de forma verbal que recomienden el restaurante con familiares y amigos.

6.3	40	Contacto posterior a la visita.	40		- Solicitar autorización para contacto. - Enviar agradecimiento por WhatsApp. - Compartir novedades y promociones.	En este aspecto solo se trabajó la pieza grafica con la información de anuncio de que mañana se preparara la cazuela del Upía pero no se hizo nada más debido a que a la señora Lili se le dificulta el manejo de redes sociales.
Total	**100**		**100**	**0**		

7. Marca y presencia en redes sociales.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	30		- Evaluar un nuevo nombre comercial. - Crear una marca asociada a la gastronomía del piedemonte llanero y el Río Upia	Se construyo una nueva marca con identidad al Rio Upia y a la gastronomía del piedemonte llanero ya que la anterior no conectaba con el territorio.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual	15		- Diseñar logo. - Definir colores corporativos.	Se diseño el logo, se definieron colores corporativos.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.	15		- Realizar sesión fotográfica profesional. - Fotografiar platos, instalaciones y experiencia del cliente.	Se realizo sesión fotográfica y se tomaron fotos a los platos, las instalaciones y la experiencia del cliente.
7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	- Crear perfiles institucionales. - Publicar contenido periódicamente. - Diseñar calendario editorial.	Esta actividad no se realizo debido a que doña lili no cuenta con una persona que le pueda apoyar con la generación de contenido.
7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	20		- Diseñar piezas informativas. - Publicar horarios, ubicación, teléfonos y reservas.	Se elaboro una pieza informativa donde está la ubicación y el teléfono de reservas.
Total	**100**		**80**	**20**		

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	40		- Implementar acciones de orden y limpieza. - Organizar áreas de trabajo.	Se desarrollaron extensas jornadas de limpieza, organización y reparaciones de instalaciones y equipos para mejorar la operación y hacer más atractivo el establecimiento.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.	30		- Diseñar uniformes institucionales. - Dotar a todo el personal. - Definir normas de presentación personal.	Se confeccionaron uniformes y se definieron los requisitos de presentación personal.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.	30		- Adquirir extintores. - Instalar señalización. - Dotar botiquín.	Se coloco extintor y botiquín y esta pendiente instalar la señalización.
Total	**100**		**100**	**0**		

9. Costos y comercialización.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
9.1	25	Se identifican los factores del costo.	25		- Elaborar receta estándar. - Calcular costos por receta. - Actualizar costos periódicamente.	Se identificaron los factores del costo, se costeo, se calculo costo por receta.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.	25		- Costear toda la experiencia. - Definir precio de venta. - Calcular margen de utilidad.	Se costeo toda la experiencia y se definio precio de venta y calculo margen de utilidad.

9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	25		- Integrar la experiencia con operadores turísticos. - Crear tarifas para agencias.	Se contacto a operador Sabana Travel para que integre al restaurante a su oferta turística.
9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	- Establecer convenios con hoteles, agencias de viajes, guías y operadores turísticos. - Participar en ruedas de negocio. - Vincular la experiencia a rutas gastronómicas del destino.	Esta tarea no se realizo y queda pendiente para que la Señora Lili adelante estas acciones.
Total	**100**		**75**	**25**		

RESULTADOS GENERALES ANTES Y DESPUÉS DE LA INTERVENCIÓN DE FORTALECIMIENTO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes Diagnóstico		Después Plan de Trabajo		
		Si	No	Si	No	
1	información y expectativa del visitante.	0%	100%	100%	0%	100%
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%	100%	0%	100%
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	40%	60%	100%	0%	60%
4	Organización de la experiencia	0%	100%	100%	0%	100%
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%	100%	0%	100%
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%	100%	0%	100%
7	Marca y presencia en redes sociales	0%	100%	80%	20%	100%
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	30%	70%	100%	0%	70%
9	Costos y comercialización	25%	75%	75%	25%	75%
	Total % de cumplimiento iniciativa.	10,5%	89,5%	95%	5%	84,5%

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como Restaurante los Mangos ahora Cazuela del Upía **AUMENTO** en un **84,5%** el cumplimiento de los requisitos y acciones propuestas en el plan de trabajo quedando con un **95%** de **CUMPLIMIENTO** de los requisitos evaluados durante la fase diagnostica transformándose significativamente.

En cuanto a lo que el equipo consultor visualizo desde el comienzo el establecimiento a continuación se muestran algunas acciones de mejora que se realizaron en el establecimiento.

<table>
<tr><th colspan="2">Actividad de Mejoramiento N° 1 – Organización, limpieza y reubicación de mobiliario del corredor exterior – fachada.</th></tr>
<tr><th>Antes</th><th>Después</th></tr>
<tr><td> 
</td><td>  </td></tr>
<tr><td colspan="2">Actividades realizadas:

1. Se pinto la fachada.
2. Unifico y organizo el mobiliario por formas y colores.
3. Se recuperaron las plantas decorativas para reubicar en áreas estratégicas, podar árboles y palmas, mejorar ajardinamiento exterior.
4. Se reubicaron botelleros de bebidas, limpiarlos y organizarlos.
5. Se retiraron elementos que contaminan visualmente el establecimiento, (carteles de eventos y política)
6. Se reubicaron en el rincón del pasillo todos los elementos que no pertenecen ni a la tienda ni al restaurante.
7. Se retiro el letrero deteriorado del establecimiento que se encuentra sobre el tejado.
8. Se mejoraron las conexiones y cableado eléctrico a la vista.
9. Se pinto la nueva marca de la cazuela del Upía
10. Se lavo con hidro lavadora paredes, fachadas y piso que se observa notablemente manchado.
11. Se coloco flanche en el techo para evitar que el agua de la lluvia escurra por las parades del establecimiento y las manche.
12. Se cambio grifería, sifones y desagües de lavamanos.</td></tr>
</table>

Actividad de Mejoramiento N° 2 – Organización, limpieza y reubicación de equipos, menaje y dotaciones de cocina.	
Antes	**Después**
	

Actividades realizadas:

1. Se reubicaron estufas.
2. Se realizo limpieza profunda a toda la cocina.
3. Se retiraron todos los elementos del patio que no se usan y se hizo limpieza profunda.
4. Se organizaron elementos de parte baja de los mesones en contenedores plásticos y canastas.
5. Se retiro estufa y refrigerador que se encuentran dañados.
6. Se coloco extintor contra incendios y botiquín. (pendiente señalización)

Actividad de Mejoramiento N° 3

Construcción de una cazuela de pescado desde cero mejorando presentación, sabor, tamaño y calidad de ingredientes.

Antes	Después
	

Actividades realizadas:

1. Se definieron ingredientes locales.
2. Se estandarizo receta y preparación.
3. Se realizo testeo de la cazuela.
4. Se busco vajilla con identidad de origen.
5. Se emplato y tomaron fotografías para promoción.
6. Se costeo experiencia.
7. Se establecieron precios de venta.
8. Se elaboro flyer para promocionar.

Actividad de Mejoramiento N° 4 – Mejorar uniformidad y presentación del personal de servicio.	
Antes	**Después**
	
Actividades realizadas: 1. Se definió el concepto del restaurante y personalidad de la marca. 2. Se identifico el público objetivo. 3. Se analizaron condiciones de trabajo y se analizaron materiales de uniformes y funcionalidad. (telas antifluido, respirables y elásticas que facilitan el movimiento) 4. Se eligió la paleta de colores.	

Actividad de Mejoramiento N° 5 – Construcción de una marca comercial que de identidad al restaurante y al destino	
Antes	**Después**
	
Actividades realizadas: 1. Se definieron los elementos de la marca para crear la identidad visual. 2. Se definió el nombre, identifico forma y se hicieron pruebas y seleccionaron las opciones graficas estéticamente más viables.	

Actividad de Mejoramiento N° 6 - Fachada	
Antes	**Después**
	
	

Actividades realizadas:

1. Se lavo con hidro lavadora todo el muro y el piso.
2. Se resano el muro en las partes que este maltratado.
3. Se pinto el muro con los colores sugeridos.
4. Queda pendiente pintar el segundo logo del establecimiento (Pendiente).
5. Se mejoro el ajardinamiento exterior del establecimiento.
6. Se Pintaron rejas con colores sugeridos.

Actividad de Mejoramiento N° 8 – Organización de patio exterior y el Jardín	
Antes	**Después**
	
	

Actividades realizadas:

1. Se retiraron todos los elementos que no se utilizaban, bidones de aceite, galones, canastas, equipos dañados que no funcionan, basura, etc.
2. Realizar limpieza profunda a toda el área. (paredes, piso y techo).
3. Delimitar la matera de las plantas y se retiraron para que nazcan nuevas plantas y mejores.
4. Organizar todos los elementos, canastas, contenedores y demás que sirvan y se utilicen en el restaurante.

Actividad de Mejoramiento N° 7 – Mejoramiento del ambiente interior del salón.	
Antes	
	**Actividades por realizar:** 1. Se lavo con hidro lavadora todo el muro y el piso. 2. Se resano la pared en las partes que este maltratado. 3. Se repintaron las paredes, puertas y ventanas con los colores sugeridos. 4. Se reubico televisor. 5. Se coloco extintor y botiquín. 6. Se repararon puertas. 7. Se reubicaron mesas. 8. Se quitaron poli sombras. 9. Se limpio e impermeabilizo canal aguas lluvias. 10. Se reubicaron equipos. 11. Se retiraron instalaciones eléctricas obsoletas. 12. Se cambio grifería, sifón y desagües lavamanos. 13. Se construyo estación aparadora de servicio. 14. Se reparo mobiliario en mal estado. 15. Se retiro contaminación visual de las paredes.
Después	
	

11. Observaciones: Las acciones que quedaron pendientes por solventar debe asumirlas la propietaria y culminarlas para cumplir con el 100% del plan de trabajo entregado a ella.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare Agosto de 2026

CUMPLIMIENTO PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: RESERVA NATURAL CUEVA DE LOS GUACHAROS		
Categoría: Naturaleza	**Nit: 21.180.574 - 3**	**Rnt: N/A**
Dirección: Vda San Antonio. Fca el Reposo	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Samuel Contreras Bernal		**Cedula:** 21.180.574
Teléfono: 3144429020	**Fase 2.1:** Cumplimiento plan de trabajo.	**Fecha visita:** Agosto 18 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	
Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.		



INFORME DE CUMPLIMIENTO DE PLAN DE TRABAJO EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita	40		- Crear perfiles en Facebook e Instagram. - Crear material promocional.	Se creo flyer promocional con la ayuda de IA para generar una pieza grafica que muestre imágenes de los escenarios naturales y que pueda ser compartida en estados de WhatsApp y enviada a los clientes.
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.	40		- Definir la propuesta de valor. - Elaborar un mensaje comercial unificado. - Garantizar que la experiencia ofrecida coincida con lo promocionado.	Se elaboro propuesta de valor y mensaje comercial con la pieza grafica que ofrece la reserva natural cueva de los guacharos y se estructuro la experiencia para que coincida con lo promocionado.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.	40		- Implementar reservas por WhatsApp o Google forms.	Se organizo una pieza con número de WhatsApp para que se pueda reservar por esta vía.
Total	**100**		**100**			

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.	40		- Diseñar un protocolo de bienvenida. - Capacitar al personal en hospitalidad.	Se elaboro protocolo en el que se diseñó bienvenida y se saluda y se acompaña al cliente, Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.

2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.	30		- Elaborar protocolo de anfitrión. - Definir saludo institucional. - Capacitar en servicio al cliente.	Se elaboro protocolo de anfitrión y se definió saludo institucional y se capacito al cliente. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.	30		- Diseñar un guion de bienvenida y presentación de la experiencia.	Se diseño el discurso completo de la presentación de la iniciativa y se Socializo con el propietario. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
3.1	40	Capacidad del guia o anfitrión para contar historias	40		- Diseñar un guion interpretativo específico para cada atractivo y capacitar a los guías.	Se construyo el guión interpretativo de la reserva natural cueva de los guacharos el señor Samuel lo cuente. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.	20		- Incorporar relatos sobre la cultura local, gastronomía, tradiciones campesinas y saberes asociados al territorio.	Se elaboraron contenidos interpretativos en donde se explican temas relacionados con la interpretación del territorio, las cascadas, las formaciones rocosas, los guacharos y como se relacionan estos con el territorio de Sabanalarga. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.3	20	Participación del visitante	20		- Diseñar actividades de interacción, interpretación participativa y aprendizaje experiencial.	Se diseñaron momentos experienciales para que los visitantes pasen a interactuar y aprendan con la interpretación del territorio.

3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.	20		- Diseñar un guion interpretativo. - Capacitar al personal. - Actualizar periódicamente el contenido.	Adicional a esto se diseñó el guion interpretativo y se capacito socializo. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
4.1	40	Orden de las actividades.	40		- Realizar la identificación de los momentos de verdad con el cliente durante la ejecución de la experiencia.	Se identifico el recorrido del cliente y se estructuro la secuencia del servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.2	30	Manejo del tiempo.	40		- Medir tiempos de recorrido, descanso, interpretación y alimentación para optimizar la operación.	Se realizo análisis de tiempos y movimientos y se definieron los tiempos de cada momento. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.	30		- Incorporar actividades de interpretación, observación o interacción durante los tiempos de transición.	Se organizo secuencia de atención para reducir los tiempos de espera y coordinar el servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.	40		- Diseñar una experiencia multisensorial mediante	Se vincularon a la experiencia algunos momentos sensoriales, se construyó

					sonidos, aromas, gastronomía, texturas y paisajes.	la narrativa de naturaleza y se mejoraron instalaciones, senderos. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística. Fotografías de la cazuela y el establecimiento.
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	30		- Integrar demostraciones gastronómicas, relatos campesinos, música tradicional y participación comunitaria.	Al guion se integraron relatos locales, se vinculó al propietario y se estructuro oferta que incluye a comunidad y participación comunitaria.
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.		30	- Crear puntos fotográficos, miradores temáticos y escenarios con identidad visual de la reserva.	Aún no está elaborado, pero está por iniciarse las adecuaciones de las fachadas exteriores de la casa que tendrán un mural de guacharos, el logo para poder tomarse la foto y dar identidad visual.
Total	**100**		**70**	**30**		

6. Aspectos de cierre y recordación.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
6.1	30	Despedida del visitante.	30		- Diseñar un protocolo de despedida y agradecimiento.	Se creo protocolo de despedida en donde se agradece al cliente por visitarnos y se invita al cliente a regresar.
6.2	30	Invitación a volver y recomendar.	30		- Invitar a seguir las redes sociales, dejar reseñas y ofrecer beneficios para futuras visitas.	Se acordó pedir a los clientes de forma verbal que recomienden la reserva natural con familiares y amigos.
6.3	40	Contacto posterior a la visita.	40		- Implementar una estrategia de seguimiento mediante WhatsApp, correo electrónico o redes sociales.	En este aspecto solo se trabajó la pieza grafica con la información de reservas pero no se hizo nada más debido a que a la señor Samuel se le

						dificulta el tema de manejo de redes sociales.
Total	**100**		**100**	**0**		

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	30		- Evaluar el posicionamiento del nombre y desarrollar una estrategia de branding.	Se construyo una nueva marca con identidad que no solo habla de un escenario natural que es la cueva, sino que ahora reúne a varios escenarios naturales en un complejo natural que conecta todos los atractivos con el territorio.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual	15		- Diseñar logo. - Definir colores corporativos. - Elaborar manual básico de identidad.	Se diseño el logo, se definieron colores corporativos para usar en promoción digital.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.	15		- Realizar una sesión fotográfica y audiovisual profesional de los atractivos y actividades.	Se realizo sesión fotográfica y se tomaron fotos de los atractivos naturales y de personas viviendo la experiencia de visitantes.
7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	- Crear un plan de contenidos para redes sociales, página web y campañas digitales.	Esta actividad no se realizo debido a que los propietario son personas mayores que no dominan los manejos de redes sociales y no cuenta con una persona que le pueda apoyar con la generación de contenido.
7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	20		- Diseñar piezas informativas con horarios, tarifas, ubicación, recomendaciones y medios de reserva.	Se elaboro una pieza informativa donde está la ubicación y el teléfono de reservas y muestra algunos de los atractivos naturales.
Total	**100**		**80**	**20**		

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	40		- Implementar listas de chequeo, programas de mantenimiento preventivo y jornadas periódicas de limpieza.	Se desarrollaron extensas jornadas de limpieza, organización y reparaciones de instalaciones y equipos para mejorar la operación y hacer más atractivo el establecimiento.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.		30	- Diseñar e implementar uniformes funcionales, cómodos y alineados con la identidad de la reserva.	Se diseñaron uniformes, pero aún no se envió a confección debido a que no se cuenta con los recursos pero se definieron requisitos de presentación personal.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.		30	- Implementar plan de emergencias, señalización, botiquines, extintores y capacitación en primeros auxilios.	Se debe contar con camilla, botiquín, un plan de emergencias y contingencias para visitantes.
Total	**100**		**40**	**60**		

9. Costos y comercialización.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
9.1	25	Se identifican los factores del costo.	25		- Elaborar receta estándar. - Calcular costos por receta. - Actualizar costos periódicamente.	Se identificaron los factores del costo, se realizó costeo, se calcularon tarifas para visitantes.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.	25		- Costear toda la experiencia. - Definir precio de venta. - Calcular margen de utilidad.	Se costeo toda la experiencia y se definió precio de venta y calculo margen de utilidad, comisión de

						agencia, utilidad de propietario, entre otros.
9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	25		- Integrar la experiencia con operadores turísticos. - Crear tarifas para agencias.	Se contacto a operador Sabana Travel para que integre a la reserva natural a su oferta turística.
9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	- Establecer convenios con hoteles, agencias de viajes, guías y operadores turísticos. - Participar en ruedas de negocio. - Vincular la experiencia a rutas gastronómicas del destino.	Esta tarea no se realizó y queda pendiente para que el Señor Samuel adelante estas acciones.
Total	**100**		**75**	**25**		

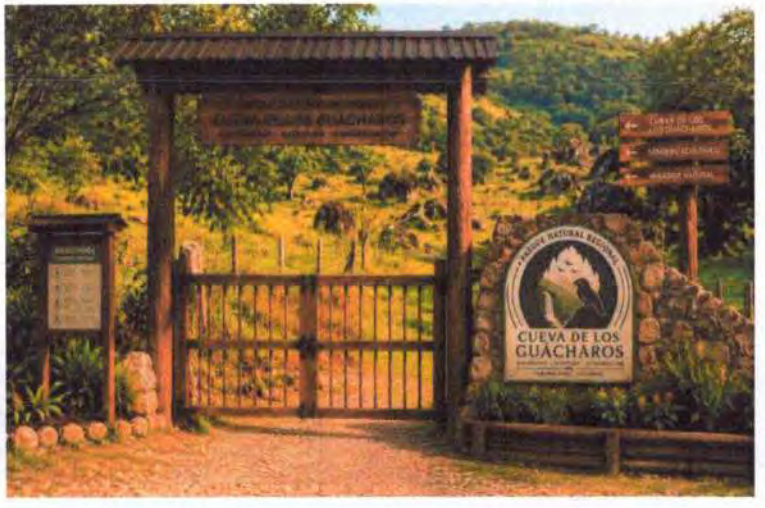
RESULTADOS GENERALES ANTES Y DESPUÉS DE LA INTERVENCIÓN DE FORTALECIMIENTO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes Diagnóstico		Después Plan de Trabajo		
		Si	No	Si	No	
1	**Información y expectativa del visitante.**	0%	100%	100%	0%	100%
2	**Bienvenida y hospitalidad.**	0%	100%	100%	0%	100%
3	**Interpretación y narrativa de la experiencia**	40%	60%	100%	0%	60%
4	**Organización de la experiencia**	0%	100%	100%	0%	100%
5	**Aspectos sensoriales y memorables**	0%	100%	70%	30%	70%
6	**Aspectos de cierre y recordación**	0%	100%	100%	0%	100%
7	**Marca y presencia en redes sociales**	0%	100%	80%	20%	80%
8	**Equipo, Uniformidad y Riesgos**	0%	100%	40%	60%	40%
9	**Costos y comercialización**	25%	75%	75%	25%	50%
	Total % de cumplimiento iniciativa.	7,25%	92,75%	85%	15%	77,7%

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como Reserva Natural Cueva de los Guacharos esa presento un **AUMENTO** en el cumplimiento de un **77,7%** el cumplimiento de los requisitos y acciones propuestas en el plan de trabajo quedando con un **85%** de **CUMPLIMIENTO** del total de requisitos evaluados durante la fase diagnostica transformándose significativamente.

En cuanto a lo que el equipo consultor visualizo desde el comienzo el establecimiento a continuación se muestran algunas acciones de mejora que se realizaron en el establecimiento.

Visualización 1 – Organización del pórtico de ingreso al Parque Regional Natural Cueva de Los Guacharos.





Actividades realizadas:

1. Se lavaron paredes con hidro lavadora.
2. Está pendiente construir delimitación perimetral.
3. Se consiguieron tejas y se pusieron en el pórtico superior, sobre el baño y también se va a ampliar el alar de la casa.
4. Se está construyendo el pórtico, pero está pendiente colocar el portón de ingreso al centro de visitantes.
5. Pendiente pañetar pared para pintar el logo.

Visualización 2 – Adecuación área de llegada de visitantes.	
	
Mural propuesto	**Actividades realizadas**
	1. Se lavaron paredes. 2. Se repararon techos. 3. El pórtico de ingreso está en proceso de construcción. 4. El mural del guácharo está en proceso de cotización. 5. El acceso de vehículos no se ha realizado. 6. Está pendiente construir el andén para evitar el encharcamiento de agua y la humedad en la pared de la casa.

Visualización 4 – Organización señalética de ingreso, información, interpretación y orientación.













Actividades realizadas

1. Aunque no se construyeron las señaléticas de interpretación, ubicación e ingreso si se diseñaron
2. Se elaboro diseño de señalética de información e interpretación.

Visualización 3 – Adecuación centro de visitantes.





Actividades por realizar

1. Se recogieron elementos que no son del rancho.
2. Se botaron elementos que están deteriorados.
3. Se retiro todo y dejo solo la estructura principal.
4. Se retiro la mesa y se consiguió una nueva.
5. Se va a colocar un refrigerador.
6. Se va a mejorar iluminación interior.
7. Se emparejo el piso del rancho.
8. Se consiguió madera para poner barandas exteriores.
9. Se debe mejorar organización con planas decorativas.





Actividades por realizar

1. Se quitaron todos los elementos de esta zona.
2. Se nivelo el piso y se hicieron escaleras y colocar muro a distinto nivel.
3. Se limpio y reorganizo.

	
Actividades por realizar 1. Se nivelo el piso y se hicieron muros a distinto nivel. 2. Se cambio madera podrida del techo. 3. Se cambiaron tejas podridas.	4. Se retiraron armarios de este sector. 5. Se retiraron elementos para mejorar los espacios.

Visualización 3 – Adecuación centro senderos.	
	
Actividades por realizar 1. Se definieron los pasos y se recompusieron escalones, se ampliaron los caminos y los pasos críticos son mas amables para los visitantes, aunque aún faltan mejoras. 2. Se ajustaron los cables de los lados. 3. Se está realizando gestión para poder adquirir posteria que nos sirva para mejorar la delimitación de los senderos.	

Visualización 6 – Facilidades de resguardo y descanso en Mirador del Valle de Sabanalarga.





Actividades realizadas.

1. Con respecto a esta actividad queda por completo pendiente ya que se requieren recursos para adquirir madera, cemento y tejas pero se esta realizando gestión para conseguir los materiales y construir este quiosco que es de vital importancia para la reserva natural.

Visualización 7 – Uniformidad del personal de la Reserva Natural



Actividades realizadas

1. Con ayuda de IA se identificaron y definieron materiales y se diseñaron uniformes.
2. Queda pendiente adquirir la tela y confeccionarlos.

Visualización 10 – Adecuación de la casa.





Actividades realizadas

1. Ya se derribó el muro frontal y se organizó el desorden que había en esta área.
2. Se retiro el tanque de reserva y se movió la nevera para el centro de visitantes.
3. Se retiro la nevera que estaba siendo usada como matera
4. Y queda pendiente reparar techo dejándole un alar amplio que evite salpicaduras de agua al pasillo y las paredes internas.
5. Se lavaron muros internos de la casa, pero queda pendiente resanar y pintar y se debe hacer anden perimetral al área de la casa y al baño.

Visualización 8 – Facilidades para acceso a la cascada del duende de oro



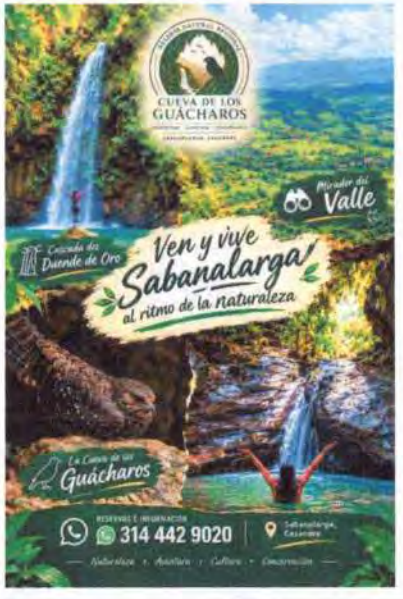


Actividades realizadas

1. Se retiro material vegetal que obstaculizaba la vista de la cascada.
2. De limpio la zona donde va el acceso del puente y la plataforma.
3. Se movieron piedras, troncos y material que generaba riesgos a los visitantes.
4. Se esta realizando gestión para conseguir los materiales que servirán para construir pasarela y plataforma.

Visualización 9 – Construcción de una marca que de identidad al Parque Regional Natural

RESERVA NATURAL REGIONAL
CUEVA DE LOS GUÁCHAROS
SENDERISMO • AVENTURA • CONSERVACIÓN
SABANALARGA, CASANARE



Actividades realizadas

1. Se elaboro una marca con identidad a la propiedad y características de la reserva natural ya que no se contaba con ella.
2. Se elaboro un flyer publicitario de contacto y reservas para que los visitantes contacten al señor Samuel ya que no se contaba con este material publicitaro.

Visualización 11 – Construcción de piscina natural.	
	

Actividades por realizar

1. Esta idea del señor Samuel es algo para desarrollar en el largo plazo y es importante que se asesore en la construcción de la piscina natural, acción que no se realizó durante el proceso.

11. Observaciones: Las acciones que quedaron pendientes por cumplir son asumidas de acá en adelante por el propietario y culminadas para cumplir con el 100% del plan de trabajo entregado a él.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare Agosto de 2026

CUMPLIMIENTO PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: LODGE EL PÁRAMO		
Categoría: Naturaleza - Observación de aves	**Nit:** N/A	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda Puerto Nuevo. Fca el Páramo	**Municipio:** Sabanalarga	**Dpto.:** Casanare
Representante legal: Gonzalo Fernández Cubides		**Cedula:** 74.810.379
Teléfono: 312 8945833	**Fase 2.1:** Cumplimiento Plan de Trabajo	**Fecha visita:** 20 Ago 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	
Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.		

LODGE
EL PÁRAMO
OBSERVACIÓN DE AVES Y VIDA SILVESTRE



INFORME DE CUMPLIMIENTO DE PLAN DE TRABAJO EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita	40		- Crear perfiles en Facebook e Instagram. - Crear material promocional.	Se creo flyer promocional con la ayuda de IA para generar una pieza grafica que muestre imágenes de los productos y servicios que se tienen en el orquideario y que pueden ser compartidos en estados de WhatsApp y enviada a los clientes.
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.	40		- Definir la propuesta de valor. - Elaborar un mensaje comercial unificado. - Garantizar que la experiencia ofrecida coincida con lo promocionado.	Se elaboro propuesta de valor y mensaje comercial con la pieza grafica que entrega información de la iniciativa y se estructuro la experiencia para que coincida con lo promocionado.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.	30		- Implementar reservas por WhatsApp o Google forms.	Se organizo una pieza con número de WhatsApp para que se pueda reservar por esta vía.
Total	**100**		**100**	**0**		

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.	40		- Diseñar un protocolo de bienvenida. - Capacitar al personal en hospitalidad.	Se elaboro protocolo en el que se diseñó bienvenida y se saluda y se acompaña al cliente y se capacito al personal para recibimiento de clientes.

						Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.	30		- Elaborar protocolo de anfitrión. - Definir saludo institucional. - Capacitar en servicio al cliente.	Se elaboro protocolo de anfitrión y se definió saludo institucional y se socializo con el propietario. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.	30		- Diseñar un guion de bienvenida y presentación de la experiencia.	Se diseño el discurso completo de la presentación de la iniciativa y se y se socializo con el propietario. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
3.1	40	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	40		- Diseñar un guion interpretativo específico para cada atractivo y capacitar a los guías.	Se construyo el guion interpretativo de la experiencia. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.	20		- Incorporar relatos sobre la cultura local, gastronomía, tradiciones campesinas y saberes asociados al territorio.	Se elaboraron contenidos interpretativos en donde se explican temas relacionados con la interpretación de las fuentes hídricas, los bosques, las estrellasas orquídeas y varios elementos asociados a ellas. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.3	20	Participación del visitante	20		- Diseñar actividades de interacción, interpretación	Se diseñaron momentos experienciales para que los visitantes pasen a interactuar y aprendan con la

					participativa y aprendizaje experiencial.	interpretación. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.	20		- Elaborar un manual interpretativo con mensajes clave, tiempos y actividades para cada estación del recorrido.	Adicional a esto se diseñó el guion interpretativo, este cuenta con mensajes clave, recomendaciones de seguridad, idea principal y golpe. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
4.1	40	Orden de las actividades.	40		- Realizar la identificación de los momentos de verdad con el cliente durante la ejecución de la experiencia.	Se identificaron los momentos de verdad, con el cliente, el orden de las actividades y se definió la secuencia de servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.2	30	Manejo del tiempo.	30		- Medir tiempos de recorrido, descanso, interpretación y alimentación para optimizar la operación.	Se realizo análisis de tiempos y movimientos y se definieron los tiempos de cada momento. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.	30		- Incorporar actividades de interpretación, observación o interacción durante los tiempos de transición.	Se organizo secuencia de atención para reducir los tiempos de espera y coordinar el servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.	40		- Diseñar una experiencia multisensorial mediante sonidos, aromas, gastronomía, texturas y paisajes.	Se vincularon a la experiencia algunos momentos sensoriales, se construyó la narrativa de naturaleza y se mejoraron instalaciones, senderos y se habilitaron nuevos espacios para visitantes. (árbol de orquídeas y orquideario) Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística. Fotografías de la cazuela y el establecimiento.
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	30		- Integrar demostraciones gastronómicas, relatos campesinos, música tradicional y participación comunitaria.	Al guion se integraron relatos locales, se vinculó al propietario y a la comunidad y se estructuro oferta que incluyen elementos de la gastronomía local, tradiciones locales y conservación.
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.	30		- Crear puntos fotográficos, miradores temáticos y escenarios con identidad visual de la reserva.	Se están construyendo puentes, plataformas, mejorando senderos y se organizaron espacios de casa y senderos para poder tomarse fotos emblemáticas.
Total	**100**		**100**	**0**		

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
6.1	30	Despedida del visitante.	30		- Diseñar un protocolo de despedida y agradecimiento.	Se creo protocolo de despedida en donde se agradece al cliente por

						visitarnos y se invita al cliente a regresar.
6.2	30	Invitación a volver y recomendar.	30		- Invitar a seguir las redes sociales, dejar reseñas y ofrecer beneficios para futuras visitas.	Se acordó pedir a los clientes de forma verbal que recomienden la reserva natural con familiares y amigos.
6.3	40	Contacto posterior a la visita.	40		- Implementar una estrategia de seguimiento mediante WhatsApp, correo electrónico o redes sociales.	En este aspecto solo se trabajó la pieza grafica con la información de reservas y servicios, pero se debe avanzar con las piezas graficas de los servicios y productos especializados.
Total	**100**		**100**	**0**		

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	30		- Evaluar el posicionamiento del nombre y desarrollar una estrategia de branding.	Se evaluó el nombre de finca el páramo pero no es estratégico y se desarrolló una estrategia para construir un logo relacionado más con un lodge asociado al páramo.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual	15		- Diseñar logo. - Definir colores corporativos. - Elaborar manual básico de identidad.	Se diseño el logo, se definieron la forma de uso, se usó en material digital y en redes sociales y se mejoró en promoción digital.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.	15		- Realizar una sesión fotográfica y audiovisual profesional de los atractivos y actividades.	Se realizo sesión fotográfica y se tomaron fotografías de calidad de naturaleza, aves y de personas viviendo la experiencia.
7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	- Crear un plan de contenidos para redes sociales, página web y campañas digitales.	Esta actividad no se realizo debido a que la propietaria no domina bien las redes sociales y se debe buscar una

						persona que le pueda apoyar con la generación de contenido.
7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	20		- Diseñar piezas informativas con horarios, tarifas, ubicación, recomendaciones y medios de reserva.	Se elaboro una pieza informativa donde está la ubicación y el teléfono de reservas y muestra algunos de los servicios.
Total	**100**		**80**	**20**		

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	40		- Implementar listas de chequeo, programas de mantenimiento preventivo y jornadas periódicas de limpieza.	Se desarrollaron jornadas extensivas de organización y limpieza de áreas y jardines.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.		30	- Diseñar e implementar uniformes funcionales, cómodos y alineados con la identidad de la reserva.	Se diseñaron uniformes, pero no se han confeccionado debido a que por delante están otras tareas de transformación y adecuación del Lodge.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.		30	- Implementar plan de emergencias, señalización, botiquines, extintores y capacitación en primeros auxilios.	Se debe contar como mínimo con una camilla, botiquín, extintor y documentar un plan de emergencias y contingencias para visitantes.
Total	**100**		**40**	**60**		

9. Costos y comercialización.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
9.1	25	Se identifican los factores del costo.	25		- Elaborar costeo de las experiencias y de los planes y paquetes.	Se identificaron los factores del costo, se realizó costeo, se calcularon tarifas para visitantes.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.	25		- Costear cada experiencia turística considerando costos directos e indirectos y definir tarifas.	Se costeo toda la experiencia turística con planes de 1 noche 2 días y dos noches 3 dias y se definió precio de venta y calculo margen de utilidad, comisión de agencia, utilidad de propietario, entre otros.
9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	25		- Diseñar paquetes turísticos diferenciados para distintos segmentos de mercado e integrarlos al portafolio comercial.	Se contacto a operador Sabana Travel para que integre Lodge El Páramo a su oferta turística.
9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	- Gestionar convenios con agencias de viajes, hoteles, operadores turísticos, instituciones y plataformas de comercialización.	Esta tarea no se realizó y queda pendiente para que la ingeniera Gonzalo lo trabaje con los demás actores de la cadena de valor.
Total	**100**		**75**	**25**		

RESULTADOS GENERALES ANTES Y DESPUÉS DE LA INTERVENCIÓN DE FORTALECIMIENTO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes Diagnóstico		Después Plan de Trabajo		
		Si	No	Si	No	
1	Información y expectativa del visitante.	0%	100%	100%	0%	100%
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%	100%	0%	100%
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	0%	100%	100%	0%	100%
4	Organización de la experiencia	0%	100%	100%	0%	100%
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%	100%	0%	100%
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%	100%	0%	100%
7	Marca y presencia en redes sociales	0%	100%	80%	20%	80%
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	0%	100%	40%	60%	40%
9	Costos y comercialización	0%	100%	75%	25%	75%
	Total % de cumplimiento iniciativa.	0%	100%	88,33%	11,66%	88,33%

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como **LODGE EL PÁRAMO** presento un **AUMENTO** en el cumplimiento de un **88,33%** el cumplimiento de los requisitos y acciones propuestas en el plan de trabajo quedando con un **88,33%** de **CUMPLIMIENTO** del total de requisitos evaluados durante la fase diagnostica transformándose significativamente.

En cuanto a lo que el equipo consultor visualizo desde el comienzo el establecimiento a continuación se muestran algunas acciones de mejora que se realizaron en el establecimiento.

Visualización 1 – Adecuación de la casa principal de huéspedes





Actividades por realizar:

1. Se levanto todo el piso de la casa, se movieron muros de madera y se reorganizaron espacios.
2. Se tumbaron paredes de habitación de la izquierda para organizar área del comedor.
3. Se amplio el comedor y se dejó una bodega de almacenamiento en la puerta del centro.
4. Se organizo espacio de habitación para alojar huéspedes.
5. Se construyo terraza para clientes.
6. Se habilito área para fogatas junto a la casa.
7. Está pendiente construir barandales, pero ya se tienen listos los materiales para hacerlo.
8. Queda pendiente mejorar la jardinería del exterior de la casa.

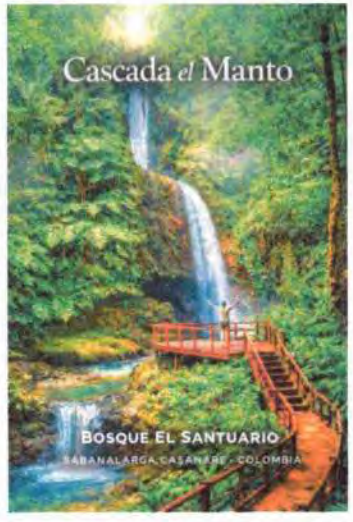
Visualización 2 – Mejorar el área de la cocina.



Actividades realizadas

1. Ya se definieron reparaciones y se tiene lista la madera para reestructurarla desde cero y ampliarla.

Visualización 3 – Organizar habitaciones	
Antes	**Después**
	
Actividades Realizadas 1. Se ampliarion espacios. 2. Se definio cual será la zona del baño y closet y donde irán las ventanas. 3. Se definio el plano de distribución interna de la habitación	4. Ya se visito al carpintero para mandar a hacer las camas 5. Se cotizaron dotaciones de camas y lencería. 6. Lijar madera de paredes y piso.
Visualización 4 – Construir área de camping	
	
Actividades realizadas 1. Se está comenzando con la construcción de las plataformas y las pasarelas aéreas. 2. Se diseñaron nuevos baños y está pendiente el inicio de su construcción.	

Visualización 5 – Construir facilidades de plataforma en la cascada.	
Antes	**Después**
	**Actividades realizadas** 1. Se realizo limpieza área de pasarela, se reubicaron rocas y se retiraron palos y troncos, pero falta comenzar con la construcción de la pasarela y la plataforma.
Visualización 7 – Elaborar uniformes	
	**Actividades realizadas** 1. Se Propuso diseño de ropa acorde al clima y al terreno, antifluido y secado rápido y fácil movimiento. Aun no se adquiere debido a que existen prioridades con la construcción y adquisición de dotaciones de la Lodge.

Visualización 8 – Construir Señaletica	
	

Actividades realizadas

1. Se diseño señalética de bienvenida e ingreso al lodge y esta ya se tiene lista. (falta pintar madera e instalar en lugar final.

Visualización 9 – Construcción de una marca que de identidad a la iniciativa turística	
LODGE EL PÁRAMO OBSERVACIÓN DE AVES Y VIDA SILVESTRE	**Actividades realizadas** 1. Como no existía marca, se buscó nombre atractivo para el Lodge. 2. Se identificaron los elementos de la marca y se ejecutó idea, se realizó boceto y se definió la marca.

11. Observaciones: Las acciones que quedaron pendientes por cumplir son asumidas de acá en adelante por el propietario de la iniciativa y culminadas para cumplir con el 100% del plan de trabajo entregado a él.

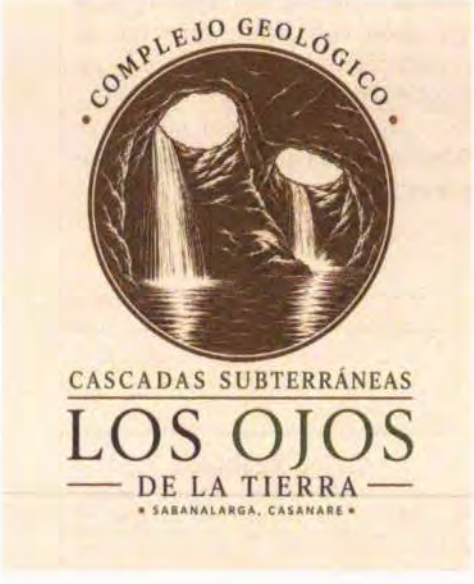
Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare agosto de 2026

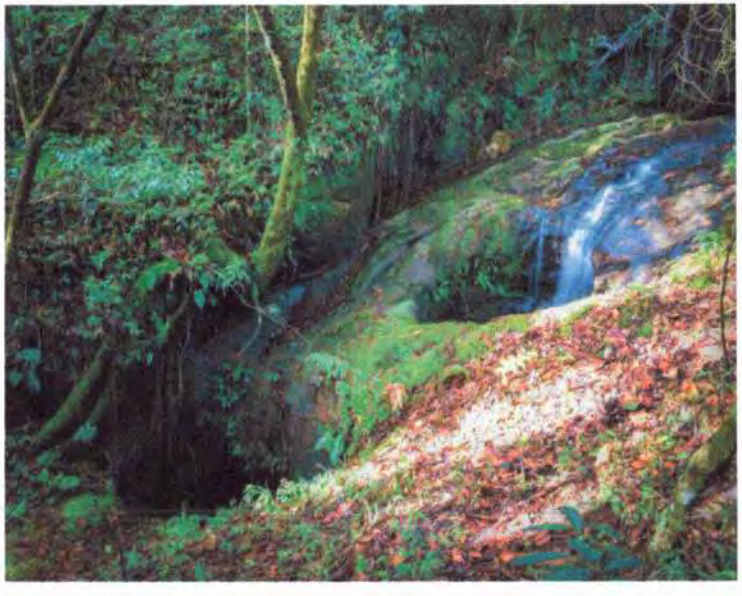
311 5617330 GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

CUMPLIMIENTO PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: CASCADAS SUBTERRANEAS		
Categoría: Naturaleza	**Nit:**	**Rnt: N/A**
Dirección: Vda Caño Barroso – F. Villa Elena	**Municipio:** Sabanalarga	**Departamento:** Casanare
Representante legal: Thomas Esteban Ruiz Castro		**Cedula:** 1.049.627.902
Teléfono: 3103920204	**Fase 2.1:** Cumplimiento plan de trabajo.	**Fecha visita:** Agosto 20 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.







INFORME DE CUMPLIMIENTO DE PLAN DE TRABAJO EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita	40		- Crear perfiles en Facebook e Instagram. - Crear material promocional.	Se creo flyer promocional con la ayuda de IA para generar una pieza grafica que muestre imágenes de los escenarios naturales y que pueda ser compartida en estados de WhatsApp y enviada a los clientes.
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.	30		- Definir la propuesta de valor, estructurar el discurso comercial y documentar los servicios incluidos y excluidos en cada experiencia.	Se elaboro propuesta de valor y mensaje comercial con la pieza grafica que ofrece las Cascadas Subterraneas y se estructuro la experiencia para que coincida con lo promocionado.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.	30		- Implementar reservas mediante WhatsApp Business, formularios digitales, página web y ampliar las alianzas comerciales con agencias de viajes.	Se organizo una pieza con número de WhatsApp para que se pueda reservar por esta vía.
Total	**100**		**100**	**0**		

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.	40		- Diseñar un protocolo de recepción, definir responsables y adecuar un espacio de bienvenida con	Se elaboro protocolo en el que se diseñó bienvenida y se saluda y se acompaña al cliente y se socializo con el propietario.

					información básica de la experiencia.	Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.	30		- Elaborar un protocolo de bienvenida, capacitar al personal y establecer estándares de servicio.	Se elaboro protocolo de anfitrión y se definió saludo institucional y se socializo con el propietario. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.	30		- Diseñar un discurso de apertura que introduzca la experiencia, explique el itinerario y presente las recomendaciones generales.	Se diseño el discurso completo de la presentación de la iniciativa y se Socializo con el propietario. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
3.1	40	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	40		- Elaborar un guion interpretativo con información geológica, ecológica, histórica y cultural, complementado con relatos locales.	Se construyo el guion interpretativo de las cascadas subterráneas para que el anfitrión lo cuente. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.	20		- Integrar contenidos sobre historia local, cultura campesina, biodiversidad, usos del territorio y patrimonio natural.	Se elaboraron contenidos interpretativos en donde se explican temas relacionados con la geologia y caracteristicas propias de las cascadas subterráneas, las formaciones rocosas, las ranas de cristal y como se relacionan estos con el territorio de Sabanalarga. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.

3.3	20	Participación del visitante	20		- Diseñar actividades participativas de interpretación ambiental, fotografía, observación de fauna, recorridos guiados y experiencias rurales.	Se diseñaron momentos experienciales para que los visitantes pasen a interactuar y aprendan con la interpretación del territorio.
3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.	20		- Elaborar un manual interpretativo con contenidos, tiempos, mensajes clave y estaciones del recorrido.	Adicional a esto se diseñó el guion interpretativo y se capacito socializo. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
4.1	40	Orden de las actividades.	40		- Realizar la identificación de los momentos de verdad con el cliente durante la ejecución de la experiencia.	Se identifico el recorrido del cliente y se estructuro la secuencia del servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.2	30	Manejo del tiempo.	30		- Realizar un estudio de tiempos y movimientos para establecer estándares de duración.	Se realizo análisis de tiempos y movimientos y se definieron los tiempos de cada momento. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.	30		- Organizar el flujo del recorrido e incorporar actividades de interpretación durante los tiempos de transición.	Se organizo secuencia de atención para reducir los tiempos de espera y coordinar el servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.	40		- Diseñar experiencias relacionadas con los sonidos del bosque, interpretación ambiental, gastronomía local, observación de fauna, narrativas y actividades participativas.	Se vincularon a la experiencia algunos momentos sensoriales, se construyó la narrativa de naturaleza y se están realizando trabajos para mejorar instalaciones y senderos. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turistica. Fotografías de la cazuela y el establecimiento.
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	30		- Incorporar degustaciones, actividades rurales, cocina tradicional, relatos campesinos y demostraciones culturales.	Al guion se integraron relatos locales, se vinculó al encargado de la finca y se estructuro oferta de servicios.
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.		30	- Diseñar miradores, marcos fotográficos, señalética temática y espacios "instagrameables" en los principales atractivos.	Aún no está elaborado, pero está por que se están adelantando adecuaciones en la infraestructura del de la iniciativa.
Total	**100**		**70**	**30**		

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
6.1	30	Despedida del visitante.	30		- Diseñar un protocolo de despedida con agradecimiento institucional y entrega de recuerdos digitales o físicos.	Se creo protocolo de despedida en donde se agradece al cliente por visitarnos y se invita al cliente a regresar.
6.2	30	Invitación a volver y recomendar.	30		- Incorporar una invitación formal a recomendar la	Se acordó pedir a los clientes de forma verbal que recomienden la

					experiencia, dejar reseñas y seguir las redes sociales.	iniciativa turística con familiares y amigos.
6.3	40	Contacto posterior a la visita.	40		- Implementar seguimiento mediante WhatsApp, correo electrónico y envío de fotografías de la experiencia.	En este aspecto solo se trabajó la pieza grafica con la información de reservas, pero no se hizo nada más debido a que no se contaba con material fotográfico.
Total	**100**		**100**	**0**		

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	30		- Realizar un estudio de identidad de marca y definir un nombre comercial con potencial de posicionamiento.	Se construyo una marca con identidad y que identifica a las cascadas subterráneas dándole un enfoque más educativo ya que se renombro como complejo geológico, cascadas subterráneas.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual	15		- Diseñar logo. - Definir colores corporativos.	Se diseño el logo, se definieron colores corporativos para usar en promoción digital.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.	15		- Realizar sesiones fotográficas y audiovisuales durante diferentes épocas del año.	Se realizo sesión fotográfica y se tomaron algunas fotografías de los atractivos naturales y especies presentes en el territorio.
7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	- Crear perfiles oficiales, implementar un plan de contenidos y desarrollar campañas digitales.	Esta actividad no se realizó debido a que no se cuenta con presencia en redes sociales, el propietario manifestó interés de crearlos una vez tuviese la marca definitiva y el material fotográfico.

7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	20		- Publicar información propia en medios digitales, señalización física y material promocional.	Se elaboro una pieza informativa donde está la ubicación y el teléfono de reservas y muestra algunos de los atractivos naturales.
Total	**100**		**80**	**20**		

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.		40	- Adquirir botiquín, radios de comunicación, silbatos, teléfonos móviles, linternas y demás equipos requeridos.	Esta actividad no se desarrolló ya que se está destinando el recurso económico principalmente a las adecuaciones del rancho del centro de visitantes, además se realizaron extensas jornadas de limpieza, organización y reparaciones de instalaciones que permitan mejorar la operación y hacer más atractiva la iniciativa.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.		30	- Diseñar uniformes funcionales inspirados en el concepto del destino y adecuados para clima cálido y recorridos ecoturísticos.	Se diseñaron uniformes, pero aún no se envió a confección debido a que no se cuenta con los recursos, pero se definieron requisitos de presentación personal.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.		30	- Implementar plan de emergencias, señalización, extintores, botiquines, equipos de protección personal y capacitación en primeros auxilios.	Se debe contar con camilla, botiquín, un plan de emergencias y contingencias para visitantes.
Total	**100**		**0**	**100**		

9. Costos y comercialización.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
9.1	25	Se identifican los factores del costo.	25		- Elaborar la estructura de costos e identificar costos directos e indirectos.	Se identificaron los factores del costo, se realizó costeo, se calcularon tarifas para visitantes.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.	25		- Realizar el costeo de la experiencia y posteriormente vincularla a un paquete turístico.	Se costeo toda la experiencia y se definió precio de venta y calculo margen de utilidad, comisión de agencia, utilidad de propietario, entre otros.
9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	25		- Diseñar productos turísticos estructurados e incorporarlos al portafolio de agencias y operadores.	Se contacto a operador Sabana Travel para que integre a la reserva natural a su oferta turística.
9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	- Establecer convenios con agencias de viajes, hoteles, operadores especializados y entidades de promoción turística.	Esta tarea no se realizó y queda pendiente para que Thomas adelante estas acciones.
Total	**100**		**75**	**25**		

RESULTADOS GENERALES ANTES Y DESPUÉS DE LA INTERVENCIÓN DE FORTALECIMIENTO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes Diagnóstico		Después Plan de Trabajo		
		Si	No	Si	No	
1	Información y expectativa del visitante.	0%	100%	100%	0%	100%
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%	100%	0%	100%
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	0%	100%	100%	0%	100%
4	Organización de la experiencia	0%	100%	100%	0%	100%
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%	70%	30%	70%
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%	100%	0%	100%
7	Marca y presencia en redes sociales	0%	100%	80%	20%	80%
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	0%	100%	0%	100%	0%
9	Costos y comercialización	0%	100%	75%	25%	75%
	Total % de cumplimiento iniciativa.	0%	100%	80,55%	19,44%	80,55%

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como **CASCADAS SUBTERRANEAS DE SABANALARGA** presento un **AUMENTO** en el cumplimiento de los requisitos y acciones propuestas en el plan de trabajo de un **80,55%** quedando con un **85,55%** de **CUMPLIMIENTO** del total de requisitos evaluados durante la fase diagnostica transformándose significativamente.

Las acciones que no se trabajaron y no se cumplieron durante el proceso de fortalecimiento que son el **19,99%** del total de actividades deben ser asumidas por el propietario y ejecutadas en su totalidad para cumplir con el compromiso adquirido durante el proceso de fortalecimiento de acoger todas las propuestas del plan de trabajo para ser ejecutadas y mejorar las características y condiciones de la iniciativa turística.

Visualización 1 – Organización del pórtico de ingreso al Complejo Geológico Los Ojos de La Tierra.





Actividades por realizar:

1. De esta actividad no se ha realizado nada aun ya que se esta concentrando la energía y recursos en la reparación del rancho que servirá para recibir a los visitantes.
2. Retiro de elementos existentes.
3. Se deben identificar materiales de construcción del pórtico de acceso.
4. Se deben instalar puertas de acceso.
5. Se debe mejorar el cerramiento perimetral.
6. Se debe elaborar letrero tallado en madera con la identidad gráfica del Complejo Geológico Los Ojos de la Tierra.
7. Se debe adecuar el acceso peatonal.

Visualización 2 – Adecuación área de llegada de visitantes.





Actividades por realizar

1. De esta actividad aún no se realiza ninguna tarea ya que de momento se está procediendo con el cambio del techo
2. Se retiraron todos los elementos en desuso que contaminan visualmente el espacio.
3. Se realizo limpieza profunda de este espacio incluyendo, pisos, paredes, puertas, barandas, techo y mobiliario.
4. Se está reparando y limpiando el techo de pasillo.
5. Se debe adecuar la iluminación cálida que mejore la experiencia y de calidez a esta área.
6. Se deben llevar a cabo acciones para mejorar el paisajismo interior de la construcción.
7. Se debe instalar señalización de evacuación y emergencias.
8. Se deben reparar barandas del corredor.
9. Se deben organizar instalaciones eléctricas protegidas y visibles.

Visualización 3 – Adecuación centro de visitantes.	
	

Actividades por realizar

1. Se realizo limpieza general del área y retiro de residuos, materiales en desuso y elementos deteriorados.
2. Se esta restaurando la infraestructura existente (cubierta, muros, columnas y pisos).
3. Se debe reparar la pintura de puertas, ventanas y elementos de madera.
4. Se debe mejorar el acceso principal y construcción de senderos peatonales.
5. Se debe mejorar la construcción de jardineras y establecimiento de zonas verdes con especies ornamentales nativas.

Visualización 4 – Adecuación Alacena	
	

Actividades por realizar

1. Estas adecuciones no se han realizado y deben realizarse ya que personalmente creo que esta cocina esta muy mal ubicada y considero que el lugar debería tener una alacena que no tiene.
2. En este lugar que es pequeño y que a medio terminar debería estar ubicada una alacena bien iluminada, con techo sellado y con piso lavable.
3. Podría ser un área donde se puede guardar lencería, dotaciones y suministros para la iniciativa de turismo y contar con un refrigerador y estantería básica para guardar alimentos secos y dotaciones.

Visualización 5 – Adecuación Pasillos Se realizaron extenuantes jornadas de limpieza y organización.

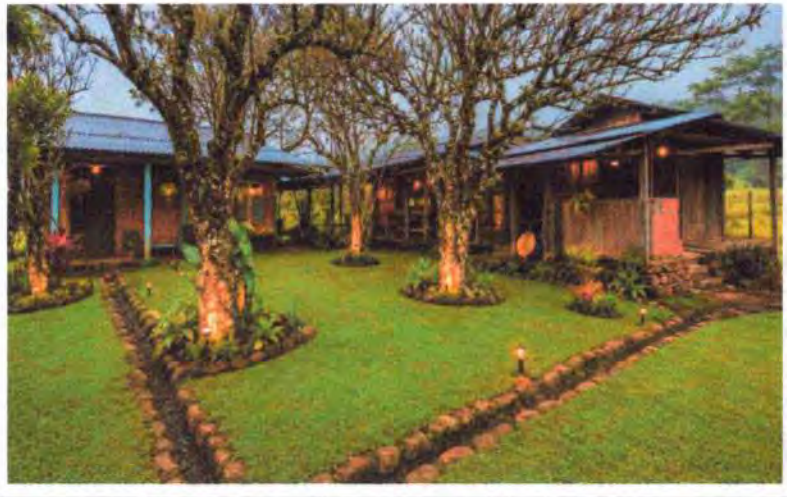


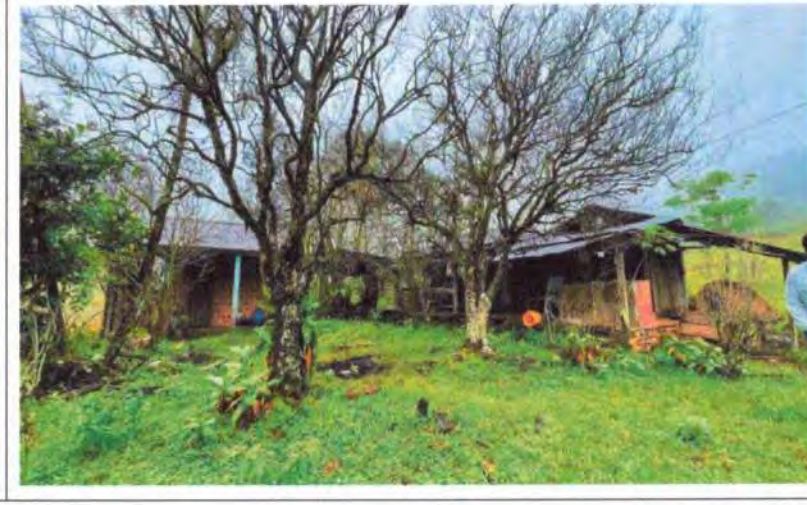


Actividades por realizar

1. Limpieza general del pasillo y retiro de materiales, residuos y elementos en desuso.
2. Restauración de la estructura, columnas, vigas y cubierta del corredor.
3. Reparación y mejoramiento del piso para garantizar una circulación segura.
4. Adecuación de drenajes y manejo de aguas lluvias para evitar encharcamientos.
5. Construcción de jardineras y delimitación de áreas verdes con piedra natural.
6. Implementación de paisajismo con especies ornamentales y nativas de bajo mantenimiento.
7. Instalación de mobiliario de descanso (bancas, mesas y materas) para uso de los visitantes.
8. Mejoramiento del sistema de iluminación con luminarias de ambiente y bajo consumo.
9. Incorporación de elementos decorativos que fortalezcan la identidad rural y el ambiente acogedor.

Visualización 6 – Adecuación patio y jardín principal



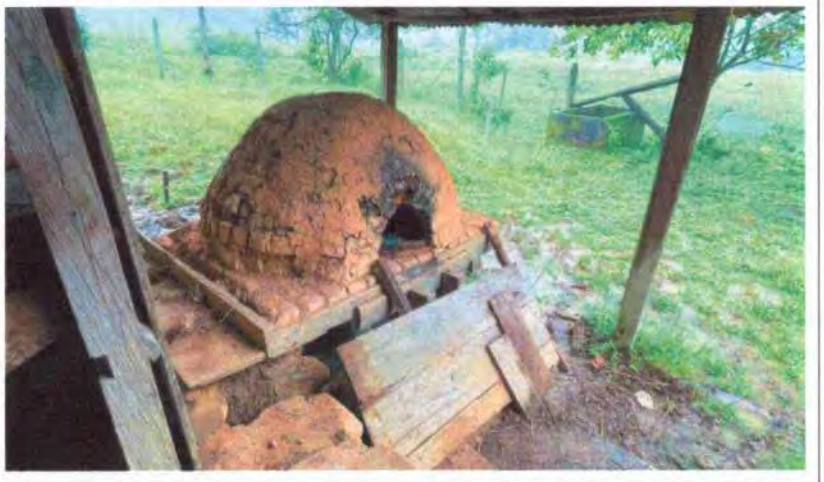


Actividades realizadas y pendientes de realizar

1. Se realizo limpieza general del patio y retiro de maleza, residuos y elementos en desuso.
2. Se realizo poda sanitaria y mantenimiento de árboles, arbustos y vegetación existente.
3. Esta pendiente restaurar paredes y fachadas, cubiertas y elementos estructurales de las edificaciones.
4. Se debe realizar una nivelación del terreno y adecuación de zonas verdes.
5. Se debe instalar césped y cobertura vegetal de bajo mantenimiento.
6. Se debe mejorar el ajardinamiento exterior con especies nativas y adaptadas a la región.
7. Se deben delimitar senderos y jardineras con piedra natural.
8. Se debe mejorar la iluminación exterior para recorridos nocturnos y realce paisajístico.
9. Se debe incorporación de mobiliario exterior para descanso y contemplación (bancas, materas y elementos decorativos).
10. Se debe implementar un programa de paisajismo que resalte la arquitectura rural y el entorno natural.

Visualización 7 – Adecuación Horno de Barro

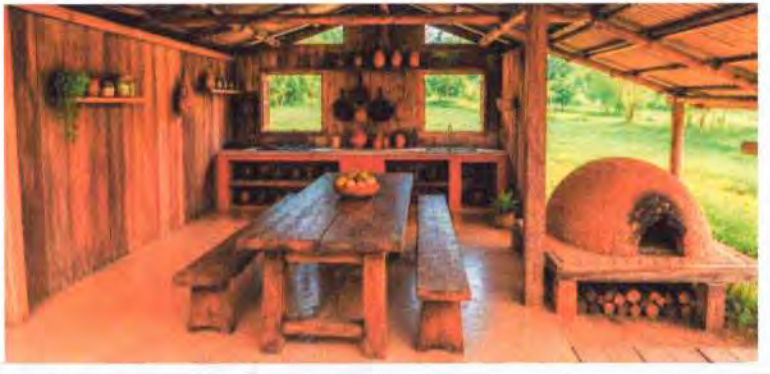




Actividades por realizar

1. Se realizo limpieza general del área y retiro de materiales en desuso.
2. Se debe restaurar y reparar del horno de barro (sellado de grietas y recuperación del acabado exterior).
3. Se debe nivelar la base estructural del horno.
4. Se recomienda construir un andén perimetral para mejorar el acceso y el drenaje del agua que corre por el potrero.
5. Se deben instalar bordillos en piedra para delimitar las zonas de circulación.
6. Se deben construir escalones de acceso en madera al área de trabajo del horno.
7. Se esta restaurando la cubierta del techo de la construcción de madera.
8. Se debe mejorar el drenaje superficial para evitar acumulación de agua alrededor del horno.
9. Se debe realizar mantenimiento preventivo de la estructura en madera mediante limpieza, lijado y aplicación de protector para exteriores.
10. Se debe adecuar el área como espacio de experiencia gastronómica para visitantes, garantizando seguridad, funcionalidad y presentación estética.

Visualización 8 – Organización cocina típica.





Actividades por realizar

1. Limpieza general del área y retiro de residuos, materiales en desuso y elementos deteriorados.
2. Desmonte y reorganización de los elementos existentes para optimizar la distribución del espacio.
3. Restauración y mantenimiento de la estructura en madera (muros, columnas, puertas y cubierta).
4. Reparación, nivelación y acabado del piso con superficie lisa de fácil mantenimiento.
5. Construcción de una mesa de trabajo en madera con espacio inferior para almacenamiento de leña.
6. Fabricación e instalación de estanterías y repisas de madera para almacenamiento de utensilios e insumos.
7. Instalación de una estufa de mesa y adecuación del área de cocción para la preparación de alimentos.
8. Organización e instalación de utensilios de cocina en soportes y ganchos para facilitar su acceso.
9. Adecuación de un banco o superficie auxiliar de trabajo en madera.
10. Incorporación de recipientes y canastillas para el almacenamiento organizado de productos e insumos.
11. Instalación de iluminación cálida tipo farol para mejorar la funcionalidad y resaltar el ambiente tradicional.
12. Incorporación de elementos decorativos y vegetación ornamental que fortalezcan la identidad de cocina típica campesina.
13. Mejoramiento de la ventilación e iluminación natural del espacio.

Visualización 9 – Adecuación área de baño	
	

Actividades por realizar

1. Se realizo limpieza profunda y desinfección general del área sanitaria.
2. Se debe reparar la pintura de los muros y cielorraso con acabados resistentes a la humedad.
3. Mantenimiento y ajuste de puertas, marcos y herrajes.
4. Se debe reparar y/o sustituir accesorios sanitarios deteriorados (lavamanos, griferia, sifones y sanitario, según sea necesario).
5. Se debe instalar un espejo con marco para mejorar la funcionalidad del lavamanos.
6. Se debe instalar una repisa de madera para ubicar elementos de aseo e insumos.
7. Se debe incorporar dispensadores de jabón líquido, papel higiénico y demás implementos de higiene.
8. Se debe instalar y mejorar el sistema de iluminación con luminarias de bajo consumo y luz cálida.
9. Se debe adecuar elementos decorativos como plantas ornamentales para mejorar la experiencia del visitante.
10. Se debe organizar y retirar avisos, afiches y elementos visuales innecesarios para generar una imagen más limpia y ordenada.
11. Se debe mejorar la ventilación natural del recinto para controlar humedad y olores.

Visualización 10 – Organización facilidades en infraestructura liviana cerca de la quebrada





Actividades por realizar

1. Se realizo limpieza general del área y retiro de vegetación invasora, residuos y materiales en desuso.
2. Se deben delimitar zonas aptas para la intervención, garantizando la protección de la ronda hídrica.
3. Se debe diseñar construcción de una estructura liviana elevada en madera tratada, adaptada a la topografía del terreno.
4. Se deben construir senderos de acceso en material natural estabilizado con bordes en madera o piedra.
5. Se debe implementar el uso de mobiliario rústico (bancas, mesas y áreas de descanso) integrado al diseño de la estructura.
6. Se debe aplicar tratamientos protectores a toda la madera expuesta para incrementar su durabilidad frente a la humedad y la intemperie.
7. Se debe adecuar el espacio como mirador ecológico y zona de descanso para actividades de contemplación, interpretación ambiental y observación de la naturaleza.

Visualización 11 – Uniformidad de personal de la iniciativa.



Propuestas uniformes ya que no cuentan con uniformes



Actividades por realizar

1. Se definió el diseño institucional de los uniformes de acuerdo con la identidad de la iniciativa.
2. Seleccionar materiales técnicos resistentes, cómodos y adecuados para actividades de ecoturismo.
3. Bordar el logotipo institucional y demás elementos de identidad corporativa.
4. Se encuentra pendiente la adquisición de la dotación completa para guías y personal operativo (camisa, pantalón, gorra y botas).

Visualización 12 – Organización señalética de ingreso, información, interpretación y orientación. (pendiente de realizar)	
	
Señalética de interpretación	Señalética de información
	

311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

Señalética de orientación – Actividad pendiente de realizar

Actividades por realizar 1. Se definieron los diseños de toda la señalética pero se están buscando apoyos para ejecutar esta actividad que tienen un costo alto para el propietario de la iniciativa.

Visualización 13 – Adecuación de senderos y construcción de barandas en áreas con desniveles que representan riesgos.



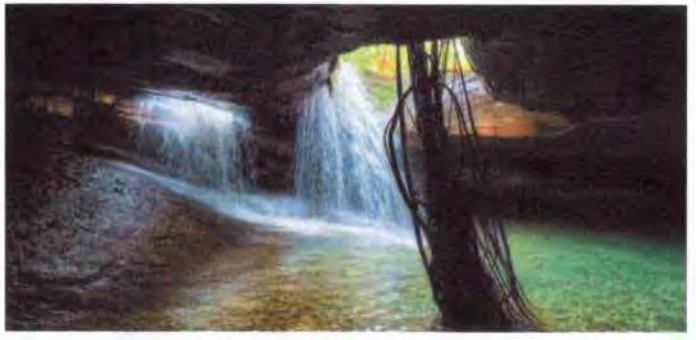


Actividades por realizar

1. Realizar el levantamiento y replanteo del sendero, identificando los tramos con pendientes, desniveles y puntos que representen riesgos para los visitantes.
2. Ejecutar la limpieza y adecuación del recorrido, retirando vegetación invasora, material suelto y obstáculos, conservando la cobertura vegetal y los árboles nativos.
3. Conformar y estabilizar el sendero, mediante nivelación del terreno, compactación y adecuación de la superficie para facilitar un tránsito seguro.
4. Construir escalones en los tramos con mayor pendiente, utilizando materiales naturales que se integren con el paisaje y reduzcan el riesgo de deslizamientos.
5. Instalar barandas de seguridad en madera en ambos lados de los sectores con desniveles o riesgo de caída, garantizando estabilidad y resistencia.
6. Construir sistemas de contención lateral, donde sea necesario, para evitar erosión y pérdida del material del sendero.
7. Implementar obras de manejo de aguas lluvias, mediante cunetas, drenajes o pasos de agua que reduzcan la erosión y prolonguen la vida útil del sendero.
8. Aplicar tratamientos de protección a la madera, utilizando inmunizantes y selladores que incrementen su resistencia frente a la humedad, insectos y condiciones ambientales.
9. Realizar poda selectiva y manejo de vegetación, garantizando visibilidad, seguridad y conservación del entorno natural.
10. Instalar señalización preventiva en los sectores con pendientes, cambios de nivel y zonas que requieran especial precaución durante el recorrido.

Visualización 14 – Facilidades para acceso a la cascada subterránea

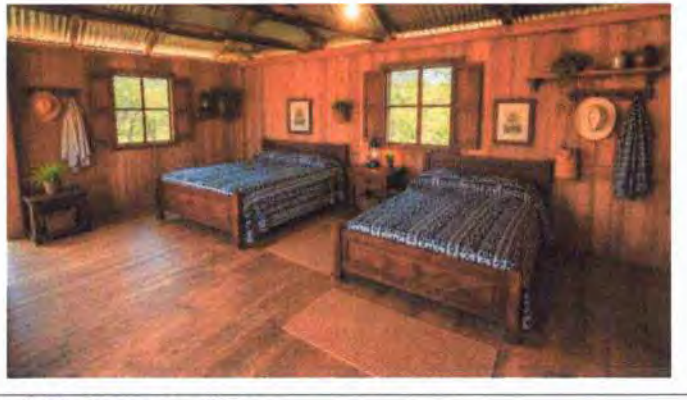
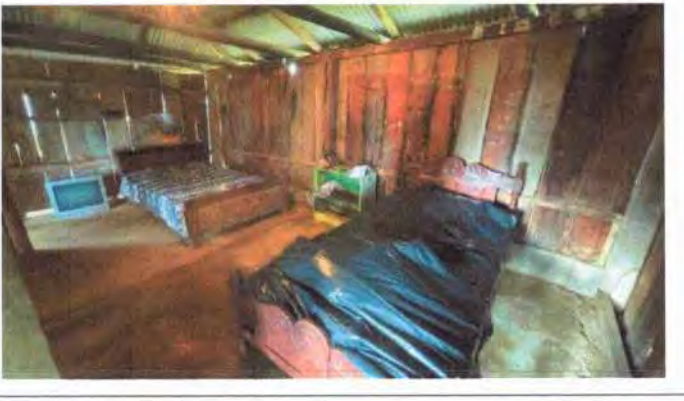




Actividades por realizar

1. Realizar una evaluación de riesgos del área de acceso a la cascada, identificando rocas inestables, zonas de desprendimiento y sectores con riesgo para los visitantes.
2. Se deben retirar rocas y material sueltos que representen peligro de caída o accidentes, garantizando estabilidad sin alterar la formación natural.
3. Se debe construir un sendero de acceso seguro, estabilizando la superficie de circulación y utilizando materiales naturales compatibles con el entorno y al final los escalones y la baranda que permitan ingresar a la cueva de forma segura.
4. Implementar escalones y puntos de apoyo en sectores con pendientes o superficies resbaladizas para facilitar el desplazamiento de los visitantes.
5. Instalar barandas o pasamanos en los tramos que presenten riesgo de caída o desniveles significativos.
6. Implementar señalización preventiva e interpretativa, indicando condiciones de seguridad, profundidad del agua, zonas de riesgo, recomendaciones de uso y buenas prácticas ambientales.

Visualización 15 – Construcción de una marca que de identidad a la iniciativa turística	
COMPLEJO GEOLÓGICO CASCADAS SUBTERRÁNEAS LOS OJOS DE LA TIERRA SABANALARGA. CASANARE	**Actividades realizadas** Se propone este nombre para que sea el nombre de la iniciativa, pero queda en manos del propietario definir la identidad grafica de esta.

Visualización 16 - Construcción de una o dos habitaciones muy típicas y rurales	
	

Actividades por realizar

1. Se retiraron elementos y mobiliario deteriorado, conservando solo los que puedan ser restaurados e incorporados al diseño de la habitación.
2. Se debe reparar y restaurar paredes de madera, reemplazando tablas deterioradas, sellando juntas e inmunizando para prolongar su vida útil.

3. Se debe adecuar cubierta de cielo raso, corrigiendo filtraciones, reforzando la estructura e instalando acabados que mejoren el confort y la estética del espacio.
4. Se debe instalar piso en madera o en mineral amarillo con dilataciones en ladrillo y de apariencia rústica.
5. Se deben adecuar puertas y ventanas, garantizando ventilación e iluminación natural y el buen funcionamiento de sistemas de cierre.
6. Dotar la habitación con mobiliario de estilo rural, incorporando camas, mesas de noche, repisas, percheros y demás elementos funcionales acordes con la identidad del alojamiento.
7. Adquirir lencería, colchones y accesorios de alojamiento, asegurando condiciones de confort, higiene y calidad para los visitantes.
8. Incorporar iluminación cálida y decorativa, mediante luminarias de bajo consumo que resalten el ambiente acogedor del espacio.
9. Integrar elementos decorativos con identidad local, tales como artesanías, fibras naturales, plantas ornamentales, cuadros y objetos representativos de la cultura y el paisaje de la región.

11. Observaciones: Las acciones que quedaron pendientes por cumplir son asumidas de acá en adelante por el propietario y culminadas para cumplir con el 100% del plan de trabajo entregado a él.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare Agosto de 2026

CUMPLIMIENTO PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: ORQUIDEAS DEL PIEDEMONTE		
Categoría: Naturaleza	**o:** N/A	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda El Carmen – Fca La Escuadra	**Municipio:** Sabanalarga	**Dpto.:** Casanare
Representante legal: Carolina Vargas Vargas		**Cedula:** 23.417.976
Teléfono: 3204553337	**Fase 2:** Plan de Trabajo	**Fecha visita:** 25 Jun 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.



INFORME DE CUMPLIMIENTO DE PLAN DE TRABAJO EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita	40		- Elaborar un flyer institucional, fortalecer las redes sociales y crear un protocolo de información previa al visitante.	Se creo flyer promocional con la ayuda de IA para generar una pieza grafica que muestre imágenes de los productos y servicios que se tienen en el orquideario y que pueden ser compartidos en estados de WhatsApp y enviada a los clientes.
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.	40		- Definir la propuesta de valor, estructurar el mensaje comercial y unificar el discurso promocional en todos los canales.	Se elaboro propuesta de valor y mensaje comercial con la pieza grafica que entrega información de la iniciativa y se estructuro la experiencia para que coincida con lo promocionado.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.	30		- Implementar reservas por WhatsApp o Google forms y canales digitales.	Se organizo una pieza con número de WhatsApp para que se pueda reservar por esta vía.
Total	**100**		**100**	**0**		

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.	40		- Diseñar un protocolo de bienvenida. - Capacitar al personal en hospitalidad.	Se elaboro protocolo en el que se diseñó bienvenida y se saluda y se acompaña al cliente, Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.

2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.	30		- Elaborar protocolo de anfitrión. - Definir saludo institucional. - Capacitar en servicio al cliente.	Se elaboro protocolo de anfitrión y se definió saludo institucional y se capacito al cliente. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.	30		- Diseñar un guion de bienvenida y presentación de la experiencia.	Se diseño el discurso completo de la presentación de la iniciativa y se socializo con el propietario. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
3.1	40	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	40		- Elaborar un guion interpretativo completo que incluya biodiversidad, conservación, usos, importancia ecológica e historias locales.	Se construyo el guion interpretativo de la experiencia. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.	20		- Diseñar contenidos interpretativos sobre el territorio y su relación con la biodiversidad y las orquídeas.	Se elaboraron contenidos interpretativos en donde se explican temas relacionados con la interpretación de las orquídeas y varios elementos asociados a ellas. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.3	20	Participación del visitante	20		- Incorporar actividades prácticas como fotografía de orquídeas, identificación de especies, observación de polinizadores y experiencias participativas.	Se diseñaron momentos experienciales para que los visitantes pasen a interactuar y aprendan con la interpretación.

3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.	20		- Elaborar un manual interpretativo con contenidos, tiempos, mensajes clave y actividades por estación.	Adicional a esto se diseñó el guion interpretativo, este cuenta con mensajes clave, recomendaciones de seguridad, idea principal y golpe. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
4.1	40	Orden de las actividades.	40		- Realizar la identificación de los momentos de verdad con el cliente durante la ejecución de la experiencia.	Se identificaron los momentos de verdad, con el cliente, el orden de las actividades y se definió la secuencia de servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.2	30	Manejo del tiempo.	30		- Realizar estudios de tiempos y movimientos y establecer estándares de duración por actividad.	Se realizo análisis de tiempos y movimientos y se definieron los tiempos de cada momento. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.	30		- Organizar la secuencia de actividades y optimizar los tiempos de transición entre estaciones.	Se organizo secuencia de atención para reducir los tiempos de espera y coordinar el servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.	40		- Diseñar experiencias sensoriales relacionadas con aromas, sonidos del bosque, texturas, interpretación y observación especializada.	Se vincularon a la experiencia algunos momentos sensoriales, se construyó la narrativa de naturaleza y se mejoraron instalaciones, senderos y se habilitaron nuevos espacios para visitantes. (árbol de orquídeas y orqudideario) Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística. Fotografías de la cazuela y el establecimiento.
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	30		- Incorporar relatos sobre polinizadores, gastronomía local, tradiciones campesinas y conservación.	Al guion se integraron relatos locales, se vinculó a la propietaria y se estructuro oferta que incluyen elementos de la gastronomía local, tradiciones locales y conservación.
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.	30		- Diseñar escenarios "instagrameables", señalética interpretativa y espacios para fotografía temática.	Se construyo el árbol de las orquídeas, se reparó el orquideario y se organizaron espacios para trabajo y exhibición de orquídeas el logo para poder tomarse la foto y dar identidad visual.
Total	**100**		**100**	**0**		

6. Aspectos de cierre y recordación.

Item	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
6.1	30	Despedida del visitante.	30		- Diseñar un protocolo de despedida que incluya agradecimiento y cierre interpretativo.	Se creo protocolo de despedida en donde se agradece al cliente por visitarnos y se invita al cliente a regresar.

6.2	30	Invitación a volver y recomendar.	30		- Implementar estrategias de fidelización, invitación a compartir la experiencia y seguimiento en redes sociales.	Se acordó pedir a los clientes de forma verbal que recomienden la reserva natural con familiares y amigos.
6.3	40	Contacto posterior a la visita.	40		- Implementar contacto posterior mediante WhatsApp, envío de fotografías, agradecimientos y promociones.	En este aspecto solo se trabajó la pieza grafica con la información de reservas y servicios, pero se debe avanzar con las piezas graficas de los servicios específicos que se prestan.
Total	**100**		**100**	**0**		

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	30		- Mantener el nombre y fortalecer su posicionamiento mediante estrategias de branding.	Se mejoro considerablemente la marca, se hizo más limpia y minimalista a un solo color y se usó en material promocional, en redes sociales y en fachada de la casa.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual	15		- Diseñar una nueva identidad visual con aplicaciones para señalización, uniformes, souvenirs y material promocional.	Se diseño el logo, se definieron la forma de uso, se usó en material digital y en redes sociales y se mejoró ar en promoción digital.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.	15		- Realizar una sesión fotográfica profesional durante diferentes épocas de floración.	Se realizo sesión fotográfica y se tomaron fotografías de calidad de naturaleza, aves y de personas viviendo la experiencia.
7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	- Elaborar un plan de contenidos, mejorar la producción audiovisual y fortalecer la interacción con los seguidores.	Esta actividad no se realizo debido a que la propietaria no domina bien las redes sociales y se debe buscar una persona que le pueda apoyar con la generación de contenido.

7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	20		- Diseñar piezas gráficas con información institucional e implementar códigos QR y señalización.	Se elaboro una pieza informativa donde está la ubicación y el teléfono de reservas y muestra algunos de los servicios.
Total	**100**		**80**	**20**		

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	40		- Reparar o reemplazar el mobiliario deteriorado e implementar un plan de mantenimiento preventivo.	Se desarrollaron jornadas de organización y limpieza de áreas y jardines, también se reparó el orquideario, pero queda pendiente reparar sillas que se encuentran dañadas.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.	30		- Diseñar una nueva línea de uniformes inspirada en las orquídeas, funcional para clima cálido y alineada con la identidad de la marca.	Se diseñaron uniformes y confeccionaron uniformes con mayor identidad, más atractivos a la vista, con materiales que funcional para el clima y alineados a la identidad de marca.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.		30	- Implementar plan de emergencias, señalización, botiquines, extintores, puntos de encuentro y capacitación en primeros auxilios.	Se debe contar como mínimo con una camilla, botiquín, extintor y documentar un plan de emergencias y contingencias para visitantes.
Total	**100**		**70**	**30**		

9. Costos y comercialización.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
9.1	25	Se identifican los factores del costo.	25		- Elaborar fichas técnicas de costos y establecer indicadores financieros.	Se identificaron los factores del costo, se realizó costeo, se calcularon tarifas para visitantes.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.	25		- Realizar el costeo integral de la experiencia incluyendo costos directos e indirectos.	Se costeo toda la experiencia y se definió precio de venta y calculo margen de utilidad, comisión de agencia, utilidad de propietario, entre otros.
9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turistico y disponible para la venta.	25		- Vincular la experiencia a nuevos portafolios turísticos regionales y nacionales.	Se contacto a operador Sabana Travel para que integre al orquideario a su oferta turistica.
9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	- Gestionar convenios con agencias de viajes, hoteles, operadores especializados, cámaras de comercio e instituciones públicas y privadas.	Esta tarea no se realizó y queda pendiente para que la ingeniera Carolina adelante estas acciones.
Total	**100**		**75**	**25**		

RESULTADOS GENERALES ANTES Y DESPUÉS DE LA INTERVENCIÓN DE FORTALECIMIENTO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes Diagnóstico		Después Plan de Trabajo		
		Si	No	Si	No	
1	Información y expectativa del visitante.	0%	100%	100%	0%	100%
2	Bienvenida y hospitalidad.	0%	100%	100%	0%	100%
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	0%	100%	100%	0%	100%
4	Organización de la experiencia	0%	100%	100%	0%	100%
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%	100%	0%	100%
6	Aspectos de cierre y recordación	0%	100%	100%	0%	100%
7	Marca y presencia en redes sociales	30%	70%	80%	20%	50%
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	40%	60%	70%	30%	30%
9	Costos y comercialización	25%	75%	75%	25%	50%
	Total % de cumplimiento iniciativa.	10,55%	89,45%	91,66%	8,33%	81,11%

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como **ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE** presento un **AUMENTO** en el cumplimiento de un **81,11%** el cumplimiento de los requisitos y acciones propuestas en el plan de trabajo quedando con un **91,66%** de **CUMPLIMIENTO** del total de requisitos evaluados durante la fase diagnostica transformándose significativamente.

En cuanto a lo que el equipo consultor visualizo desde el comienzo el establecimiento a continuación se muestran algunas acciones de mejora que se realizaron en el establecimiento.

Visualización 1 – Organización del pórtico de ingreso y letrero de la iniciativa Orquídeas de Piedemonte	
	
Actividades realizadas: 1. En la entrada no se adelantaron muchas acciones y se debe mejorar el área de ingreso y el ajardinamiento. 2. Se deben podar las palmas, colocar orquídeas de tierra y construir el pórtico. 3. Se encuentra pendiente construir la señalética de ingreso y mejorar el portón metálico. 4. Adicional a esto se recomienda mejorar la huella del ingreso de vehículos en los pasos que se encharca. 5. Se debe podar y hacer rocería en el área de ingreso sobre el puente alcantarilla de la quebrada.	
Visualización 2 – Organización de la señalética de ingreso a la propiedad de Orquídeas de Piedemonte	
	**Actividades realizadas.** Se diseño señalética de ingreso (aún no se comienza su elaboración ya que no se cuenta con los recursos para su fabricación).

Visualización 3– Organización Huella de vehículos para ingresar a la casa	
	
Actividades realizadas: 1. Como se observa en la foto de la derecha se debe mejorar encharcamiento de agua. Temporalmente se puso grava pero esto se debe mejorar para que los visitantes que llegan en triciclo no se ensucien.	

Visualización 4 – Construcción del árbol de las orquídeas.	
Antes	**Después**
	
Actividades realizadas: 1. Se bajaron las orquídeas que sobrecargaban visual y estéticamente el palo de cruz. 2. Se organizo base de árbol de orquídeas. 3. Se colgaron orquídeas más vistosas del árbol y se mejoro ajardinamiento.	

Visualización 5 – Construcción de una marca que de identidad a la Iniciativa	
ORQUÍDEAS Y AVES DE PIEDEMONTE	Orquideas DE PIEDEMONTE

Actividades realizadas:

1. Se reestructuro el concepto de la marca conservando los elementos de la que existía.

Visualización 6 – Organización de espacios de la casa y reubicación de elementos decorativos.	
	

	
Actividades realizadas: 1. Se retiraron plantas que contaminan visualmente. 2. Se reorganizaron materas colgantes.	3. Se reubico enredadera. 4. Se redecoro con aves decorativas de madera. 5. Se reubicaron materas y se organizaron por tipo, forma, tamaño.

Visualización 7 – Organización de espacio para recibir a los visitantes y dar las charlas

	
Actividades realizadas: 1. Se pinto logo arriba de la puerta ventana en la pared triangular. 2. Se reorganizo cableado eléctrico bombillo.	3. Se reubico Moto y las Ciclas. 4. Se colocaron las orquídeas que más bonitas estén para exhibirlas.

Visualización 8 – Reconstruir Orquideario.





Actividades realizadas:

1. Se organizo rifa solidaria de una orquídea y se reunió 1 millón de pesos para construir columnas en cemento, comprar perfiles metálicos y reubicar y reconstruir el orquideario.

Visualización 7 – Restructuración de concepto de uniformidad.







Actividades realizadas:

1. Se rediseño el uniforme en concepto, materiales y diseño y se alineo a la actividad de jardinería.
2. Se envío a confeccionar, pero aún falta la camisa.

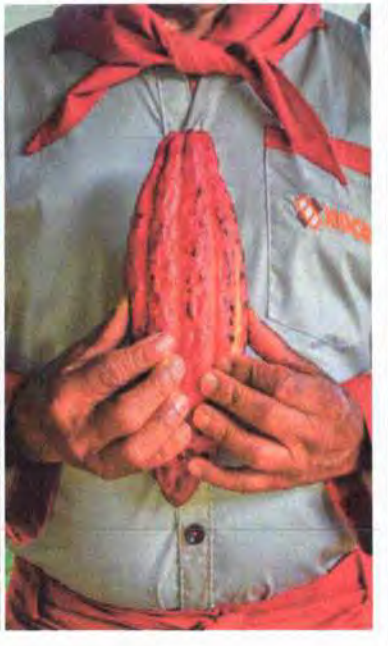
11. Observaciones: Las acciones que quedaron pendientes por cumplir son asumidas de acá en adelante por la propietaria de la iniciativa y culminadas para cumplir con el 100% del plan de trabajo entregado a élla.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare Agosto de 2026

CUMPLIMIENTO PLAN DE TRABAJO		
Nombre iniciativa: XOCASA – CHOCOLATE DE SABANALARGA, CASANARE.		
Categoría: Agroturismo y bienestar	**o:** N/A	**Rnt:** N/A
Dirección: Vda El Carmen – Fca Las Delicias	**Municipio:** Sabanalarga	**Dpto.:** Casanare
Representante legal: Hilda Vargas Piñeros		**Cedula:** 23.417.510
Teléfono: 3114800993	**Fase 2.1:** Cumplimiento Plan de Trabajo	**Fecha visita:** Agosto 2026
Profesional: Julian Mejia Fuentes	**Proceso:** 110.2011.179.2026	
Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.		



INFORME DE CUMPLIMIENTO DE PLAN DE TRABAJO EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

1. información y expectativa del visitante.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
1.1	40	Claridad de la información antes de la visita	40		- Elaborar un flyer institucional, fortalecer las redes sociales y crear un protocolo de información previa al visitante.	Se creo flyer promocional con la ayuda de IA para generar una pieza grafica que muestre imágenes de los productos y servicios que se tienen en el orquideario y que pueden ser compartidos en estados de WhatsApp y enviada a los clientes.
1.2	30	Coherencia en la promesa de venta.	30		- Definir la propuesta de valor, estructurar el mensaje comercial y unificar el discurso promocional en todos los canales.	Se elaboro propuesta de valor y mensaje comercial con la pieza grafica que entrega información de la iniciativa y se estructuro la experiencia para que coincida con lo promocionado.
1.3	30	Facilidades para reservar o comprar.	30		- Implementar reservas por WhatsApp o Google forms y canales digitales.	Se organizo una pieza con número de WhatsApp para que se pueda reservar por esta vía.
Total	**100**		**100**	**0**		

2. Bienvenida y hospitalidad

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
2.1	40	Recepción y acogida del visitante.	40		- Revisar y actualizar el protocolo de bienvenida, capacitar al personal y evaluar la satisfacción de los visitantes.	Se elaboro protocolo en el que se diseñó bienvenida y se saluda y se acompaña al cliente, Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.

2.2	30	Amabilidad del anfitrión. (tienen un protocolo de bienvenida) revisar.	30		- Actualizar el protocolo incorporando narrativas sobre el cacao, la familia, la historia de la finca y el territorio.	Se elaboro protocolo de anfitrión y se definió saludo institucional y socializo con el beneficiario. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
2.3	30	Presentación inicial de la experiencia.	30		- Diseñar un discurso inicial, presentar el itinerario y explicar las normas de seguridad y comportamiento durante la visita.	Se diseño el discurso completo de la presentación de la iniciativa y se socializo con el propietario. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

3. Interpretación y narrativa de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
3.1	40	Capacidad del guía o anfitrión para contar historias	40		- Elaborar un guion interpretativo integral sobre el cacao, incluyendo biodiversidad, producción, mercado, historia y curiosidades.	Se construyo el guion interpretativo de la experiencia y se socializo con el propietario. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.2	20	Explicación del territorio, cultura o producto.	20		- Incorporar contenidos sobre geografía, cultura, economía regional y paisaje dentro del recorrido interpretativo.	Se elaboraron contenidos interpretativos en donde se explican temas relacionados con la interpretación del cacao y varios elementos asociados a este. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
3.3	20	Participación del visitante	20		- Mantener las actividades participativas e incorporar nuevas experiencias sensoriales relacionadas con la transformación del cacao.	Se diseñaron momentos experienciales para que los visitantes pasen a interactuar y aprendan con la interpretación.

3.4	20	Se cuenta con un guion interpretativo.	20		- Revisar y actualizar el guion interpretativo anualmente e incluir nuevos contenidos técnicos y culturales.	Adicional a esto se diseñó el guion interpretativo, este cuenta con mensajes clave, recomendaciones de seguridad, idea principal y golpe. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

4. Organización de la experiencia.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
4.1	40	Orden de las actividades.	40		- Realizar la identificación de los momentos de verdad con el cliente durante la ejecución de la experiencia.	Se identificaron los momentos de verdad, con el cliente, el orden de las actividades y se definió la secuencia de servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.2	30	Manejo del tiempo.	30		- Revisar periódicamente los tiempos y ajustarlos según la temporada y el perfil del visitante.	Se realizo análisis de tiempos y movimientos y se definieron los tiempos de cada momento. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
4.3	30	Fluidez de la experiencia.	30		- Revisar los tiempos de transición, incorporar actividades de interpretación y reducir tiempos muertos.	Se organizo secuencia de atención para reducir los tiempos de espera y coordinar el servicio. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
Total	**100**		**100**	**0**		

5. Aspectos sensoriales y memorables.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
5.1	40	Elementos que hacen única la experiencia.	40		- Diseñar un nombre atractivo para la experiencia.	El nombre que se asigno a la experiencia fue del grano a la chocolatina, a esta experiencia se vincularon algunos momentos sensoriales, se construyó la narrativa en torno al cacao y se mejoraron las instalaciones. Ver anexo Diseño y / o Fortalecimiento experiencia turística.
5.2	30	Interacción con cultura local, naturaleza o gastronomía.	30		- Rediseñar la identidad visual e incorporar aplicaciones para souvenirs, uniformes y señalización.	Al guion se integraron relatos locales, se vinculó a los propietarios y se estructuro oferta que incluye elementos de la gastronomía local, tradiciones locales y conservación.
5.3	30	Momentos memorables instagrameables.	30		- Realizar sesiones fotográficas profesionales durante diferentes actividades y temporadas.	Se construyo cuadro de XOCASA para la fotografía memorable con uniforme de maestro chocolatero, se confeccionaron uniformes, se pintaron instalaciones de fabrica con paleta de colores de XOCASA.
Total	**100**		**100**	**0**		

6. Aspectos de cierre y recordación.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
6.1	30	Despedida del visitante.	30		- Diseñar un protocolo de despedida que incluya	Se creo protocolo de despedida en donde se agradece al cliente por

					agradecimiento y cierre interpretativo.	visitarnos y se invita al cliente a regresar.
6.2	30	Invitación a volver y recomendar.	30		- Implementar estrategias de fidelización, invitación a compartir la experiencia y seguimiento en redes sociales.	Se acordó pedir a los clientes de forma verbal que recomienden la reserva natural con familiares y amigos.
6.3	40	Contacto posterior a la visita.	40		- Implementar contacto posterior mediante WhatsApp, envío de fotografías, agradecimientos y promociones.	En este aspecto solo se trabajó la pieza grafica con la información de reservas y servicios, pero se debe avanzar con las piezas graficas de los servicios específicos que se prestan.
Total	**100**		**100**	**0**		

7. Marca y presencia en redes sociales.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
7.1	30	La experiencia cuenta con un nombre atractivo y es fácil de recordar.	30		- Diseñar un nombre atractivo para la experiencia y desarrollar una estrategia de posicionamiento.	Xocasa ya contaba con marca, motivo por el cual no era necesario construir marca, pero se debe mejorar el posicionamiento de esta, usarla en material promocional de redes sociales y en productos.
7.2	15	Existe un logo o marca que le de identidad visual	15		- El logotipo institucional se dejó tal cual está, pero se puso nombre a la experiencia turística, la marca se usó en uniformes y en promoción de la experiencia.	Se diseño el logo, se definieron la forma de uso, se usó en material digital y en redes sociales y se mejoró ar en promoción digital.
7.3	15	Cuenta con fotografías de calidad.	15		- Realizar sesiones fotográficas profesionales durante diferentes actividades y temporadas.	Se realizo sesión fotográfica y se tomaron fotografías de calidad de naturaleza, aves y de personas viviendo la experiencia.

7.4	20	Cuenta con presencia en redes (Instagram y Facebook).		20	- Elaborar un plan de contenidos, producir videos y fortalecer la interacción con la comunidad digital.	Esta actividad no se realizó debido a que la propietaria no domina bien las redes sociales y se debe buscar una persona que le pueda apoyar con la generación de contenido.
7.5	20	Información de ubicación, horarios, contacto y reservas es claro.	20		- Diseñar piezas informativas, instalar señalización y actualizar permanentemente la información institucional.	Se elaboro una pieza informativa donde está la ubicación y el teléfono de reservas y las redes sociales en donde se pueden mostrar los servicios y experiencias que se ofrecen.
Total	**100**		**80**	**20**		

8. Equipo, uniformidad, riesgos.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
8.1	40	Equipo requerido para la realización de la actividad se encuentra limpio y en buen estado.	40		- Mantener el programa de mantenimiento preventivo y registros periódicos de inspección.	Se realizo jornada de pintura de fachada exterior de fábrica de chocolate.
8.2	30	Uniformes se encuentran limpios, en buen estado.	30		- Diseñar uniformes institucionales inspirados en el cacao, con materiales frescos y una imagen coherente con la marca.	Se diseñaron y confeccionaron uniformes con mayor identidad, más atractivos a la vista, con materiales funcional para el clima y alineados a la identidad de marca.
8.3	30	Elementos de seguridad y riesgos están limpios y en buen estado y están presentes durante la realización de la actividad.	30		- Mantener la revisión periódica de equipos, señalización y capacitaciones en primeros auxilios.	Se verifico que cuentan con botiquín, camilla, inmovilizador y extintor contra incendios.
Total	**100**		**100**	**0**		

9. Costos y comercialización.

Ítem	Puntaje	Descripción	Cumple		Acción Propuesta	Acción Realizada
			Si	No		
9.1	25	Se identifican los factores del costo.	25		- Elaborar fichas técnicas de costos y establecer indicadores financieros.	Se identificaron los factores del costo, se realizó costeo, de la experiencia completa y se calcularon tarifas para visitantes.
9.2	25	Experiencia se encuentra costeada.	25		- Realizar el costeo integral de la experiencia incluyendo costos directos e indirectos.	Se costeo toda la experiencia y se definió precio de venta y calculo margen de utilidad, comisión de agencia, utilidad de propietario, entre otros.
9.3	25	Experiencia se encuentra en un paquete turístico y disponible para la venta.	25		- Vincular la experiencia a nuevos portafolios turísticos regionales y nacionales.	Se contacto a operador Sabana Travel para que integre al Xocasa a su oferta turística.
9.4	25	Se cuenta con alianzas comerciales que permitan vender la experiencia.		25	- Gestionar convenios con agencias de viajes, hoteles, operadores especializados, cámaras de comercio e instituciones públicas y privadas.	Esta tarea no se realizó y queda pendiente para que los propietarios adelanten estas acciones.
Total	**100**		**75**	**25**		

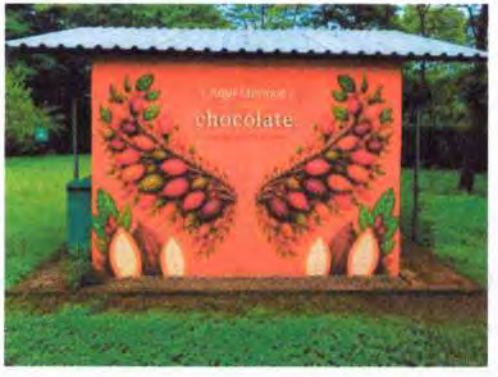
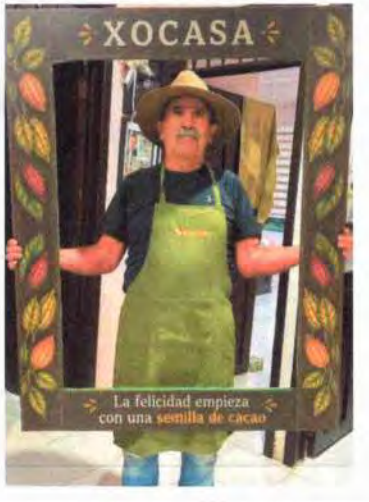
RESULTADOS GENERALES ANTES Y DESPUÉS DE LA INTERVENCIÓN DE FORTALECIMIENTO

Ítem	Descripción	Porcentaje de cumplimiento				Aumento % cumplimiento
		Antes Diagnóstico		Después Plan de Trabajo		
		Si	No	Si	No	
1	Información y expectativa del visitante.	60%	40%	100%	0%	100%
2	Bienvenida y hospitalidad.	70%	30%	100%	0%	100%
3	Interpretación y narrativa de la experiencia	80%	20%	100%	0%	100%
4	Organización de la experiencia	70%	30%	100%	0%	100%
5	Aspectos sensoriales y memorables	0%	100%	100%	0%	100%
6	Aspectos de cierre y recordación	30%	70%	100%	0%	100%
7	Marca y presencia en redes sociales	35%	65%	80%	20%	50%
8	Equipo, Uniformidad y Riesgos	70%	30%	100%	0%	30%
9	Costos y comercialización	25%	75%	75%	25%	50%
	Total % de cumplimiento iniciativa.	48,88%	51,11%	95%	5%	46,12%

De acuerdo con los resultados la iniciativa identificada como **XOCASA . CHOCOLATE DE SABANALARGA, CASANARE** presento un **AUMENTO** en el cumplimiento de un **46,12%** de los requisitos y acciones propuestas en el plan de trabajo quedando con un **95%** de **CUMPLIMIENTO** del total de requisitos evaluados durante la fase diagnostica transformándose significativamente.

En cuanto a lo que el equipo consultor visualizo desde el comienzo el establecimiento a continuación se muestran algunas acciones de mejora que se realizaron en el establecimiento.

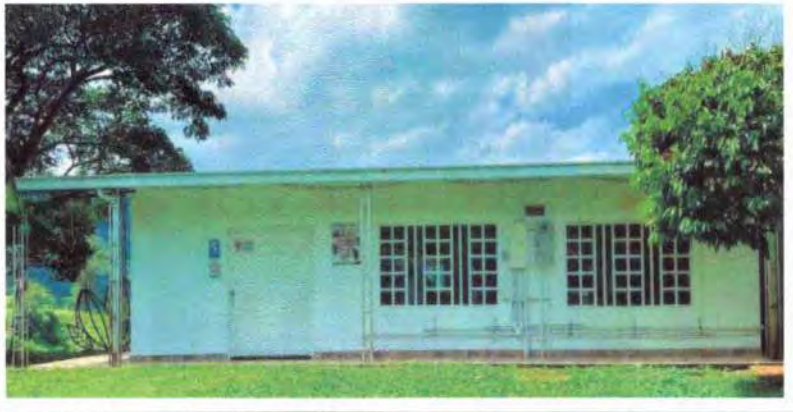
Visualización 1 – Uniformidad y concepto.	
	
Actividades realizadas 1. Se diseñeño y confecciono el uniforme con una propuesta más elegante y alineada con el concepto de turismo del cacao, con materiales frescos y una imagen coherente con la marca.	

Visualización 2 – Creación de espacio y elementos para tomarse fotos y compartir en redes sociales.	
	Mural aun no se pinta. Esta acción esta pendiente de realizarse pero queda como compromiso del empresario realizarlo.
	

Actividades realizadas:

1. Se fabrico un cuadro en madera con la identidad de XOCASA para que las personas usen el sombrero, el delantal con logo de XOCASA y se tomen una foto que pueden subir a redes sociales.

Visualización 3 – Organización de estructuras en mural y pintura de fabrica de chocolate.	
	**Actividades realizadas:** 1. Las columnas no se movieron hacia los extremos, pero se pintaron con los colores de la paleta de colores de XOCASA y se mimetizaron con el mural.

Visualización 4 – Organización de pintura de fábrica de chocolate.	
	
Actividades realizadas 1. Se pinto la fachada de la fábrica de chocolate (puertas, ventanas, zócalo, columnas, canal de aguas lluvias)	

Visualización 5 – Detalles de pintura tuberías externas fábrica de chocolate.	
	 
Actividades por realizar:	
1. Esta actividad quedo pendiente de realización, debido a que falto tiempo, pero esta programada para ejecutarse posterior al proceso de fortalecimiento.	

Visualización 6 – Detalles de pintura tuberías externas fábrica de chocolate.	
	
Actividades por realizar:	
1. Estas adecuaciones del camino no se realizaron debido a que no se contaba con el recurso económico para adquirir los materiales. Por tal motivo queda pendiente la elaboración de esta.	

Visualización 7 – Diseño de experiencia de chocolaterapia	
	
Actividades realizadas. 1. Se diseño experiencia de perfil de taza de chocolate, se ejecuto y se implemento. Se entregaron 12 manteletas con 12 frascos de vidrio y 12 de plástico para realizar testeo de la experiencia.	
Visualización 8 – Mejora de la bebida de cacao	
	
Actividades realizadas 1. Se hicieron pruebas con el mucilago para elaborar esta bebida para que sea la bebida de bienvenida pero no gustaron los resultados, motivo por el cual seguiremos intentando hasta encontra una receta perfecta.	

11. Observaciones: Las acciones que quedaron pendientes por cumplir son asumidas de acá en adelante por los propietarios de la iniciativa y culminadas para cumplir con el 100% del plan de trabajo entregado a la Sra Hilda Vargas.

Elaboró.

JULIANA VELA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare Agosto de 2026

ANEXO 10
Informes visitas N° 3
Diseño y/o fortalecimiento de experiencias turísticas

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD & ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S	

ACTIVIDAD N° 3 – INFORMES VISITA DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"

SEPTIEMBRE - 2026

CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA N° 110.2011.179.2026.
SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE Y GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

Email: Grupoqualitysas@gmail.com
Teléfono: 3115617330

En marco del contrato de mínima cuantía **No. 110.2011.179.2026.** Cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"** se realizaron visitas presenciales durante los dos (2) meses de ejecución del contrato a cada una de los seis (6) beneficiarios del proceso de fortalecimiento con el objetivo diseñar y/o fortalecer una experiencia turística diferenciada y auténtica, garantizando que cuente con una estructura clara, coherente y lista para su implementación, teniendo en cuenta que esta deberá estar alineada con la identidad local y orientada al fortalecimiento de la oferta turística del municipio, bajo criterios de calidad, sostenibilidad y enfoque de turismo slow.

Durante la visita de la socialización se realizaron múltiples actividades que se encuentran consignadas en cada informe narrativo de cada experiencia y que pueden ser consultados a continuación.

Vb
Julián Mejía Fuentes
Rep Legal grupo
Quality S.A.S

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: LILI RODRIGUEZ HEREDIA			**C.C:** 21.180.574
Empresa /Unidad Productiva: RESTAURANTE LOS MANGOS			**Nit:** 21.180.574
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: CENTRO POBLADO EL SECRETO		**Tel/Cel:** 319 2233548	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** lili2019rodriguez@gmail.com	

Actividad: Visita No 3 **Diseño y/o Fortalecimiento experiencias turísticas.**	**Fecha:** JULIO Y AGOSTO.

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

Realizar el diseño y/o fortalecimiento de una experiencia turística diferenciada y auténtica, garantizando que cuente con una estructura clara, coherente y lista para su implementación. Deberá estar alineada con la identidad local y orientada al fortalecimiento de la oferta turística del municipio, bajo criterios de calidad, sostenibilidad y enfoque de turismo slow.

REGISTRO FOTOGRAFÍCO

SE CONFECCIONARON UNIFORMES





GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.**
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

SE REPARO TECHO, FACHADA Y SE ELABORO MARCA





SE REALIZARON MAS DE 5 VISITAS PARA LIMPIAR Y ORGANIZAR PATIO





SE ELABORO RECETA DE CAZUELA Y SE PRESENTO DE MEJOR FORMA





311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	PARA EL DISEÑO DE ESTA EXPERIENCIA, SE ENCUENTRA UN RETO BASTANTE GRANDE YA QUE. EL RESTAURANTE ESTA BASTANTE DETERIORADO, DESCUIDADO Y SE PROCEDE A ORGANIZAR, REPARAR Y AJUSTAR IDENTIDAD. POR ESTO SE CAMBIO LA MARCA. Y AHORA
RECOMENDACIONES	SE LLAMA LA CAZUELA DEL UPIA. SE CONSTRUYE UNA NARRATIVA EN TORNO AL RIO UPIA Y A LA GASTRONOMIA RIBEREÑA Y SE PROCEDE A GENERAR UNA NUEVA IDENTIDAD VISUAL. TANTO EN LOS PLATOS COMO EN EL ESTABLECIMIENTO Y LA UNIFORMIDAD Y EL SERVICIO

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** LILI RODRIGUEZ HEREDIA	
C.C	4.208.865	**C.C**	21.180.574
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	319 2233548
Firma:		**Firma:** Lili Rodriguez	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: HILDA VARGAS PIÑEROS			**C.C:** 23.417.510
Empresa /Unidad Productiva: XOCASA			**Nit:** **23.417.510 - 1**
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA EL CARMEN – FINCA LAS DELICIAS		**Tel/Cel:** 3114800993	
Matricula Mercantil 146814	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** hilvarp@hotmail.com	

Actividad: Visita No 3 **Diseño y/o Fortalecimiento experiencias turísticas.**	**Fecha:** JULIO Y AGOSTO

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

Realizar el diseño y/o fortalecimiento de una experiencia turística diferenciada y auténtica, garantizando que cuente con una estructura clara, coherente y lista para su implementación. Deberá estar alineada con la identidad local y orientada al fortalecimiento de la oferta turística del municipio, bajo criterios de calidad, sostenibilidad y enfoque de turismo slow.

REGISTRO FOTOGRAFÍCO

SE CONFECCIONARON UNIFORMES







GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.**
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

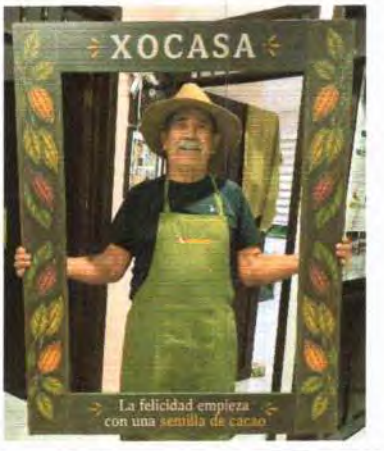
SE DISEÑO MANTELETA PARA EXPERIENCIA DE PERFIL DE TAZA DE CACAO





SE ELABORO CUADRO PARA FOTOGRAFÍA MEMORABLE





SE ELABORO RECETA DE BRISA DE CACAO BEBIDA REFRESCANTE DE CACAO





311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	EN CUANTO AL DESARROLLO Y DISEÑO E IMPLEMENTACION DE LA EXPERIENCIA TURISTICA SE OBSERVA UNA INICIATIVA A UN 50% DE AVANCE E IMPLEMENTACION DE REQUISITOS PERO SIN UNA ESTRUCTURA DOCUMENTADA QUE LE PERMITA FLUIR CON FORTALEZA Y ASENTADO. POR TAL MOTIVO EN TORNO A ESTA EXPERIENCIA SE TRABAJARON LOS SIGUIENTES ASPECTOS: SE CONFECCIONARON UNIFORMES, SE DISEÑO E IMPLEMENTO EXPERIENCIA DEL PERFIL DE LA TAZA DE CHOCOLATE. SE INTERVINIERON INSTALACIONES (DISEÑANDO PINTURA DE FACHADA). SE CONSTRUYO GUION
RECOMENDACIONES	NARRATIVA, PROMESA DE VALOR Y COSTEO.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** HILDA VARGAS PIÑEROS	
C.C	4.208.865	**C.C**	23.417.510
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3114800993
Firma:		**Firma:**	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL		
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026		
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.		
Nombre y apellidos: GONZALO FERNANDEZ CUBIDES		**C.C:** 74.810.379
Empresa /Unidad Productiva: RESERVA NATURAL EL PÁRAMO		**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE	**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA PUERTO NUEVO – FINCA EL PÁRAMO	**Tel/Cel:** 312 8945833	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** N/A

Actividad: Visita No 3 **Diseño y/o Fortalecimiento experiencias turísticas.**	**Fecha:** JULIO Y AGOSTO

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

Realizar el diseño y/o fortalecimiento de una experiencia turística diferenciada y auténtica, garantizando que cuente con una estructura clara, coherente y lista para su implementación. Deberá estar alineada con la identidad local y orientada al fortalecimiento de la oferta turística del municipio, bajo criterios de calidad, sostenibilidad y enfoque de turismo slow.

SE AVANZO CON ADECUACIÓN Y REDISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS





GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.**
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

SE REALIZO JORNADA INTENSIVA DE LIMPIEZA Y ORGANIZACIÓN





SE DESBARATO POR COMPLETO LA CASA PARA CORREGIR ERRORES INICIALES DE CONSTRUCCIÓN Y REDISTRIBUIR ESPACIOS PARA CLIENTES (SIGUE EN PROCESO)





SE HICIERON RECOMENDACIONES DE MEJORA EN SENDEROS







311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.** **FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL**

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	CON RESPECTO AL DISEÑO E IMPLEMENTACION Y FORTALECIMIENTO DE ESTA EXPERIENCIA SE TIENE QUE DECIR QUE ESTA ES UNA INICIATIVA QUE SE ENCUENTRA EN 0% DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS Y QUE EL PROCESO DE FORTALECIMIENTO SE DESTINO A DEFINIR Y AVANZAR EN LOS
RECOMENDACIONES	SIGUIENTES ASPECTOS: 1. DEFINIR NOMBRE Y CREAR LOGO 2. MODIFICAR INFRAESTRUCTURA EXISTENTE PARA CONVERTIRLO EN UN ALOJAMIENTO RURAL. 3. REALIZAR LIMPIEZA Y ORGANIZACION DEL PREDIO. 4. IDENTIFICAR PUNTOS CRITICOS DE SENDEROS PARA INTERVENIRLOS. 5. IDENTIFICAR ATRACTIVOS NATURALES PARA VINCULARL A EXPERIENCIA 6. REALIZAR ESTRUCTURA EXPERIENCIA. 7. ELABORAR GUION INTERPRETATIVO. 8. COSTEAR EXPERIENCIA. 9. ELABORAR SEÑALETICA. ENTRE OTRAS TAREAS.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** GONZALO FERNANDEZ CUBIDES	
C.C	4.208.865	**C.C**	74.810.379
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3128945833
Firma:		**Firma:** Gonzalo Fernández C.	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: CAROLINA VARGAS VARGAS			**C.C:** 23.417.976
Empresa /Unidad Productiva: ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA EL CARMEN – FINCA LA ESCUADRA		**Tel/Cel:** 3204553337	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** carolinavargas976@gmail.com	

Actividad: Visita No 3 **Diseño y/o Fortalecimiento experiencias turísticas.**	**Fecha:** JULIO Y AGOSTO

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

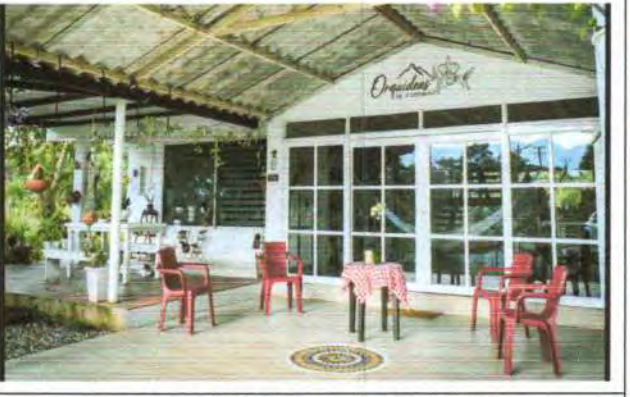
Realizar el diseño y/o fortalecimiento de una experiencia turística diferenciada y auténtica, garantizando que cuente con una estructura clara, coherente y lista para su implementación. Deberá estar alineada con la identidad local y orientada al fortalecimiento de la oferta turística del municipio, bajo criterios de calidad, sostenibilidad y enfoque de turismo slow.

REGISTRO FOTOGRAFÍCO

CONSTRUCCIÓN ARBOL ORQUIDEAS	**SE MODIFICO MARCA DE LA INICIATIVA**
 	Orquideas DE PIEDEMONTE

GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

SE CONFECCIONO UNIFORME	SE REPARO ORQUIDEARIO
	
SE ORGANIZARON ESPACIOS Y REDISTRIBUYERON ELEMENTOS DECORATIVOS	
	
SE REORGANIZARON ELEMENTOS	**SE BRANDEARON MUGS**
	

311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.**
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	CON REFERENCIA A ESTA EXPERIENCIA Y EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO. ACTUALMENTE VENIA REALIZANDO ALGUNAS ACTIVIDADES PERO SIN UNA ESTRUCTURA NI UN GUION INTERPRETATIVO QUE PERMITIERA GARANTIZAR LA FLUIDEZ Y EL DESARROLLO DE ESTA. MOTIVO POR EL CUAL EL PROCESO DE FORTALECIMIENTO SE CONCENTRO EN:
RECOMENDACIONES	1. FORTALECER LA IDENTIDAD VISUAL. CON ELABORACION DE MARCA, UNIFORMES Y MEJORAS EN LAS INSTALACIONES. 2. DISEÑO Y ESTRUCTURACION DE LA EXPERIENCIA CON COSTEO - GUION Y NARRATIVA 3. ADECUACION DE NUEVOS ESPACIOS PARA LOS VISITANTES 4. MEJORAS EN MATERIAL FOTOGRAFICO DEL ESTABLECIMIENTO.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** CAROLINA VARGAS VARGAS	
C.C	4.208.865	**C.C**	23.417.976
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3204553337
Firma:		**Firma:** Carolina Vargas V.	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL		
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026		
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.		
Nombre y apellidos: THOMAS RUIZ CASTRO		**C.C:** 1.049.627.902
Empresa /Unidad Productiva: LOS CENOTES – CASCADAS SUBTERRANEAS		**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA
Dirección: VDA CAÑO BARROSO – FINCA VILLA ELENA		**Tel/Cel:** 3103920204
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** Ruizthomas19@gmail.com

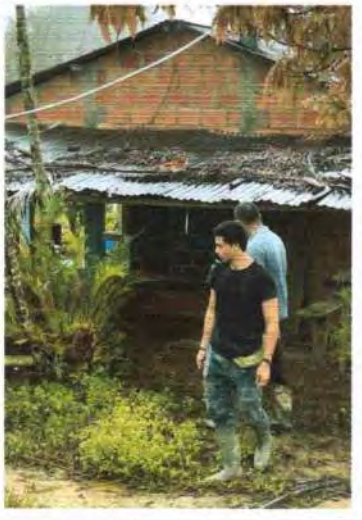
Actividad: Visita No 3 Diseño y/o Fortalecimiento experiencias turísticas.	**Fecha:** JULIO Y AGOSTO

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

Realizar el diseño y/o fortalecimiento de una experiencia turística diferenciada y auténtica, garantizando que cuente con una estructura clara, coherente y lista para su implementación. Deberá estar alineada con la identidad local y orientada al fortalecimiento de la oferta turística del municipio, bajo criterios de calidad, sostenibilidad y enfoque de turismo slow.

REGISTRO FOTOGRAFÍCO

SE REALIZO JORNADA INTENSIVA DE LIMPIEZA Y ORGANIZACIÓN







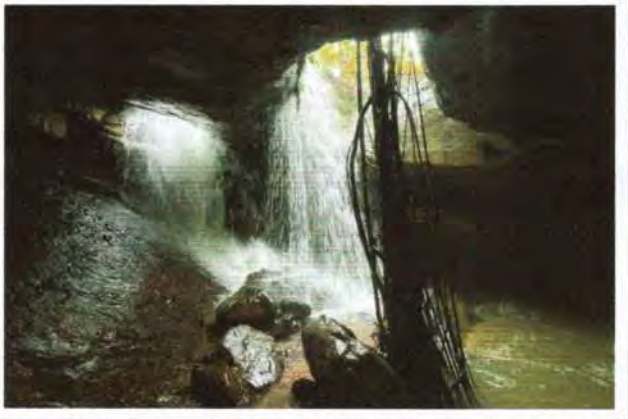
GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.**
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

SE CAMBIO POR NUEVO EL TECHO DEL CENTRO DE VISITANTES.





SE REALIZO LIMPIEZA DE LAS CASCADAS SUBTERRANEAS LOS ACCESOS A ESTAS





SE HICIERON RECOMENDACIONES DE MEJORA EN SENDEROS	**SE TRABAJO EN MARCA Y UNIFORMIDAD PEND. UNIFORMES**





311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	CON RESPECTO AL DISEÑO Y O FORTALECIMIENTO DE ESTA EXPERIENCIA SE TUVO QUE INICIAR DESDE CERO YA QUE NO TENIA NINGUNA ESTRUCTURA Y SOLO EXISTIA EL ATRACTIVO NATURAL. Y POR ESTA RAZON. NOS CONCENTRAMOS EN. FORTALECER LOS SIGUIENTES ASPECTOS.- 1. CONSTRUCCION DEL GUION INTERPRETATIVO
RECOMENDACIONES	Y LA ESTRUCTURA DE COSTOS Y PRECIOS 2. LA NARRATIVA DE LA EXPERIENCIA. 3. BUSQUEDA DE NOMBRE ATRACTIVO. 4. CONSTRUCCION DE MARCA. 5. ADECUACION DE CENTRO DE VISITANTES Y PASOS CRITICOS DE SENDEROS. 6. ADECUACION DE CASA Y FACILIDADES DE CLIENTES.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** THOMAS RUIZ CASTRO	
C.C	4.208.865	**C.C**	1.049.627.902
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3103920204
Firma:		**Firma:**	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: SAMUEL CONTRERAS BERNAL			**C.C:** 9.506.241
Empresa /Unidad Productiva: RESERVA NATURAL CUEVA DE LOS GUÁCHAROS			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA SAN ANTONIO – FINCA EL REPOSO		**Tel/Cel:** 314 4429020	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** N/A	

Actividad: Visita No 3 **Diseño y/o Fortalecimiento experiencias turísticas.**	**Fecha:** JULIO Y AGOSTO

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

Realizar el diseño y/o fortalecimiento de una experiencia turística diferenciada y auténtica, garantizando que cuente con una estructura clara, coherente y lista para su implementación. Deberá estar alineada con la identidad local y orientada al fortalecimiento de la oferta turística del municipio, bajo criterios de calidad, sostenibilidad y enfoque de turismo slow.

REGISTRO FOTOGRAFÍCO

SE REALIZO JORNADA INTENSIVA DE LIMPIEZA Y ORGANIZACIÓN









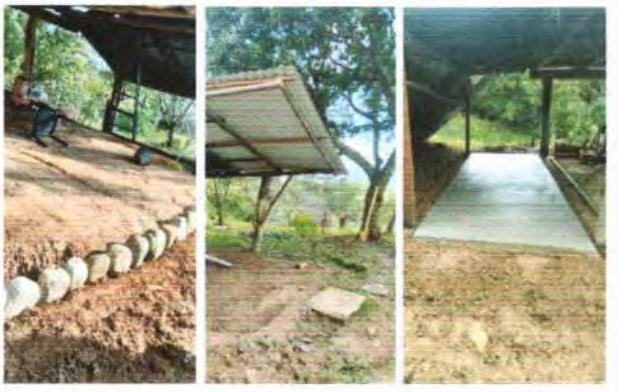
GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.**
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

SE LAVARON PAREDES Y CONSTRUYO PORTICO DE ENTRADA A LOS GUÁCHAROS.





SE ESTA ADECUANDO EL CENTRO DE VISITANTES



SE ESTA INSTALANDO SEÑALETICA





SE CONSTRUYO MARCA DE IDENTIDAD

COMPLEJO NATURAL REGIONAL
CUEVA DE LOS GUÁCHAROS
SENDERISMO · AVENTURA · CONSERVACIÓN
SABANALARGA, CASANARE

SE ESTAN ADECUANDO SENDEROS



311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.** **FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL**

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	CON RESPECTO A ESTA INICIATIVA Y EL DISEÑO Y/O FORTALECIMIENTO OBSERVAMOS QUE VENIA PRESTANDO SERVICIOS TURISTICOS PERO EN CUANTO A LA EXPERIENCIA NO CUMPLIA CON NINGUNO DE LOS REQUISITOS Y POR TAL MOTIVO DESARROLLAMOS ALGUNAS ACTIVIDADES QUE PERMITEN FORTALECER Y AVANZAR EN EL CUMPLIMIENTO
RECOMENDACIONES	DE ESTOS. ADICIONAL A ESTO SE DESARROLLARON LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES ① BUSQUEDA DE NOMBRE ATRACTIVO Y CONSTRUCCION DE MARCA. Y UNIFORMES ② LIMPIEZA Y ORGANIZACION DE INSTALACIONES ③ ADECUACIONES DEL CENTRO DE VISITANTES SENDEROS, PORTICO DE INGRESO (UNIFORMIDA ④ DISEÑO Y CONSTRUCCION DE EXPERIENCIA, GUION, NARRATIVA, ~~ETC~~ TARIFARIO Y COSTOS Y FOTOGRAF

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** SAMUEL CONTRERAS BERNAL	
C.C	4.208.865	**C.C**	9.506.241
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	314 4429020
Firma:		**Firma:**	

ANEXO 11
Documento de experiencia turística estructurada y/o fortalecida

DISEÑO Y / O FORTALECIMIENTO
EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"

AGOSTO - 2026

CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA N° 110.2011.179.2026.
SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE Y GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

Email: Grupoqualitysas@gmail.com
Teléfono: 3115617330

En marco del contrato de mínima cuantía **No. 110.2011.179.2026.** Cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"** se realizaron visitas presenciales durante los dos (2) meses de ejecución del contrato a cada una de los seis (6) beneficiarios del proceso de fortalecimiento con el objetivo diseñar y/o fortalecer una experiencia turística diferenciada y auténtica, garantizando que cuente con una estructura clara, coherente y lista para su implementación, teniendo en cuenta que esta deberá estar alineada con la identidad local y orientada al fortalecimiento de la oferta turística del municipio, bajo criterios de calidad, sostenibilidad y enfoque de turismo slow.

Durante la visita se socializo el diseño y la estructura de la experiencia turística, se hicieron ajustes y se entrego formalmente a cada iniciativa el documento con el diseño y la estructura de la experiencia turística los cuales se encuentran a continuación.

Vb
Julián Mejía Fuentes
Rep Legal grupo
Quality S.A.S

DISEÑO Y/O FORTALECIMIENTO DE EXPERIENCIA TURÍSTICA DIFERENCIADA Y AUTENTICA	
	
Nombre iniciativa: Restaurante Los Mangos	**Experiencia:** Asociada a la Gastronomía.

Debido a que el nombre del establecimiento pasa de ser Restaurante Los Mangos a La Cazuela del Upía, la narrativa se construirá en torno a la nueva identidad.

1. CONCEPTUALIZACIÓN Y NARRATIVA DE LA EXPERIENCIA.

1.1 Propuesta de Valor:

La Cazuela del Upía ofrece una experiencia de cocina tradicional del piedemonte que permite a viajeros y visitantes descubrir los sabores asociados al río Upía a través de cazuelas de pescado y preparaciones caseras elaboradas con recetas familiares y saberes culinarios locales. La propuesta combina gastronomía, territorio y tradición familiar en un espacio donde cada plato busca transmitir la identidad de la región y brindar al visitante una experiencia auténtica, cálida y cercana.

El elemento diferenciador es la cazuela de pescado como preparación insignia, reinterpretada desde los saberes culinarios de la familia y acompañada por otros platos tradicionales de la cocina campesina ribereña y más que ofrecer un lugar para comer durante el viaje, La Cazuela del Upía propone a los viajeros hacer una pausa para conocer y saborear el territorio, conectando al visitante con los productos, sabores, historias y tradiciones que hacen parte de la vida alrededor del río Upía.

1.2 Relato que conecta al visitante con el territorio – El Río que llega a la mesa.

En Sabanalarga, el río Upía no es solamente parte del paisaje, es parte de la vida de los habitantes asentados en el territorio. Sus aguas recorren el piedemonte, acompañan a los viajeros y han alimentado durante generaciones las historias, los oficios y los saberes de quienes habitan desde su nacimiento hasta su desembocadura.

Hoy, cuando te sientas a la mesa de "La Cazuela del Upía" queremos que puedas descubrir un poco de ese territorio en cada bocado. Aquí, los sabores de la cocina familiar se encuentran con la tradición de los pescados de río para convertirse en una cazuela preparada para hacer una pausa, degustar, compartir y conectar con el territorio.

Porque conocer Sabanalarga también es saborearla. Y aquí, el río Upía llega a tu mesa convertido en tradición.

1.3 Promesa de valor:

Aquí el río se convierte en sabor, la tradición se sirve en cazuela y cada plato cuenta la historia del rio que nace en el rebosadero del lago de tota y luego de recorrer 175 km de alta montaña, bosque alto andino, piedemonte llanero y sabana, desemboca en el Rio Meta."

1.4 Relación con la identidad local.

La conexión además de ser geográfica y paisajística ya que Sabanalarga se encuentra ubicada en un paisaje de transición entre el piedemonte y la llanura y el Río Upía hace parte fundamental de esta relación territorial y se convierte en el hilo conductor de esta experiencia gastronómica y es por esto que la cazuela no debe presentarse solo como una cazuela de pescado sino como una preparación inspirada en la relación de las comunidades con los ríos y los sabores del territorio.

Elementos que conectan con la identidad local.

Elemento	Como conecta con Sabanalarga
Nombre	La Cazuela del Upía
Plato insignia	Cazuela de Pescado
Relato	Rio + Piedemonte + Cocina Familiar
Ingredientes	Productos de abastecimiento local / Regional
Vajilla	Cazuela de cerámica estética artesanal
Menú	Nombre inspirado en el Río Upía.
Decoración	Rio, Paisaje, Fauna del Río, Elementos de pesca.
Música ambiental - Sonido	Música sutil instrumental del territorio
Servicio	Relato breve de Sra Lili sobre la cazuela
Fotografía	Cazuela y elementos visuales del upía
Souvenir	Pequeño souvenir (no incluido) del Río Upía

2. DEFINICIÓN DEL PUBLICO OBJETIVO.

2.1 Definición del tipo de visitante según la experiencia ofertada.

Para el restaurante La Cazuela del Upía se plantea la siguiente información relacionada con el perfil del visitante, definiéndolo como un viajero nacional y regional, principalmente parejas, familias, grupos de amigos y viajeros que transitan por la carretera transversal del Sisga y buscan hacer una pausa para comer,

descansar y descubrir sabores auténticos del territorio. También puede atraer visitantes interesados en gastronomía local, naturaleza y experiencias rurales.

Perfil del visitante	Características
Necesidades	Alimentarse bien, descansar durante el viaje, encontrar un lugar agradable y seguro, y acceder a comida confiable, fresca y de preparación casera.
Intereses	Gastronomía tradicional, pescados de río, cocina local, cultura campesina, naturaleza y conocer historias auténticas del territorio.
Expectativas	Encontrar sabores genuinos, porciones generosas, atención cercana, una experiencia diferente a un restaurante convencional y llevarse una buena impresión o un recuerdo asociado a Sabanalarga, al centro poblado el secreto y al río Upía.

2.2 Estructuración de la experiencia según el tipo de visitante.

La estructura de esta experiencia está pensada para que no sea algo complejo ni teatral por que podría sentirse artificial y ser difícil de operar para la señora Lili, planteando que la fortaleza está precisamente en su cocina casera, su historia y su manera natural de recibir al visitante.

Esta experiencia cuenta con una estructura sencilla de 30 a 45 minutos que se integra al servicio normal del restaurante.

Nombre de la Experiencia: El Sabor del Upía.

Momento	¿Que vive el visitante?	¿Qué hace Lili?
1. Bienvenida	Es recibido como un invitado, no solamente como un cliente.	Lili lo recibe y le cuenta brevemente que el restaurante nació de su familia y que ahora quieren compartir los sabores del territorio.
2. Conozcamos la cazuela.	Descubre qué hace especial a la preparación.	Presenta la cazuela y explica de manera sencilla el pescado, los ingredientes y cómo aprendió a prepararla.
3. El momento de servir.	Se genera el primer momento memorable.	Lleva la cazuela caliente a la mesa y, antes de destaparla, cuenta una pequeña historia relacionada con el río Upía y Sabanalarga.
4. A saborear	Degusta la cazuela y sus acompañamientos.	Deja que el visitante disfrute tranquilamente y conversa con él si muestra interés.
5. El recuerdo	Se lleva algo más que haber comido.	Al finalizar, Lili pregunta qué fue lo que más le gustó y le entrega una pequeña tarjeta con el relato de La Cazuela del Upía.
Momento WOW La cazuela llega	Expectativa + Relato + Aroma	Lili puede decir: "Esta cazuela nace de nuestra cocina familiar. Hoy queremos que pruebe

tapada a la mesa y al destaparla	+ Sorpresa + Degustación	Sabanalarga en un solo plato y vea como el sabor del río Upía llega hasta su mesa."

3. DISEÑO DEL RECORRIDO.

3.1 Estructura de las actividades.

De acuerdo con lo planteado para "La Cazuela del Upía" se recomienda un recorrido muy sencillo, integrado al funcionamiento cotidiano del restaurante y que la Señora Lili puede operar sin necesidad de requerir personal adicional, como anteriormente lo comentamos esta puede tardar entre 30 a 45 minutos, aunque el visitante puede permanecer más tiempo disfrutando del almuerzo.

Etapa	Actividad	¿Qué sucede?
1. Llegada	Bienvenida a la Cazuela del Upía	Personal de servicio recibe al visitante, lo saluda amablemente, da la bienvenida a la Cazuela del Upía y explica brevemente la Cazuela y su relación con Sabanalarga.
2. Elección	Elegir la cazuela	Se presenta la cazuela como especialidad de la casa y se explica brevemente qué contiene y cómo se prepara.
3. Preparación.	La historia de Lili	Mientras se prepara el plato, se comparte brevemente la historia familiar del restaurante y de la cocina de Lili.
4. Presentación	El río llega a la mesa	Se lleva la cazuela tapada a la mesa. Lili cuenta el pequeño relato y descubre la preparación.
5. Degustación	Saborear Sabanalarga	El visitante disfruta la cazuela y sus acompañamientos. Puede identificar aromas, sabores e ingredientes.
6. Cierre	Un recuerdo del Upía	Lili conversa brevemente con el visitante, pregunta cómo fue su experiencia y entrega una pequeña tarjeta o postal con información turística de Sabanalarga.

3.2 Tiempos y duración.

En cuanto a los tiempos y la duración de la experiencia, se sugiere no convertirla en un recorrido rígido y lo ideal es que esta se integre a los tiempos y movimientos normales del servicio de desayuno o almuerzo.

Momento	¿Qué sucede?
1. Bienvenida	1 a 3 minutos
2. Presentación de la cazuela	1 a 3 minutos
3. Historia de Lili	1 a 3 minutos
4. Preparación / Espera	10 a 15 minutos
5. Ritual de presentación	1 a 3 minutos

6. Degustación	15 a 20 minutos
7. Cierre	1 a 3 minutos
Duración aproximada de la experiencia	**30 a 45 minutos**

3.3 Elementos memorables.

Nos concentraremos en cuatro pequeños momentos WOW, que no generen aumento en el trabajo de la señora Lili.

Momento 1	Momento 2	Momento 3	Momento 4
La bienvenida	La cazuela tapada	La historia de Lili	El pequeño recuerdo
Bienvenidos a La Cazuela del Upía, por favor tomen asiento para que p prueben un poquito de Sabanalarga."	La cazuela llega tapada, conservando el calor y los aromas y Lili dice: "Esta cazuela nace de nuestra cocina familiar. Hoy queremos que prueben a Sabanalarga en un solo plato y vean como el sabor del río Upía llega hasta su mesa."	No hace falta una explicación larga. Se puede contar: "Yo aprendí a cocinar con mi mamá y con el paso de los años fui aprendiendo. Esta cazuela es una forma de compartir esos sabores con quienes nos visitan."	Al terminar, una tarjeta pequeña podría decir: Hoy probaste un poquito de Sabanalarga. Y al reverso de la tarjeta algunas fotos de los atractivos turísticos de Sabanalarga que diga. Te esperamos de vuelta para que conozcas todo lo que tenemos por mostrarte.

3.4 Guion interpretativo de la experiencia.

Debido a que en el restaurante no podemos extendernos mucho en un guion estructurado se propone un guion practico y realizable que sirva y de estructura a la experiencia y sea de fácil recordación y se adapte a los momentos de verdad que se tienen con el cliente. A continuación, se proponen 4 pequeñas intervenciones que la señora Lili o el personal de servicio puede decir con sus propias palabras.

NOMBRE DEL GUION – LA CAZUELA DEL UPIA	
MENSAJE PRINCIPAL	Resaltar la relación entre la cocina tradicional, el río Upía y el territorio de Sabanalarga, transmitiendo al visitante cómo los saberes culinarios familiares y los sabores de la cocina de río hacen parte de la identidad local y del patrimonio gastronómico del municipio.
RUTA O PROGRAMA	Es un recorrido gastronómico que inicia con la bienvenida y contextualización del visitante sobre la historia de La Cazuela del Upía, continúa con la presentación de la cazuela y su vínculo con la cocina familiar y el territorio, y finaliza con la degustación de la preparación insignia y un mensaje de cierre relacionado con los sabores de Sabanalarga y el río Upía.
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA	30 a 45 minutos

NUMERO DE PARADAS O SEGMENTOS	Cuatro "4" momentos principales: Bienvenida, historia y presentación de la cazuela, degustación y cierre.
AUDIENCIA – PÚBLICO	Cuatro "4" momentos principales: Bienvenida, historia y presentación de la cazuela, degustación y cierre.
OBJETIVOS	- Dar a conocer los sabores y saberes de la cocina tradicional de Sabanalarga y su relación con el territorio del río Upía. - Posicionar la cazuela de pescado como preparación insignia y elemento diferenciador del restaurante "La Cazuela del Upía" en el centro poblado El Secreto de Sabanalarga. - Poner en valor los conocimientos culinarios y la historia de tradición de la señora Lili. - Fortalecer la oferta gastronómica y turística de Sabanalarga mediante una experiencia auténtica y de identidad local. - Promover el consumo de productos y servicios locales, contribuyendo a la generación de ingresos para la economía del territorio.
ACCIÓN DEL VISITANTE	- Degustar y descubrir los sabores de la cocina tradicional y de río. - Escuchar y conocer la historia de la familia, la cazuela y su relación con Sabanalarga y el río Upía. - Compartir y recomendar la experiencia, contribuyendo al voz a voz y posicionamiento de La Cazuela del Upía. - Valorar y apoyar la gastronomía y los saberes locales mediante el consumo responsable de productos y servicios del territorio.

MOMENTOS GASTRONOMICOS E INTERPRETATIVOS

MOMENTO GASTRONOMICO No 1 - BIENVENIDA.

Introducción

- Bienvenida por parte de la señora Lili.
- Presentación de La Cazuela del Upía.
- Breve explicación de la experiencia que vivirá el visitante.
- Presentación de la cazuela como preparación insignia.
- Entrega de una pequeña tarjeta con el relato de la experiencia.

Lugar y tiempo:

- Restaurante La Cazuela del Upía / 5 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Lavarse o desinfectarse las manos antes de la degustación.
- Informar sobre posibles ingredientes que puedan generar alergias.

- Consumir los alimentos de manera responsable.
- Evitar el desperdicio de alimentos.
- Respetar las áreas de cocina y preparación.
- En caso de visitar la cocina, seguir las indicaciones de Lili.

Idea principal

La Cazuela del Upía nace como una iniciativa familiar que encuentra en la cocina una forma de recibir al viajero y compartir con él los sabores de Sabanalarga y el Rio Upía. La experiencia busca conectar al visitante con el territorio a través de una preparación sencilla, casera y cargada de sabor y significado.

Golpe – Momento experiencial

Personal de servicio recibe al visitante y le pregunta: "¿Es la primera vez que visita Sabanalarga?"

A partir de la respuesta, genera una conversación breve sobre el lugar de procedencia del visitante y le cuenta que La Cazuela del Upía nació precisamente como un lugar para recibir a quienes están de paso por el territorio.

MOMENTO GASTRONOMICO No 2 – LA HISTORIA DE LILI

Introducción

Se presenta brevemente la historia de la familia y el origen de la cocina de Lili.

Lugar y tiempo

- Mesa / 5 minutos.

Idea principal

Mostrar que la identidad de La Cazuela del Upía no está únicamente en el plato, sino también en las personas y saberes que están detrás de él.

Golpe – Momento experiencial

Lili puede mostrar, si lo considera apropiado, algún utensilio tradicional o elemento de cocina que utilice habitualmente y contar:

"Esta cocina comenzó como una iniciativa familiar. Con los años fuimos construyendo nuestros sabores y hoy queremos que quienes pasan por Sabanalarga puedan detenerse, comer como en casa y conocer un poquito de nuestro territorio."

Que decir

"Nuestra cazuela reúne sabores que nos recuerdan a la cocina de río y a la comida que se prepara en familia. Queremos que, además de disfrutarla, puedan descubrir un poquito del territorio a través de sus sabores."

MOMENTO GASTRONOMICO No 3 – LOS SABORES DEL UPÍA

Introducción

Presentación de la cazuela y de sus ingredientes principales.

Lugar y tiempo

- Mesa / 5 minutos.

Idea principal

Relacionar la preparación con los sabores de río, la cocina familiar y el territorio de Sabanalarga, sin afirmar que la receta sea ancestral o tradicional del municipio si no existe evidencia que lo sustente.

Golpe – Momento experiencial

Lili presenta la cazuela antes de servirla, permitiendo que el visitante observe sus ingredientes, aromas y preparación.

Puede preguntar: "¿Qué ingrediente cree que va a encontrar en el fondo de esta cazuela?" Esto genera curiosidad y participación.

Que decir: "Nuestra cazuela reúne sabores que nos recuerdan a la cocina de río y a la comida que se prepara en familia. Queremos que, además de disfrutarla, puedan descubrir un poquito del territorio a través de sus sabores."

MOMENTO GASTRONOMICO No 4 – EL RIO LLEGA A LA MESA
Este sería el momento WOW principal de la experiencia.

Introducción

La cazuela llega tapada y el personal de servicio realiza una breve introducción: "Esta cazuela nace de nuestra cocina familiar. Hoy queremos que pruebe la Cazuela del Upía y permita que los sabores del río lleguen hasta su mesa."

Se destapa la cazuela y se deja un momento para que el visitante observe, perciba los aromas y tome fotografías.

Lugar y tiempo

- Mesa / 5 minutos.

Idea principal

Convertir la cazuela en un elemento integrador que permita interpretar el territorio: el río, la cocina, la familia y Sabanalarga al interior de un solo plato.

MOMENTO GASTRONOMICO No 5 – SABOREAR SABANALARGA

Introducción

Degustación de la cazuela y sus acompañamientos.

Lugar y tiempo

- Mesa / 20 A 30 minutos.

Golpe – Momento experiencial

"Descubre el territorio"

Mientras degusta, el visitante intenta identificar:

- aromas;
- sabores;
- ingredientes;
- texturas;
- qué elemento le recuerda a la cocina tradicional.

Al finalizar, se puede preguntar:
"¿Encontró algún sabor particular que le recuerde a la comida de su abuela?
Esto puede generar interacciones que no interrumpen la comida del visitante.

MOMENTO GASTRONOMICO No 6 – UNA INVITACIÓN A REGRESAR A SABANALARGA

Lugar y tiempo

- Mesa / 3 A 5 minutos.

Idea principal

Cerrar la experiencia reforzando la idea de que conocer un territorio también puede hacerse a través de su gastronomía.

Golpe – Momento experiencial

Al terminar, personal de servicio puede entregar una tarjeta pequeña que podría decir: Hoy probaste un poquito de los sabores del Rio Upía y Sabanalarga. Y al reverso de la tarjeta algunas fotos de los principales atractivos turísticos de Sabanalarga que diga. Te esperamos de regreso para que los conozcas todos y te lleves a Sabanalarga en tu corazón.

Feliz viaje y pronto regreso.

4. COMPONENTES DEL SERVICIO Y ORGANIZACIÓN DE LOS ESPACIOS.

Para **"La Cazuela del Upía"**, los componentes deben ser sencillos, económicos y fáciles de implementar por la señora Lili, pero suficientemente claros para que el visitante perciba que está viviendo una experiencia y no simplemente consumiendo un almuerzo.

Componente	Propuesta para la Cazuela del Upía
Atención al cliente e interacción con el anfitrión.	Lili es la anfitriona principal. Recibe personalmente al visitante, comparte brevemente la historia del restaurante y presenta la cazuela. La interacción debe ser cercana, espontánea y familiar, evitando un discurso demasiado formal.
Distribución de los elementos físicos	Organizar el espacio para que la cazuela sea protagonista. La mesa debe mantenerse despejada y permitir una buena presentación del plato. Se puede disponer una pequeña tarjeta con el relato de la experiencia y elementos relacionados con el territorio.
Coherencia estética y visual	Utilizar una identidad inspirada en río + piedemonte + cocina tradicional, con materiales naturales como madera, fibras, cerámica y elementos artesanales. El nombre La Cazuela del Upía debe tener buena visibilidad desde el exterior.
Ambientación acorde a la narrativa	Incorporar discretamente referencias al río Upía, Sabanalarga y la cocina familiar mediante fotografías del territorio, ilustraciones, utensilios tradicionales, elementos de cocina y pequeños textos interpretativos. La ambientación debe sentirse auténtica, no escenográfica.

5. ESTANDARES DE CALIDAD.

Para **"La Cazuela del Upía"**, los estándares de calidad deben ser básicos, claros y aplicables, permitiendo que la experiencia sea fácil de desarrollar y no se convierta en un un protocolo, rígido y estructurado que sea demasiado complejo para la implementación por parte del personal de servicio.

5.1 Protocolos de atención.

- Dar la bienvenida al visitante de manera cordial y cercana al momento de su llegada. Buenos días, bienvenidos a "La Cazuela del Upía" en que les podemos servir. Acompañar a la mesa y ofrecer asistencia con la silla.
- Informar claramente sobre la experiencia, el menú y la preparación insignia antes de tomar el pedido.
- Presentar la cazuela explicando brevemente su relación con la cocina familiar y el territorio.
- Atender inquietudes y solicitudes del visitante con amabilidad y disposición.
- Despedirse cordialmente, agradeciendo a las personas por visitar el restaurante invitándolos a regresar y a recomendar la experiencia.

5.2 Buenas prácticas de servicio.

- Mantener mesas, sillas, vajilla y espacios de atención limpios y organizados.
- Garantizar una adecuada manipulación y conservación de los alimentos, aplicando las normas de higiene correspondientes.
- Servir los alimentos en vajilla limpia, en buen estado y acorde con la presentación definida para la experiencia.
- Procurar que la cazuela sea servida caliente, fresca y con una presentación cuidada.
- Mantener una comunicación clara sobre ingredientes y posibles alérgenos, especialmente en preparaciones con pescado.

5.3 Seguridad al visitante.

- Mantener los pisos, zonas de circulación y áreas de servicio libres de obstáculos que puedan ocasionar caídas.
- Garantizar que cocina, utensilios y elementos calientes permanezcan fuera del alcance de los visitantes.
- Informar sobre ingredientes que puedan generar alergias o restricciones alimentarias antes de servir.
- Contar con botiquín básico y números de contacto para atención de emergencias en un lugar conocido por la persona responsable.
- Mantener rutas de evacuación y salidas despejadas y señalizadas, y conocer el procedimiento básico de actuación ante una emergencia.

6. ESTRUCTURA DE COSTOS.

6.4 Costeo de la experiencia.

- Realmente la experiencia como tal se remite a un platillo elaborado a base de pescado que se integra a la prestación de servicio de alimentos del restaurante motivo por el cual los elementos que se presentan en la estructura de costos solo hacen referencia al costeo de la Cazuela y que podemos ver a continuación.

"Cazuela del Upía"

Rendimiento: 1 porción.
Tipo: Plato fuerte
Número de porciones: 1 persona
Presentación: Cazuela artesanal de barro negro.
Acompañamientos: Arroz blanco, yuca, topocho maduro, ensalada criolla y ají de la casa.
Sobremesa: Naranjada o limonada natural.

Ingredientes por persona

N°	Ingredientes Cazuela	Cantidad
1	Bagre rayado limpio	220 gr
2	Yuca pelada	100 gr
3	Topocho/plátano	80 gr
4	Tomate maduro	60 gr
5	Cebolla larga	20 gr
6	Cebolla cabezona	15 gr
7	Pimenton	4 gr
8	Ajo	5 gr
9	Cilantro	5 gr
10	Aceite	12 ml
11	Sal	3 gr
12	Comino	0,5 gr
13	Color / Achiote	0,5 gr
14	Pimienta	0,5 gr
15	Caldo de pescado	300 ml
16	Limón	10 ml

N°	Ingredientes Acompañamientos	Cantidad
1	Arroz blanco	70 gr
2	Agua	250 ml
3	Sal	0,5 gr
4	Aceite vegetal	5 ml
5	Yuca	100 gr
6	Topocho maduro	80 gr
7	Tomate	15 gr
8	Cebolla	15 gr
9	Cilantro	3 gr
10	Limón	5 ml
11	Sal	0,5 gr

Observaciones:

- Los 220 g corresponden al pescado **ya limpio y listo para cocinar**, no al pescado entero comprado con cabeza, espinas y vísceras

Materia prima de la cazuela.

Concepto	Costo estimado
Bagre rayado 220 g	$ 5.570
Yuca	$ 350
Topocho	$ 250
Tomate	$ 350
Cebollas	$ 250

Pimentón	$ 175
Ajo	$ 125
Cilantro	$ 95
Aceite	$ 250
Condimentos	$ 175
Caldo de pescado	$ 395
Limón	$ 125
Subtotal Cazuela	**$8.110**

Materia prima de acompañamientos.

Concepto	Costo estimado
Arroz	$ 450
Yuca adicional	$ 350
Topocho	$ 250
Ensalada	$ 500
Subtotal acompañamientos	**$1.550**

Concepto	Costo estimado
Naranja	$ 1.500
Agua	$ 250
Hielo	$ 300
Subtotal bebida	**$2.050**

Totales	Costo estimado
Total, materia prima	$ 11.710
Costos operativos 15%	$ 1.756
Costos de nómina 25%	$2.927
Total, Costos.	**$16.393**

Si trabajamos con un **margen bruto objetivo del 35%.** Para que los costos representen aproximadamente el 65 % del precio de venta: entonces **$16.392 ÷ 0,65 = $ 25.220** que seria el precio de venta aproximado de cada cazuela.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026

DISEÑO Y/O FORTALECIMIENTO DE EXPERIENCIA TURÍSTICA DIFERENCIADA Y AUTENTICA	
 	
Nombre iniciativa: XOCASA – Chocolate de Sabanalarga, Casanare.	**Experiencia:** Agroturística Asociada a bienestar.

1. CONCEPTUALIZACIÓN Y NARRATIVA DE LA EXPERIENCIA.

1.1 Propuesta de Valor:

XOCASA – Chocolate de Sabanalarga, Casanare ofrece una experiencia de turismo agroalimentario que permite al visitante acercarse al mundo del cacao desde su origen en la finca hasta su transformación en chocolate artesanal.

La propuesta combina naturaleza, agricultura, transformación, gastronomía, aprendizaje y participación, permitiendo que el visitante conozca de manera práctica parte de la cadena productiva del cacao y comprenda el trabajo que existe detrás de un producto que normalmente encuentra terminado en el comercio.

El visitante no se limita a observar el proceso, sino que participa en diferentes momentos de transformación del cacao, conociendo procesos como la tostión, el descascarillado, la molienda, la obtención del licor de cacao y el refinado, hasta llegar a la elaboración de una chocolatina artesanal personalizada.

El elemento diferenciador de XOCASA está precisamente en que el visitante se convierte en protagonista de la transformación del cacao, pasando de ser un consumidor de chocolate a convertirse, por unas horas, en ***"chocolatero por un día".***

La experiencia busca además poner en valor el trabajo de las familias productoras y demostrar que el cacao no solamente es una materia prima agrícola, sino también una oportunidad para generar experiencias turísticas, productos gastronómicos y alternativas de desarrollo rural y comunitario.

La finca complementa esta propuesta con sus cultivos de cacao, áreas de bosque y frutales, producción ganadera, planta de procesamiento, alojamiento rural y espacios destinados al desarrollo de actividades vivenciales.

1.2 Relato que conecta al visitante con el territorio – El cacao de Sabanalarga que estimula los sentidos.

Antes de convertirse en una chocolatina, en una taza de chocolate o en una experiencia de chocolaterapia, el comienzo de todo es una semilla de cacao.

En XOCASA queremos que el visitante conozca esa historia desde el territorio donde se cultivó ese cacao.

Aquí, entre los paisajes rurales del piedemonte casanareño, el cacao hace parte de una finca familiar que combina producción, conservación y transformación. El visitante podrá conocer el cultivo, acercarse a los procesos que permiten transformar el grano y descubrir cómo, mediante el trabajo, el conocimiento y el tiempo, una semilla puede convertirse en un alimento que hace parte de nuestra vida cotidiana.

La experiencia permite comprender que detrás de una chocolatina existe mucho más que chocolate: existe una finca, una familia, un productor, un proceso y una historia.

Por eso, en XOCASA el visitante no solamente viene a probar chocolate, viene a descubrir su origen, su historia, sus beneficios y su versatilidad para que al final puedas llevarte contigo algo que ayudaste a crear. ***"Un pedacito de Sabanalarga convertido en chocolate."***

1.3 Promesa de valor.

Vivir una experiencia auténtica alrededor del cacao en Sabanalarga, conociendo su transformación desde el grano hasta el producto o servicio y convertirte en chocolatero por un día para crear una chocolatina artesanal que podrás llevar contigo como recuerdo de nuestro territorio.
La experiencia que vives como visitante es: Venir, conocer, tocar, oler, transformar, crear, probar, llevar, recordar y volver.

1.4 Relación con la identidad local.

La conexión con la identidad local de XOCASA se fundamenta en la relación entre agricultura, paisaje rural, cacao, familia, producción artesanal y gastronomía.

Sabanalarga hace parte de un territorio de piedemonte donde las condiciones ambientales permiten el desarrollo de actividades agrícolas y pecuarias. XOCASA representa una forma de aprovechar este territorio no solamente desde la producción, sino también desde la transformación y la creación de experiencias turísticas.

El cacao se convierte así en un elemento articulador entre:
Tierra + familia + producción + transformación + gastronomía + turismo.

La experiencia permite mostrar al visitante que la experiencia turística no comienza en la planta de procesamiento, sino en la tierra donde se cultiva el cacao.

Elementos que conectan con la identidad local.

Elemento	Como conecta con Sabanalarga
Nombre	XOCASA – Chocolate de Sabanalarga, Casanare vincula directamente el producto con el territorio.
Cacao	Producto agrícola que permite mostrar una actividad productiva asociada al territorio rural.
Finca	Representa la relación entre paisaje, producción agropecuaria y vida rural.
Cultivo	Permite conocer de dónde proviene la materia prima.
Familia	Los conocimientos y procesos desarrollados por la familia forman parte del relato de la iniciativa.
Transformación	La planta permite mostrar cómo un producto agrícola se convierte en un alimento con valor agregado.
Chocolate	Producto final que sintetiza el trabajo realizado en la finca.
Gastronomía	Chocolatinas, chocolate de mesa, galletas y otros derivados permiten ampliar la conexión con la cocina.
Paisaje	El entorno rural y el piedemonte hacen parte de la experiencia.
Alojamiento	Permite prolongar la permanencia y desarrollar experiencias rurales de uno o varios días.
Saberes	El conocimiento sobre cacao y su transformación se convierte en patrimonio vivo de la experiencia.
Interpretación	Explicar al visitante el cacao desde su relación con el territorio de Sabanalarga: las condiciones del piedemonte, el cultivo, el trabajo del productor y los procesos tradicionales de transformación. La interpretación debe permitir comprender que detrás de una chocolatina existe una historia de tierra, familia, conocimiento y trabajo.
Relato	Construir una narrativa alrededor de la transformación **"Del grano a la chocolatina"**, mostrando que el chocolate comienza en la finca y termina en las manos del visitante. El relato debe destacar la historia familiar de XOCASA, el origen del cacao y la manera en que este producto agrícola se convierte en un producto artesanal con identidad de Sabanalarga.
Ambientación	Crear espacios que evoquen la finca cacaotera y la transformación artesanal mediante elementos naturales y auténticos: mazorcas de cacao, semillas, madera, fibras, utensilios de trabajo, fotografías del cultivo y productos elaborados en XOCASA. La ambientación debe transmitir una sensación rural, cálida y familiar, evitando una decoración excesivamente temática o artificial.

Fotografía	Utilizar fotografías reales de la finca, el cultivo de cacao, la familia, los procesos de transformación y los productos XOCASA. Se pueden crear pequeños puntos fotográficos asociados al proceso **"Del grano a la chocolatina"**, permitiendo que el visitante registre momentos como la cosecha, la transformación y la elaboración de su propia chocolatina.
Servicio	Ofrecer una atención cercana, familiar y participativa, donde el anfitrión comparta sus conocimientos y permita al visitante involucrarse en el proceso. El servicio debe transmitir hospitalidad rural y orgullo por el producto local, haciendo que el visitante se sienta invitado a conocer una parte de la vida y del trabajo de XOCASA, no simplemente un consumidor de chocolate.
Souvenir	La chocolatina elaborada por el visitante funciona como recuerdo tangible de su paso por XOCASA.

2. DEFINICIÓN DEL PUBLICO OBJETIVO.

2.1 Definición del tipo de visitante según la experiencia ofertada.

Para XOCASA se plantea un visitante nacional e internacional interesado en turismo de naturaleza, turismo rural, bienestar, gastronomía, cacao, productos locales y experiencias participativas.

La experiencia puede ser especialmente atractiva para:

- Parejas.
- Familias.
- Grupos de amigos.
- Viajeros interesados en gastronomía.
- Turistas interesados en productos agrícolas.
- Viajeros que buscan experiencias rurales auténticas.
- Niños y jóvenes acompañados por adultos.
- Grupos educativos.
- Turistas interesados en chocolate y cacao.
- Visitantes que buscan actividades de bienestar y relajación.

Perfil del visitante	Características
Necesidades	Realizar actividades diferentes, conocer productos locales, aprender de manera práctica, conectarse con el entorno rural y compartir una experiencia significativa.
Intereses	Cacao, chocolate, gastronomía, naturaleza, agricultura, transformación de alimentos, productos artesanales, cultura rural y bienestar.

Expectativas	Participar activamente, conocer el origen del cacao, elaborar algo con sus propias manos, probar productos, aprender de los productores y llevarse un recuerdo auténtico.

2.2 Estructuración de la experiencia según el tipo de visitante.

La experiencia está diseñada para evitar que el visitante sea un espectador pasivo y su fortaleza radica en que XOCASA permite que el visitante participe directamente en el proceso.

La experiencia debe ser sencilla de operar, utilizando principalmente los procesos que ya se desarrollan en la finca y en la planta de transformación, evitando convertirla en una demostración excesivamente teatral.

Nombre de la Experiencia 1: Del grano a la chocolatina.

Momento	¿Que vive el visitante?	¿Qué hace el anfitrión?
1. Bienvenida	Es recibido como invitado y conoce la historia de XOCASA.	El anfitrión da la bienvenida con una bebida de bienvenida, Chocolate caliente para días fríos, brisa de cacao para los días calurosos, luego de esto se presenta la finca, la familia y el propósito de la experiencia.
2. Conozcamos el cacao.	Descubre de dónde viene el chocolate.	Se presenta el cacao, la planta y el proceso productivo.
3. El cacao se transforma.	Conoce y participa en algunos procesos.	Se muestran tostión, descascarillado, molienda y obtención del licor.
4. El momento del chocolatero	Participa en la elaboración.	Se realiza el proceso de preparación de la chocolatina.
5. Mi chocolatina	Personaliza su producto.	El visitante agrega toppings como nibs, maní, nueces u otros ingredientes.
6. El recuerdo	Se lleva algo que él mismo creó.	Empaca su chocolatina y recibe un mensaje de XOCASA.

Nombre de la Experiencia 2: Perfil de la taza de chocolate.

Momento	¿Que vive el visitante?	¿Qué hace el anfitrión?
1. Bienvenidos al mundo sensorial del cacao	Se dispone a descubrir el chocolate desde los sentidos y comprende que una taza de chocolate tiene diferentes aromas, sabores y sensaciones.	El anfitrión da la bienvenida, presenta brevemente la experiencia y explica que realizará un recorrido sensorial para reconocer las características que posteriormente encontrará en su taza de chocolate.
2. Conozcamos el cacao	Observa las diferentes presentaciones del cacao dispuestas en los círculos superiores, reconoce sus	El anfitrión presenta los diferentes estados del cacao: cacao en grano fermentado y secado, cacao seco y limpio, trozos de cacao tostado y

	colores, formas y texturas y explora sus aromas. Empieza a relacionar las características del cacao con los aromas y sabores del chocolate.	cacao molido fino. Invita al visitante a observar, manipular y oler cada muestra, explicando brevemente cómo cada transformación influye en el sabor y aroma final.
3. Descubramos sus sabores	Explora progresivamente diferentes sabores y aprende a reconocer sensaciones como acidez, notas florales, nuez, dulzor y amargor.	El anfitrión guía la degustación de izquierda a derecha, comenzando por acidez frutal, seguida de notas florales, notas de nuez, dulzor natural y amargor del cacao mediante los nibs. Después de cada prueba invita al visitante a guardar mentalmente la sensación y tomar un sorbo de agua para limpiar el paladar.
4. Construyamos nuestra memoria sensorial	Compara las diferentes sensaciones que experimentó y empieza a identificar cuáles aromas y sabores reconoce con mayor facilidad y cuáles podrían estar presentes en su taza de chocolate.	El anfitrión realiza preguntas sencillas como: *¿Qué aroma recuerdas? ¿Cuál sabor fue más intenso? ¿Cuál te gustó más?* Orienta al visitante para relacionar las muestras exploradas con posibles características de la taza.
5. El momento de la taza de chocolate	Recibe su taza de chocolate y se prepara para descubrirla utilizando los sentidos que acaba de estimular. Observa, huele y finalmente prueba el chocolate, buscando las sensaciones previamente exploradas.	El anfitrión coloca la taza de chocolate en el espacio destinado para ella y explica que ahora el visitante debe aplicar lo aprendido durante el recorrido. Lo invita primero a observar la taza, percibir su aroma y posteriormente degustarla lentamente, identificando las características que reconoce.
6. Descubramos el perfil de mi taza	Identifica las características predominantes de su chocolate y construye su propio perfil de taza a partir de los sabores y aromas reconocidos durante la experiencia.	El anfitrión entrega o explica el formato corto de evaluación. Orienta al visitante para valorar las características de su taza, por ejemplo: acidez frutal, notas florales, notas de nuez, dulzor natural, amargor y otras sensaciones percibidas.
7. Mi perfil de taza: una experiencia para recordar	Descubre que su percepción del chocolate es única y obtiene una descripción sencilla de su perfil de taza. Se lleva consigo el recuerdo de haber identificado los aromas y sabores del cacao por sí mismo.	El anfitrión interpreta o acompaña la lectura de los resultados y comparte una breve conclusión sobre el perfil identificado. Cierra la experiencia resaltando que cada taza puede expresar diferentes aromas, sabores y sensaciones dependiendo del cacao y de su proceso.

Evaluación Perfil Taza de Chocolate

Perfiles posibles		
Frutal y Floral	**Dulce y Cremoso**	**Intenso y Cacaotero**
Es un perfil fresco, aromático y delicado, asociado a una taza en la que predominan las notas frutales y florales.	Es un perfil equilibrado, suave y reconfortante, ideal para visitantes que perciben principalmente dulzor y notas de nuez.	Es el perfil para una taza con mayor presencia de cacao, donde el amargor y las notas profundas tienen mayor protagonismo.

Perfil	Frutal y Floral	Dulce y cremoso	Intenso y produndo
Descripción de la taza	Una taza fresca y aromática, con recuerdos de frutas y flores. Su acidez aporta vivacidad y su dulzor natural equilibra la experiencia.	Una taza suave y equilibrada, donde el dulzor natural se encuentra con notas de nuez y recuerdos de caramelo. Una experiencia cálida y envolvente.	Una taza de carácter intenso, con notas profundas de cacao y tostado. Su amargor aporta estructura y deja una sensación prolongada en el paladar.
Acidez frutal	*****	***	**
Notas florales	*****	**	**
Dulzor natural	****	*****	***
Notas de nuez	***	*****	***
Amargor	**	***	*****
Personalidad	Fresco y elegante	Suave y reconfortante	Intenso y profundo

Es importante NO presentar los tres perfiles al visitante *antes* de la degustación ya que es mejor que estos sean el resultado final, entonces el visitante primero realiza todo el recorrido sensorial de la manteleta, prueba los referentes sensoriales, degusta su taza y responde la evaluación y según sus respuestas sus respuestas, descubre cuál de los tres perfiles se aproxima más a su taza.

Esto convierte el ejercicio en algo mucho más interesante y el anfitrión no está contándole que la taza es *frutal y floral, dulce y cremosa o Intensa y profunda*, sino que por el contrario le permite descubrir por sí mismo qué perfil tiene.

3. DISEÑO DEL RECORRIDO.

3.1 Estructura de las actividades.

De acuerdo con las características de XOCASA, se recomienda un recorrido práctico y participativo que conecte progresivamente el territorio, cacao, transformación, creación, degustación y recuerdo.

La experiencia puede integrarse a las actividades productivas de la iniciativa sin requerir una infraestructura turística compleja.

Ruta propuesta

Experiencia 1 - Elaboración chocolatina:

Bienvenida, contextualización, visita al cultivo y al beneficiadero, el cacao se transforma, creación del producto, recorrido por el sendero y el souvenir.

Experiencia 2 – Perfil taza de chocolate:

Bienvenida al mundo sensorial del cacao, contextualización, visita al cultivo y beneficiadero, el cacao se transforma, descubrimiento de olores y sabores, construcción de la memoria sensorial, el cacao se transforma, la taza de chocolate, descubrimiento del perfil de la taza.

Experiencia 1 – Del grano a la chocolatina.

Etapa	Actividad	¿Qué sucede?
1. Llegada	Bienvenida a XOCASA.	Se recibe al visitante con una bebida caliente si hace frio o con una refrescante si hace calor y se presenta brevemente la finca, la familia, el propósito de la experiencia.
2. El origen	Conocer el cacao.	Se muestra un video sobre el origen del cacao, sus beneficios, su procedencia, su versatilidad y luego el visitante visita el cultivo y comprende que el chocolate comienza siendo una semilla.
3. Transformación	Del grano al licor.	Se conocen los procesos de tostión, descascarillado y molienda.
4. El chocolate	Refinado y preparación.	Se explica cómo se obtiene una textura adecuada y cómo se prepara la base para la chocolatina.
5. Crear	Elaboración de la chocolatina.	El visitante participa directamente en la elaboración de su chocolatina.
6. Personalizar	Decorar mi chocolatina.	Escoge toppings y personaliza su creación
7. Cerrar	Empacar y recordar.	Empaca su chocolatina y recibe un mensaje que conecta su creación con Sabanalarga y XOCASA.

Como tal no necesariamente tienen que ser ocho etapas con ocho paradas físicas obligatorias. Algunas pueden suceder mientras se camina.

La lógica sería:

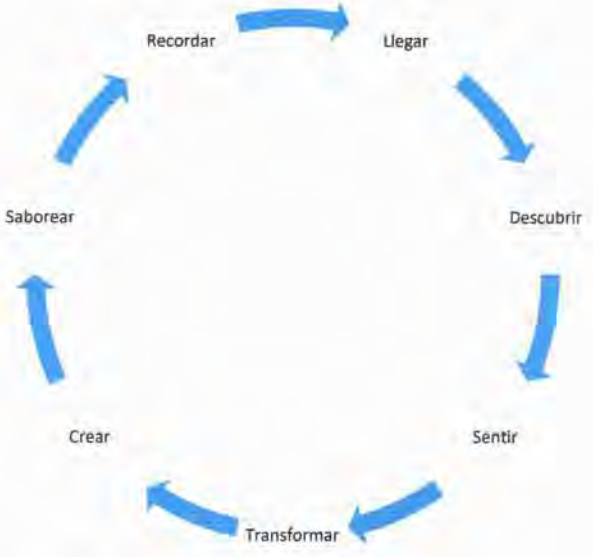
ETAPAS DE LA EXPERIENCIA: 7 Momentos.
PARADAS FÍSICAS: 4 lugares.

1. **Punto de bienvenida y contextualización.**
2. **El origen y visita al cultivo.**
3. **Transformación del cacao y creación chocolatina y/o experiencia sensorial.**
4. **Cierre.**

De esta manera, el visitante no siente que está haciendo una ruta llena de estaciones y explicaciones, sino un recorrido continuo en el que el anfitrión encargado de acompañar la experiencia va incorporando diferentes momentos de descubrimiento.

Secuencia experiencial.

De la tierra a la semilla, de la semilla al grano, del grano al chocolate, del chocolate a tus manos y de tus manos a tu corazón y a tu memoria.



Enfoque turismo Slow

Para XOCASA el enfoque en Turismo Slow se relaciona con cómo se experimenta el territorio y es por esto por lo que en "XOCASA" Chocolate de Sabanalarga, Casanare incorpora un enfoque de turismo Slow al proponer experiencias que invitan al visitante a disminuir el ritmo cotidiano y conectar de manera consciente con el territorio, el cacao, las personas y los procesos de transformación. En lugar de limitarse a observar una actividad productiva, el visitante tiene tiempo para caminar, escuchar, tocar, oler, degustar y participar en la transformación del cacao,

comprendiendo el trabajo y el conocimiento que existen detrás de los productos terminados que tienen como base el cacao.

Estas experiencias priorizan la calidad del encuentro sobre la cantidad de actividades, el contacto directo con la familia productora, el consumo de productos locales y la participación del visitante. De esta manera, XOCASA busca que el viajero no solamente conozca cómo se hace el chocolate, sino que comprenda su origen, valore el trabajo rural y se lleve consigo una conexión significativa con Sabanalarga.

Principios Slow aplicados a las experiencias de XOCASA

1. **Tiempo:** No saturar la experiencia de actividades. Dar tiempo para observar, preguntar, tocar, oler y disfrutar, no se trata de mostrar todo, sino de permitir que el visitante realmente viva cada momento.
2. **Territorio:** El cacao debe presentarse como parte de la finca y del paisaje rural de Sabanalarga, no como un producto aislado. Finca, Cacao, Familia, Chocolate, Territorio.
3. **Personas:** La familia y las personas que producen y transforman el cacao deben ser protagonistas y aquí hay una gran oportunidad para que el conocimiento de XOCASA sea parte del patrimonio vivo de la experiencia.
4. **Producto local:** Priorizar el cacao de la finca y los productos elaborados por XOCASA, reduciendo la distancia entre productor y visitante y así el visitante puede comprender que lo que está probando nació en el lugar en el que está parado.
5. **Conexión:** La experiencia debe dejar algo más que una fotografía o una chocolatina. Debe generar una conexión emocional con el lugar, por eso el cierre podría recuperar la pregunta inicial: **¿Recuerdan la semilla que vimos al comenzar? Mostrando a los visitantes la chocolatina que ahora tienen en sus manos.**

3.2 Tiempos y duración.

Por el enfoque slow, esta experiencia se debe realizar de forma pausada y lenta que contemple un tiempo de 1.5 a 2.0 horas.

Experiencia 1: Elaboración chocolatina.

Momento	¿Qué sucede?
1. Bienvenida	15 a 20 minutos
2. Conozcamos el cacao	20 a 25 minutos
3. Transformación del cacao	30 a 35 minutos
4. Elaboración de la chocolatina	15 a 20 minutos
5. Personalización	5 a 10 minutos
6. Empaque y cierre	5 a 10 minutos
Duración aproximada de la experiencia	**1.5 a 2.0 horas**

Experiencia 2: Perfil taza de chocolate.

Momento	¿Qué sucede?
1. Bienvenida	15 a 20 minutos
2. Conozcamos el cacao	20 a 25 minutos
3. Transformación del cacao	30 a 35 minutos
4. Descubrimiento de sabores	15 a 20 minutos
5. Construcción de memoria sensorial	5 minutos
6. Degustación chocolate	5 minutos
7. Descubrimiento del perfil de taza	5 a 10 minutos
Duración aproximada de la experiencia	**1.5 a 2.0 horas**

3.3 Elementos memorables.

Nos concentraremos en **cinco pequeños momentos WOW**, buscando que sean fáciles de implementar y que estén integrados al proceso natural de la experiencia.

Momento 1	Momento 2	Momento 3	Momento 4	Momento 5
"La semilla"	"El aroma del cacao"	"Manos de chocolatero"	"Mi chocolatina"	"Un pedacito de Sabanalarga"
El visitante recibe una semilla de cacao o puede observarla directamente.	Durante la tostión se permite que el visitante perciba el cambio de aroma.	El visitante participa directamente en la transformación y manipulación del chocolate.	El visitante agrega los toppings y crea una chocolatina personalizada. Puede escoger entre Nibs de cacao, maní, nueces, Frutos secos, Otros ingredientes disponibles.	Al finalizar, el visitante empaca su chocolatina. Una pequeña tarjeta podría decir: "Este chocolate lo hiciste tú, transformaste una semilla de cacao de Sabanalarga en una chocolatina que viajara contigo al lugar del cual viniste"

3.4 Guion interpretativo de la experiencia.

Debido a que XOCASA combina producción, transformación y turismo, se propone un guion práctico, sencillo y fácil de recordar, el anfitrión no necesita memorizar un discurso extenso y por esto se plantean pequeñas intervenciones en momentos específicos en el transcurso de la experiencia.

NOMBRE DEL GUION – DEL GRANO A LA CHOCOLATINA	
MENSAJE PRINCIPAL	Conectar al visitante con el cacao de Sabanalarga mostrando cómo una semilla cultivada en la finca puede transformarse, mediante el conocimiento y el trabajo familiar, en chocolate artesanal. La experiencia busca que el visitante no solamente conozca el proceso, sino que participe en él y se convierta en chocolatero por un día.
RUTA O PROGRAMA	Es un recorrido agroalimentario y sensorial que inicia con la bienvenida y contextualización sobre XOCASA y el cacao, continúa con el conocimiento del cultivo y los procesos de transformación, y finaliza con la elaboración, personalización, degustación y empaque de una chocolatina artesanal realizada por el propio visitante o con el ejercicio de encontrar el perfil de la taza de chocolate.
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA	1.5 a 2.0 horas solo la experiencia de la chocolatina, pero si se adiciona la del perfil de la taza puede durar media hora más, dependiendo del ritmo del grupo, las condiciones del clima del sendero y los tiempos destinados a contemplación, interpretación y pausas sensoriales.
NUMERO DE PARADAS O SEGMENTOS	**Experiencia N° 1 – Del grano a la chocolatina:** Seis (6) momentos principales: 1. Bienvenida, 2. El Origen del Cacao, 3. Transformación del Grano, 4. Elaboración de chocolate, 5. Personalización y degustación, 6. Empaque y cierre. **Experiencia N° 2 – El perfil de la taza de chocolate:** Seis (6) momentos principales: 1. Bienvenida, 2. El Origen del Cacao, 3. Construcción de memoria sensorial, 4. Construcción de memoria sensorial, 5. Degustación de chocolate, 6. Descubrimiento del perfil de taza.
AUDIENCIA – PÚBLICO	Parejas, familias, grupos de amigos, viajeros nacionales e internacionales, grupos educativos y visitantes interesados en cacao, chocolate, gastronomía, turismo rural, naturaleza y experiencias participativas.
OBJETIVOS	- Dar a conocer el cacao como producto agrícola y gastronómico del territorio. - Mostrar de manera práctica parte de la cadena de transformación del cacao. - Posicionar a XOCASA como iniciativa de turismo agroalimentario y experiencial de Sabanalarga. - Poner en valor los conocimientos familiares relacionados con el cultivo y transformación del cacao. - Permitir que el visitante participe activamente en la elaboración de una chocolatina. - Generar valor agregado a la producción cacaotera. - Fortalecer la oferta turística rural de Sabanalarga. - Promover el consumo de productos locales y artesanales. - Contribuir a la generación de ingresos para la familia y la economía local.

ACCIÓN DEL VISITANTE	- Conocer el cultivo y origen del cacao. - Observar y comprender los principales procesos de transformación. - Percibir aromas, texturas y sabores. - Participar en la elaboración del chocolate. - Personalizar su propia chocolatina. - Degustar el producto. - Empacar y llevar su creación como recuerdo. - Conocer otros productos elaborados por XOCASA. - Compartir y recomendar la experiencia.

MOMENTOS INTERPRETATIVOS

MOMENTO INTERPRETATIVO No 1 - BIENVENIDA.

Introducción

El anfitrión recibe al visitante y presenta brevemente la iniciativa XOCASA en donde explique el contexto de la finca y de la familia productora de cacao, luego haga una breve explicación de la experiencia y finalmente les realice una pregunta para conectar con el siguiente momento: ¿Alguno de ustedes conoce un cultivo de cacao? Y a la respuesta de ellos invitarlos a dirigirse al cultivo para el segundo momento.

Lugar y tiempo:

- Área de recepción / Quiosco 10 a 15 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Lavarse o desinfectarse las manos antes de iniciar.
- Seguir las indicaciones del anfitrión.
- No manipular equipos sin autorización.
- Mantenerse en las zonas habilitadas.
- Informar previamente sobre posibles alergias alimentarias.

Idea principal

El visitante debe comprender que está entrando a una finca donde el cacao no solamente se cultiva, sino que también se transforma.

Golpe – Momento experiencial "La Semilla"
El anfitrión puede entregar una semilla de cacao y preguntar:
"¿Se imaginan que de esta pequeña semilla podemos llegar a obtener una chocolatina?" pero no solo una chocolatina sino mostrar los múltiples productos que se pueden elaborar y aprovechar el momento para presentar los productos que elaboran y venden y así generar un espacio comercial.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 2 – EL ORIGEN DEL CACAO

Introducción

Se presenta el cultivo de cacao de XOCASA y se explica brevemente su importancia dentro de la finca y del proceso de elaboración del chocolate. El visitante conoce la planta, la mazorca y las semillas, las variedades de cacao para que comprenda que el chocolate comienza en el campo.

Lugar y tiempo

- Cultivo de cacao, 20 a 25 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Permanecer dentro del sendero o área definida para la actividad.
- No consumir frutos, semillas o partes de la planta sin autorización del anfitrión.
- No arrancar hojas, flores, frutos o ramas del cultivo.
- Evitar correr o realizar juegos dentro del área de cultivo.
- Seguir las indicaciones del anfitrión durante la observación de las plantas.
- Utilizar calzado cómodo y cerrado.
- En caso de lluvia, desplazarse con precaución debido a posibles superficies húmedas o resbaladizas.
- Evitar manipular herramientas agrícolas que se encuentren en el área.
- Respetar los espacios productivos de la finca.

Idea principal

Mostrar que el chocolate tiene un origen agrícola y que detrás de cada producto existe el trabajo de una familia, una finca y un territorio.

Golpe – Momento experiencial - "El aroma del cacao"
El visitante observa una mazorca y conoce sus semillas.

Pregunta del anfitrión:
"¿Se imaginan que de estas pequeñas semillas comienza todo el proceso que nos llevará hasta una chocolatina?"

MOMENTO INTERPRETATIVO No 3 – LA TRANSFORMACIÓN DEL CACAO

Introducción

El visitante ingresa al área de procesamiento para conocer cómo el cacao pasa de ser un grano para convertirse en materia prima para la elaboración del chocolate.

Se presentan de manera sencilla procesos como la tostión, descascarillado, molienda y obtención del licor de cacao.

Lugar y tiempo

- Planta de transformación y procesamiento y Quiosco, 15 a 20 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Ingresar únicamente acompañado por el anfitrión o responsable de la experiencia.
- No manipular maquinaria, equipos eléctricos o herramientas sin autorización.
- Mantener una distancia segura de equipos calientes.
- No tocar recipientes, superficies o productos sometidos a altas temperaturas.
- Mantener cabello largo recogido durante las actividades de procesamiento.
- Evitar el uso de accesorios que puedan engancharse en equipos.
- Mantener las manos limpias antes de manipular productos alimenticios.
- No consumir productos durante el proceso sin autorización.
- Mantener despejadas las zonas de circulación.
- Seguir en todo momento las instrucciones del responsable de la planta.

Idea principal

Comprender que transformar el cacao requiere tiempo, conocimiento y diferentes procesos antes de convertirse en chocolate.

Golpe – Momento experiencial – "Manos de chocolatero"

Durante la tostión, se invita al visitante a concentrarse en el aroma del cacao.
El anfitrión puede preguntar: *"¿A qué les recuerda este aroma?"*
Después se explica cómo el proceso de tostión modifica las características aromáticas del cacao.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 4 – MI CHOCOLATINA

Introducción

El visitante deja de ser observador y comienza a participar directamente en la elaboración de su chocolatina.

Se entregan los materiales e ingredientes necesarios y se explican previamente los pasos que debe seguir cada participante.

Lugar y tiempo

- Quiosco / 15 a 20 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Lavarse o desinfectarse correctamente las manos antes de iniciar.
- Utilizar los elementos de protección o higiene definidos por XOCASA.
- Mantener limpia y despejada la superficie de trabajo.
- No consumir ingredientes o chocolate antes de recibir autorización.
- Manipular los utensilios únicamente para el propósito indicado.
- No tocar equipos calientes o recipientes que hayan sido calentados.
- Seguir las instrucciones del anfitrión durante la elaboración.
- Informar previamente sobre alergias o restricciones alimentarias.
- Evitar compartir utensilios personales durante la actividad.
- Mantener los ingredientes protegidos y utilizar únicamente los suministrados por XOCASA.

Idea principal

Cada visitante personaliza su chocolatina escogiendo diferentes ingredientes o toppings disponibles, este momento permite desarrollar creatividad y generar una relación personal con el producto.

Golpe – Momento experiencial – "Mi chocolatina"

El anfitrión entrega los elementos e ingredientes necesarios y anuncia que durante la siguiente media hora ellos serán los maestros chocolateros de XOCASA y a partir de ese momento y con la supervisión del anfitrión comienza la elaboración de la chocolatina.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 5 – MI CHOCOLATINA

Introducción

Cada visitante personaliza su chocolatina escogiendo diferentes ingredientes o toppings disponibles. Este momento permite desarrollar creatividad y generar una relación personal con el producto.

- Quiosco / 10 a 15 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Mantener las manos limpias antes de manipular los ingredientes.
- Utilizar únicamente los toppings suministrados por XOCASA.
- Informar al anfitrión sobre alergias alimentarias antes de seleccionar los ingredientes.
- Evitar mezclar ingredientes sin conocer previamente su composición.
- Utilizar cucharas, pinzas u otros utensilios dispuestos para cada ingrediente.
- No devolver al recipiente común ingredientes que hayan estado en contacto con las manos.
- Mantener los recipientes de toppings cerrados o protegidos cuando no estén en uso.

- Manipular cuidadosamente moldes y utensilios.
- Evitar desperdiciar ingredientes.
- Respetar las instrucciones de higiene y manipulación de alimentos.

Idea principal

Permitir que cada visitante cree un producto único y personalizado como expresión de su propia experiencia en XOCASA.

Golpe – Momento experiencial "Mi chocolatina"

El visitante escoge sus toppings y construye su propia chocolatina.

El anfitrión puede preguntar: "Si pudieras llevarte un sabor de Sabanalarga en esta chocolatina, ¿qué ingredientes escogerías?"

De esta manera, la personalización se convierte en una pequeña conexión simbólica entre el visitante y el territorio.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 6 – "UN RECUERDO DE XOCASA"

Introducción:
Una vez finalizada la elaboración y personalización, el visitante prepara su chocolatina para llevarla como recuerdo de la experiencia.

Este momento funciona como cierre emocional y permite conectar el producto final con el territorio y la historia que acaba de conocer.

Lugar y tiempo

- Quiosco / 10 A 15 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Manipular la chocolatina únicamente con las manos limpias o utilizando los elementos suministrados.
- Verificar que el producto esté adecuadamente dispuesto antes de empacarlo.
- Utilizar correctamente el papel parafinado y los elementos de empaque.
- Evitar colocar la chocolatina en superficies sucias o húmedas.
- Mantener el producto protegido de fuentes de calor y exposición directa al sol.
- Informar al visitante sobre las condiciones adecuadas para conservar el chocolate.
- Verificar que el empaque quede correctamente cerrado.
- Identificar el producto cuando corresponda.

- No consumir productos que hayan caído al suelo o que hayan sido contaminados.
- Recomendar al visitante transportar y conservar adecuadamente su chocolatina.

Idea principal

Convertir la chocolatina elaborada por el visitante en un recuerdo tangible de su experiencia y de su conexión con XOCASA y Sabanalarga.

Golpe – Momento experiencial – "Un pedacito de Sabanalarga"

El visitante empaca su propia chocolatina y entrega el siguiente mensaje "Este chocolate lo hiciste tú, transformaste una semilla de cacao de Sabanalarga en una chocolatina que viajara contigo al lugar del cual viniste"

El anfitrión puede cerrar diciendo:
"Hoy no se llevan solamente una chocolatina. Se llevan un pedacito de la historia del cacao que nació acá en Sabanalarga y que fue sembrado y cosechado por familias campesinas."

El guía cierra conectando esas palabras con la conservación:

Al terminar, el anfitrión agradece a los visitantes por escogernos como su destino, los invita a regresar pronto y a que recomienden mediante el voz a voz y las redes sociales a Sabanalarga.

Feliz viaje y pronto regreso.

4. COMPONENTES DEL SERVICIO Y ORGANIZACIÓN DE LOS ESPACIOS.

Para XOCASA, los componentes deben ser sencillos, auténticos y fáciles de implementar, aprovechando principalmente la infraestructura productiva que ya existe.

Componente	Propuesta XOCASA, Chocolate de Sabanalarga, Casanare
Atención al cliente e interacción con el anfitrión	El anfitrión recibe personalmente al visitante, presenta la finca, cuenta brevemente la historia de XOCASA y acompaña los diferentes momentos de la experiencia. La interacción debe ser cercana, pedagógica y espontánea.
Distribución de los elementos físicos	Organizar el recorrido de manera lógica: bienvenida, cacao, transformación, elaboración, personalización, empaque. Los equipos y herramientas deben estar organizados y limpios.
Coherencia estética y visual	Utilizar una identidad inspirada en cacao, finca, naturaleza, chocolate artesanal. Se recomienda madera, fibras naturales, cerámica, elementos relacionados con el cacao y una identidad visual coherente con XOCASA.

Ambientación acorde a la narrativa	Incorporar mazorcas de cacao, semillas, herramientas, fotografías del cultivo, productos terminados, información sencilla sobre el proceso y elementos que permitan entender la transformación. La ambientación debe ser auténtica y no escenográfica.
Recursos interpretativos	Utilizar recursos sencillos como pequeñas tarjetas, fotografías, muestras de cacao, mazorcas, semillas, diagramas del proceso y elementos físicos que permitan explicar de manera visual el recorrido **"Del grano a la chocolatina"**. Los recursos deben complementar la explicación del anfitrión y facilitar la comprensión del visitante.
Momentos experienciales	Incorporar acciones concretas en las que el visitante pueda observar, tocar, oler, transformar, crear, degustar y empacar. Se destacan momentos como descubrir la semilla, percibir el aroma de la tostión, convertirse en chocolatero, personalizar la chocolatina y llevarse su propia creación.
Elementos de confort y bienestar	Disponer de espacios limpios, ventilados, sombreados y cómodos para el desarrollo de las actividades. Contar con sillas o zonas de descanso cuando sean necesarias, agua disponible para los visitantes y un área adecuada para el lavado de manos antes y después de la manipulación de alimentos. El ambiente debe permitir disfrutar la experiencia sin sensación de prisa.
Seguridad y conservación	Mantener diferenciadas las áreas productivas de las áreas destinadas a visitantes. Señalizar o restringir el acceso a equipos calientes, maquinaria y zonas de procesamiento que puedan representar riesgos. Garantizar condiciones adecuadas de higiene y manipulación de alimentos, así como mantener los espacios limpios y libres de obstáculos. Promover además el cuidado del cultivo, los recursos naturales y el manejo responsable de residuos.
Registro y recuerdo de la experiencia	Facilitar espacios y momentos para que el visitante pueda registrar fotografías del proceso y de su participación. La chocolatina elaborada por cada visitante funciona como el principal recuerdo tangible. Se puede complementar con una pequeña tarjeta de XOCASA que incluya el nombre de la experiencia y un mensaje relacionado con Sabanalarga y el cacao.

5. ESTANDARES DE CALIDAD.

Para XOCASA, los estándares de calidad deben ser básicos, claros y aplicables, permitiendo que la experiencia mantenga su carácter familiar y rural sin convertirse en un protocolo rígido.

5.1 Protocolos de atención.

- Recibir al visitante cordialmente.
- Explicar claramente la duración y estructura de la experiencia.
- Presentar XOCASA y su relación con el cacao.
- Explicar las actividades antes de iniciar cada proceso.
- Utilizar un lenguaje sencillo y comprensible.
- Permitir la participación del visitante.
- Responder preguntas sobre cacao y procesos de transformación.
- Adaptar las explicaciones según el tipo de visitante.
- Finalizar con agradecimiento e invitación a conocer otros productos de XOCASA.

5.2 Buenas prácticas de servicio.

- Mantener espacios, mesas y equipos limpios.
- Garantizar adecuada manipulación de alimentos.
- Mantener los productos protegidos y correctamente almacenados.
- Utilizar utensilios limpios y en buen estado.
- Verificar previamente los elementos necesarios para cada grupo.
- Mantener una presentación cuidada de los productos.
- Informar sobre ingredientes y posibles alérgenos.
- Procurar que la experiencia sea participativa y no excesivamente discursiva.
- Mantener disponibles productos XOCASA para degustación y compra.

5.3 Seguridad al visitante.

- Mantener las áreas de circulación libres de obstáculos.
- Mantener equipos calientes fuera del alcance de los visitantes.
- No permitir la manipulación de maquinaria sin supervisión.
- Señalizar las áreas de acceso restringido.
- Utilizar elementos de protección cuando el proceso lo requiera.
- Informar sobre posibles riesgos asociados a superficies calientes.
- Mantener botiquín básico disponible.
- Contar con números de emergencia.
- Mantener rutas de evacuación despejadas.
- Informar sobre posibles alergias antes de las degustaciones.

6. ESTRUCTURA DE COSTOS.

6.1 Costeo de la experiencia.

En XOCASA la experiencia requiere considerar tanto los insumos del producto elaborado por el visitante como los elementos asociados a la operación turística.

Con los valores unitarios que se tienen, podemos concluir la siguiente estructura para XOCASA – "Del Grano a la Chocolatina", separando los costos que dependen directamente de cada visitante de los costos que se generan por grupo.

En este caso mantendremos el criterio que veníamos utilizando de 20% de utilidad y 15% de comisión para la agencia

Los elementos que vincularemos a los costos de la experiencia son los siguientes:

Concepto	Valor
Aseo instalaciones	$ 40.000 por grupo
Seguro	$ 4.000 por persona
Limonada de mucilago	$ 7.000 por persona
Proceso experiencia	$ 10.000 por persona
Refrigerio "Chocolate y galletas"	$ 3.500 por persona
Bombón	$ 3.500 por persona
Ingreso a la finca	$ 15.000 por persona
Estación de aguas saborizadas	$ 25.000 por grupo
Costos elaboración chocolatina	$ 10.000 por persona

Clasificación de los costos.

Concepto	Valor	Tipo de costo	Forma de calculo
Aseo instalaciones	$ 40.000	Indirecto / por grupo	Una vez por grupo
Seguro	$ 4.000	Directo	Por persona
Limonada de mucilago	$ 7.000	Directo	Por persona
Proceso experiencia	$10.000	Directo	Por persona
Refrigerio "Chocolate y galletas"	$3.500	Directo	Por persona
Bombón	$ 3.500	Directo	Por persona
Ingreso a la finca	$15.000	Directo	Por persona
Estación de aguas saborizadas	$25.000	Indirecto / por grupo	Hasta 10 personas
Costos elaboración chocolatina	$10.000	Directo	Por persona
Toppings consumibles Perfil de taza	$2.500	Directo	Por persona
Total, costos directos por persona	**$55.500**		
Costos indirectos grupos 1 a 10	**$65.000**	**Aseo + estación de aguas saborizadas**	

Nota: para grupos de 11 a 15 personas, se debe considerar una segunda estación de agua por lo que los costos indirectos serian $90.000 que corresponden a $40.000 de aseo instalaciones y $50.000 de dos estaciones de agua.

Estructura de los costos.

La fórmula que se utilizaremos para XOCASA es la siguiente:
Costo directo = $55.500 × número de visitantes
Costo total = costo directo + costos indirectos

Después:
Utilidad = 15% del costo total
Precio antes de comisión = costo total × 1,15
Finalmente, para que la agencia pueda recibir el 15% de comisión sin afectar la utilidad de XOCASA estableceremos el Precio de venta = Precio antes de comisión ÷ 0,85.

Grupo	Costos directos	Costos indirectos	Costo operativo total	Utilidad 15%	Precio Venta Nato	Comisión 15%	Precio antes de IVA	IVA 19%	PVP final con IVA	PVP final Por Pax con IVA
1	$55.500	$65.000	**$120.500**	$18.075	$138.575	$24.455	**$163.029**	$30.976	**$194.005**	**$194.005**
2	$111.000	$65.000	**$176.000**	$26.400	$202.400	$35.718	**$238.118**	$45.242	**$283.360**	**$141.680**
3	$166.500	$65.000	**$231.500**	$34.725	$266.225	$46.980	**$313.206**	$59.509	**$372.715**	**$124.238**
4	$222.000	$65.000	**$287.000**	$43.050	$330.050	$58.244	**$388.294**	$73.776	**$462.070**	**$115.518**
5	$277.500	$65.000	**$342.500**	$51.375	$393.875	$69.507	**$463.382**	$88.043	**$551.425**	**$110.285**
6	$333.000	$65.000	**$398.000**	$59.700	$457.700	$80.771	**$538.471**	$102.309	**$640.780**	**$106.797**
7	$388.500	$65.000	**$453.500**	$68.025	$521.525	$92.033	**$613.559**	$116.576	**$730.135**	**$104.305**
8	$444.000	$65.000	**$509.000**	$76.350	$585.350	$103.297	**$688.647**	$130.843	**$819.490**	**$102.436**
9	$499.500	$65.000	**$564.500**	$84.675	$649.175	$114.560	**$763.735**	$145.109	**$908.845**	**$100.983**
10	$555.000	$65.000	**$620.000**	$93.000	$713.000	$125.824	**$839.412**	$159.488	**$998.900**	**$99.890**
11	$610.500	$65.000	**$675.500**	$101.325	$776.825	$137.086	**$916.265**	$174.090	**$1.090.355**	**$99.123**
12	$666.000	$65.000	**$731.000**	$109.650	$840.650	$148.350	**$989.000**	$187.910	**$1.176.910**	**$98.076**
13	$721.500	$65.000	**$786.500**	$117.975	$904.475	$159.613	**$1.063.500**	$202.065	**$1.265.565**	**$97.351**
14	$777.000	$65.000	**$842.000**	$126.300	$968.300	$170.876	**$1.139.176**	$216.443	**$1.355.619**	**$96.830**
15	$832.500	$65.000	**$897.500**	$134.625	$1.032.125	$182.139	**$1.214.265**	$230.710	**$1.444.975**	**$96.332**

Como podemos ver en la tabla anterior aparece algo interesante: el costo por persona disminuye considerablemente a medida que aumenta el grupo, porque los $65.000 de costos indirectos se distribuyen entre más personas.

Tarifa comercial recomendada

Para que la anterior tabla sea más fácil de comunicar a agencias y clientes, podemos establecer tarifas por rangos, en lugar de tener 15 precios diferentes:

Grupo	Tarifa sugerida por persona
1	$194.000
2	$142.000
3	$124.000
4	$116.000
5 al 6	$110.000
7 al 9	$104.000
10 al 15	$99.000

6.2 Lo que incluye y lo que no

Con la estructura de costos puede presentarse comercialmente como una experiencia integral denominada "Del Grano a la Chocolatina" XOCASA.

Que incluye:

- Ingreso a la finca.
- Seguro.
- Limonada de mucílago. "Brisa de cacao"
- Experiencia interpretativa del proceso del cacao.
- Refrigerio de chocolate y galletas.
- Bombón.
- Estación de aguas saborizadas.
- Elaboración de una chocolatina artesanal con su respectivo empaque.
- Toppings para personalización.
- Acompañamiento del anfitrión.
- Participación en los procesos de transformación.
- Degustación.
- Chocolatina elaborada por el propio visitante para llevar.

No incluye:

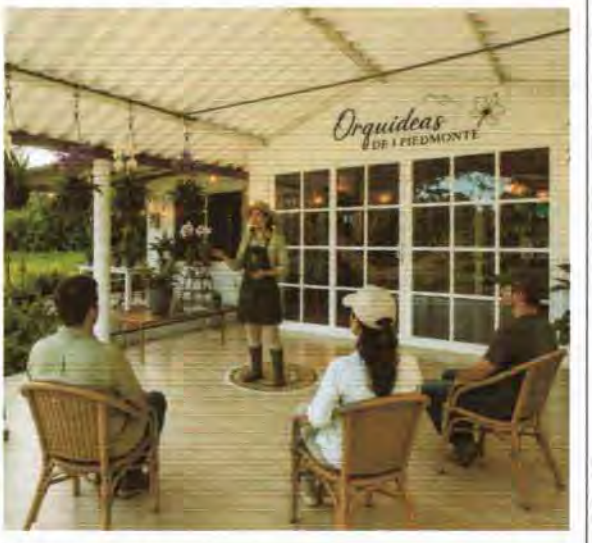
- Traslados desde y hacia la finca.
- Otros alimentos y bebidas no contemplados en el plan.
- Alojamiento.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026

DISEÑO Y/O FORTALECIMIENTO DE EXPERIENCIA TURÍSTICA DIFERENCIADA Y AUTENTICA





Nombre iniciativa:	**Experiencia:**
Orquídeas de Piedemonte.	Naturaleza y biodiversidad.

1. CONCEPTUALIZACIÓN Y NARRATIVA DE LA EXPERIENCIA.

1.1 Propuesta de Valor:

Orquídeas del Piedemonte ofrece una experiencia de naturaleza y educación ambiental en Sabanalarga, Casanare, donde el visitante descubre la diversidad de las orquídeas y su relación con los ecosistemas del piedemonte llanero a través del conocimiento, la pasión y la historia familiar de Carolina.

La experiencia combina interpretación de orquídeas, recorrido por el orquideario, observación de especies nativas e introducidas, acercamiento al cultivo y conservación y degustación de un producto artesanal, permitiendo que el visitante comprenda que detrás de cada planta existe una historia de conocimiento, cuidado y conservación.

La fortaleza de la experiencia no está únicamente en observar una colección de orquídeas, sino en conocerlas de la mano de una anfitriona que convirtió una tradición familiar en un proyecto de conservación, educación y turismo de naturaleza.

1.2 Relato que conecta al visitante con el territorio – "Donde las orquídeas encontraron su hogar"

"Las orquídeas siempre estuvieron presentes en la vida de Carolina. Primero llegaron como parte de una tradición familiar, cultivadas por su madre y su abuela; después se convirtieron en una pasión y finalmente en una forma de construir un proyecto de vida en Sabanalarga.

Aquí, entre el piedemonte y el paisaje llanero, Carolina fue creando poco a poco su propio refugio para estas plantas. Lo que comenzó alrededor de su casa fue creciendo hasta convertirse en un orquideario donde conviven especies nativas, especies introducidas y plantas destinadas al cultivo y comercialización.

Hoy los invitamos a conocer este mundo con otros ojos: no solamente a mirar flores, sino a descubrir sus formas, aromas, estrategias de vida y la relación que tienen con los bosques que las rodean.

Porque cuando aprendemos a reconocer una orquídea, también comenzamos a reconocer y valorar el bosque que la hace posible."

1.3 Promesa de valor.

Descubrir el fascinante mundo de las orquídeas del piedemonte de la mano de una anfitriona que convirtió una tradición familiar en una historia de conservación, aprendizaje y conexión con la naturaleza.

1.4 Relación con la identidad local.

La conexión de Orquídeas del Piedemonte con Sabanalarga se fundamenta en la riqueza natural del piedemonte casanareño, donde los ecosistemas de transición entre montaña y llanura permiten la presencia de una importante diversidad vegetal.

La experiencia permite interpretar las orquídeas no solamente como plantas ornamentales, sino como indicadores de biodiversidad, elementos de los ecosistemas y parte del patrimonio natural que puede ser conocido, valorado y conservado.

Además, la historia personal de Carolina aporta un componente de patrimonio cultural vivo, pues el conocimiento sobre las orquídeas se encuentra ligado a una tradición familiar transmitida entre generaciones.

Elementos que conectan con la identidad local.

Elemento	Como conecta con Sabanalarga
Nombre	Orquídeas del Piedemonte hace referencia directa al paisaje donde se desarrolla la iniciativa.
Territorio	Sabanalarga como municipio ubicado en el piedemonte casanareño.
Naturaleza	Bosques, caños, vegetación y biodiversidad asociados al piedemonte.
Orquídeas	Representan una expresión particular de la diversidad vegetal del territorio.

Historia familiar	El conocimiento de Carolina proviene de su madre y abuela y del aprendizaje que ha tenido en los últimos años.
Conservación	El orquideario permite sensibilizar sobre el valor de conservar las especies y sus hábitats.
Educación ambiental	La experiencia convierte el conocimiento especializado en una actividad turística accesible.
Paisaje	El visitante descubre las orquídeas dentro de un entorno natural y rural.
Vivero	Permite mostrar prácticas de cultivo, reproducción, manejo y comercialización.
Sendero	El caño y los senderos permiten relacionar las plantas cultivadas con el ecosistema natural.
Aves y Biodiversidad	Permiten ampliar la experiencia hacia la observación de naturaleza.
Fotografía	Las orquídeas, flores, senderos, paisaje y biodiversidad constituyen recursos visuales.
Servicio	Carolina actúa como anfitriona e intérprete del conocimiento local.
Recuerdo	Una planta, semilla, fotografía o producto inspirado en las orquídeas puede prolongar la experiencia.

2. DEFINICIÓN DEL PUBLICO OBJETIVO.

2.1 Definición del tipo de visitante según la experiencia ofertada.

La experiencia puede ser especialmente atractiva y dirigirse a:

- Visitantes nacionales e internacionales.
- Parejas.
- Familias.
- Grupos de amigos.
- Estudiantes.
- Aficionados a las plantas.
- Jardineros.
- Coleccionistas de orquídeas.
- Fotógrafos de naturaleza.
- Observadores de aves.
- Viajeros interesados en biodiversidad y educación ambiental.

Perfil del visitante	Características
Necesidades	Información clara, orientación, comodidad, contacto con la naturaleza y aprendizaje práctico.
Intereses	Orquídeas, plantas, fotografía, biodiversidad, naturaleza, jardinería, conservación y cultura local.

Expectativas	Conocer especies diferentes, aprender sobre su cuidado, vivir una experiencia auténtica y adquirir conocimientos aplicables en casa.

2.2 Estructuración de la experiencia según el tipo de visitante.

La experiencia debe evitar convertirse en una **clase botánica extensa**. Su fortaleza está en combinar información con observación, conversación, participación y momentos sensoriales.

La experiencia actual de aproximadamente una hora puede fortalecerse sin hacerla excesivamente compleja:

Nombre de la Experiencia 1: "Entre Flores y Agua y Bosques: El Mundo de las Orquídeas y las aves".

Momento	¿Que vive el visitante?	¿Qué hace el anfitrión?
1. Bienvenida "Una historia que floreció"	Conoce a Carolina y descubre cómo nació su pasión por las orquídeas.	Cuenta brevemente la historia familiar y ofrece tinto, aromática o agua.
2. Descubrir "Las orquídeas del piedemonte"	Comprende que las orquídeas forman parte de una familia vegetal extraordinariamente diversa.	Comparte datos curiosos y conceptos sencillos.
3. Explorar "Un mundo de formas y colores"	Recorre la colección y descubre especies colombianas, introducidas y comerciales.	Interpreta las plantas a partir de características, nombres, floración y distribución.
4. El piedemonte florece. "Las orquídeas de aquí"	Reconoce las especies asociadas al territorio y comprende su relación con el bosque.	Destaca las especies del piedemonte y su importancia ecológica.
5. Sabores de la casa. "Una pausa para disfrutar"	Regresa a la vivienda y disfruta un helado de vainilla casero.	Conecta el producto con la hospitalidad familiar y el carácter rural de la experiencia.
6. Llevarse una orquídea. "Un recuerdo vivo"	Conoce las plantas disponibles para venta y elige, si desea, una para llevar a casa.	Orienta al visitante sobre especies, cuidados y condiciones de cultivo.

3. DISEÑO DEL RECORRIDO.

3.1 Estructura de las actividades.

El recorrido se plantea como una experiencia de naturaleza, interpretación y educación ambiental, aprovechando los recursos que ya existen en Orquídeas del Piedemonte.

La experiencia inicia en la vivienda con una bienvenida cercana y una bebida caliente o agua. Posteriormente, Carolina introduce al visitante al mundo de las orquídeas mediante una conversación sencilla y algunos datos curiosos. Luego el grupo se desplaza hacia el sendero donde comienza el recorrido interpretativo y termina en la casa junto al orquideario.

La visita avanza desde lo general hacia lo particular:

Especies de Colombia, Especies del Piedemonte, especies introducidas → especies comerciales, educación, conservación, elección de una planta.

Ruta propuesta

Bienvenida, Introducción al mundo de las orquídeas, Orquídeas colombianas, Orquídeas del piedemonte, Especies introducidas, Orquídeas comerciales, Pausa de helado casero, Vivero y venta, Cierre.

Experiencia 1 – Del grano a la chocolatina.

Etapa	Actividad	¿Qué sucede?
1. Bienvenida y conexión	"Una historia que floreció"	Carolina recibe al visitante, ofrece tinto, aromática o agua y comparte la historia familiar de su relación con las orquídeas.
2. Descubrimiento	"El fascinante mundo de las orquídeas"	Se presentan datos sobre diversidad, distribución, formas, adaptaciones y curiosidades.
3. Exploración	"Colombia, país de orquídeas"	Se presentan especies colombianas y se explica su diversidad e importancia.
4. Comparación	"Viajeras que llegaron de lejos"	Se muestran especies introducidas y se explica la diferencia entre especies nativas, introducidas y comerciales.
5. Interpretación territorial	"Las orquídeas del piedemonte"	Se destacan las especies asociadas al territorio, su floración, características y relación con el bosque.
6. Pausa sensorial	"Un sabor de la casa"	Regreso a la vivienda y degustación del helado de vainilla casero.
7. Cuidado y elección	"Llévate una orquídea"	Se muestran las plantas disponibles para comercialización y se orienta al visitante sobre selección y cuidados.
8. Cierre	"Ahora sabes cómo mirar una orquídea"	Carolina retroalimenta sobre lo aprendido y entrega un mensaje relacionado con conservación.

Como tal no necesariamente tienen que ser ocho etapas con ocho paradas físicas obligatorias. Algunas pueden suceder mientras se camina.

La lógica sería:

ETAPAS DE LA EXPERIENCIA: 8 Momentos.
PARADAS FÍSICAS: 4 lugares.

1. **Punto de bienvenida y contextualización.**
2. **Exploración y comparación.**
3. **Interpretación territorial y pausa sensorial.**
4. **Cuidado y elección y cierre.**

De esta manera, el visitante no siente que está haciendo una ruta llena de estaciones y explicaciones, sino un recorrido continuo en el que el anfitrión "Carolina" encargado de acompañar la experiencia va incorporando diferentes momentos de descubrimiento.

Secuencia experiencial.

La idea es que el visitante no reciba una acumulación de nombres científicos, sino que vaya desarrollando progresivamente curiosidad.



Enfoque turismo Slow

La experiencia debe aplicar el Turismo Slow no necesariamente aumentando mucho su duración, sino cambiando la forma de vivirla.

Principios Slow aplicados a las experiencias de ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE

1. **Llegar sin prisa:** bienvenida personal y bebida.
2. **Escuchar:** escuchar primero la historia de Carolina.
3. **Observar:** mirar detalles de flores, hojas, raíces y formas.

4. **Descubrir:** encontrar diferencias entre especies.
5. **Aprender:** recibir información en pequeñas dosis.
6. **Contemplar:** disponer de momentos para fotografía y observación.
7. **Saborear:** disfrutar el helado casero como pausa.
8. **Elegir conscientemente:** conocer los cuidados antes de comprar una planta.
9. **Conectar:** comprender que conservar una orquídea también implica conservar su hábitat.

Una regla adicional para Carolina podría ser: Aquí no buscamos conocer más orquídeas; buscamos aprender a mirar mejor cada una.

3.2 Tiempos y duración.

Para mantener la experiencia alineada a una filosofía slow y evitar saturación de información, recomiendo una duración aproximada de 1 hora 30 minutos a 1 hora 45 minutos.

Momento	¿Qué sucede?
1. Bienvenida y bebida	15 a 20 minutos
2. Introducción al mundo de las orquídeas	10 a 15 minutos
3. Recorrido por la colección	30 a 35 minutos
4. Orquídeas del piedemonte	15 a 20 minutos
5. Helado de vainilla casero	10 minutos
6. Vivero, comercialización y cuidados	15 a 20 minutos
7. Cierre	5 minutos
Duración aproximada de la experiencia	**1.4 a 2.0 horas**

Esto permitiría fortalecer significativamente la experiencia actual sin convertirla en un recorrido pesado.

a. Elementos memorables.

Nos concentraremos en **seis momentos WOW**, uno por cada gran segmento buscando que sean fáciles de implementar y que estén integrados al proceso natural de la experiencia.

Momento 1	Momento 2	Momento 3	Momento 4	Momento 5	Momento 6
Bienvenida "La historia que floreció"	Descubrimiento "¿Cuántas formas puede tener una flor?"	Colección "Un pequeño mundo en una flor"	Piedemonte "Las flores de nuestro territorio"	Pausa "El sabor de la casa"	Cierre "Llévate una historia viva"
Carolina muestra una	Se invita a observar una	El visitante descubre	Se presenta una especie	El visitante recibe el	Si compra una planta,

Seguridad, reglas y recomendaciones

- No manipular plantas sin autorización.
- Consultar antes de trasladar una planta.
- Explicar condiciones de transporte.
- Entregar recomendaciones básicas de cuidado.
- Garantizar que las plantas comercializadas tengan procedencia legal y adecuada.
  Evitar fomentar la extracción de especies silvestres.

Idea principal

Comprar una orquídea debe convertirse en una oportunidad para conservar y aprender, no simplemente en adquirir una planta.

Golpe – Momento experiencial – "Un pedacito de Sabanalarga"

Carolina puede decir: "Si hoy decides llevarte una de estas plantas, no te llevas solamente una flor. Te llevas una responsabilidad: aprender a cuidarla."

Al terminar, Carolina agradece a los visitantes por escogernos como su destino, los invita a regresar pronto y a que recomienden mediante el voz a voz y las redes sociales a Sabanalarga.

Y procede a desear un feliz viaje y pronto regreso.

4. COMPONENTES DEL SERVICIO Y ORGANIZACIÓN DE LOS ESPACIOS.

Al igual que en el documento base, estos componentes deben estar asociados a la infraestructura existente, al personal de servicio y a los atractivos de la iniciativa.

Componente	Propuesta XOCASA, Chocolate de Sabanalarga, Casanare
Atención al cliente e interacción con el anfitrión	Carolina es la principal anfitriona. Su historia, conocimiento y pasión constituyen uno de los principales recursos de la experiencia. La atención debe ser cercana, conversada y espontánea.
Distribución de los elementos físicos	Organizar claramente casa, orquideario, senderos, vivero y área comercial. La circulación debe seguir la narrativa de la experiencia y evitar cruces innecesarios.
Coherencia estética y visual	Utilizar una identidad inspirada en orquídeas, bosque y piedemonte, con madera, fibras naturales, cerámica y elementos botánicos.
Ambientación acorde a la narrativa	Fotografías familiares, orquídeas, herramientas de cultivo, semillas, raíces, recipientes y elementos del vivero. La ambientación debe ser auténtica y no escenográfica.
Recursos interpretativos	Fichas sencillas de especies, fotografías, ilustraciones, muestras, lupas, códigos QR opcionales y pequeñas placas. Carolina debe seguir siendo el principal recurso interpretativo.

fotografía o cuenta brevemente cómo su madre y abuela cultivaban orquídeas.	orquídea de cerca y descubrir detalles que normalmente pasan desapercibidos.	diferencias entre especies y comprende la extraordinaria diversidad de las orquídeas.	representativa del piedemonte y se conecta con el bosque local.	helado de vainilla casero como gesto de hospitalidad familiar.	Carolina explica personalmente cómo cuidarla y qué necesita para vivir.

b. Guion interpretativo de la experiencia.

Siguiendo la estructura del documento base, el guion debe ser **práctico y fácil de recordar**, evitando que Carolina tenga que memorizar textos largos. El documento base plantea precisamente pequeñas intervenciones que puedan adaptarse a los momentos de verdad con el visitante.

NOMBRE DEL GUION – "DONDE LAS ORQUÍDEAS FLORECEN"	
MENSAJE PRINCIPAL	La experiencia busca conectar al visitante con el mundo de las orquídeas a través de la historia de Carolina, la diversidad de estas especies y su relación con los bosques del piedemonte casanareño, permitiendo descubrir que detrás de cada flor existe una historia de adaptación, conocimiento, cuidado y conservación. **"Aquí no solo venimos a mirar flores; venimos a aprender a reconocer la naturaleza."**
RUTA O PROGRAMA	Es un recorrido interpretativo que comienza con una bienvenida acompañada de tinto, aromática o agua y la historia familiar de Carolina. Continúa con una introducción al mundo de las orquídeas y posteriormente con un recorrido por la colección, donde se presentan especies colombianas, introducidas, comerciales y representativas del piedemonte. La experiencia continúa con una pausa en la vivienda para disfrutar un helado de vainilla casero y finaliza en el vivero, donde el visitante puede conocer las plantas disponibles, aprender sobre sus cuidados y, si lo desea, llevarse una orquídea como recuerdo vivo de su visita.
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA	1.4 a 2.0 horas la experiencia
NUMERO DE PARADAS O SEGMENTOS	Seis (6) momentos principales: 1. Bienvenida, 2. El mundo de las orquídeas 3. Exploración de la colección, 4. Las orquídeas de piedemonte, 5. Pausa y hospitalidad, 6. Vivero elección y cierre.
AUDIENCIA – PÚBLICO	Personas, parejas, familias, grupos de amigos, estudiantes, aficionados a las plantas, coleccionistas, fotógrafos de naturaleza, observadores de aves y visitantes nacionales e internacionales interesados en biodiversidad, conservación, naturaleza y experiencias auténticas.
OBJETIVOS	- Dar a conocer la diversidad de las orquídeas y su importancia ecológica.

	- Poner en valor el conocimiento y la historia familiar de Carolina. - Fortalecer la educación ambiental alrededor de las orquídeas. - Conectar al visitante con el patrimonio natural del piedemonte casanareño. - Promover prácticas responsables de cultivo y conservación. - Fortalecer la oferta de turismo de naturaleza de Sabanalarga. - Generar oportunidades económicas mediante la venta de orquídeas, talleres, productos y alojamiento. - Posicionar Orquídeas del Piedemonte como referente regional de conocimiento sobre orquídeas y naturaleza.
ACCIÓN DEL VISITANTE	- Escuchar la historia de Carolina. - Observar y comparar diferentes especies. - Identificar características de las orquídeas. - Aprender sobre sus ciclos de floración. - Conocer especies del piedemonte. - Participar en actividades prácticas. - Fotografiar responsablemente las plantas. - Degustar el helado casero. - Aprender sobre cuidado y mantenimiento. - Adquirir responsablemente plantas y productos locales. - Compartir y recomendar la experiencia.

MOMENTOS INTERPRETATIVOS

MOMENTO INTERPRETATIVO No 1 – UNA HISTORIA QUE FLORECIÓ.

Introducción

Carolina recibe personalmente al visitante y comparte la historia de cómo las orquídeas llegaron a su vida a través de su madre y abuela.

Lugar y tiempo:

- Casa 15 a 20 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Permanecer en las áreas definidas.
- No manipular plantas sin autorización.
- Mantener bebidas y alimentos en los espacios destinados para ello.
- Informar cualquier condición alimentaria antes de consumir bebidas.
- Atender las indicaciones de Carolina.

Idea principal

Antes de conocer las orquídeas, debemos conocer la historia de la persona que decidió dedicar su vida a ellas.

Golpe – Momento experiencial "La historia que florecio"
Carolina puede mostrar una fotografía, una primera planta o un elemento relacionado con los inicios del proyecto y decir: "Todo esto comenzó mucho antes de que existiera este orquideario. Comenzó con mi mamá y mi abuela."

MOMENTO INTERPRETATIVO No 2 – UN MUNDO EN UNA FLOR

Introducción

Carolina presenta conceptos básicos sobre las orquídeas y algunos datos temas curiosos como:

- ¿Qué hace diferente a una orquídea?
- ¿Por qué tienen formas tan extrañas?
- ¿Todas las orquídeas viven en árboles?
- ¿Por qué algunas tienen raíces aéreas y otras terrestres?
- ¿Cuánto puede vivir una orquídea?
- ¿Por qué algunas flores duran tanto?
- ¿Cuáles son las principales fechas de afloración?
- ¿Por qué algunas flores duran tanto?
- ¿Cómo atraen a sus polinizadores?
- ¿Por qué algunas imitan formas, colores o aromas?
- ¿Cuántas especies existen aproximadamente en Colombia?
- ¿Cuáles son las diferencias entre especies nativas, introducidas e híbridas?
- ¿Qué relación tienen con los bosques?
- ¿Por qué no debemos extraerlas de la naturaleza?

Lugar y tiempo

- Casa, 10 a 15 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Evitar manipular plantas o flores durante la explicación.
- Mantener un volumen de voz adecuado.
- Permitir que todos puedan observar las muestras.
- Evitar saturar la actividad con información técnica.

Idea principal

Las orquídeas son mucho más que flores bonitas: son organismos fascinantes adaptados a diferentes condiciones ambientales.

Golpe – Momento experiencial - "Que ven aquí?

Pregunta del anfitrión:
Carolina muestra una flor y pregunta: "Si tuvieran que explicar qué hace especial a esta flor sin decir que es bonita, ¿qué observarían?" Esto obliga al visitante a mirar realmente.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 3 – COLOMBIA EN UNA FLOR

Introducción

Comienza el recorrido por la colección. Carolina presenta primero las orquídeas colombianas, después las introducidas y finalmente las comerciales.

Lugar y tiempo

- Orquideario, 30 a 35 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Caminar únicamente por los senderos establecidos.
- No tocar flores, raíces o plantas sin autorización.
- No arrancar hojas, flores o frutos.
- Evitar apoyarse sobre estructuras del vivero.
- Mantener cuidado con pisos húmedos.
- Fotografiar sin interferir con las plantas.

Idea principal

Cada orquídea tiene una historia, un lugar de origen y unas condiciones particulares para vivir.

Golpe – Momento experiencial – "Encuentra la diferencia"

Carolina selecciona dos orquídeas visualmente diferentes y pregunta:
"Si no supiéramos sus nombres, ¿qué diferencias encontrarían entre ellas?"

MOMENTO INTERPRETATIVO No 4 – LAS FLORES DEL PIEDEMONTE

Introducción

Se presentan las especies asociadas al piedemonte y se conecta su existencia con el bosque y las condiciones ambientales del territorio.

Lugar y tiempo

- Orquideario: 15 a 20 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- No extraer plantas.
- No tocar especies sin autorización.
- Mantenerse en las zonas señalizadas.
- Evitar ruido excesivo.
- Respetar las plantas y espacios de conservación.

Idea principal

Conocer una orquídea del piedemonte también es una forma de empezar a conocer el bosque donde puede vivir.

Golpe – Momento experiencial – "Mi chocolatina"

Carolina presenta una especie y pregunta al visitante:
"¿Creen que esta planta florece todo el año?" ¿Cuántas afloraciones creen que tiene esta flor al año? A partir de la respuesta explica su época de floración, características y condiciones.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 5 – EL SABOR DE LA CASA

Introducción

Después del recorrido, el visitante regresa a la vivienda y encuentra una pausa de hospitalidad con un helado de vainilla casero.

- Casa 10 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Lavarse o higienizar las manos antes de consumir alimentos.
- Informar previamente sobre alergias o restricciones.
- Mantener los alimentos protegidos.
- Consumir el producto en el espacio establecido.

Idea principal

La experiencia también se construye a través de la hospitalidad y de los sabores hechos en casa.

Golpe – Momento experiencial "Una pausa entre las flores"

"Después de conocer tantas flores, ahora queremos que conozcan un pequeño sabor de nuestra casa."

MOMENTO INTERPRETATIVO No 6 – "LLEVATE UNA HISTORIA VIVA"

Introducción:
El visitante conoce las orquídeas disponibles para comercialización y recibe orientación personalizada sobre sus características y cuidados.

Lugar y tiempo

- Vivero / 15 A 20 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- No manipular plantas sin autorización.
- Consultar antes de trasladar una planta.
- Explicar condiciones de transporte.
- Entregar recomendaciones básicas de cuidado.
- Garantizar que las plantas comercializadas tengan procedencia legal y adecuada.
  Evitar fomentar la extracción de especies silvestres.

Idea principal

Comprar una orquídea debe convertirse en una oportunidad para conservar y aprender, no simplemente en adquirir una planta.

Golpe – Momento experiencial – "Un pedacito de Sabanalarga"

Carolina puede decir: "Si hoy decides llevarte una de estas plantas, no te llevas solamente una flor. Te llevas una responsabilidad: aprender a cuidarla."

Al terminar, Carolina agradece a los visitantes por escogernos como su destino, los invita a regresar pronto y a que recomienden mediante el voz a voz y las redes sociales a Sabanalarga.

Y procede a desear un feliz viaje y pronto regreso.

4. COMPONENTES DEL SERVICIO Y ORGANIZACIÓN DE LOS ESPACIOS.

Al igual que en el documento base, estos componentes deben estar asociados a la infraestructura existente, al personal de servicio y a los atractivos de la iniciativa.

Componente	Propuesta ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE
Atención al cliente e interacción con el anfitrión	Carolina es la principal anfitriona. Su historia, conocimiento y pasión constituyen uno de los principales recursos de la experiencia. La atención debe ser cercana, conversada y espontánea.
Distribución de los elementos físicos	Organizar claramente casa, orquideario, senderos, vivero y área comercial. La circulación debe seguir la narrativa de la experiencia y evitar cruces innecesarios.
Coherencia estética y visual	Utilizar una identidad inspirada en orquídeas, bosque y piedemonte, con madera, fibras naturales, cerámica y elementos botánicos.
Ambientación acorde a la narrativa	Fotografías familiares, orquídeas, herramientas de cultivo, semillas, raíces, recipientes y elementos del vivero. La ambientación debe ser auténtica y no escenográfica.
Recursos interpretativos	Fichas sencillas de especies, fotografías, ilustraciones, muestras, lupas, códigos QR opcionales y pequeñas placas. Carolina debe seguir siendo el principal recurso interpretativo.

Momentos experienciales	Silencio y observación, búsqueda de detalles en una flor, comparación entre especies, descubrimiento de una orquídea del piedemonte, helado casero y elección responsable de una planta.
Elementos de confort y bienestar	Sillas, sombra, ventilación, agua, baños limpios, espacios de descanso y tiempos suficientes para observar y fotografiar.
Seguridad y conservación	Senderos despejados, superficies seguras, manejo adecuado de herramientas, normas para manipulación de plantas, higiene de alimentos y protocolos para visitantes.
Registro y recuerdo de la experiencia	Fotografías en puntos definidos, tarjeta con nombre de la experiencia, ficha de cuidados de la planta adquirida y posibilidad de llevar una orquídea, semilla u otro recuerdo.

5. ESTANDARES DE CALIDAD.

Para ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE, los estándares de calidad deben ser básicos, claros y aplicables, permitiendo que la experiencia mantenga su carácter familiar y rural sin convertirse en un protocolo rígido.

5.1 Protocolos de atención.

- Recibir al visitante personalmente.
- Ofrecer bebida de bienvenida.
- Explicar claramente la experiencia.
- Adaptar el lenguaje al perfil del visitante.
- Evitar exceso de información técnica.
- Permitir preguntas.
- Respetar el ritmo del visitante.
- Finalizar con agradecimiento y mensaje de conservación.

5.2 Buenas prácticas de servicio.

- Orquideario limpio y ordenado.
- Plantas correctamente identificadas.
- Senderos despejados.
- Baños limpios.
- Bebidas y alimentos manipulados higiénicamente.
- Área de venta organizada.
- Información básica de cuidado disponible.
- Plantas comercializadas correctamente identificadas.

5.3 Seguridad al visitante.

- Revisar senderos antes de cada recorrido.
- Identificar superficies húmedas.
- Mantener herramientas fuera del alcance del visitante.
- Evitar acceso a zonas productivas no autorizadas.

- Contar con botiquín.
- Mantener condiciones adecuadas de manipulación de alimentos.
- Informar sobre riesgos asociados a la finca.
- Tener protocolo básico ante accidentes.

6. ESTRUCTURA DE COSTOS.

c. Costeo de la experiencia.

Tomando exactamente los costos que definimos, voy a manejar la utilidad del 15 % sobre el costo total y posteriormente sumar la comisión del 15 %. Finalmente, sobre ese valor calculamos el IVA del 19 %.

Los elementos que vincularemos a los costos de la experiencia son los siguientes:

Concepto	Valor
Guianza especializada 3 horas	$ 20.000 por hora $60.000
Aseo instalaciones	$ 40.000 por grupo
Seguro	$ 4.000 por persona
Tinto	$ 3.000 por persona
Helado	$ 3.000 por persona

La metodología utilizada es:

- **Costos directos =** guianza + aseo + costos por persona.
- **Costos indirectos =** 10% de los costos directos.
- **Costo operativo total =** directos + indirectos.
- **Utilidad =** 15% del costo operativo.
- **Precio de venta neto =** costo operativo + utilidad.
- **Comisión operador =** 15% del precio de venta antes de IVA.
- **IVA =** 19%.
- El PVP final incluye IVA.

Grupo	Costos directos	Costos indirectos 10%	Costo operativo total	Utilidad 15%	Precio venta neto	Comisión operador 15%	Precio de venta antes de IVA	IVA 19%	PVP final grupo	PVP por persona
1	$ 110.000	$ 11.000	$ 121.000	$ 18.150	$ 139.150	$ 20.873	$ 160.023	$ 31.104	**$ 191.127**	**$ 191.127**
2	$ 120.000	$ 12.000	$ 132.000	$ 19.800	$ 151.800	$ 22.770	$ 174.570	$ 33.932	**$ 208.502**	**$ 104.251**
3	$ 130.000	$ 13.000	$ 143.000	$ 21.450	$ 164.450	$ 24.668	$ 189.118	$ 36.759	**$ 225.877**	**$ 75.292**
4	$ 140.000	$ 14.000	$ 154.000	$ 23.100	$ 177.100	$ 26.565	$ 203.665	$ 39.587	**$ 243.252**	**$ 60.813**
5	$ 150.000	$ 15.000	$ 165.000	$ 24.750	$ 189.750	$ 28.463	$ 218.213	$ 42.415	**$ 260.628**	**$ 52.126**
6	$ 160.000	$ 16.000	$ 176.000	$ 26.400	$ 202.400	$ 30.360	$ 232.760	$ 45.242	**$ 278.002**	**$ 46.334**
7	$ 170.000	$ 17.000	$ 187.000	$ 28.050	$ 215.050	$ 32.258	$ 247.308	$ 48.070	**$ 295.378**	**$ 42.197**
8	$ 180.000	$ 18.000	$ 198.000	$ 29.700	$ 227.700	$ 34.155	$ 261.855	$ 50.898	**$ 312.753**	**$ 39.094**
9	$ 190.000	$ 19.000	$ 209.000	$ 31.350	$ 240.350	$ 36.053	$ 276.403	$ 53.725	**$ 330.128**	**$ 36.681**
10	$ 200.000	$ 20.000	$ 220.000	$ 33.000	$ 253.000	$ 37.950	$ 290.950	$ 56.553	**$ 347.503**	**$ 34.750**

Como podemos ver en la tabla anterior aparece algo interesante: el costo por persona disminuye considerablemente a medida que aumenta el grupo, porque los costos indirectos se distribuyen entre más personas.

Tarifa comercial recomendada:

Grupo	Tarifa sugerida por persona	Valor grupo aproximado
1 persona	$200.000	$195.000
2 personas	$220.000	$105.000
4 personas	$260.000	$65.000
6 personas	$290.000	$50.000
8 personas	$320.000	$40.000
10 personas	$360.000	$35.000

d. Lo que incluye y lo que no

Con la estructura de costos puede presentarse comercialmente como una experiencia integral denominada "Una historia que floreció" ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE.

Que incluye:

- Ingreso a la finca.
- Seguro.
- Café – Agua aromática - Agua
- Experiencia interpretativa de las orquídeas.
- Helado.
- Acompañamiento del anfitrión.

No incluye:

- Traslados desde y hacia la finca.
- Otros alimentos y bebidas no contemplados en el plan.
- Alojamiento.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare julio 24 de 2026

DISEÑO Y/O FORTALECIMIENTO DE EXPERIENCIA TURÍSTICA DIFERENCIADA Y AUTENTICA	
COMPLEJO GEOLÓGICO CASCADAS SUBTERRÁNEAS LOS OJOS DE LA TIERRA SABANALARGA, CASANARE	
Nombre iniciativa: Cascadas subterráneas Sabanalarga.	**Experiencia:** Asociada a naturaleza y bienestar.

Debido a que el nombre del establecimiento pasa de ser Los Cenotes a Cascadas Subterráneas Sabanalarga, la narrativa se construirá en torno a la nueva identidad.

1. CONCEPTUALIZACIÓN Y NARRATIVA DE LA EXPERIENCIA.

1.1 Propuesta de Valor:

Los Ojos de la Tierra, "Cascadas Subterráneas de Sabanalarga" ofrece una experiencia auténtica de turismo de naturaleza, ruralidad y bienestar, donde el visitante descubre un territorio en el que el agua que desciende por la quebrada se adentra en la tierra y crea una caverna a la que puedes ingresar y ver cómo se muestran dos cascadas subterráneas como si fuesen ojos.

La experiencia integra senderismo, interpretación ambiental, contemplación, exploración de formaciones naturales y conexión con el paisaje rural, permitiendo descubrir las cascadas subterráneas, la caverna de los murciélagos y el sendero que recorre el bosque.

La propuesta busca que el desplazamiento hacia las cascadas subterráneas no sea entendido únicamente como el trayecto para llegar a un atractivo, sino como parte integral de la experiencia, donde caminar, observar, escuchar, descubrir y comprender el territorio se convierten en elementos fundamentales del producto turístico.

A futuro, la experiencia podrá ampliarse mediante alojamiento de bajo impacto, actividades de vida rural, ordeño, huerto, consumo de productos de la finca, experiencias gastronómicas y actividades de bienestar, permitiendo aumentar la permanencia del visitante y favorecer una inmersión más profunda en la vida campesina de Sabanalarga.

1.2 Elemento diferenciador - "Descubrir el agua que la tierra esconde"

El elemento diferenciador sería construir la experiencia alrededor de un viaje de descubrimiento en el que el visitante primero visita la caverna de los murciélagos, luego el sendero del bosque y por ultimo conoce las cascadas subterráneas, pasa de caminar por una caverna con murciélagos a un sendero abierto y luego adentrarse en las cascadas subterráneas tres escenarios totalmente diferentes que entregan sensaciones diferentes.

1.3 Relato que conecta al visitante con el territorio.

"En Villa Elena el agua tiene una manera especial de mostrarnos el territorio. Siempre la vemos correr superficialmente, pero nunca la vemos internarse en la tierra para luego volver al cauce normal de la quebrada que se encuentra dentro del bosque. Por eso llamamos a este lugar Los Ojos de la Tierra: porque aquí el agua parece abrirse camino dentro de la tierra para mostrarnos una la quebrada en forma de cascadas, pero esta vez subterráneas. Caminaremos sin prisa, atravesaremos el bosque, escucharemos la quebrada, descubriremos la caverna y llegaremos hasta las cascadas subterráneas. Pero más que venir a encontrar un lugar escondido, queremos que descubran cómo el agua, la tierra, el bosque y la vida campesina están conectados."

1.4 Relación con la identidad local.

La conexión con la identidad local de Los Ojos de la Tierra – Cascadas Subterráneas se fundamenta en la relación entre el patrimonio natural, la ruralidad y los paisajes de Sabanalarga, Casanare.

La Finca Villa Elena representa una forma de relación entre producción y conservación: de sus aproximadamente 45 hectáreas, una parte se encuentra destinada a actividades productivas y otra corresponde a áreas de conservación que protegen recursos naturales y ecosistemas estratégicos.

Esta condición permite construir una experiencia que no presenta la naturaleza como un elemento aislado de la vida campesina, sino como parte de un territorio donde la producción rural, el agua, el bosque, la fauna, la montaña y las personas coexisten.

Las cascadas subterráneas, la caverna atravesada por una quebrada, los murciélagos y el sendero ecológico se convierten así en elementos diferenciadores que permiten contar una historia sobre el agua y la tierra de Sabanalarga.

La experiencia busca que el visitante comprenda que el atractivo principal no es solamente llegar a las cascadas, sino descubrir progresivamente el territorio que las hace posibles.

Elementos que conectan con la identidad local.

Elemento	Como conecta con Sabanalarga
Nombre	Los Ojos de la Tierra – Cascadas Subterráneas
Atractivo insignia	Cascadas subterráneas de Sabanalarga.
Territorio	Paisaje rural de Sabanalarga asociado al piedemonte y a los ecosistemas naturales de la Orinoquia.
Relato	Bosques, Tierra, Agua, Cavernas, Cascadas subterraneas, Vida rural y conservación.
Finca Villa Elena	Es el espacio donde conviven actividades productivas, conservación y potencial turístico.
Agua	Elemento articulador de las cascadas subterráneas, quebrada, caverna y paisaje.
Bosque	Área que permite conservar biodiversidad y proteger recursos naturales.
Fauna	Murciélagos y otras especies asociadas al bosque y a los ambientes de caverna..
Paisaje	Relación entre finca, bosque, montaña, agua y territorio rural.
Sendero	Recorrido ecológico de aproximadamente 1,6 km que conecta progresivamente los recursos naturales.
Cascadas subterráneas	Elemento diferenciador que representa la singularidad natural de Villa Elena.
Caverna	Espacio de exploración e interpretación donde el agua y la fauna permiten descubrir un ecosistema diferente.
Interpretación	Explicación de las relaciones entre agua, tierra, bosque, fauna, ruralidad y conservación.
Experiencia	Senderismo pausado, contemplación, exploración, observación de naturaleza y conexión sensorial.
Ambientación	Aprovechamiento de la finca y del entorno natural evitando una ambientación artificial.
Señalización	Interpretación del agua, formaciones naturales, fauna, ecosistemas, sendero y normas de conservación.
Sonido	Uso del sonido del agua, bosque, aves, insectos y ambiente de la caverna como recurso sensorial.
Fotografía	Cascadas subterráneas, caverna, bosque, quebrada y paisaje rural.
Servicio	Guía local como intérprete del territorio y anfitrión de la experiencia.
Ruralidad	Posibilidad de integrar ordeño, huerto, productos de la finca y otras actividades campesinas.
Bienestar	Pausas de contemplación, escucha, respiración y conexión con el entorno natural.
Recuerdo	Pequeña pieza interpretativa relacionada con el agua, la tierra o las cascadas subterráneas.

2. DEFINICIÓN DEL PUBLICO OBJETIVO.

2.1 Definición del tipo de visitante según la experiencia ofertada.

Visitantes locales, regionales, nacionales e internacionales, parejas, familias, grupos de amigos, fotógrafos, viajeros interesados en naturaleza y personas que buscan experiencias auténticas de senderismo, bienestar y exploración de lugares poco conocidos.

La experiencia está especialmente dirigida a visitantes que valoran los paisajes naturales, el agua, las formaciones geológicas, la vida rural, la interpretación ambiental y las experiencias de turismo slow, con una condición física adecuada para un recorrido de dificultad media.

Perfil del visitante	Características
Necesidades	Seguridad durante el recorrido, orientación, información interpretativa, pausas de descanso, hidratación y contacto auténtico con la naturaleza.
Intereses	Cascadas subterráneas, cenotes, cuevas, agua, bosque, fauna, murciélagos, fotografía, senderismo, ruralidad, bienestar y conservación.
Expectativas	Descubrir un lugar poco conocido, vivir una experiencia diferente, comprender la relación entre agua y territorio, disfrutar un paisaje auténtico y conectar con la naturaleza de manera responsable.

2.2 Estructuración de la experiencia según el tipo de visitante.

La estructura de esta experiencia está pensada para que no sea algo complejo ni teatral, evitando que se sienta artificial o difícil de operar para el propietario.

La fortaleza de Los Ojos de la Tierra se encuentra en aprovechar los recursos naturales existentes y convertir el desplazamiento hacia las cascadas subterráneas en una secuencia de descubrimientos.

La experiencia cuenta con una estructura sencilla, asociada a momentos interpretativos y sensoriales, con una duración aproximada de 3 a 4 horas, dependiendo de las condiciones del sendero, el grupo y los tiempos de contemplación.

Nombre de la Experiencia: El agua que se esconde para que la busques dentro de la tierra.

Momento	¿Que vive el visitante?	¿Qué hace el guía?
1. Bienvenida. "Abrir los sentidos"	Comprende que está ingresando a una finca donde producción y conservación conviven. Se prepara para cambiar el ritmo y descubrir el territorio.	Recibe al visitante, presenta Villa Elena, explica el recorrido, las normas de seguridad y comparte: "Hoy no venimos solamente a conocer una cascada; venimos a descubrir cómo la tierra nos muestra su agua."
2. El sendero. "La tierra empieza a hablar"	Comienza a conectar con el bosque mediante sonidos, aromas, vegetación, humedad y señales de vida.	Conduce pausadamente, invita a observar y escuchar, interpreta elementos de flora y fauna y empieza a introducir la historia del agua en el territorio.
3. El agua escondida. "Donde el agua desaparece"	Descubre progresivamente la presencia del agua y comprende que el paisaje guarda recursos que no siempre están visibles.	Explica la relación entre bosque, suelo, agua y formaciones naturales. Invita a una pausa sensorial para escuchar y observar.
4. La caverna y los cenotes. "Los Ojos de la Tierra"	Descubre el elemento principal de la experiencia y comprende el carácter singular de las formaciones naturales.	Presenta el concepto de "Los Ojos de la Tierra", interpreta la caverna, el agua y la fauna, especialmente los murciélagos, y orienta sobre observación responsable.
5. Cascadas subterráneas. "El agua que vuelve a aparecer"	Vive el gran momento de descubrimiento, contemplando el agua en un ambiente natural poco común.	Permite primero el asombro y el silencio. Después interpreta brevemente el lugar y brinda tiempo para contemplación y fotografía.
6. El regreso. "Lo que la tierra nos enseñó"	Regresa con una reflexión sobre el agua, la naturaleza y la vida rural de Villa Elena.	Agradece la visita, pregunta qué fue lo más significativo y conecta las respuestas con conservación y turismo responsable.
7. Momento WOW	La experiencia busca generar sorpresa, misterio, contemplación y conexión, más que simplemente una fotografía del atractivo.	El guía evita anticipar completamente lo que el visitante encontrará. Antes de llegar, se propone disminuir el ritmo y guardar silencio durante unos segundos. Cuando finalmente aparece el agua, el guía permite que el visitante contemple primero. Expresando la siguiente frase: "Durante el camino el agua estuvo con nosotros, aunque muchas veces no pudimos verla. Ahora la tierra decidió mostrarnos sus ojos."

3. DISEÑO DEL RECORRIDO.

3.1 Estructura de las actividades.

De acuerdo con lo planteado para Los Ojos de la Tierra "Cascadas Subterráneas", el recorrido se plantea como una experiencia de naturaleza, interpretación, bienestar y exploración que permite al visitante descubrir progresivamente la relación entre tierra, agua, bosque, fauna y ruralidad.

La experiencia inicia con una bienvenida y contextualización de la Finca Villa Elena, continúa por el sendero ecológico de aproximadamente 1,6 km, incorpora momentos de interpretación y contemplación, conduce hacia la caverna y los cenotes y culmina con el descubrimiento de las cascadas subterráneas.

La propuesta busca que el visitante no se limite a desplazarse hasta el atractivo, sino que tenga tiempo para observar, escuchar, caminar, descubrir, contemplar, aprender y conectar.

Ruta propuesta

Bienvenida, Sendero del bosque, Mirador de Sabanalarga, Cueva de los Guácharos, Cascada del Duende de Oro, Cierre y reflexión.

Etapa	Actividad	¿Qué sucede?
1. Bienvenida y preparación.	Abrir los sentidos	El visitante es recibido, conoce brevemente la Finca Villa Elena, su relación entre producción y conservación y comprende que ingresará a un espacio natural. Se presenta el concepto de la experiencia: caminar, observar, escuchar y descubrir.
2. Inicio del sendero	Entrar al bosque	Comienza el recorrido por el sendero ecológico de aproximadamente 1,6 km. El visitante percibe sonidos, aromas, texturas, humedad y cambios en la vegetación. El guía invita a caminar pausadamente.
3. Interpretación del bosque	La tierra empieza a hablar	Se realizan pequeñas pausas para interpretar elementos representativos del bosque, su biodiversidad y relación con el agua. Se propone observar señales de vida sin intervenir.
4. Agua y territorio	Donde el agua desaparece	El visitante comienza a comprender que el agua es protagonista del territorio. Se interpreta su relación con el suelo, bosque y formaciones naturales, preparando el descubrimiento de las cascadas.
5. Exploración natural	Los Ojos de la Tierra – Caverna y	Se presenta la caverna y las cascadas subterráneas como espacios de descubrimiento. Se interpreta la relación entre

	cascadas subterráneas	agua, roca y fauna, incluyendo la presencia de murciélagos.
6. Descubrimiento	El agua que vuelve a aparecer "Cascadas subterráneas"	El visitante llega al principal atractivo y tiene un momento de contemplación, fotografía y conexión sensorial. El guía permite primero el asombro y posteriormente interpreta el lugar.
7. Cierre	Lo que la tierra nos enseñó	Se realiza una reflexión final sobre el agua, la naturaleza, la vida rural y la importancia de conservar el territorio.

Como tal no necesariamente tienen que ser siete etapas con siete paradas físicas obligatorias. Algunas pueden suceder mientras se camina.

La lógica sería:

ETAPAS DE LA EXPERIENCIA: 7 Momentos.
PARADAS FÍSICAS: 4 lugares principales.

1. **Punto de bienvenida – Casa de la finca Villa Elena.**
2. **Sendero / bosque.**
3. **Caverna de los murciélagos.**
4. **Cascadas subterráneas.**

De esta manera, el visitante no siente que está haciendo una ruta llena de estaciones y explicaciones, sino un recorrido continuo en el que el guía va incorporando diferentes momentos de descubrimiento.

Secuencia experiencial.



Enfoque turismo Slow

En esta parte es importante que el Turismo Slow no sea solamente una frase, sino que se vea en la forma de operar el recorrido y para esto la experiencia debe promover:

- **Caminar despacio:** No establecer el éxito del recorrido por llegar rápido a la cueva.
- **Observar:** Dar tiempo para identificar sonidos, aves, plantas, huellas y otros elementos.
- **Escuchar:** Incorporar momentos de silencio y escucha activa del bosque.
- **Contemplar:** Permitir pausas reales en la cascada y el mirador.
- **Aprender:** Interpretar el territorio sin saturar al visitante de información.
- **Conectar:** Favorecer una relación emocional con el paisaje.
- **Descubrir:** mantener cierto nivel de misterio hasta llegar al atractivo principal.
- **Consumir responsablemente:** promover productos y servicios locales cuando se incorporen al producto turístico.
- **Una regla sencilla para la persona que realiza la guianza podría ser:** "Aquí no gana quien llega primero; gana quien logra descubrir más."

3.2 Tiempos y duración.

Por el enfoque slow, esta experiencia se debe realizar de forma pausada y lenta que contemple un tiempo de 2.5 a 3.0 horas.

Momento	¿Qué sucede?
1. Bienvenida	15 a 20 minutos
2. Sendero del bosque	30 a 35 minutos
3. Agua y Territorio	15 a 20 minutos
4. Caverna de los murciélagos.	25 a 30 minutos

5. Cascadas subterraneas.	30 a 35 minutos
6. Cierre y Regreso	20 a 25 minutos
Duración aproximada de la experiencia	**1.4 a 1.7 horas**

Estos tiempos no contemplan el traslado desde el casco urbano de Sabanalarga, hasta donde se deja el vehículo y la caminata que hay que hacer previo a llegar a la finca Villa Elena.

3.3 Elementos memorables.

Nos concentraremos en seis pequeños momentos WOW, integrados a los diferentes momentos del recorrido de Los Ojos de la Tierra.

Momento 1	Momento 2	Momento 3	Momento 4	Momento 5
Bienvenida "Abrir los sentidos"	Sendero del bosque. "La tierra empieza a hablar"	El camino hacia el agua. "Donde el agua aparece"	Quebrada de "Los Ojos de la Tierra"	Cascadas subterráneas. "El agua que vuelve a aparecer"
Antes de iniciar, el visitante realiza una breve pausa para escuchar el entorno. El guía invita a guardar silencio durante unos segundos y a identificar un sonido de la naturaleza.	En un punto determinado, el grupo se detiene y el guía propone un pequeño desafío: encontrar una señal de vida sin tocar ni intervenir. Puede ser un ave, insecto, huella, fruto, musgo, sonido o cambio en la vegetación.	El guía invita a prestar atención a los sonidos y señales relacionadas con el agua. La intención es generar expectativa a los visitantes, hasta llegar a la cueva de los murciélagos.	El visitante llega a la quebrada y observa el agua correr por la pendiente y desaparecer en las formaciones naturales que se encuentran en la roca y mirar a los ojos a la tierra.	La llegada a las cascadas subterráneas representa el gran momento emocional del recorrido. El visitante llega después de haber construido una expectativa durante el sendero y descubre finalmente el lugar donde el agua vuelve a mostrarse.
1. Abrir los sentidos: El recorrido comienza antes de caminar. El visitante hace una pausa, respira y escucha. **Mensaje:** *"Antes de entrar al*	**2. La tierra empieza a hablar** Aquí el protagonista no es el guía, sino el visitante. Se reduce la explicación y se estimulan los sentidos: Escuchar, observar,	**3. Donde el agua aparece** Este momento construye expectativa. El guía empieza a introducir una pregunta: **"¿El agua que aparece, que da vida y que transforma la tierra?"**	**4. Los Ojos de la Tierra** Este puede ser uno de los momentos más íntimos y misteriosos. Las cascadas subterráneas permiten conectar: Agua, tierra, roca, fauna,	**5. El agua que vuelve a aparecer** Las cascadas subterráneas deben funcionar como el gran clímax del recorrido. Es importante no anticiparlas demasiado.

bosque, dejemos atrás el ruido. Hoy vamos a caminar con los sentidos despiertos."	identificar aromas, reconocer texturas, buscar señales de vida.	La intención es preparar al visitante para comprender que el agua es el hilo conductor de toda la experiencia.	oscuridad, territorio. El visitante no solamente "ve" la cascada subterránea, sino que experimenta un cambio sensorial.	El camino debe generar expectativa hasta que finalmente aparezcan.
Momento 6	Cierre y regreso "Lo que la tierra nos enseñó"	Antes de regresar, cada visitante elige mentalmente o expresa una palabra que represente lo vivido. El guía conecta esas palabras con la importancia de conservar el agua, el bosque y el territorio.	**6. Lo que la tierra nos enseñó** El cierre no debería terminar simplemente con "gracias por venir". Es el momento de transformar la visita en significado: ¿Qué me llevo de este lugar y cual será mi compromiso para cuidar el proteger el agua?	

3.4 Guion interpretativo de la experiencia.

Debido a que la experiencia debe ser fácil de operar y recordar, se propone un guion práctico y realizable que sirva de estructura y se adapte a los diferentes momentos de verdad con el visitante.

A continuación, se proponen seis pequeñas intervenciones que el guía puede decir con sus propias palabras.

NOMBRE DEL GUION – LOS OJOS DE LA TIERRA	
MENSAJE PRINCIPAL	La experiencia busca conectar al visitante con el patrimonio natural y rural de Sabanalarga a través de una caminata pausada por la Finca Villa Elena, donde el agua, el bosque, la tierra, la fauna y las formaciones naturales permiten descubrir progresivamente las cascadas subterráneas. **"Aquí el agua no solamente corre, también se esconde, transforma la tierra y vuelve a aparecer para mostrarnos las cascadas cruzar por los ojos de la tierra."**
RUTA O PROGRAMA	Es un recorrido interpretativo, sensorial y de bienestar que inicia con la bienvenida y preparación del visitante para entrar al entorno natural de la Finca Villa Elena. Continúa por un sendero ecológico de aproximadamente 1,6 km donde se descubren sonidos, aromas, vegetación, fauna y señales relacionadas con el agua.

	Posteriormente, el visitante se aproxima a la caverna y las cascadas subterráneas, donde el agua, las formaciones naturales y la fauna adquieren protagonismo. El recorrido finaliza en las cascadas subterráneas, como momento culminante de la experiencia, y el regreso incorpora un espacio de reflexión sobre el agua, la conservación y la relación entre naturaleza y vida rural.
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA	2,5 a 3 horas aproximadamente, dependiendo del ritmo del grupo, las condiciones del sendero y los tiempos destinados a contemplación, interpretación y pausas sensoriales.
NUMERO DE PARADAS O SEGMENTOS	Seis (6) momentos principales: 1. Bienvenida, 2. Sendero del bosque, 3. La caverna de los murciélagos, 4. La quebrada y los ojos de la tierra, 5. Las cascadas subterráneas, cierre y regreso.
AUDIENCIA – PÚBLICO	Personas, parejas, familias y grupos de amigos interesados en naturaleza, senderismo, contemplación, biodiversidad, fotografía, bienestar, formaciones naturales y experiencias de conexión con el territorio. Es especialmente adecuada para visitantes que buscan experiencias de turismo de naturaleza de ritmo pausado, con interpretación local y contacto sensorial con el entorno, tanto del mercado local y regional como de visitantes nacionales e internacionales.
OBJETIVOS	- Generar una experiencia de conexión sensorial y emocional con el agua, el bosque y los ecosistemas naturales de Sabanalarga. - Dar a conocer los valores naturales, paisajísticos y rurales asociados a la Finca Villa Elena. - Poner en valor las cascadas subterráneas, la caverna de los murciélagos, el sendero y el bosque como elementos articuladores de una experiencia turística integral. - Promover una forma de recorrer el territorio basada en la contemplación, interpretación y disfrute pausado de la naturaleza. - Fortalecer la oferta de turismo de naturaleza de Sabanalarga mediante una experiencia diferenciada, auténtica y con identidad territorial. - Sensibilizar al visitante frente a la importancia de conservar los ecosistemas, el agua, la biodiversidad y las formaciones naturales. - Integrar progresivamente la ruralidad de la Finca Villa Elena mediante actividades como huerto, ordeño y consumo de productos locales. - Favorecer la permanencia del visitante mediante futuras alternativas de alojamiento de bajo impacto. - Contribuir a la generación de oportunidades económicas para los actores locales vinculados a la prestación de servicios turísticos.

ACCIÓN DEL VISITANTE	- Caminar y recorrer el bosque de manera pausada y consciente. - Escuchar, observar, identificar y experimentar diferentes sonidos, aromas, texturas y manifestaciones de vida. - Descubrir progresivamente la relación entre el bosque y el agua. - Conocer la caverna, los cenotes y las formaciones naturales. - Observar responsablemente la fauna asociada al entorno, especialmente los murciélagos. - Contemplar y disfrutar las cascadas subterráneas como momento culminante del recorrido. - Escuchar las historias y conocimientos compartidos por el guía o intérprete local. - Reflexionar sobre la importancia de conservar el territorio. - Adoptar comportamientos responsables durante la visita. - Compartir y recomendar la experiencia, contribuyendo al posicionamiento de Sabanalarga y de la Finca Villa Elena.

MOMENTOS INTERPRETATIVOS

MOMENTO INTERPRETATIVO No 1 - BIENVENIDA.

Introducción

El guía recibe al visitante y presenta brevemente la Finca Villa Elena como un territorio donde las actividades productivas, la conservación y el patrimonio natural pueden convivir.

Se invita al visitante a cambiar el ritmo habitual y prepararse para recorrer el sendero de una manera diferente: con calma, atención y los sentidos despiertos.

Lugar y tiempo:

- Centro de visitantes finca Villa Elena / 15 a 20 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Permanecer siempre acompañado del guía o intérprete.
- Caminar únicamente por el sendero establecido.
- No extraer plantas, flores, piedras, animales ni ningún elemento natural.
- No alimentar ni tocar la fauna.
- Mantener un volumen de voz bajo.
- Llevar hidratación y utilizar calzado adecuado.
- Atender permanentemente las indicaciones del guía.
- No ingresar a la caverna o zonas de agua sin autorización.
  Informar previamente cualquier condición física relevante para el recorrido.

Idea principal

Antes de descubrir dónde aparece el agua, debemos aprender a escuchar la tierra.

Golpe, Momento experiencial. "Abrir los sentidos"
Antes de comenzar a caminar, el guía invita al grupo a permanecer en silencio durante aproximadamente 30 segundos.

Después pregunta: "¿Qué fue lo primero que escucharon cuando dejamos de hablar?". Cada visitante puede compartir un sonido: agua, viento, aves, insectos, hojas, etc. El recorrido comienza justamente a partir de ese sonido.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 2 – LA TIERRA EMPIEZA A HABLAR

Introducción

El visitante comienza a adentrarse en el bosque. El guía explica que este espacio no debe recorrerse únicamente mirando el camino, sino observando los pequeños detalles que normalmente pasan desapercibidos: sonidos, texturas, aromas, huellas, hojas, frutos, insectos y aves.

Lugar y tiempo

- Sendero ecológico, 35 a 45 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Mantenerse dentro del sendero.
- No separarse del grupo.
- Evitar correr o caminar apresuradamente.
- No tocar especies vegetales o animales desconocidas.
- No generar ruido innecesario.
- No dejar residuos.
- Respetar los puntos de descanso establecidos.
- Atender los cambios de terreno y las indicaciones del guía.

Idea principal

El bosque está lleno de vida, incluso cuando no podemos verla inmediatamente.

Golpe, Momento experiencial. "La tierra empieza a hablar"
En un punto previamente seleccionado, el guía detiene al grupo y propone:

Durante un minuto nadie va a hablar. Cada uno va a buscar una señal de que aquí hay vida. Puede ser un sonido, un movimiento, una huella, un insecto, un ave, una planta, una fruta o cualquier otra evidencia, luego de esto cada visitante comparte lo que encontró.

El objetivo no es encontrar "algo extraordinario", sino descubrir que el bosque está vivo en pequeños detalles.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 3 – DONDE EL AGUA APARECE

Introducción

El recorrido continúa y el guía empieza a orientar la atención hacia el agua.
El visitante comprende que el agua puede estar presente, aunque no siempre sea visible y que el bosque y el suelo cumplen una función fundamental en su protección y circulación.

La presencia de murciélagos se incorpora como elemento de interpretación, siempre priorizando el respeto por su hábitat.

Este momento busca generar expectativa previo a la llegada a las cascadas subterráneas.

Lugar y tiempo

- Sendero, sector previo a la caverna de murciélagos / 20 a 25 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Mantenerse siempre dentro del sendero.
- Caminar con precaución en zonas húmedas.
- No acercarse a zonas inestables.
- No introducir objetos ni residuos en fuentes de agua.
- No alterar el cauce natural.
- Seguir las indicaciones del guía.

Idea principal

El agua que vemos con nuestros ojos da vida y transforma la tierra.

Golpe, Momento experiencial. "Donde el agua aparece"

El guía invita al grupo a detenerse y pregunta:

"¿De dónde creen que viene el agua que vemos?"

El agua viene de la lluvia, y que la lluvia moja los potreros y que el excedente va a las quebradas, en este caso la Piñalera y que la Piñalera va al Rio, en este caso el Upía y que el Upía muere en el Meta y que el Meta muere en el Orinoco y que el Orinoco desemboca en el Océano Atlántico y que de ahí radica la importancia de cuidar las fuentes hídricas.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 4 – LA QUEBRADA Y LOS OJOS DE LA TIERRA

Introducción

El recorrido continúa hacia un ambiente más húmedo, oscuro y cercano al agua.

La quebrada se presenta como un espacio de descubrimiento donde el visitante puede comprender la relación entre agua, roca, bosque y fauna.

Lugar y tiempo

- Quebrada y los ojos de la tierra / 25 a 30 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Caminar con precaución en superficies húmedas y resbaladizas.
- No ingresar a zonas no autorizadas.
- No tocar formaciones naturales.
- No alterar el entorno de la caverna.
- Mantener silencio o bajo nivel de ruido.
- No tocar ni alimentar fauna.
- No utilizar iluminación innecesaria sobre los animales.
- No arrojar residuos al agua.
- Seguir estrictamente las indicaciones del guía.

Idea principal

Aquí la tierra nos permite mirarla a los ojos y ver como en estos el agua desaparece para luego encontrarla en su interior.

Golpe, Momento experiencial. "Los Ojos de la Tierra"

Al llegar a la quebrada, el guía invita al visitante a guardar silencio.

Puede decir:

"Durante todo el camino veníamos buscando "Los Ojos de la Tierra". Ahora frente a ellos podemos observar como el agua entra en la tierra y desaparece".

Se deja un momento para observar.

Posteriormente:

"Estos son los ojos de la tierra, Aquí el agua, la roca, el bosque y la vida silvestre forman un mundo que existe mucho antes de la llegada del hombre a la tierra"

MOMENTO INTERPRETATIVO No 5 – LAS CASCADAS SUBTERRANEAS

Introducción

La llegada a las cascadas subterráneas representa el momento de mayor expectativa del recorrido por ser el atractivo principal.

El guía debe evitar anunciar completamente el atractivo y permitir que el visitante descubra progresivamente el sonido y finalmente la presencia del agua.

Lugar y tiempo

- Cascadas subterraneas / 25 a 30 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Mantenerse en las áreas seguras.
- No acercarse a zonas de caída o corrientes fuertes.
- No ingresar al agua cuando las condiciones no lo permitan.
- Evitar caminar sobre rocas mojadas.
- Seguir las instrucciones del guía.
- No dejar residuos.
- Respetar el entorno natural.
- No realizar actividades que puedan alterar las formaciones naturales.

Idea principal:

Después de esconderse bajo la tierra, el agua vuelve a aparecer para mostrarnos la fuerza de este territorio.

Golpe – Momento experiencial "El Agua vuelve a aparecer"

Este sería el gran momento WOW de la experiencia.

El guía puede pedir al grupo que guarde silencio y cierre los ojos para adentrarse en la cámara que guarda las cascadas subterraneas.

Luego pide que los abra para que pueda apreciar las cascadas, no se realiza inmediatamente una explicación, se deja un momento para contemplarlas.

Después el guía puede decir:
"Durante el camino el agua estuvo con nosotros, luego se escondio, luego la buscamos hasta que la encontramos mientras se escondia al interior de los ojos de la tierra".

Este también es el lugar ideal para realizar la fotografía icónica de la experiencia.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 6 – "LO QUE LA TIERRA NOS ENSEÑO"

Introducción:
Antes de iniciar el regreso, el guía reúne nuevamente al grupo y genera una pausa para recordar el recorrido, se invita a los visitantes a pensar no solamente en el atractivo que conocieron, sino en aquello que sintieron durante el camino.

Lugar y tiempo

- Cascadas subterraneas / 10 A 15 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Verificar que todo el grupo esté completo.
- Revisar que cada visitante tenga sus pertenencias.
- Mantener hidratación durante el regreso.
- Caminar al ritmo establecido por el guía.
- No abandonar el sendero.
- Mantener las mismas normas ambientales durante el retorno.

Idea principal

La experiencia termina cuando regresamos, pero la conexión con el territorio puede continuar.

Golpe – Momento experiencial – "Lo que la tierra nos enseño"

El guía pregunta:
"Si tuvieras que llevarte una sola palabra de este lugar, ¿cuál sería?"
Cada visitante responde con una palabra: *agua, tranquilidad, bosque, vida, silencio, montaña, libertad...*

El guía cierra conectando esas palabras con la conservación:

"Hoy no nos llevamos una planta, una piedra ni ningún elemento del bosque. Nos llevamos algo mejor: una historia, un recuerdo y el compromiso de ayudar a conservar este lugar."

Al terminar, personal asignado para la guianza agradece a los visitantes por escogernos como su destino, los invita a regresar pronto y a que recomienden mediante el voz a voz y las redes sociales a Sabanalarga que se lo llevan en el corazón.

Feliz viaje y pronto regreso.

4. COMPONENTES DEL SERVICIO Y ORGANIZACIÓN DE LOS ESPACIOS.

Para **"Los Ojos de la Tierra – Cascadas Subterráneas"**, los componentes de servicio y organización de los espacios deben estar asociados a la infraestructura existente, al personal de servicio, a la Finca Villa Elena y a los atractivos naturales.

Componente	Propuesta para el Parque Regional Natural Cueva de Los Guácharos
Atención al cliente e interacción con el anfitrión	El propietario o guía local es el principal anfitrión. Recibe personalmente al visitante, explica brevemente la historia y características de Villa Elena e invita a vivir el recorrido con calma y los sentidos despiertos. Su papel no debe limitarse a transmitir información: debe generar conversación, hacer preguntas,

	estimular la observación y compartir conocimientos sobre la finca, el agua y el territorio de manera cercana y espontánea.
Distribución de los elementos físicos	Aprovechar la infraestructura existente y evitar una intervención excesiva del entorno natural. Definir claramente los puntos de bienvenida, descanso, contemplación, interpretación y fotografía. Incorporar únicamente elementos necesarios como señales de orientación, puntos de descanso, barandas o elementos de seguridad donde sean requeridos.
Coherencia estética y visual	L La experiencia debe transmitir una identidad asociada a tierra, agua, bosque, cascadas subterráneas y ruralidad. Se recomienda utilizar madera, piedra, fibras y otros materiales naturales, junto con una gráfica inspirada en el concepto de "Los Ojos de la Tierra". La señalización debe ser discreta, limpia y coherente con el paisaje.
Ambientación acorde a la narrativa	La principal ambientación debe ser la propia naturaleza. Se aprovecharán el sonido del agua, el viento, las aves, los insectos, la humedad, la oscuridad de la caverna y las cascadas subterráneas y los cambios de luz como recursos sensoriales. Las intervenciones físicas deben ser mínimas.
Recursos interpretativos	Utilizar historias locales, interpretación de las formaciones naturales, características del agua, bosque, fauna y murciélagos. No es necesario llenar el sendero de carteles; el principal recurso interpretativo debe ser el conocimiento del guía.
Momentos experienciales	Cada segmento debe contar con un pequeño momento memorable: "Abrir los sentidos", "La tierra empieza a hablar", "Donde el agua aparece", "Los Ojos de la Tierra", "El agua que vuelve a aparecer" y "Lo que la tierra nos enseñó".
Elementos de confort y bienestar	Incorporar pausas breves durante el recorrido, especialmente en lugares con valor paisajístico. Garantizar hidratación, zonas seguras para descansar y tiempos adecuados para caminar sin prisa.
Seguridad y conservación	Las normas de seguridad y comportamiento ambiental deben comunicarse desde el inicio y recordarse en los puntos donde sea necesario. Se debe priorizar el control de acceso a la caverna y zonas sensibles, especialmente cuando exista presencia de fauna.
Registro y recuerdo de la experiencia	Aprovechar las cascadas subterráneas como punto para generar una fotografía representativa. Como elemento económico adicional, entregar una pequeña tarjeta con el nombre "Los Ojos de la Tierra", una frase de la experiencia y un mensaje de conservación.

Como podemos observar el territorio es el principal escenario, el guía es el anfitrión, los sentidos son el recurso y los momentos memorables construyen la experiencia, evitando una intervención artificial del espacio.

5. ESTANDARES DE CALIDAD.

Para **"Los Ojos de la Tierra, "Cascadas Subterráneas"**, los estándares de calidad deben ser básicos, claros y aplicables, permitiendo que la experiencia sea fácil de desarrollar y no se convierta en un protocolo rígido y estructurado demasiado complejo para su implementación por parte del personal de servicio.

5.1 Protocolos de atención.

- Recibir al visitante cordialmente.
- Explicar claramente el recorrido y dificultad.
- Informar sobre las características de la caverna y las cascadas.
- Realizar la interpretación de forma comprensible.
- Adaptar el ritmo según las condiciones del grupo.
- Respetar los momentos de silencio y contemplación.
- Finalizar con un cierre y agradecimiento.
- Invitar a regresar y recomendar la experiencia.

5.2 Buenas prácticas de servicio.

- Sendero revisado antes de cada salida.
- Señalización visible y comprensible.
- Equipamiento de descanso limpio y funcional.
- Información previa sobre dificultad y condiciones.
- Guías preparados para interpretación y atención al visitante.
- Verificación previa de las condiciones de la caverna y zonas de agua.
- Mantener los espacios naturales libres de residuos.
- Controlar el tamaño de los grupos en zonas sensibles.
- Evitar la saturación de visitantes en la caverna.

5.3 Seguridad al visitante.

- Verificación previa de condiciones del sendero.
- Identificación de puntos críticos.
- Uso obligatorio de elementos recomendados según condiciones.
- Protocolo de atención ante accidentes.
- Registro/control de ingreso y salida de visitantes.
- Botiquín disponible.
- Comunicación de restricciones en zonas de riesgo.
- Control de capacidad en espacios sensibles, especialmente la caverna.
- Suspensión o modificación del recorrido cuando las condiciones del agua o del terreno representen riesgo.
- Verificación del grupo antes de iniciar el retorno.

5 ESTRUCTURA DE COSTOS.

5.1 Costeo de la experiencia.

La estructura tarifaria contempla un margen de utilidad objetivo del 15% y una provisión del 10% para costos indirectos de operación, una comisión del 20% para la agencia operadora local que vende planes y para grupos de 8 a 20 visitantes se incorpora un segundo guía, con el propósito de mantener condiciones adecuadas de seguridad, interpretación y calidad en la prestación de la experiencia.

Manteniendo los siguientes elementos que hacen parte de la estructura de costos:

Descripción	Valor
Ingreso	$15.000 por persona
Póliza de asistencia	$ 4.000 por persona
Refrigerio	$10.000 por persona
Guianza	$75.000 1 a 7 personas
Guianza	$150.000 1 a 20 personas
Costos indirectos	10%
Utilidad objetivo	15%
Comisión Agencia operadora	20%

Si queremos que el vendedor sea el propietario de los ojos de la tierra y la agencia operadora conserve su **15% de utilidad después de pagar la comisión del 15%**, la fórmula correcta es:

- **Precio de venta = Costo operativo × 1,15 ÷ 0,85**
- Esto significa que no basta con sumar 15% al precio anterior, porque la comisión se calcula sobre el precio final.

Grupo	Costos directos	Costos indirectos 10%	Costo operativo total	Utilidad 15%	Precio venta neto	Comisión operador 15%	Precio venta antes de IVA	IVA 19%	PVP final grupo	PVP por persona
1	$ 89.000	$ 8.900	$ 97.900	$ 14.685	$ 112.585	$ 16.888	$ 129.473	$ 24.600	**$ 154.073**	**$ 154.073**
2	$ 103.000	$ 10.300	$ 113.300	$ 16.995	$ 130.295	$ 19.544	$ 149.839	$ 28.469	**$ 178.309**	**$ 89.154**
3	$ 117.000	$ 11.700	$ 128.700	$ 19.305	$ 148.005	$ 22.201	$ 170.206	$ 32.339	**$ 202.545**	**$ 67.515**
4	$ 131.000	$ 13.100	$ 144.100	$ 21.615	$ 165.715	$ 24.857	$ 190.572	$ 36.209	**$ 226.781**	**$ 56.695**
5	$ 145.000	$ 14.500	$ 159.500	$ 23.925	$ 183.425	$ 27.514	$ 210.939	$ 40.078	**$ 251.017**	**$ 50.203**
6	$ 159.000	$ 15.900	$ 174.900	$ 26.235	$ 201.135	$ 30.170	$ 231.305	$ 43.948	**$ 275.253**	**$ 45.876**
7	$ 173.000	$ 17.300	$ 190.300	$ 28.545	$ 218.845	$ 32.827	$ 251.672	$ 47.818	**$ 299.489**	**$ 42.784**
8	$ 262.000	$ 26.200	$ 288.200	$ 43.230	$ 331.430	$ 49.715	$ 381.145	$ 72.417	**$ 453.562**	**$ 56.695**
9	$ 276.000	$ 27.600	$ 303.600	$ 45.540	$ 349.140	$ 52.371	$ 401.511	$ 76.287	**$ 477.798**	**$ 53.089**
10	$ 290.000	$ 29.000	$ 319.000	$ 47.850	$ 366.850	$ 55.028	$ 421.878	$ 80.157	**$ 502.034**	**$ 50.203**
11	$ 304.000	$ 30.400	$ 334.400	$ 50.160	$ 384.560	$ 57.684	$ 442.244	$ 84.026	**$ 526.270**	**$ 47.843**
12	$ 318.000	$ 31.800	$ 349.800	$ 52.470	$ 402.270	$ 60.341	$ 462.611	$ 87.896	**$ 550.506**	**$ 45.876**
13	$ 332.000	$ 33.200	$ 365.200	$ 54.780	$ 419.980	$ 62.997	$ 482.977	$ 91.766	**$ 574.743**	**$ 44.211**
14	$ 346.000	$ 34.600	$ 380.600	$ 57.090	$ 437.690	$ 65.654	$ 503.344	$ 95.635	**$ 598.979**	**$ 42.784**
15	$ 360.000	$ 36.000	$ 396.000	$ 59.400	$ 455.400	$ 68.310	$ 523.710	$ 99.505	**$ 623.215**	**$ 41.548**
16	$ 374.000	$ 37.400	$ 411.400	$ 61.710	$ 473.110	$ 70.967	$ 544.077	$ 103.375	**$ 647.451**	**$ 40.466**
17	$ 388.000	$ 38.800	$ 426.800	$ 64.020	$ 490.820	$ 73.623	$ 564.443	$ 107.244	**$ 671.687**	**$ 39.511**
18	$ 402.000	$ 40.200	$ 442.200	$ 66.330	$ 508.530	$ 76.280	$ 584.810	$ 111.114	**$ 695.923**	**$ 38.662**
19	$ 416.000	$ 41.600	$ 457.600	$ 68.640	$ 526.240	$ 78.936	$ 605.176	$ 114.983	**$ 720.159**	**$ 37.903**
20	$ 430.000	$ 43.000	$ 473.000	$ 70.950	$ 543.950	$ 81.593	$ 625.543	$ 118.853	**$ 744.396**	**$ 37.220**

Aquí se pueden observar algunas inconsistencias en esta tabla y no es perfecta para que sea la tabla de comercialización, porque el redondeo produce algunas inconsistencias: por ejemplo, 14 personas pueden terminar costando más que 15, lo que no es conveniente y puede ser confuso, por tal motivo la siguiente tabla muestra el redondeo y puede ser la tabla utilizada para comercialización.

Grupo	PVP recomendado por persona	Guianza
1 persona	$154.000	1 guía
2 personas	$95.000	1 guía
3 personas	$75.000	1 guía
4 personas	$60.000	1 guía
5 a 7 personas	$55.000	1 guía
8 a 10 personas	$60.000	2 guías
11 a 20 personas	$50.000	2 guías

Observaciones.

Los anteriores precios incluyen:

- Ingreso a la Finca Villa Elena.
- Guianza e interpretación ambiental.
- Póliza de asistencia.
- Refrigerio de $10.000 por persona.
- Recorrido por el sendero ecológico.
- Experiencia interpretativa en cascadas subterraneas y caverna.
- Visita a las cascadas subterráneas.
- Momentos experienciales y de contemplación.

No incluye:

- Bebidas hidratantes ni alcohólicas.
- Transporte desde el pueblo hasta la Finca Villa Elena.
- Alimentos no contemplados en el plan.
- Alojamiento.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026

DISEÑO Y/O FORTALECIMIENTO DE EXPERIENCIA TURÍSTICA DIFERENCIADA Y AUTENTICA	
COMPLEJO NATURAL REGIONAL CUEVA DE LOS GUÁCHAROS SENDERISMO · AVENTURA · CONSERVACIÓN SABANALARGA, CASANARE	
Nombre iniciativa: Reserva Natural Cueva de Los Guacharos.	**Experiencia:** Asociada a naturaleza y bienestar.

Debido a que el nombre del establecimiento pasa de ser Reserva Natural Cueva de los Guacharos a Reserva Natural Regional Cueva de los Guacharos, la narrativa se construirá en torno a la nueva identidad.

1. CONCEPTUALIZACIÓN Y NARRATIVA DE LA EXPERIENCIA.

1.1 Propuesta de Valor:

La Reserva Natural Regional Cueva de los Guácharos ofrece una experiencia auténtica de turismo de naturaleza en Sabanalarga, donde el visitante recorre lentamente un bosque de conservación para descubrir la relación entre agua, fauna, paisaje y territorio. La experiencia integra senderismo, interpretación ambiental, contemplación y observación de naturaleza, permitiendo conocer una cueva habitada por guácharos, una cascada con una caída de agua de aproximadamente 30 metros de altura y un mirador natural sobre el valle de Sabanalarga, mientras se promueve la conservación del patrimonio natural y el desarrollo sostenible del territorio.

1.2 Relato que conecta al visitante con el territorio – Sensaciones del bosque.

"Este territorio nos muestra cómo el agua, el bosque, la montaña y la fauna están conectados. Caminaremos sin prisa para descubrir esa relación: seguiremos el agua, escucharemos el bosque, contemplaremos Sabanalarga desde lo alto, conoceremos la casa de los guácharos y nos refrescaremos en la cascada del duende de oro. Porque sentir este lugar también es conocerlo y para conservarlo debemos comprenderlo."

1.3 Promesa de valor:

"Vivir una experiencia auténtica de naturaleza en Sabanalarga, recorriendo sin prisa un bosque de conservación donde el agua, la fauna y el paisaje se conectan para revelar los secretos del bosque, el mirador, la cueva y la cascada, mientras se comprende la importancia de conservar este patrimonio natural."

1.4 Relación con la identidad local.

La conexión con la identidad local de la Reserva Natural Regional Cueva de Los Guácharos se fundamenta en el patrimonio natural de Sabanalarga y en su condición de territorio de transición entre el piedemonte y la llanura. El bosque, las fuentes hídricas, las montañas, el río Upía, la fauna y los paisajes que rodean el municipio constituyen elementos que permiten interpretar y reconocer la relación entre naturaleza y territorio.

La experiencia busca que el visitante comprenda que la Cueva de los Guácharos, la cascada, la quebrada, el bosque y el mirador no son atractivos aislados, sino parte de un mismo sistema natural que sostiene la biodiversidad y aporta al carácter paisajístico de Sabanalarga. De esta manera, el recorrido se convierte en una oportunidad para conocer, valorar y conservar el patrimonio natural local.

Elementos que conectan con la identidad local.

Elemento	Como conecta con Sabanalarga
Nombre	Reserva Natural Regional Cueva de los Guácharos
Atractivo insignia	Mirador de Sabanalarga y Cueva de los Guácharos
Territorio	Paisaje de transición entre piedemonte y llanura
Relato	Bosque + Agua + Montaña + Guácharos + Paisaje
Bosque	Área de conservación que representa el patrimonio natural y la biodiversidad del territorio.
Agua	Quebrada La Algarrobera, cascada y relación con el sistema hídrico del territorio.
Fauna	Guácharos, aves y demás especies asociadas al bosque.
Paisaje	Mirador natural con panorámica sobre el valle de Sabanalarga y el entorno del río Upía y la quebrada la pilñalera.
Sendero	Recorrido de aproximadamente 1,2 km que permite descubrir progresivamente el bosque y sus elementos naturales.
Cascada	Cascada de aproximadamente 30 metros como expresión del paisaje y del recurso hídrico.
Cueva	Espacio natural que permite interpretar la importancia de los guácharos y la conservación de su hábitat.
Interpretación	Explicación de las relaciones entre bosque, agua, fauna, paisaje y conservación.

Experiencia	Senderismo pausado, contemplación, observación de naturaleza, fotografía e interpretación ambiental.
Ambientación	Organización de los espacios en el centro de visitantes, mirador y senderos evitando una ambientación artificial.
Señalización	Interpretación de especies, ecosistemas, fuentes hídricas, paisaje y normas de conservación.
Sonido	Priorización de los sonidos naturales del bosque, el agua y la fauna como parte de la experiencia sensorial.
Fotografía	Guácharos, bosque, cascada, paisaje, quebrada y panorámicas del valle de Sabanalarga.
Servicio	Guía local como intérprete del territorio, orientando al visitante desde la observación y la contemplación.
Gastronomía - articulación territorial	Posibilidad de integrar posteriormente productos gastronómicos y emprendimientos locales para ampliar la permanencia del visitante en Sabanalarga.
Recuerdo	Pequeña pieza interpretativa sobre los guácharos, el bosque o el patrimonio natural de Sabanalarga.

2. DEFINICIÓN DEL PUBLICO OBJETIVO.

2.1 Definición del tipo de visitante según la experiencia ofertada.

Visitantes nacionales e internacionales, parejas, familias, grupos de amigos, fotógrafos, observadores de aves y viajeros interesados en naturaleza, senderismo y experiencias auténticas, con una condición física adecuada para recorridos de dificultad media-alta.

Perfil del visitante	Características
Necesidades	Seguridad durante el recorrido, orientación, información interpretativa, descanso y contacto auténtico con la naturaleza.
Intereses	Fauna, aves, guácharos, bosques, cascadas, fotografía, senderismo, paisajes y conservación.
Expectativas	Encontrar un entorno natural auténtico, aprender sobre el ecosistema, observar fauna, disfrutar paisajes poco intervenidos y vivir una experiencia memorable y responsable.

2.2 Estructuración de la experiencia según el tipo de visitante.

La estructura de esta experiencia está pensada para que no sea algo complejo ni teatral para así evitar que se sienta artificial y se convierta en algo difícil de operar para el señor Samuel, planteando que la fortaleza de esta iniciativa se encuentra en aprovechar los atractivos que ya existen para convertirlos en momentos interpretativos.

Esta experiencia cuenta con una estructura sencilla, asociada a momentos interpretativos y con una duración de 3 horas.

Nombre de la Experiencia: Sensaciones del Bosque.

Momento	¿Que vive el visitante?	¿Qué hace Samuel?
1. Bienvenida "La puerta del bosque"	Es recibido como un explorador de la naturaleza y comprende que ingresará a un área de conservación con un ritmo diferente al de la vida cotidiana.	Samuel da la bienvenida, presenta la Reserva Natural Regional Cueva de los Guácharos, explica el recorrido, las recomendaciones de seguridad y comparte el mensaje: *"Hoy no venimos únicamente a caminar, venimos a descubrir y a sentir un territorio vivo."*
2. El sendero del bosque.	Comienza a conectar con el entorno a través de los sonidos, aromas, vegetación y tranquilidad del bosque.	Conduce el recorrido de manera pausada, invita a observar y escuchar la naturaleza, interpreta algunas especies de flora y explica la importancia del bosque para la conservación del agua y la biodiversidad.
3. El Mirador Sabanalarga desde lo alto.	Contempla el valle de Sabanalarga y comprende cómo el bosque, el agua, la montaña y el río Upía forman un mismo paisaje.	Invita primero a observar en silencio el paisaje y luego interpreta la relación entre el piedemonte, la llanura, el río Upía y las áreas de conservación, fortaleciendo la conexión con la identidad territorial.
4. El camino del agua.	Descubre la relación entre el bosque, la quebrada La Algarrobera y el río Upía, comprendiendo que el agua es el eje que conecta todo el ecosistema.	Explica cómo el bosque protege las fuentes hídricas y cómo estas alimentan la quebrada, la cascada y finalmente el río Upía. Invita a realizar una breve pausa para escuchar el sonido del agua y contemplar el entorno.
5. La casa de los Guácharos	Conoce el principal atractivo del parque y comprende la importancia de proteger el hábitat de esta especie emblemática.	Presenta la cueva, explica las características de los guácharos, su comportamiento y la importancia de mantener el silencio y minimizar el impacto durante la observación, no ingresar mucho para alterarlos y evitar que los pichones caigan de sus nidos.
6. La fuerza del bosque (Cascada del Duende de Oro)	Vive uno de los momentos de contemplación, disfrutando la belleza y la fuerza del agua en medio del bosque.	Pide a los visitantes un momento de silencio antes de interpretar el lugar. Explica el papel del agua en la formación del paisaje y brinda tiempo para fotografías y descanso, respetando el ritmo de cada visitante.

7. El compromiso con la naturaleza (Cierre)	Finaliza la experiencia con una reflexión sobre la importancia de conservar los ecosistemas y se lleva un recuerdo significativo del territorio.	Agradece la visita, invita a compartir la experiencia, promueve el turismo responsable y entrega un mensaje final: *"Hoy caminaron por un bosque, observaron desde un mirador, escucharon a los Guácharos en su cueva, sintieron el agua de la cascada en su piel y queremos conservar este lugar para que las futuras generaciones puedan vivir esto. Gracias por visitarnos, aportar a la conservación y ser parte de este compromiso."*
Momento WOW Interpretación de fauna	Experimenta asombro al descubrir el hábitat natural de una colonia de guácharos, en un ambiente de silencio, oscuridad y sonidos propios del bosque. Comprende que se encuentra en un lugar único del patrimonio natural de Sabanalarga.	Antes de llegar a la cueva, Samuel solicita al grupo caminar en silencio durante los últimos metros. Una vez reunidos, expresa: *"A partir de este punto nosotros somos los visitantes; este lugar pertenece a los guácharos desde mucho antes que nosotros llegáramos. Los invito a observar y a escuchar con respeto el bosque, porque aquí la naturaleza es la verdadera protagonista."*

3. DISEÑO DEL RECORRIDO.

3.1 Estructura de las actividades.

De acuerdo con lo planteado para "La Reserva Natural Regional Cueva de Los Guacharos" El recorrido se plantea como una experiencia de naturaleza e interpretación ambiental que permite al visitante descubrir progresivamente la relación entre bosque, agua, fauna y paisaje, aprovechando los principales atractivos naturales de la Reserva Natural Regional Cueva de los Guácharos.

La experiencia inicia con una bienvenida y contextualización del territorio, continúa por el sendero ecológico a través del bosque de conservación, incorpora momentos de interpretación y contemplación en el mirador de Sabanalarga, la cueva de los Guácharos, La quebrada la Algarrobera y La Cascada del duende de oro, donde el visitante puede comprender la conexión entre los diferentes elementos naturales que encontró durante el recorrido.

La propuesta busca que el visitante no se limite a desplazarse entre atractivos, sino que tenga tiempo para observar, escuchar, contemplar, aprender y conectarse con el territorio.

Ruta propuesta

Bienvenida → Sendero del bosque → Mirador de Sabanalarga → Cueva de los Guácharos → Cascada del Duende de Oro → Cierre y reflexión.

Etapa	Actividad	¿Qué sucede?
1. Bienvenida y preparación	La puerta del bosque.	El visitante es recibido, conoce brevemente la historia y propósito de la Reserva Natural Regional Cueva de los Guácharos, recibe las recomendaciones de seguridad y comprende que ingresará a un espacio de conservación. Se presenta el concepto de la experiencia: caminar, observar, escuchar y descubrir.
2. Inicio del sendero	Entrar al bosque	Comienza el recorrido por el sendero ecológico de aproximadamente 1,2 km. El visitante empieza a percibir los sonidos, aromas, texturas y cambios del bosque. El guía invita a caminar pausadamente y a observar señales de fauna y elementos de la vegetación.
3. Interpretación del bosque	Los secretos del sendero	Durante el recorrido se realizan pequeñas pausas para interpretar elementos representativos del bosque, sus relaciones ecológicas y su importancia para la conservación. Se propone una dinámica de observación y escucha para que el visitante descubra señales de vida sin intervenir en el entorno.
4. Contemplación del territorio	Sabanalarga desde lo alto "Mirador"	El recorrido se dirige hacia el mirador natural, desde donde el visitante contempla el valle de Sabanalarga y el paisaje asociado al piedemonte, la quebrada la Piñalera, el río Upía. El guía conecta los elementos observados durante el recorrido y explica que bosque, agua, fauna y paisaje forman parte de un mismo territorio.
5. Agua y territorio	El camino del agua. "Quebrada"	El visitante llega a sectores relacionados con la quebrada La Algarrobera y comprende la relación entre bosque, agua y biodiversidad. Se realiza una pausa para escuchar y observar el entorno, relacionando el agua con el paisaje y el territorio de Sabanalarga
6. Interpretación de fauna	La casa de los guácharos – "Cueva"	Se presenta la cueva como hábitat de una colonia de guácharos. El visitante conoce aspectos relacionados con esta especie, su hábitat y la importancia de conservarlo. Se establecen pautas de observación responsable y mínimo impacto.
7. Contemplación	La fuerza del bosque – "Cascada del Duende de Oro"	El visitante llega a la cascada y tiene un momento de contemplación, fotografía y descanso. Antes de iniciar la interpretación, se propone un breve momento de silencio para escuchar el agua y percibir el entorno.

8. Cierre	El compromiso con el territorio	Se realiza una reflexión final sobre lo aprendido y la importancia de conservar el patrimonio natural. El visitante comparte brevemente qué elemento de la experiencia fue más significativo y recibe un mensaje final que refuerza el compromiso con la conservación y el turismo responsable.

Como tal no necesariamente tienen que ser ocho etapas con ocho paradas físicas obligatorias. Algunas pueden suceder mientras se camina.

La lógica sería:

ETAPAS DE LA EXPERIENCIA: 8 Momentos.
PARADAS FÍSICAS: 5 lugares.

1. **Punto de bienvenida.**
2. **Sendero / bosque.**
3. **Mirador.**
4. **Cueva de los Guácharos.**
5. **Cascada del Duende de Oro.**

De esta manera, el visitante no siente que está haciendo una ruta llena de estaciones y explicaciones, sino un recorrido continuo en el que la persona encargada de realizar la guianza va incorporando diferentes momentos de descubrimiento.

Secuencia experiencial.



Enfoque turismo Slow

En esta parte es importante que el Turismo Slow no sea solamente una frase, sino que se vea en la forma de operar el recorrido y para esto la experiencia debe promover:

- **Caminar despacio:** No establecer el éxito del recorrido por llegar rápido a la cueva.
- **Observar:** Dar tiempo para identificar sonidos, aves, plantas, huellas y otros elementos.
- **Escuchar:** Incorporar momentos de silencio y escucha activa del bosque.
- **Contemplar:** Permitir pausas reales en la cascada y el mirador.
- **Aprender:** Interpretar el territorio sin saturar al visitante de información.
- **Conectar:** Favorecer una relación emocional con el paisaje.
- **Consumir responsablemente:** Promover productos y servicios locales cuando se incorporen al producto turístico.
- **Una regla sencilla para la persona que realiza la guianza podría ser:** "Aquí no gana quien llega primero; gana quien logra descubrir más."

3.2 Tiempos y duración.

Por el enfoque slow, esta experiencia se debe realizar de forma pausada y lenta que contemple un tiempo de 2.5 a 3.0 horas.

Momento	¿Qué sucede?
1. Bienvenida	15 a 20 minutos
2. Sendero del bosque	35 a 40 minutos
3. Mirador	25 a 30 minutos
4. Quebrada y Cueva	25 a 30 minutos
5. Cascada	25 a 30 minutos
6. Cierre y Regreso	20 a 25 minutos
Duración aproximada de la experiencia	**2.5 a 3.0 horas**

3.3 Elementos memorables.

Nos concentraremos en cinco pequeños momentos WOW, que estén integrados a cada uno de los atractivos de la Reserva Natural Regional Cueva de Los Guácharos.

Momento 1	Momento 2	Momento 3	Momento 4	Momento 5
Bienvenida "Dejar atrás el ruido"	Sendero del bosque. "El bosque habla"	Mirador "Sabanalarga a tus pies"	Quebrada y Cueva. "El agua que guarda historias"	Cascada "La fuerza del Duende de Oro"
Antes de iniciar, el visitante realiza una breve	En un punto determinado, el grupo se detiene y el guía	Al llegar al mirador, se hace una pausa sin explicación	El visitante llega al agua y descubre la relación entre la	La cascada se convierte en el gran momento emocional del

pausa para escuchar el entorno. El guía invita a guardar silencio durante unos segundos y a identificar un sonido de la naturaleza.	propone un pequeño desafío: encontrar una señal de vida sin tocar ni intervenir. Puede ser un ave, insecto, huella, fruto, musgo o sonido.	inmediata. El visitante contempla el paisaje y posteriormente el guía cuenta una breve historia sobre el territorio y su relación con el paisaje que está observando.	quebrada, la cueva y el bosque. Se propone tocar el agua con las manos y escuchar durante unos segundos el sonido del lugar.	recorrido. El visitante llega, contempla primero en silencio y luego recibe una interpretación breve sobre el lugar. Se puede cerrar con una fotografía grupal o individual.
1. Dejar atrás el ruido El recorrido comienza antes de caminar. El visitante hace una pausa, respira y escucha. El mensaje podría ser: *"Antes de entrar al bosque, dejemos atrás el ruido. Escuchemos qué nos quiere contar este lugar."*	**2. El bosque habla** Aquí el protagonista no es el guía, sino el visitante. Se reduce la explicación y se estimulan los sentidos: escuchar, observar, identificar aromas y encontrar pequeñas evidencias de vida.	**3. Sabanalarga a tus pies** Este debería ser un momento de contemplación, no simplemente una parada para tomar fotografías. Primero se permite que el paisaje sorprenda y después aparece la historia.	**4. El agua que guarda historias** Este puede ser uno de los momentos más íntimos de la experiencia. La quebrada permite conectar agua + bosque + cueva + territorio. El visitante no solamente "ve" el atractivo, sino que interactúa sensorialmente con él.	**5. La fuerza del Duende de Oro** La cascada debería funcionar como el **gran clímax** del recorrido. Es importante no anticiparla demasiado. El camino debe generar expectativa hasta que finalmente aparezca.
Momento 6	Cierre y regreso "Me llevo un pedacito del bosque"	Antes de regresar, cada visitante elige mentalmente o expresa una palabra que represente lo vivido. El guía conecta esas palabras con la importancia de conservar el territorio.	**6. Me llevo un pedacito del bosque** El cierre no debería terminar simplemente con *"gracias por venir"*. Es el momento de transformar la visita en significado: *¿qué me llevo de este lugar y qué quiero ayudar a conservar?*	

3.4 Guion interpretativo de la experiencia.

Debido a que en la reserva natural no podemos extendernos mucho en un guion estructurado se propone un guion practico y realizable que sirva y de estructura a la experiencia, sea de fácil recordación y se adapte a los momentos de verdad que

se tienen con el cliente. A continuación, se proponen las diferentes intervenciones para que el señor Samuel o el anfitrión pueda entregar con sus propias palabras.

NOMBRE DEL GUION – SENSACIONES DEL BOSQUE	
MENSAJE PRINCIPAL	La experiencia busca conectar al visitante con el patrimonio natural de Sabanalarga a través de una caminata pausada por el bosque, donde los sonidos, el agua, la biodiversidad, el paisaje y las formaciones naturales permiten descubrir el territorio desde los sentidos y comprender la importancia de conservarlo. **"Aquí la naturaleza no solo se contempla: se escucha, se siente y se descubre."**
RUTA O PROGRAMA	Es un recorrido interpretativo y sensorial que inicia con la bienvenida y preparación del visitante para entrar al bosque. Continúa por un sendero ecológico donde se descubren los sonidos, aromas, texturas y formas de vida del bosque; posteriormente se llega al mirador para contemplar e interpretar el paisaje de Sabanalarga. El recorrido continúa hacia la quebrada y la Cueva de los Guácharos, donde el agua y las formaciones naturales adquieren protagonismo, y finaliza en la Cascada del Duende de Oro como momento culminante de la experiencia. El regreso incorpora un momento de reflexión y conexión con el territorio.
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA	2,5 a 3 horas aproximadamente, dependiendo del ritmo del grupo, las condiciones del sendero y los tiempos destinados a contemplación, interpretación y pausas sensoriales.
NUMERO DE PARADAS O SEGMENTOS	Seis (6) momentos principales: 1. Bienvenida, 2. Sendero del bosque, 3. Mirador, 4. Quebrada y Cueva, 5. Cascada, 6. Cierre y regreso.
AUDIENCIA – PÚBLICO	Personas, parejas, familias y grupos de amigos interesados en naturaleza, senderismo, contemplación, biodiversidad, fotografía y experiencias de conexión con el territorio. Es especialmente adecuada para visitantes que buscan experiencias de turismo de naturaleza de ritmo pausado, con interpretación local y contacto sensorial con el entorno que pueden ser del orden local y regional.
OBJETIVOS	- Generar una experiencia de conexión sensorial y emocional con el bosque y los ecosistemas naturales de Sabanalarga. - Dar a conocer los valores naturales, paisajísticos y culturales asociados a la Reserva Natural Regional Cueva de los Guácharos. - Poner en valor el bosque, la quebrada, la cueva, el mirador y la Cascada del Duende de Oro como elementos articuladores de una experiencia turística integral. - Promover una forma de recorrer el territorio basada en la contemplación, interpretación y disfrute pausado de la naturaleza.

	- Fortalecer la oferta de turismo de naturaleza de Sabanalarga mediante una experiencia diferenciada, auténtica y con identidad territorial. - Sensibilizar al visitante frente a la importancia de conservar los ecosistemas, el agua y la biodiversidad del territorio. - Contribuir a la generación de oportunidades económicas para los actores locales vinculados a la prestación de servicios turísticos.
ACCIÓN DEL VISITANTE	- Caminar y recorrer el bosque de manera pausada y consciente. - Escuchar, observar, identificar y experimentar diferentes sonidos, aromas, texturas y manifestaciones de vida durante el recorrido. - Contemplar e interpretar el paisaje desde el mirador. - Conocer la relación entre el bosque, el agua, la quebrada y la cueva. - Contemplar y disfrutar responsablemente la Cascada del Duende de Oro como momento culminante del recorrido. - Escuchar las historias y conocimientos compartidos por el guía o intérprete local. - Reflexionar sobre la importancia de conservar el territorio y adoptar comportamientos responsables durante la visita. - Compartir y recomendar la experiencia, contribuyendo al posicionamiento del destino y al reconocimiento del patrimonio natural de Sabanalarga.

MOMENTOS INTERPRETATIVOS

MOMENTO INTERPRETATIVO No 1 - BIENVENIDA.

Introducción

El guía recibe al visitante y presenta brevemente la Reserva Natural Regional Cueva de los Guácharos como un territorio donde el bosque, el agua, las montañas y la biodiversidad hacen parte de un mismo ecosistema. Se invita al visitante a cambiar el ritmo habitual y prepararse para recorrer el sendero de una manera diferente: con calma, atención y los sentidos despiertos.

Lugar y tiempo:

- Centro de visitantes / 15 a 20 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Permanecer siempre acompañado del guía o intérprete.
- Caminar únicamente por el sendero establecido.
- No extraer plantas, flores, piedras, animales ni ningún elemento natural.
- No alimentar ni tocar la fauna.
- Mantener un volumen de voz bajo.

- Llevar hidratación y utilizar calzado adecuado.
- Atender permanentemente las indicaciones del guía.

Idea principal

Antes de descubrir el bosque, debemos aprender a escucharlo.

Golpe – Momento experiencial "Dejar atrás el ruido"
Antes de comenzar a caminar, el guía invita al grupo a permanecer en silencio durante aproximadamente 30 segundos.

Después pregunta: "¿Qué fue lo primero que escucharon cuando dejamos de hablar?". Cada visitante puede compartir un sonido: agua, viento, aves, insectos, hojas, etc. El recorrido comienza justamente a partir de ese sonido.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 2 – EL BOSQUE HABLA

Introducción

El visitante comienza a adentrarse en el bosque. El guía explica que este espacio no debe recorrerse únicamente mirando el camino, sino observando los pequeños detalles que normalmente pasan desapercibidos: sonidos, texturas, aromas, huellas, hojas, frutos, insectos y aves.

Lugar y tiempo

- Sendero ecológico, 35 a 45 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Mantenerse dentro del sendero.
- No separarse del grupo.
- Evitar correr o caminar apresuradamente.
- No tocar especies vegetales o animales desconocidas.
- No generar ruido innecesario.
- No dejar residuos.
- Respetar los puntos de descanso establecidos.

Idea principal

El bosque está lleno de vida, incluso cuando no podemos verla inmediatamente.

Golpe – Momento experiencial - "El bosque habla"
En un punto previamente seleccionado, el guía detiene al grupo y propone:

Que decir:

Durante un minuto nadie va a hablar. Cada uno va a buscar una señal de que aquí hay vida. Puede ser un sonido, un movimiento, una huella, un insecto, un ave, una planta, una fruta o cualquier otra evidencia, luego de esto cada visitante comparte lo que encontró.

El objetivo no es encontrar "algo extraordinario", sino descubrir que el bosque está vivo en pequeños detalles.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 3 – SABANALARGA A TUS PIES

Introducción

Al llegar al mirador, el visitante encuentra un cambio significativo en el espacio: después de caminar entre árboles y vegetación, aparece una vista amplia del paisaje y allí el guía evita explicar inmediatamente y permite primero que el visitante contemple.

Lugar y tiempo

- Mirador / 20 a 25 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Mantenerse en las zonas seguras y delimitadas.
- No acercarse innecesariamente a bordes o zonas de riesgo.
- No trepar sobre rocas o estructuras.
- Supervisar especialmente a niños.
- Respetar los espacios destinados para fotografía.
- Evitar generar ruido excesivo.

Idea principal

El paisaje permite comprender el territorio desde otra perspectiva.

Golpe – Momento experiencial – "Sabanalarga a tus pies"

Al llegar, el guía dice:
"Antes de contarles algo sobre este paisaje, quiero que simplemente lo observen."
Se realiza una pausa de contemplación de aproximadamente un minuto y luego de esto el guía conecta lo observado con la historia y geografía del territorio.

Finalmente:
"Ahora miren nuevamente el paisaje. ¿Qué cambió: el paisaje o la manera en que ustedes lo están mirando?" en el mirador puede ser el momento ideal para una fotografía significativa, pero la fotografía solo se toma después de la contemplación, no antes.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 4 – LA QUEBRADA Y LA CUEVA

Introducción

El recorrido continúa hacia un ambiente más húmedo y cercano al agua. El guía introduce la relación entre el bosque y las fuentes hídricas, explicando cómo el agua forma parte fundamental de la vida del ecosistema y del territorio.

La cueva se presenta como un espacio de misterio y descubrimiento, evitando convertirla únicamente en un atractivo para fotografiar.

Lugar y tiempo

- Quebrada y entorno de la Cueva de los Guácharos / 25 a 30 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Caminar con precaución en superficies húmedas y resbaladizas.
- No ingresar a zonas no autorizadas.
- No tocar formaciones naturales.
- No alterar el entorno de la cueva.
- Mantener silencio o bajo nivel de ruido.
- No arrojar residuos al agua.
- Seguir estrictamente las indicaciones del guía.

Idea principal

El agua conecta el bosque, la montaña y la vida del territorio.

Golpe – Momento experiencial – "El agua que guarda historias"

El guía invita al visitante a acercarse a la quebrada y escuchar el agua durante unos segundos.

Luego puede decir:
"Cierren los ojos por un momento. Escuchen. Este sonido estaba aquí mucho antes de nuestra llegada y continuará cuando nos vayamos."

Posteriormente, quienes quieran pueden tocar brevemente el agua con sus manos. La experiencia busca generar una sensación de intimidad y conexión, no simplemente una explicación sobre la quebrada.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 5 – LA FUERZA DEL DUENDE DE ORO

Introducción

La llegada a la cascada representa el momento de mayor expectativa del recorrido. El guía debe evitar anunciarla demasiado y permitir que el visitante descubra progresivamente el sonido y finalmente la presencia del agua.

Lugar y tiempo

- Cascada el duende de oro / 20 A 30 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Mantenerse en las áreas seguras.
- No acercarse a zonas de caída o corrientes fuertes.

- No ingresar al agua cuando las condiciones no lo permitan.
- Evitar caminar sobre rocas mojadas.
- Seguir las instrucciones del guía.
- No dejar residuos.
- Respetar el entorno natural.

Golpe – Momento experiencial "La fuerza del Duende de Oro"

Este sería el gran momento WOW de la experiencia.

Antes de llegar al punto de observación, el guía puede pedir al grupo que guarde silencio y avance unos metros escuchando únicamente el sonido del agua y cuando finalmente aparece la cascada, no se realiza inmediatamente una explicación.

Se deja un momento para contemplarla.

Después el guía puede decir:
"Hay lugares que uno visita y lugares que uno recuerda. Queremos que esta cascada sea de los segundos."

Este también es un lugar donde puede realizarse la fotografía icónica de la experiencia.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 6 – "ME LLEVO UN PEDACITO DEL BOSQUE"

Introducción:
Antes de iniciar el regreso, el guía reúne nuevamente al grupo y genera una pausa para recordar el recorrido. Se invita a los visitantes a pensar no solamente en los atractivos que conocieron, sino en aquello que sintieron durante el camino.

Lugar y tiempo

- Cascada / 10 A 15 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Verificar que todo el grupo esté completo.
- Revisar que cada visitante tenga sus pertenencias.
- Mantener hidratación durante el regreso.
- Caminar al ritmo establecido por el guía.
- No abandonar el sendero.
- Mantener las mismas normas ambientales durante el retorno.

Idea principal

La experiencia termina cuando regresamos, pero la conexión con el territorio puede continuar.

Golpe – Momento experiencial – "Me llevo un pedacito del bosque"

El guía pregunta:
"Si tuvieras que llevarte una sola palabra de este lugar, ¿cuál sería?"
Cada visitante responde con una palabra: *agua, tranquilidad, bosque, vida, silencio, montaña, libertad...*

El guía cierra conectando esas palabras con la conservación:
"Hoy no nos llevamos una planta, una piedra ni ningún elemento del bosque. Nos llevamos algo mejor: una historia, un recuerdo y el compromiso de ayudar a conservar este lugar."

Al terminar, personal asignado para la guianza agradece a los visitantes por escogernos como su destino, los invita a regresar pronto y a que recomienden mediante el voz a voz y las redes sociales a Sabanalarga que se lo llevan en el corazón.

Feliz viaje y pronto regreso.

4. COMPONENTES DEL SERVICIO Y ORGANIZACIÓN DE LOS ESPACIOS.

Para **"La Reserva Natural Regional Cueva de los Guácharos""**, los componentes de servicio y organización de los espacios deben estar asociados a la infraestructura existente, al personal de servicio y a los atractivos turísticos.

Componente	Propuesta para la Reserva Natural Regional Cueva de Los Guácharos
Atención al cliente e interacción con el anfitrión	El guía o intérprete local es el principal anfitrión de la experiencia. Recibe personalmente al visitante, explica brevemente cómo será el recorrido e invita a vivirlo con calma y con los sentidos despiertos. Su papel no debe limitarse a transmitir información: debe generar conversación, hacer preguntas, estimular la observación y compartir conocimientos e historias del territorio de manera cercana y espontánea.
Distribución de los elementos físicos	Aprovechar la infraestructura natural existente y evitar una intervención excesiva del bosque. Definir claramente los puntos de pausa, contemplación, interpretación y fotografía. En lugares estratégicos pueden incorporarse elementos sencillos como pequeñas señales de orientación, bancas rústicas, puntos de descanso o placas interpretativas, siempre procurando que se integren visualmente al entorno.
Coherencia estética y visual	La experiencia debe transmitir una identidad asociada al bosque, el agua, la montaña y la biodiversidad de Sabanalarga. Se recomienda utilizar materiales naturales y resistentes como madera, piedra y fibras, junto con una gráfica sencilla inspirada en elementos del ecosistema. La

	señalización debe ser discreta, limpia y coherente, evitando colores o estructuras que generen un impacto visual fuerte sobre el paisaje.
Ambientación acorde a la narrativa	La principal ambientación debe ser la propia naturaleza. Se debe aprovechar el sonido del agua, el viento, las aves, los insectos, la vegetación, la humedad y los cambios de luz como recursos sensoriales. Las intervenciones físicas deben ser mínimas. El guía puede complementar el recorrido con pequeños momentos de silencio, observación, escucha y contemplación que permitan al visitante "sentir" el bosque.
Recursos interpretativos	Utilizar recursos sencillos que ayuden a descubrir el territorio: historias locales, nombres de especies, sonidos de aves, características de árboles y plantas, relatos asociados a la cueva, la quebrada o la cascada y elementos de interpretación del paisaje. No es necesario llenar el sendero de carteles; el principal recurso interpretativo debe ser el conocimiento del guía.
Momentos experienciales	Cada segmento del recorrido debe contar con un pequeño momento memorable: "Dejar atrás el ruido", "El bosque habla", "Sabanalarga a tus pies", "El agua que guarda historias", "La fuerza del Duende de Oro" y "Me llevo un pedacito del bosque". Estos momentos deben ser sencillos de ejecutar y utilizar principalmente los sentidos, el silencio,
Elementos de confort y bienestar	Incorporar pausas breves durante el recorrido, especialmente en puntos con valor paisajístico. Garantizar disponibilidad de agua para los visitantes, zonas seguras para descansar y tiempos adecuados para caminar sin prisa. El objetivo es que el visitante no sienta que debe "cumplir" rápidamente el recorrido, sino que pueda disfrutarlo a un ritmo pausado.
Seguridad y conservación	Las normas de seguridad y comportamiento ambiental deben comunicarse desde el inicio y recordarse en los puntos donde sea necesario. El visitante debe comprender que caminar por el bosque implica protegerlo: permanecer en el sendero, no extraer elementos naturales, no alimentar fauna, manejar adecuadamente los residuos, respetar el silencio y seguir las instrucciones del guía.
Registro y recuerdo de la experiencia	Aprovechar el mirador o la cascada para generar una fotografía representativa de la experiencia. Como elemento económico adicional, se puede entregar al visitante una pequeña tarjeta con el nombre **"Sensaciones del Bosque"**, una frase de la experiencia y un mensaje de conservación. Esto permite que el visitante se lleve un recuerdo físico sin necesidad de realizar una inversión significativa.

5. ESTANDARES DE CALIDAD.

Para **"La Reserva Natural Regional Cueva de los Guácharos"**, los estándares de calidad deben ser básicos, claros y aplicables, permitiendo que la experiencia sea fácil de desarrollar y no se convierta en un protocolo, rígido y estructurado que sea demasiado complejo para la implementación por parte del personal de servicio.

5.1 Protocolos de atención.

- Recibir al visitante cordialmente.
- Explicar claramente el recorrido y dificultad.
- Realizar la interpretación de forma comprensible.
- Adaptar el ritmo según las condiciones del grupo.
- Finalizar con un cierre y agradecimiento.

5.2 Buenas prácticas de servicio.

- Sendero revisado antes de cada salida.
- Señalización visible y comprensible.
- Equipamiento de descanso limpio y funcional.
- Información previa sobre dificultad y condiciones.
- Guías preparados para interpretación y atención al visitante.

5.3 Seguridad al visitante.

- Verificación previa de condiciones del sendero.
- Identificación de puntos críticos.
- Uso obligatorio de elementos recomendados según condiciones.
- Protocolo de atención ante accidentes.
- Registro/control de ingreso y salida de visitantes.
- Botiquín disponible.
- Comunicación de restricciones en zonas de riesgo.
- Control de capacidad en espacios sensibles, especialmente la cueva.

5 ESTRUCTURA DE COSTOS.

5.1 Costeo de la experiencia.

La estructura tarifaria contempla un margen de utilidad objetivo del 25% y una provisión del 10% para costos indirectos de operación, una comisión del 15% para la agencia operadora local que vende planes y para grupos de 8 a 15 visitantes se incorpora un segundo guía, con el propósito de mantener condiciones adecuadas de seguridad, interpretación y calidad en la prestación de la experiencia.

Manteniendo los siguientes elementos que hacen parte de la estructura de costos:

Descripción	Valor
Ingreso	$20.000 por persona
Póliza de asistencia	$ 4.000 por persona
Refrigerio	$ 10.000 por persona
Guantes	$4.500 por persona
Guianza	$75.000 1 a 7 personas
Guianza	$150.000 1 a 15 personas
Costos indirectos	10%
Utilidad objetivo	15%
Comisión Agencia operadora	20%

Si queremos que el vendedor sea la Reserva Natural Regional y la agencia operadora conserve su 15% de utilidad después de pagar la comisión del 15%, la fórmula correcta es:

- **Precio de venta =** Costo operativo × 1,25 ÷ 0,85
- Esto significa que no basta con sumar 15% al precio anterior, porque la comisión se calcula sobre el precio final.

Grupo	Costos directos	Costos indirectos 10%	Costo operativo total	Utilidad objetivo 15%	Precio venta neto	Comisión 20%	Precio antes de IVA	IVA 19%	PVP final grupo	PVP final por pax con IVA
1	$ 113.500	$ 11.350	$ 124.850	$ 18.728	$ 143.578	$ 28.716	$ 172.293	$ 32.736	**$ 205.029**	**$ 205.029**
2	$ 152.000	$ 15.200	$ 167.200	$ 25.080	$ 192.280	$ 38.456	$ 230.736	$ 43.840	**$ 274.576**	**$ 137.288**
3	$ 190.500	$ 19.050	$ 209.550	$ 31.433	$ 240.983	$ 48.197	$ 289.179	$ 54.944	**$ 344.123**	**$ 114.708**
4	$ 229.000	$ 22.900	$ 251.900	$ 37.785	$ 289.685	$ 57.937	$ 347.622	$ 66.048	**$ 413.670**	**$ 103.418**
5	$ 267.500	$ 26.750	$ 294.250	$ 44.138	$ 338.388	$ 67.678	$ 406.065	$ 77.152	**$ 483.217**	**$ 96.643**
6	$ 306.000	$ 30.600	$ 336.600	$ 50.490	$ 387.090	$ 77.418	$ 464.508	$ 88.257	**$ 552.765**	**$ 92.127**
7	$ 344.500	$ 34.450	$ 378.950	$ 56.843	**$ 435.793**	$ 87.159	**$ 522.951**	$ 99.361	**$ 622.312**	**$ 88.902**
8	$ 458.000	$ 45.800	$ 503.800	$ 75.570	$ 579.370	$ 115.874	$ 695.244	$ 132.096	**$ 827.340**	**$ 103.418**
9	$ 496.500	$ 49.650	$ 546.150	$ 81.923	$ 628.073	$ 125.615	$ 753.687	$ 143.201	**$ 896.888**	**$ 99.654**
10	$ 535.000	$ 53.500	$ 588.500	$ 88.275	$ 676.775	$ 135.355	$ 812.130	$ 154.305	**$ 966.435**	**$ 96.643**
11	$ 573.500	$ 57.350	$ 630.850	$ 94.628	$ 725.478	$ 145.096	$ 870.573	$ 165.409	**$ 1.035.982**	**$ 94.180**
12	$ 612.000	$ 61.200	$ 673.200	$ 100.980	$ 774.180	$ 154.836	$ 929.016	$ 176.513	**$ 1.105.529**	**$ 92.127**
13	$ 650.500	$ 65.050	$ 715.550	$ 107.333	$ 822.883	$ 164.577	$ 987.459	$ 187.617	**$ 1.175.076**	**$ 90.390**
14	$ 689.000	$ 68.900	$ 757.900	$ 113.685	$ 871.585	$ 174.317	$ 1.045.902	$ 198.721	**$ 1.244.623**	**$ 88.902**
15	$ 727.500	$ 72.750	$ 800.250	$ 120.038	$ 920.288	$ 184.058	$ 1.104.345	$ 209.826	**$ 1.314.171**	**$ 87.611**
16	$ 766.000	$ 76.600	$ 842.600	$ 126.390	$ 968.990	$ 193.798	$ 1.162.788	$ 220.930	**$ 1.383.718**	**$ 86.482**
17	$ 804.500	$ 80.450	$ 884.950	$ 132.743	$ 1.017.693	$ 203.539	$ 1.221.231	$ 232.034	**$ 1.453.265**	**$ 85.486**
18	$ 843.000	$ 84.300	$ 927.300	$ 139.095	$ 1.066.395	$ 213.279	$ 1.279.674	$ 243.138	**$ 1.522.812**	**$ 84.601**
19	$ 881.500	$ 88.150	$ 969.650	$ 145.448	$ 1.115.098	$ 223.020	$ 1.338.117	$ 254.242	**$ 1.592.359**	**$ 83.808**
20	$ 920.000	$ 92.000	$ 1.012.000	$ 151.800	$ 1.163.800	$ 232.760	$ 1.396.560	$ 265.346	**$ 1.661.906**	**$ 83.095**

La estructura tarifaria utilizada fue la siguiente, "**ejemplo 7 visitantes**"

- Costos directos $ 344.500
- Costos indirectos (10%) $ 34.450
- **Costo operativo Total** **$ 378.950**
- Utilidad objetivo (15%) $ 56.843
- **Precio de venta neto** **$ 435.793**
- Comisión agencia (20%) $ 87.159
- **Precio antes de iva** **$ 522.591**
- IVA (19%) $ 99.361
- **PVP final grupo** **$ 622.312**
- PVP comercial por persona $ 88.902 tarifa para 7 Pax

Aquí se pueden observar algunas inconsistencias en esta tabla y no es perfecta para que sea la tabla de comercialización, porque el redondeo produce algunas inconsistencias: por ejemplo, hasta la persona 7 tiene un precio, pero de la 8 en adelante vuelve a aumentar debido a que entra el segundo guía, lo que no es conveniente y puede ser confuso, por tal motivo la siguiente tabla muestra el redondeo y puede ser la tabla utilizada para comercialización.

Grupo	Tarifa comercial sugerida por persona
1	$ 205.000
2	$ 140.000
3	$ 115.000
4	$ 111.000
5 a 7	$ 105.000
8 a 10	$ 104.000
10 a 15	$ 95.000
15 a 20	$90.000

5.2 Lo que incluye y lo que no

Los anteriores precios incluyen

- Guianza local.
- Póliza de asistencia.
- Ingreso a la Reserva Natural Regional.
- Refrigerio
- Guantes
- Impuestos

No incluye:

- Bebidas hidratantes ni alcohólicas.
- Transporte desde el pueblo hasta la cueva de los guacharos de ida y regreso.
- Alimentos (desayunos ni almuerzos).
- Alojamiento.

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026

DISEÑO Y/O FORTALECIMIENTO DE EXPERIENCIA TURÍSTICA DIFERENCIADA Y AUTENTICA	
LODGE EL PÁRAMO AGUA, BOSQUES, AVES Y VIDA SILVESTRE SABANALARGA - CASANARE	
Nombre iniciativa: Reserva Natural El Páramo.	**Experiencia:** Asociada a naturaleza.

Debido a que el nombre del establecimiento pasa de ser Reserva Natural El Páramo a Lodge el Páramo, la narrativa se construirá en torno a la nueva identidad.

1. CONCEPTUALIZACIÓN Y NARRATIVA DE LA EXPERIENCIA.

1.1 Propuesta de Valor:

Lodge El Páramo propone una experiencia de alojamiento en contacto directo con los bosques y ecosistemas de bosque alto andino de Sabanalarga, donde el visitante puede hospedarse en un entorno rural de baja intervención y utilizarlo como punto de partida para explorar quebradas, cascadas, lagunas y bosques con un alto grado de conservación.

La experiencia combina alojamiento, alimentación, interpretación del territorio, senderismo, baño recreativo y observación vida silvestre, permitiendo que el visitante disminuya el ritmo cotidiano y dedique tiempo a observar, escuchar y contemplar la naturaleza.

El principal diferencial está en la posibilidad de dormir en la montaña, despertar, con los cantos de las aves, caminar por los bosques, sentir las aguas y terminar el día bajo el cielo estrellado alrededor de una fogata.

La experiencia la construiremos en torno a los siguientes elementos:

MONTAÑAS, VIDA SILESTRE, BOSQUES, CASCADAS, ESTRELLAS

Estos elementos articulan la experiencia y permiten que el alojamiento no sea simplemente un lugar para dormir, sino la puerta de entrada a una experiencia de naturaleza.

1.2 Relato que conecta al visitante con el territorio – Sensaciones del bosque.

Lodge El Páramo nace de una historia de conservación y de una relación prolongada con el territorio.

Cuando Gonzalo adquirió la finca, su intención principal no era desarrollar turismo. Su propósito estaba relacionado con la conservación de los bosques y las fuentes de agua, mientras mantenía la actividad ganadera en las áreas de pastoreo existentes.

Con el paso del tiempo comenzó a reconocer el potencial natural de la finca. En 2018 recibió la visita de una persona relacionada con el turismo, quien le recomendó explorar la posibilidad de desarrollar actividades relacionadas con la observación de fauna y naturaleza.

Aunque durante varios años intentó avanzar en esta idea sin lograr consolidarla, las conversaciones y visitas de amigos en 2023 hicieron que retomara nuevamente el proyecto.

Es a través del proceso de consultoría que Gonzalo toma finalmente la decisión de avanzar en la construcción de un Lodge, con tres habitaciones y espacios adecuados para visitantes que desean acampar.

Así nace una nueva etapa para la finca: abrir las puertas de un territorio que durante años fue conservado principalmente para convertirlo ahora en un espacio donde otras personas puedan conocer, valorar y disfrutar la naturaleza sin dejar de protegerla.

El visitante no llegara simplemente a hospedarse, llegara a caminar por el bosque, escuchar las quebradas y a sentir sus aguas, a conocer las cascadas, a observar las aves y a buscar señales de fauna silvestre, mientras espera la caída de la noche para descansar bajo el cielo estrellado al calor de una fogata.

1.3 Promesa de valor:

Lodge El Páramo promete al visitante una experiencia rural, tranquila y auténtica de contacto con la naturaleza, donde el alojamiento, el paisaje y las actividades se integran para permitir una inmersión progresiva en el territorio.

El visitante encontrará:

- Alojamiento rural en la montaña.
- Alimentación durante la estadía.
- Caminatas por los senderos de los bosques.
- Observación de aves y fauna silvestre.
- Visita a quebradas, cascada y laguna.
- Espacios para descanso y contemplación.
- Noche de fogata.
- Observación de estrellas mientras el clima lo permita.

- Contacto con comunidades.

1.4 Relación con la identidad local.

El Lodge El Páramo representa una forma de turismo vinculada con el paisaje rural y natural de Sabanalarga. La experiencia permite mostrar una cara diferente de Casanare, asociada no solamente con los paisajes de sabana, sino también con la montaña y los bosques de niebla, los nacimientos de agua y la biodiversidad presente en la vertiente oriental de la Cordillera Oriental.

La finca permite conectar con elementos y atractivos naturales propios del territorio:

- Bosques de niebla.
- Quebradas y fuentes de agua.
- Cascadas.
- Laguna.
- Biodiversidad.
- Aves de montaña.
- Fauna silvestre.
- Vida rural.
- Cielos estrellados.
- Paisajes del piedemonte.

Elementos que conectan con la identidad local.

Elemento	¿Cómo conecta con la identidad local?	¿Cómo se incorpora a la experiencia?
Bosque El Santuario	Representa uno de los principales espacios naturales conservados dentro de la finca y permite reconocer la importancia de los bosques para la protección de la biodiversidad y el agua.	Caminata interpretativa, observación de aves, reconocimiento de especies vegetales y contemplación del paisaje.
Bosque El Páramo	Constituye un espacio natural representativo del paisaje de montaña de la finca y concentra valores ecológicos y paisajísticos.	Senderismo, interpretación del bosque, observación de fauna y fotografía de naturaleza.
Quebradas	El agua es uno de los elementos fundamentales del territorio y evidencia la relación entre los bosques y la conservación de las fuentes hídricas.	Recorridos de naturaleza, interpretación del agua, contemplación y pausas de conexión con el entorno.
Cascada Al Manto	Es un atractivo natural que permite al visitante experimentar	Caminata hacia la cascada, interpretación del entorno y momento de contemplación.

	directamente el paisaje hídrico y boscoso de la finca.	
Laguna	Representa otro de los espacios naturales asociados al agua y aporta diversidad paisajística a la experiencia.	Recorrido de naturaleza, observación y contemplación del paisaje.
Aves del territorio	La presencia de quetzales, perdices y otras aves permite reconocer la riqueza de la biodiversidad asociada a los bosques de montaña.	Observación de aves, fotografía, identificación de especies y registro de avistamientos.
Fauna silvestre	La posible presencia de especies como oso andino, puma y otras especies evidencia el valor de conservación del territorio.	Búsqueda e interpretación de huellas, rastros, sonidos y otras señales de fauna, sin garantizar su avistamiento.
Conservación de los bosques	La conservación constituye parte fundamental de la historia de la finca y del proceso mediante el cual surge la iniciativa turística.	Relato del anfitrión, interpretación ambiental y sensibilización sobre la importancia de conservar el territorio.
Paisaje rural	La finca conserva una relación con la actividad rural y con las formas tradicionales de ocupación del territorio.	Alojamiento en un entorno rural y contacto directo con el paisaje.
Fogata	Representa un espacio de encuentro, conversación y descanso al finalizar la jornada.	Momento nocturno de integración, conversación y descanso alrededor del fuego.
Cielo nocturno	La baja intervención y el entorno natural permiten incorporar el cielo como parte del paisaje y de la experiencia de contemplación.	Observación de estrellas y reconocimiento básico del cielo nocturno.
Interpretación	El territorio se caracteriza por la presencia de bosques, fuentes de agua y una importante diversidad de aves y fauna silvestre. La historia de conservación de la finca constituye además un elemento propio de su identidad.	El guía interpreta la relación entre bosque, agua, fauna y paisaje, incorporando el relato de Gonzalo y explicando cómo la conservación de los bosques y las fuentes de agua dio origen al proyecto turístico.
Experiencia	La riqueza natural de la finca permite desarrollar una experiencia vinculada directamente con el paisaje de	Senderismo pausado, observación de aves y fauna, visita a quebradas, Cascada Al Manto y laguna, contemplación del paisaje,

	montaña y los ecosistemas presentes en el territorio.	fogata y observación de estrellas.
Ambientación	La construcción del Lodge conserva una identidad rural mediante el uso de madera y su integración con el entorno natural de la finca.	Se busca mantener una estética rústica y natural, mejorando progresivamente la distribución y el confort de las instalaciones sin perder la relación visual y ambiental con el bosque.
Señalización	Los senderos y atractivos naturales requieren orientación para facilitar el desplazamiento y, al mismo tiempo, promover el conocimiento y conservación del territorio.	Señalización de senderos, habitaciones, zonas comunes, áreas de camping y atractivos. Se incorporan elementos interpretativos sobre aves, fauna, bosques, agua y normas de conservación.
Sonido	Los sonidos del bosque, las aves, las quebradas y la cascada hacen parte del paisaje natural y permiten al visitante percibir características propias del territorio.	Se prioriza el sonido natural como componente sensorial. Durante las caminatas se generan momentos de silencio y escucha; en la noche se evita el ruido para favorecer la fogata, la contemplación y la observación de estrellas.
Fotografía	Los bosques, aves, quebradas, cascadas, laguna, paisajes de montaña y cielo nocturno representan elementos visuales característicos del lugar y permiten mostrar la riqueza natural de El Páramo.	Se promueve la fotografía de naturaleza durante las caminatas y actividades de observación, generando oportunidades para registrar aves, paisajes, agua, biodiversidad y el cielo nocturno sin alterar el entorno.
Servicio	La hospitalidad rural y el conocimiento que tienen los anfitriones sobre la finca permiten generar una relación cercana entre visitante y territorio.	Atención personalizada, acompañamiento durante la estadía, orientación sobre las actividades, guianza local, alimentación, alojamiento y recomendaciones para disfrutar responsablemente del entorno.
Gastronomía – articulación territorial	La alimentación puede convertirse en un medio para acercar al visitante a los productos, sabores y formas de preparación propias del	Se ofrecen desayuno, almuerzo, cena y refrigerio dentro del paquete. Se recomienda incorporar progresivamente productos

	territorio, generando además oportunidades para vincular proveedores y emprendimientos locales.	locales y establecer alianzas con productores y emprendimientos gastronómicos de Sabanalarga y el territorio cercano.
Recuerdo	El recuerdo permite mantener el vínculo emocional con el territorio después de finalizar la visita y reforzar el mensaje de conservación asociado a la experiencia.	Se puede entregar una tarjeta interpretativa con una especie representativa, un registro de las aves observadas, una fotografía de la experiencia o una pequeña pieza con un mensaje relacionado con el bosque, el agua y la conservación.

2. DEFINICIÓN DEL PUBLICO OBJETIVO.

2.1 Definición del tipo de visitante según la experiencia ofertada.

La experiencia está dirigida principalmente a personas interesadas en la naturaleza, el descanso, la observación de aves y fauna silvestre y las actividades de baja intensidad.

Público potencial

Parejas, familias, grupos de amigos, observadores de aves, fotógrafos de naturaleza, viajeros interesados en fauna silvestre, visitantes interesados en senderismo, personas que buscan descanso y desconexión, turistas nacionales e internacionales interesados en turismo de naturaleza.

Perfil del visitante	Características
Necesidades	Desconectarse de la rutina, descansar, conectarse con el paisaje, dormir en un entorno natural, compartir en pareja, familia o amigos, disfrutar del firmamento, vivir experiencias rurales.
Intereses	Naturaleza, observación de aves, fauna silvestre, senderismo, fotografía de naturaleza, astronomía básica, conservación.
Expectativas	Tranquilidad, contacto rural autentico, experiencias diferentes, alojamiento confortable, buena alimentación, seguridad y acompañamiento, atención cálida y cercana.

2.2 Estructuración de la experiencia según el tipo de visitante.

La estructura de esta experiencia está pensada para que no sea algo complejo ni teatral para así evitar que se sienta artificial y se convierta en algo difícil de operar para el señor Gonzalo, planteando que la fortaleza de esta iniciativa se encuentra en aprovechamiento y la diversidad de los atractivos naturales y paisajísticos que existen para convertirlos en momentos que puedan ser interpretados.

Esta no es una experiencia que dura horas y es por esto que la estructura contempla un paquete de experiencia cuenta con una estructura sencilla, asociada a momentos interpretativos y con una duración de 3 horas.

Nombre de la Experiencia: Sensaciones del Bosque.

Momento	Lo que vive el visitante	Lo que hace el anfitrión/guía
1. Bienvenida	Llegada y adaptación al lugar	Recibe, orienta y presenta el Lodge
2. Alimentación	Degusta alimentos durante la estadía	Sirve y contextualiza los alimentos
3. Caminata	Explora el bosque	Interpreta el paisaje
4. Agua	Conoce quebradas, cascada y laguna	Explica su importancia
5. Observación	Busca aves y fauna	Orienta la observación
6. Descanso	Disfruta del entorno	Facilita espacios tranquilos
7. Fogata	Conoce quebradas, cascadas y laguna.	Explica su importancia.
8. Estrellas	Contempla el cielo nocturno.	Orienta la observación.
9. Cierre	Recuerda la experiencia.	Despide y recoge sugerencias, impresiones y comentarios.

3. DISEÑO DEL RECORRIDO.

3.1 Estructura de las actividades.

La experiencia se desarrolla tomando como punto de partida el Lodge El Páramo. Desde allí se realizan diferentes actividades de naturaleza que permiten conocer progresivamente los principales atractivos de la propiedad.

La experiencia combina momentos de actividad y momentos de pausa, evitando convertir la experiencia en una sucesión acelerada de actividades en los atractivos.

Ruta propuesta

Bienvenida, Alimentación y descanso, caminata por el bosque, alimentación y descanso, observación de estrellas, fogata, pernoctación, alimentación y descanso, ruta del agua, alimentación y descanso y despedida.

Etapa	Actividad	¿Qué sucede?
1.	Bienvenida	Recepción, presentación del Lodge y recomendaciones
2.	Alimentación y descanso.	Espacios de alimentación y pausa.
3.	Caminata por el bosque	Recorrido interpretativo.
4.	Alimentación y descanso.	Espacios de alimentación y pausa

5.	Contemplación del firmamento.	Contemplación e integración.
6.	Fogata y tertulia.	Encuentro nocturno alrededor de la fogata
7.	Pernoctación.	Descanso y recuperación de energía.
8.	Alimentación	Espacio de alimentación
9.	Ruta del agua	Visita a quebradas, cascada y laguna.
10.	Alimentación y descanso.	Espacios de alimentación y pausa.
11.	Despedida.	Cierre y salida

Como tal no necesariamente tienen que ser once etapas con once paradas físicas obligatorias. Algunas pueden suceder mientras se camina.

La lógica sería:

ETAPAS DE LA EXPERIENCIA: 11 Momentos.
PARADAS FÍSICAS: 7 lugares.

1. **Punto de bienvenida (alimentación y descanso)**
2. **Caminata por el bosque.**
3. **Contemplación del firmamento.**
4. **Fogata y tertulia.**
5. **Alojamiento.**
6. **Alimentación.**
7. **Ruta del agua.**

De esta manera, el visitante no siente que está haciendo una ruta llena de estaciones y explicaciones, sino un recorrido fluido en el que el anfitrión encargado de realizar la guianza va incorporando diferentes momentos de descubrimiento a los diferentes escenarios.

Secuencia experiencial.



Enfoque turismo Slow

En esta parte es importante que el Turismo Slow no sea solamente una frase, sino que se vea en la forma de operar el recorrido y para esto la experiencia debe promover:

- **Caminar despacio:** No establecer el éxito del recorrido por llegar rápido a la cueva.
- **Observar:** Dar tiempo para identificar sonidos, aves, plantas, huellas y otros elementos.
- **Escuchar:** Incorporar momentos de silencio y escucha activa del bosque.
- **Contemplar:** Permitir pausas reales en la cascada y el mirador.
- **Aprender:** Interpretar el territorio sin saturar al visitante de información.
- **Conectar:** Favorecer una relación emocional con el paisaje.
- **Consumir responsablemente:** Promover productos y servicios locales cuando se incorporen al producto turístico.
- **Disfrutar del silencio:** escuchar sin interrumpir los sonidos de la naturaleza.
- **Una regla sencilla para la persona que realiza la guianza podría ser:** "Aquí no gana quien llega primero; gana quien logra descubrir más."
- **Evitar la generación de impactos innecesarios:**

3.2 Tiempos y duración.

Por el enfoque slow, la distancia de donde se encuentra ubicada la iniciativa, las experiencias deben realizarse de forma pausada y lenta y para que valga la pena el viaje se estructuraron paquetes de 1 noche dos días y dos noches tres días.

Nota: La cabalgata no forma parte de los paquetes principales. Se ofrecerá como **actividad adicional opcional**, para llegar o salir del Lodge y para andar dentro de la propiedad pero tendrá costo adicional y estará sujeta a disponibilidad.

3.3 Elementos memorables.

Nos concentraremos en cinco pequeños momentos WOW, que estén integrados a cada uno de los atractivos de la Reserva Natural Regional Cueva de Los Guácharos.

Momento 1	Momento 2	Momento 3	Momento 4	Momento 5
Despertar con las aves	El bosque El Santuario	El encuentro con el agua	Buscar sin perseguir	La fogata
El visitante inicia el día escuchando los sonidos del bosque y realizando una observación	Una caminata pausada permite descubrir sonidos, texturas, árboles, aves y señales de vida silvestre.	La llegada a una quebrada, cascada o laguna representa uno de los momentos de contemplación	La observación de fauna se plantea como una actividad de paciencia. El visitante aprende a reconocer	Al finalizar el día, los visitantes se reúnen alrededor de la fogata para conversar y compartir.

temprana de aves.		de la experiencia.	huellas, sonidos, rastros y señales.	
Sensación: sorpresa y conexión.	**Sensación:** inmersión.	**Sensación:** tranquilidad y asombro.	**Sensación:** expectativa.	**Sensación:** conexión.
Momento 6	El cielo nocturno	Después de la fogata, el visitante dispone de un momento tranquilo para observar las estrellas.	**Sensación:** contemplación y asombro.	

3.4 Guion interpretativo de la experiencia.

Debido a que en la reserva natural no podemos extendernos mucho en un guion estructurado se propone un guion practico y realizable que sirva y de estructura a la experiencia, sea de fácil recordación y se adapte a los momentos de verdad que se tienen con el cliente. A continuación, se proponen las diferentes intervenciones para que el señor Samuel o el anfitrión pueda entregar con sus propias palabras.

NOMBRE DEL GUION – ENTRE BOSQUES, AGUA Y ESTRELLAS	
MENSAJE PRINCIPAL	La experiencia busca conectar al visitante con el patrimonio natural de Sabanalarga a través de encuentros con los principales escenarios naturales, donde los sonidos, el agua, la biodiversidad, el paisaje y las formaciones naturales permiten descubrir el territorio desde los sentidos y el asombro, comprendiendo de esta forma la importancia de conservarlo. **"Bienvenidos al Lodge El Páramo. Conservamos este lugar por mucho tiempo y hoy queremos que ustedes lo conozcan también, lo disfruten, lo entiendan y nos ayuden a protegerlo"**
RUTA O PROGRAMA	Es un recorrido interpretativo y sensorial que inicia con la bienvenida y preparación del visitante para entrar al bosque. Continúa por un sendero ecológico donde se descubren los sonidos, aromas, texturas y formas de vida del bosque; continuando por el sendero se van descubriendo gradualmente varias quebradas y al finalizar el sendero nos encontramos con la cascada el Manto en donde con mucho cuidado podremos refrescarnos en sus aguas. Luego regresaremos al Lodge y al siguiente día conoceremos la laguna en donde culminaremos el descubrimiento de escenarios naturales e incorporaremos un momento de reflexión y conexión con el territorio.
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA	De 1,2 o 3 días, aunque pueden ser los que el cliente desee adquirir, dependiendo de las características y el ritmo del grupo, las condiciones de los senderos y los tiempos que se tengan para realizar las actividades de contemplación, interpretación y pausas sensoriales.
NUMERO DE PARADAS O SEGMENTOS	Seis (6) momentos principales: 1. Bienvenida, 2. Sendero del bosque, 3. Cascada el Manto, 4. El cielo, 5. Laguna, 6. Cierre y regreso.

AUDIENCIA – PÚBLICO	Parejas, familias, grupos de amigos, observadores de aves, fotógrafos de naturaleza, viajeros interesados en fauna silvestre, visitantes interesados en senderismo, personas que buscan descanso y desconexión, turistas nacionales e internacionales interesados en turismo de naturaleza.
OBJETIVOS	- Generar una experiencia de conexión sensorial y emocional con la montaña, el bosque y los ecosistemas naturales de Sabanalarga. - Dar a conocer los valores naturales, paisajísticos y culturales asociados a la Reserva Natural El Páramo. - Poner en valor el bosque, las quebradas, la cascada, la laguna y el cielo como elementos articuladores de una experiencia turística integral. - Promover una forma de recorrer el territorio basada en la contemplación, interpretación y disfrute pausado de la naturaleza. - Fortalecer la oferta de turismo de naturaleza de Sabanalarga mediante una experiencia diferenciada, auténtica y con identidad territorial. - Sensibilizar al visitante frente a la importancia de conservar los ecosistemas, el agua y la biodiversidad del territorio. - Contribuir a la generación de oportunidades económicas para los actores locales vinculados a la prestación de servicios turísticos.
ACCIÓN DEL VISITANTE	- Caminar y recorrer el bosque de manera pausada y consciente. - Escuchar, observar, identificar y experimentar diferentes sonidos, aromas, texturas y manifestaciones de vida durante el recorrido. - Contemplar e interpretar el paisaje desde el Lodge. - Conocer la relación entre el bosque, el agua, la quebrada y la cueva. - Contemplar y disfrutar responsablemente los escenarios naturales con los que cuenta la propiedad. - Escuchar las historias y conocimientos compartidos por el guía o intérprete local. - Reflexionar sobre la importancia de conservar el territorio y adoptar comportamientos responsables durante la visita. - Compartir y recomendar la experiencia, contribuyendo al posicionamiento del destino y al reconocimiento del patrimonio natural de Sabanalarga.

MOMENTOS INTERPRETATIVOS
MOMENTO INTERPRETATIVO No 1 – DESPERTAR EN EL PÁRAMO
Introducción

El anfitrión recibe a los visitantes en el Lodge El Páramo y presenta brevemente el territorio como un espacio donde los bosques, el agua, la fauna y el paisaje de montaña se encuentran en un mismo ecosistema. Se introduce la historia de la finca y la decisión de conservar los bosques y las fuentes de agua como parte fundamental del territorio.

Se invita al visitante a cambiar el ritmo habitual y prepararse para vivir la experiencia con calma, atención y los sentidos despiertos, comprendiendo que la visita no consiste únicamente en conocer un lugar, sino en habitarlo temporalmente y relacionarse de manera respetuosa con su entorno.

Lugar y tiempo:

- Lodge el páramo momento de llegada y bienvenida / 15 a 20 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Escuchar las indicaciones del anfitrión o guía antes de iniciar las actividades.
- Respetar las instalaciones, senderos, zonas de alojamiento y espacios naturales.
- No extraer plantas, flores, frutos, piedras ni otros elementos del entorno.
- No alimentar ni perseguir animales silvestres.
- Mantener un comportamiento tranquilo, especialmente durante la observación de fauna.
  Utilizar únicamente las zonas habilitadas para fogatas y actividades nocturnas.

Idea principal

El Páramo es un territorio de conservación donde la vida del bosque, el agua y la fauna hacen posible una experiencia de naturaleza.

Golpe – Momento experiencial
El anfitrión invita a los visitantes a guardar silencio durante unos segundos y escuchar los sonidos que los rodean.

Después pregunta: "Antes de conocer el lugar, ¿qué fue lo primero que escucharon?"

La intención es que el visitante comience a percibir el Lodge no solamente como un lugar de alojamiento, sino como un espacio vivo.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 2 – EL BOSQUE ESTA VIVO

Introducción

Durante el recorrido por el bosque, el guía invita al visitante a disminuir el ritmo y observar los pequeños detalles que normalmente pasan desapercibidos: sonidos, texturas, hojas, frutos, insectos, huellas y aves.

Se explica que el bosque no debe recorrerse únicamente como un camino hacia un atractivo, sino como un ecosistema en el que cada elemento cumple una función y mantiene relaciones con los demás.

Lugar y tiempo

- Bosque El Santuario / 3 a 4 horas.
- Recorrido de interpretación y observación.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Caminar siempre por los senderos establecidos.
- Mantenerse junto al grupo y seguir las indicaciones del guía.
- No tocar animales, nidos ni plantas desconocidas.
- Evitar gritos o sonidos fuertes durante la observación de fauna.
- No dejar residuos.
- Utilizar calzado adecuado para terrenos húmedos o irregulares.

Idea principal

El bosque está vivo en los pequeños detalles y conservarlo significa proteger las relaciones que permiten la existencia de numerosas especies.

Golpe – Momento experiencial - "Detectives del bosque"
Durante unos minutos cada visitante observa en silencio y busca una evidencia de vida: un ave, insecto, huella, fruto, hoja, sonido o movimiento. Luego cada persona comparte lo que encontró. El objetivo no es encontrar algo extraordinario, sino descubrir de que forma el bosque nos cuenta que tiene vida y como nosotros a través de nuestros sentidos podemos detectarla.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 3 – EL TERRITORIO SE REVELA

Introducción

Después de recorrer el bosque, el visitante llega a un punto donde puede comprender de manera más amplia el paisaje que rodea la finca.

Este momento permite relacionar el bosque con las montañas, las áreas rurales, los cuerpos de agua y los diferentes ambientes que conforman el territorio.

El guía explica cómo el paisaje no está compuesto por elementos aislados, sino por una relación permanente entre bosque, agua, fauna y actividades humanas.

Lugar y tiempo

Lugar: Punto de contemplación o zona con apertura visual sobre el paisaje.
Duración: 20 a 30 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Permanecer en las zonas autorizadas.
- No acercarse a bordes o pendientes inestables.
- Mantener atención durante las explicaciones.
- No abandonar el sendero para buscar mejores puntos de fotografía.
- Respetar los espacios de descanso y contemplación.
- Evitar música o sonidos que interfieran con la interpretación.

Idea principal

"El paisaje que vemos es el resultado de la relación entre la naturaleza y las personas que han habitado este territorio."

La finca permite comprender que conservar el bosque también significa conservar agua, biodiversidad y posibilidades futuras para el territorio.

Golpe – Momento experiencial – "Sabanalarga a tus pies"

Se realiza una pausa de contemplación; El guía invita a los visitantes a observar el paisaje durante unos minutos sin explicación inicial y posteriormente pregunta:

"¿Qué fue lo primero que llamó su atención?"
Cada visitante comparte una percepción diferente del paisaje. El guía utiliza estas respuestas para explicar cómo cada persona puede interpretar un mismo territorio desde una perspectiva distinta.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 4 – EL CAMINO DEL AGUA

Introducción

l recorrido continúa hacia las quebradas y cuerpos de agua presentes en la finca. El agua se presenta como uno de los elementos fundamentales para comprender el territorio, no solamente por su valor paisajístico, sino por su relación directa con los bosques, la fauna y las actividades humanas.

El visitante reconoce que detrás de cada quebrada, nacimiento o laguna existe una relación entre el agua y los ecosistemas que la protegen.

Lugar y tiempo

Lugar: Quebradas, zonas de agua y recorrido hacia la cascada.
Momento: Durante la caminata.
Duración: 45 a 60 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- No ingresar al agua sin autorización del guía.
- Evitar caminar sobre rocas húmedas o superficies inestables.
- Utilizar calzado adecuado.
- No arrojar residuos ni sustancias al agua.
- No utilizar productos contaminantes en las fuentes hídricas.
- Mantener una distancia prudente de las zonas profundas o de corriente.
- Respetar la vegetación ubicada alrededor de los cuerpos de agua.

Idea principal

¿Dónde hay agua, hay vida; y donde existe bosque, existe una oportunidad para protegerla?"

Se explica la importancia de conservar las áreas naturales asociadas a las fuentes hídricas y su relación con la biodiversidad.

Golpe – Momento experiencial

El grupo realiza una pausa junto al agua.

Durante algunos minutos se invita a los visitantes a permanecer en silencio y escuchar únicamente los sonidos producidos por la corriente, las aves y el bosque.

El guía puede plantear una pregunta:

"Si este sonido desapareciera, ¿qué más tendría que haber desaparecido antes?"
La reflexión permite relacionar el sonido del agua con la existencia de todo el ecosistema que la rodea.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 5 – CUANDO EL AGUA APARECE

Introducción

El recorrido conduce hacia la Cascada Al Manto, uno de los principales atractivos naturales de la propiedad.

La llegada a la cascada representa un cambio en el ritmo de la experiencia. Después de caminar y observar pequeños detalles del bosque, el visitante encuentra un elemento de gran presencia visual y sonora.

La cascada se interpreta como una expresión del recorrido del agua por el territorio y como un espacio para contemplar, fotografiar y descansar.

Lugar y tiempo

Lugar: Cascada Al Manto.
Duración: 30 a 45 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Respetar las zonas delimitadas.
- No acercarse a lugares peligrosos o de caída.
- No subir por las paredes o superficies rocosas.
- Tener precaución con rocas húmedas y resbaladizas.
- No ingresar al agua en zonas no autorizadas.
- No dejar residuos.
- No alterar plantas, rocas o elementos naturales.
- Seguir las instrucciones del guía.

Idea principal:

"El agua que vemos caer aquí de donde creen que viene."
La cascada permite explicar la relación entre lluvia, escorrentía, bosque, quebradas, la desembocadura de estas en los ríos secundarios, luego en los primarios y finalmente su llegada al mar.

Golpe – Momento experiencial "La fuerza del Duende de Oro"

La llegada a la cascada se realiza sin una explicación inmediata.

El guía primero permite que los visitantes tengan unos minutos para observar y escuchar el lugar.

Después invita a realizar una fotografía grupal o individual y propone una pausa de contemplación.

El objetivo es que la cascada no sea únicamente una parada para tomar fotografías, sino un momento para sentir la dimensión del paisaje a través del sonido, la humedad, la vegetación y el movimiento del agua.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 6 – "A LA ESPERA DE UN ENCUENTRO"

Introducción:
La biodiversidad constituye uno de los principales valores de Lodge El Páramo. En sus bosques existe potencial para la observación de aves y otros animales silvestres. Este momento se plantea desde la paciencia y la expectativa, evitando garantizar el avistamiento de una especie específica.

El visitante aprende que observar fauna silvestre implica detenerse, escuchar, esperar y respetar los ritmos naturales.

Lugar y tiempo

Lugar: Bosques y zonas identificadas para observación de fauna y aves.
Duración: 45 a 60 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- Mantener silencio o hablar en voz baja.
- No utilizar sonidos para atraer animales.
- No alimentar fauna silvestre.
- No perseguir animales.
- Mantener distancia.
- No utilizar flash cuando pueda afectar a los animales.
- Permanecer en los senderos autorizados.
- Seguir las instrucciones del guía.
- La observación de especies está sujeta a las condiciones naturales del momento.

Idea principal

"En la naturaleza, observar también significa saber esperar."
La experiencia no se mide por la cantidad de especies observadas, sino por la capacidad del visitante para reconocer, interpretar y respetar la vida silvestre.

Golpe – Momento experiencial

El grupo se ubica en un punto apropiado para observación.

Durante varios minutos permanece en silencio.

El guía orienta al grupo para identificar sonidos, movimientos y posibles señales de presencia de fauna.

Si aparece un ave u otro animal, el encuentro se realiza desde la distancia y sin intervenir.

Si no aparece ningún animal, la experiencia igualmente continúa a partir de los sonidos y señales encontrados.

El momento busca generar una sensación de expectativa y descubrimiento, donde el visitante comprende que la naturaleza no funciona bajo demanda.

MOMENTO INTERPRETATIVO No 7 – "LA NOCHE CUENTA HISTORIAS"

Introducción:
La experiencia culmina durante la noche, cuando el paisaje cambia completamente.

El bosque, que durante el día estuvo asociado al movimiento, los sonidos de las aves y la exploración, se transforma en un espacio de silencio y contemplación.

La noche permite integrar dos elementos especiales de Lodge El Páramo: **la fogata y la observación del cielo**.

Lugar y tiempo

Lugar: Zona habilitada para fogata y observación de estrellas.
Duración: 60 a 90 minutos.

Seguridad, reglas y recomendaciones

- La fogata debe realizarse únicamente en el lugar autorizado.
- El fuego debe estar bajo supervisión permanente.
- No arrojar residuos al fuego.
- No manipular el fuego sin autorización.
- Mantener distancia de seguridad.
- Evitar desplazamientos innecesarios por zonas oscuras.
- Utilizar linterna cuando sea necesario, evitando dirigirla hacia fauna.
- Mantener bajo el nivel de ruido.
- Apagar completamente la fogata al finalizar.
- Respetar las condiciones ambientales y restricciones que puedan existir para el uso del fuego.

Idea principal

"Cuando cae la noche, el territorio no desaparece; simplemente comienza a contarnos otra historia."

La oscuridad permite descubrir una dimensión diferente del paisaje y reconocer el valor de conservar lugares donde el cielo nocturno todavía puede disfrutarse.

Golpe – Momento experiencial

La actividad comienza alrededor de la fogata, donde el anfitrión puede compartir brevemente historias de la finca, del territorio y de la decisión de conservar sus espacios naturales.

Posteriormente se apaga o disminuye la iluminación artificial para permitir la observación del cielo.

Los visitantes permanecen unos minutos en silencio mirando las estrellas.

El guía puede orientar la observación del cielo según las condiciones de la noche y finalizar con una reflexión:

"Durante el día descubrimos lo que habita el bosque. Esta noche descubrimos lo que existe sobre nosotros."

4. COMPONENTES DEL SERVICIO Y ORGANIZACIÓN DE LOS ESPACIOS.

Para **"La Reserva Natural Regional Cueva de los Guácharos""**, los componentes de servicio y organización de los espacios deben estar asociados a la infraestructura existente, al personal de servicio y a los atractivos turísticos.

Componente	Propuesta para LODGE EL PÁRAMO
Atención al cliente e interacción con el anfitrión	Recibimiento personalizado, presentación del Lodge, explicación de horarios, orientación sobre actividades,, tención cercana durante la estadía, despedida personalizada.
Distribución de los elementos físicos	El Lodge debe procurar una distribución clara entre habitaciones, áreas comunes, comedor, espacios exteriores, zonas de descanso, área de fogata, senderos, zonas de camping, servicios sanitarios.
Coherencia estética y visual	La estética debe conservar la identidad rural y natural del lugar, utilizando principalmente madera, materiales naturales, tonalidades relacionadas con bosque y tierra, Iluminación cálida, elementos artesanales, señalización discreta.
Ambientación acorde a la narrativa	La principal ambientación debe ser la propia naturaleza. La ambientación debe reforzar los cuatro elementos principales: Bosques, Agua, Vida Silvestre, firmamento.
Recursos interpretativos	Utilizar recursos sencillos que ayuden a descubrir el territorio: historias locales, señalización interpretativa, Fichas de aves, fotografías de fauna, Mapas sencillos, Información sobre bosques, información sobre fuentes de agua, binoculares, guías de aves, linternas de luz cálida o roja para actividades nocturnas. No es necesario llenar la propiedad de carteles; el principal recurso interpretativo debe ser el conocimiento del guía.
Momentos experienciales	Cada segmento del viaje debe contar con un pequeño momento memorable: Caminata, observación de aves, observación de fauna, visita a cascada, contemplación de la laguna, fogata, observación de estrellas, descanso en el Lodge. Estos momentos deben ser sencillos de ejecutar y utilizar principalmente los sentidos, el silencio.
Elementos de confort y bienestar	Camas confortables, ropa de cama de calidad, Iluminación adecuada, espacios limpios, alimentación organizada, zonas de descanso, protección frente a lluvia, espacios para contemplación.
Seguridad y conservación	Las normas de seguridad y comportamiento ambiental deben comunicarse desde el inicio y recordarse en los puntos donde sea necesario. El visitante debe comprender que caminar en escenarios naturales implica protegerlo: permanecer en el sendero, no extraer elementos naturales,

	no alimentar fauna, manejar adecuadamente los residuos, respetar el silencio y seguir las instrucciones del guía, adicional a lo anterior los senderos deben estar demarcados y seguros, se debe contar con botiquín, linternas, protocolos para caminatas, manejo responsable de residuos, entre otros.
Registro y recuerdo de la experiencia	Se puede implementar: • Fotografía de recuerdo. • Registro de especies observadas. • Bitácora de visitantes. • Tarjeta con especies representativas. • Mapa ilustrado del Lodge. • Certificado simbólico de visita.

5. ESTANDARES DE CALIDAD.

Para **"La Reserva Natural Regional Cueva de los Guácharos"**, los estándares de calidad deben ser básicos, claros y aplicables, permitiendo que la experiencia sea fácil de desarrollar y no se convierta en un protocolo, rígido y estructurado que sea demasiado complejo para la implementación por parte del personal de servicio.

5.1 Protocolos de atención.

- Recibir al visitante.
- Confirmar reserva.
- Presentar las instalaciones.
- Explicar horarios y servicios.
- Informar las actividades.
- Explicar normas de seguridad.
- Realizar seguimiento durante la estadía.
- Realizar cierre y despedida.

5.2 Buenas prácticas de servicio.

- Puntualidad.
- Amabilidad.
- Información clara.
- Limpieza.
- Orden.
- Presentación adecuada del personal.
- Atención personalizada.
- Cumplimiento de lo ofrecido.
- Manejo adecuado de alimentos.
- Comunicación permanente con el visitante.

5.3 Seguridad al visitante.

- Senderismo.
- Cruce o acercamiento a quebradas.
- Visita a cascadas.
- Observación de fauna.
- Actividades nocturnas.
- Fogata.
- Uso de áreas de camping.
- Emergencias.

5.4 Servicio de alojamiento.

- Senderismo.
- Cruce o acercamiento a quebradas.
- Habitaciones limpias.
- Camas adecuadas.
- Ropa de cama limpia.
- Ventilación.
- Iluminación.
- Baños en condiciones óptimas.
- Manejo adecuado de residuos.
- Información sobre horarios y servicios.

5.5 Servicio de alimentación.

El paquete debe contemplar:

- Desayuno.
- Almuerzo.
- Cena.
- Refrigerio.

Se recomienda priorizar productos locales y de la vereda y preparaciones que representen la identidad gastronómica de la región.

5.6 Interpretación y guianza local.

- Guías preparados.
- Información comprensible.
- No garantizar avistamientos.
- Mantener distancias prudentes de la fauna.
- Evitar alterar el comportamiento animal.

- Promover la conservación.

5.7 Observación de biodiversidad.

- Grupos pequeños.
- Uso responsable de binoculares y cámaras.
- No utilizar métodos invasivos.
- Evitar reproducción excesiva de sonidos.
- No alimentar animales.
- No perseguir fauna.

5.8 Fogatas.

- Ubicación segura.
- Área delimitada.
- Control permanente.
- Disponibilidad de agua o elementos para apagarla.
- Apagado completo al finalizar.
- No dejar fuego sin supervisión.

5.9 Observación de estrellas.

- Área segura.
- Iluminación controlada.
- Evitar luces directas hacia los visitantes.
- Explicación básica del cielo nocturno.
- Mantener un ambiente tranquilo.

5 ESTRUCTURA DE COSTOS.

5.1 Costeo.

La estructura tarifaria para el Lodge el Páramo contempla una estructura diferente que vincula varios elementos que hacen parte del costo.

contempla un margen de utilidad objetivo del 20% y una provisión del 15% para costos indirectos de operación, una comisión del 15% para la agencia operadora local que vende planes y para grupos de 8 a 15 visitantes se incorpora un segundo guía, con el propósito de mantener condiciones adecuadas de seguridad, interpretación y calidad en la prestación de la experiencia.

Manteniendo los siguientes elementos que hacen parte de la estructura de costos:

Descripción	Valor
Alojamiento por persona por noche	$140.000 por persona
Póliza de asistencia	$ 6.000 por persona
Refrigerio (2)	$15.000 por persona
Desayuno (1)	$15.000 por persona
Almuerzo (1)	$20.000 por persona
Cena (1)	$15.000 por persona
Guianza (1)	$ 85.000 1 a 7 personas
Guianza (1)	$ 170.000 8 a 15 personas
Costos indirectos	15%
Utilidad objetivo	20%
Comisión Agencia operadora	15%

Si queremos que el vendedor sea la Reserva Natural Regional y la agencia operadora conserve su 20% de utilidad después de pagar la comisión del 15%, la fórmula correcta es:

- **Precio de venta =** Costo operativo × 1,20 ÷ 0,85
- Esto significa que no basta con sumar 15% al precio anterior, porque la comisión se calcula sobre el precio final.

Paquete 1 noche 2 días.

Día 1	
Momento	**Actividad**
Llegada	Bienvenida y orientación
Mediodía	Almuerzo
Tarde	Instalación en el Lodge
Tarde	Caminata interpretativa por el bosque
Tarde	Regreso al Lodge
Noche	Cena.
Noche	Contemplación del firmamento
Noche	Fogata y tertulia
Noche	Pernoctación
Día 2	
Momento	**Actividad**
Madrugada / mañana	Observación de aves
Mañana	Desayuno
Mañana	Ruta del agua
Mediodía	Almuerzo
Tarde	Tiempo de descanso y contemplación
Tarde	Cierre de la experiencia
Tarde	Salida.

Grupo	Costos directos	Costos indirectos 15%	Costo operativo total	Utilidad objetivo 20%	Precio venta neto	Comisión 15%	Precio antes de IVA	IVA 19%	PVP final grupo	PVP final por pax con IVA
1	$296.000	$44.400	$340.400	$68.080	$408.480	$72.085	$480.565	$91.307	$571.872	$571.872
2	$507.000	$76.050	$583.050	$116.610	$699.660	$123.469	$823.129	$156.395	$979.524	$489.762
3	$718.000	$107.700	$825.700	$165.140	$990.840	$174.854	$1.165.694	$221.482	$1.387.176	$462.392
4	$929.000	$139.350	$1.068.350	$213.670	$1.282.020	$226.239	$1.508.259	$286.569	$1.794.828	$448.707
5	$1.140.000	$171.000	$1.311.000	$262.200	$1.573.200	$277.624	$1.850.824	$351.656	$2.202.480	$440.496
6	$1.351.000	$202.650	$1.553.650	$310.730	$1.864.380	$329.008	$2.193.388	$416.744	$2.610.132	$435.022
7	$1.562.000	$234.300	$1.796.300	$359.260	$2.155.560	$380.393	$2.535.953	$481.831	$3.017.784	$431.112
8	$1.858.000	$278.700	$2.136.700	$427.340	$2.564.040	$452.478	$3.016.518	$573.138	$3.589.656	$448.707
9	$2.069.000	$310.350	$2.379.350	$475.870	$2.855.220	$503.862	$3.359.082	$638.226	$3.997.308	$444.145
10	$2.280.000	$342.000	$2.622.000	$524.400	$3.146.400	$555.247	$3.701.647	$703.313	$4.404.960	$440.496

Para conservar la utilidad objetivo del 20% después de aplicar una comisión del 15% sobre el precio antes de IVA, se utiliza: Precio antes de IVA = (Costo operativo × 1,20) ÷ 0,85.

- Costos directos $1.562.000
- Costos indirectos (15%) $ 234.300
- **Costo operativo total** **$1.796.300**
- Utilidad objetivo (20%) $ 359.260
- **Precio de venta neto** **$2.155.560**
- Comisión agencia (15%) $ 380.393
- **Precio antes de IVA** **$2.535.953**
- IVA (19%) $ 481.831
- **PVP final grupo** **$3.017.784**
- **PVP por persona con IVA** **$ 431.112** **7 PAX**

Paquete 2 noches 3 días. – Llegada y Conexión con el bosque.

Día 1 – Llegada y conexión con el bosque	
Momento	**Actividad**
Llegada	Bienvenida y recomendaciones.
Mediodía	Almuerzo
Tarde	Instalación en el Lodge
Tarde	Caminata interpretativa por el bosque
Tarde	Regreso al Lodge
Noche	Cena.
Noche	Contemplación del firmamento
Noche	Fogata y tertulia
Noche	Pernoctación

Día 2 – Agua y Biodiversidad.	
Momento	**Actividad**
Madrugada	Observación de aves
Mañana	Desayuno
Mañana	Ruta del agua
Medio día	Almuerzo
Tarde	Descanso
Tarde	Observación de fauna y naturaleza
Noche	Cena
Noche	Fogata
Noche	Pernoctación

Día 3 – De camino a la laguna.	
Momento	**Actividad**
Mañana	Desayuno
Mañana	Caminata hacia la laguna
Mañana	Regreso al lodge
Medio día	Almuerzo
Tarde	Descanso
Tarde	Salida

Grupo	Costos directos	Costos indirectos 15%	Costo operativo total	Utilidad objetivo 20%	Precio venta neto	Comisión 15%	Precio antes de IVA	IVA 19%	PVP final grupo	PVP final por pax con IVA
1	$507.000	$76.050	$583.050	$116.610	$699.660	$123.469	$823.129	$156.395	$979.524	$979.524
2	$929.000	$139.350	$1.068.350	$213.670	$1.282.020	$226.239	$1.508.259	$286.569	$1.794.828	$897.414
3	$1.351.000	$202.650	$1.553.650	$310.730	$1.864.380	$329.008	$2.193.388	$416.744	$2.610.132	$870.044
4	$1.773.000	$265.950	$2.038.950	$407.790	$2.446.740	$431.778	$2.878.518	$546.918	$3.425.436	$856.359
5	$2.195.000	$329.250	$2.524.250	$504.850	$3.029.100	$534.547	$3.563.647	$677.093	$4.240.740	$848.148
6	$2.617.000	$392.550	$3.009.550	$601.910	$3.611.460	$637.316	$4.248.776	$807.268	$5.056.044	$842.674
7	$3.039.000	$455.850	$3.494.850	$698.970	$4.193.820	$740.086	$4.933.906	$937.442	$5.871.348	$838.764
8	$3.546.000	$531.900	$4.077.900	$815.580	$4.893.480	$863.555	$5.757.035	$1.093.837	$6.850.872	$856.359
9	$3.968.000	$595.200	$4.563.200	$912.640	$5.475.840	$966.325	$6.442.165	$1.224.011	$7.666.176	$851.797
10	$4.390.000	$658.500	$5.048.500	$1.009.700	$6.058.200	$1.069.094	$7.127.294	$1.354.186	$8.481.480	$848.148

Para conservar la utilidad objetivo del 20% después de aplicar una comisión del 15% sobre el precio antes de IVA, se utiliza: Precio antes de IVA = (Costo operativo × 1,20) ÷ 0,85.

- Costos directos $3.309.000
- Costos indirectos (15%) $ 445.850
- **Costo operativo total** **$3.494.850**
- Utilidad objetivo (20%) $ 698.970
- Precio de venta neto $4.193.820
- Comisión agencia (15%) $ 740.086
- **Precio antes de IVA** **$7.933.906**
- IVA (19%) $ 937.442
- **PVP final grupo** **$5.871.348**
- **PVP por persona con IVA** **$ 838.764**

La tabla de comercialización muestra tarifas redondeadas que no son inferiores al PVP. La incorporación del segundo guía para grupos de 8 personas en adelante puede generar un incremento del precio por persona.

Lo que incluye y lo que no

Los anteriores precios incluyen

- Guianza local.
- Póliza de asistencia.
- Alimentación completa
- Refrigerio
- Impuestos
- Alojamiento acomodación sencilla, doble y múltiple

No incluye:

- Bebidas alcohólicas.
- Transporte desde el pueblo hasta Vereda puerto nuevo ida y regreso.
- Traslados a caballo

Elaboró.

JULIAN MEJIA FUENTES.
Profesional Consultor.
Grupo Quality S.A.S
Sabanalarga, Casanare junio 24 de 2026

ANEXO 12
Listado Asistencia
Capacitación N° 1
Operación Turística

ACTIVIDAD N° 4 - CAPACITACIONES

"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"
AGOSTO - 2026

CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA No. 10.2011.179.2026
SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE Y GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

Teléfono: 311 561 7330.
E-mail: grupoqualitysas@gmail.com

En el marco del contrato de mínima cuantía **No. 110.2011.179.2026** cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"** se desarrollaron tres (03) capacitaciones teórico-prácticas de manera presencial donde se abordaron los siguientes temas:

Taller N° 1 - Operación turística:
Taller N° 2 - Guianza turística:
Taller N° 3 - Estrategias de promoción y comercialización de experiencias turísticas.

Con una duración de Tres (03) horas teórico practicas cada una y se desarrollaron en el punto vive digital y Xocasa – Chocolate de Sabanalarga.

A continuación, se anexa el contrato del tallerista, el paz y salvo, el pago de seguridad social del mismo y los listados de asistencia firmados por los beneficiarios.

Vb_____
Julián Mejía Fuentes
Rep Legal Grupo Quality S.A.S
Nit: 900835934-2

FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA A TALLERES

TALLER: Operación turística | **Beneficiarios:** Experiencias turísticas

Fecha: 29 julio de 2026 | **Horario:** 8:00 A.M a 11:00 A.M | **Profesional:** Cristian Camilo Becerra

Proceso: 110.2011.179.2026

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.

#	NOMBRES Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	EMPRESA INICIATIVA	SECTOR AL QUE PERTENECE	TELEFONO	CORREO ELÉCTRONICO E- MAIL	FIRMA
1	Lili Rodríguez Heredia	21.180.574	Restaurante Los Mangos	Gastronomía	3192233548	Lili2019rodrigue@gmail.com	
2	Samuel Contreras Bernal	9.506.241	Reserva Natural Cueva de Los Guácharos	Turismo de Naturaleza	3144429020	Contrerassamuel290@gmail.com	
3	Gonzalo Fernández Cubides	74.810.379	Reserva Natural Finca el Páramo	Turismo de Naturaleza	3128945833	gonzalo1975fernandez@gmail.com	
4	Carolina Vargas Vargas	23.417.976	Orquídeas de Piedemonte	Turismo de Naturaleza	3204553337	Carolinavargas976@gmail.com	
5	Thomas Ruiz Castro	1.049.627.902	Cascadas Subterráneas	Turismo de Naturaleza	3103920204	Ruizthomas19@gmail.com	
6	Hilda Vargas Piñeros	23.417.510	Xocasa Sabanalarga	Turismo de Bienestar	3114800993	hilvarp@hotmail.com	

Vb
Julián Mejía Fuentes
Rep. Legal
Grupo Quality S.A.S

ANEXO 13

Listado Asistencia

Capacitación N°2

Guianza Turística

FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA A TALLERES

TALLER: Guianza turística | **Beneficiarios:** Experiencias turísticas

Fecha: 29 julio de 2026 | **Horario:** 11 A.M a 14:00 P.M | **Profesional:** Cristian Camilo Becerra

Proceso: 110.2011.179.2026

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.

#	NOMBRES Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	EMPRESA INICIATIVA	SECTOR AL QUE PERTENECE	TELEFONO	CORREO ELÉCTRONICO E- MAIL	FIRMA
1	Lili Rodríguez Heredia	21.180.574	Restaurante Los Mangos	Gastronomía	3192233548	Lili2019rodrigue@gmail.com	
2	Samuel Contreras Bernal	9.506.241	Reserva Natural Cueva de Los Guácharos	Turismo de Naturaleza	3144429020	Contrerassamuel290@gmail.com	
3	Gonzalo Fernández Cubides	74.810.379	Reserva Natural Finca el Páramo	Turismo de Naturaleza	3128945833	gonzalo1975fernandez@gmail.com	
4	Carolina Vargas Vargas	23.417.976	Orquídeas de Piedemonte	Turismo de Naturaleza	3204553337	Carolinavargas976@gmail.com	
5	Thomas Ruiz Castro	1.049.627.902	Cascadas Subterráneas	Turismo de Naturaleza	3103920204	Ruizthomas19@gmail.com	
6	Hilda Vargas Piñeros	23.417.510	Xocasa Sabanalarga	Turismo de Bienestar	3114800993	hilvarp@hotmail.com	

Vb
Julián Mejía Fuentes
Rep. Legal
Grupo Quality S.A.S

ANEXO 14

Listado Asistencia

Capacitación N°3

Estrategias de Promoción y Comercialización de Experiencias turísticas

FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA A TALLERES

TALLER: Estrategias de promoción y comercialización de experiencias turísticas		**Beneficiarios:** Experiencias turísticas
Fecha: 30 julio de 2026	**Horario:** 08:00 A.M a 11:00 A.M	**Profesional:** Cristian Camilo Becerra
Proceso: 110.2011.179.2026		

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.

#	NOMBRES Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	EMPRESA INICIATIVA	SECTOR AL QUE PERTENECE	TELEFONO	CORREO ELÉCTRONICO E- MAIL	FIRMA
1	Lili Rodríguez Heredia	21.180.574	Restaurante Los Mangos	Gastronomía	3192233548	Lili2019rodrigue@gmail.com	
2	Samuel Contreras Bernal	9.506.241	Reserva Natural Cueva de Los Guácharos	Turismo de Naturaleza	3144429020	Contrerassamuel290@gmail.com	
3	Gonzalo Fernández Cubides	74.810.379	Reserva Natural Finca el Páramo	Turismo de Naturaleza	3128945833	gonzalo1975fernandez@gmail.com	
4	Carolina Vargas Vargas	23.417.976	Orquídeas de Piedemonte	Turismo de Naturaleza	3204553337	Carolinavargas976@gmail.com	
5	Thomas Ruiz Castro	1.049.627.902	Cascadas Subterráneas	Turismo de Naturaleza	3103920204	Ruizthomas19@gmail.com	
6	Hilda Vargas Piñeros	23.417.510	Xocasa Sabanalarga	Turismo de Bienestar	3114800993	hilvarp@hotmail.com	

Vb
Julián Mejía Fuentes
Rep. Legal
Grupo Quality S.A.S

ANEXO 15
Contrato Tallerista

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS N° 002 DE 2026		
NOMBRE DEL CONTRATANTE GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S	**DOMICILIO Y DIRECCIÓN DEL CONTRATANTE** SABANALARGA, CASANARE, CALLE 5 N° 7 - 19	
NOMBRE DEL CONTRATISTA CRISTIAN CAMILO BECERRA	**NUMERO DE IDENTIFICACION** 1.052.390.685	
TELEFONO DEL CONTRATISTA 3228394840	**DOMICILIO Y DIRECCION DEL CONTRATISTA** CRA. 30 # 13 – 75, Duitama, Boyacá	
OBJETO DEL CONTRATO PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES COMO INSTRUCTOR TALLERISTA TURÍSTICO PARA EL PROCESO DE FORMACIÓN EN EL MARCO DEL CONTRATO DE MÍNIMA CUANTIA N° 110.2011.179.2026 SUSCRITO ENTRE GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD & ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S Y LA ALCALDIA DE SABANALARGA, CASANARE, cuyo objeto es "PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE." EN LOS SIGUIENTES TEMAS: TALLER N° 1 - OPERACIÓN TURÍSTICA. TALLER N° 2 - GUIANZA TURÍSTICA. TALLER N° 3 - ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS. CADA TALLER TIENE UNA DURACIÓN DE 3 HORAS TEÓRICO PRACTICAS.		
VALOR DOS MILLONES CUATROCIENTOS MIL PESOS ($2.400.000)	**RECURSOS:** PRIVADOS	**PLAZO** JULIO 29 Y 30
FORMA DE PAGO 100 % UNA VEZ EJECUTADA LA TOTALIDAD DEL OBJETO CONTRACTUAL.	**FECHA DE INICIO** 29 DE JULIO 2026	**FECHA TERMINACION** 30 DE JULIO DE 2026

Entre los suscritos, **JOSE JULIAN MEJIA FUENTES,** mayor de edad, quien actúa en calidad de Representante Legal de **GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.,** quien para efectos del presente contrato se denominará **EL CONTRATANTE, y CRISTIAN CAMILO BECERRA CUEVAS,** identificado con cédula de ciudadanía **N° 1.052.390.685, con domicilio en la CRA. 30 # 13 – 75, Duitama, Boyacá, teléfono 3228394840,** quien para efectos del presente documento se

denominará **EL CONTRATISTA**, acuerdan celebrar el presente contrato de prestación de servicios, el cual se regirá por las siguientes cláusulas:

Primera. – Objeto. PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES COMO INSTRUCTOR TALLERISTA TURÍSTICO PARA EL PROCESO DE FORMACIÓN EN EL MARCO DEL CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA N° 110.2011.179.2026 SUSCRITO ENTRE GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD & ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S. Y LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE, cuyo objeto es "PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE."

Para el cumplimiento del objeto contractual, EL CONTRATISTA desarrollará los siguientes talleres: TALLER N° 1 – OPERACIÓN TURÍSTICA; TALLER N° 2 – GUIANZA TURÍSTICA; y TALLER N° 3 – ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS.

Segunda. – Duración o Plazo. La duración de cada taller será de tres horas teórico practicas y se trabajara la estructura fijada por las especificaciones técnicas del contrato y el plazo para la ejecución del presente contrato será durante los días 29 y 30 de julio de 2026, comprendidos desde el 29 de julio de 2026 hasta el 30 de julio de 2026.

Tercera. – Valor. El valor del contrato se fija en la suma de **DOS MILLONES CUATROCIENTOS MIL PESOS M/CTE ($2.400.000).**

Cuarta. – Forma de pago. El valor pactado en la cláusula anterior será cancelado en un cien por ciento (100 %) una vez ejecutada la totalidad del objeto contractual, previa entrega de memorias de cada taller, descripción de metodología aplicada, cuenta de cobro y comprobante del contratista en el pago de Seguridad Social en Salud, Pensión y Riesgos Laborales, pago de parafiscales y factura si a ello está obligado.

Quinta. – Recursos. Los recursos destinados para la ejecución del presente contrato son **PRIVADOS.**

Sexta. – Obligaciones de EL CONTRATANTE. Este deberá facilitar el acceso a la información que sea necesaria, de manera oportuna, para la debida ejecución del objeto contratado y estará obligado a cumplir con lo estipulado en las demás cláusulas y condiciones previstas en este documento.

Séptima. – Obligaciones de EL CONTRATISTA. EL CONTRATISTA deberá cumplir en forma eficiente y oportuna los trabajos encomendados y las obligaciones que se generen de acuerdo con la naturaleza del servicio, desarrollando el objeto contractual y los talleres de formación señalados en la cláusula primera.

Octava. – Confidencialidad. EL CONTRATISTA se obliga a mantener entre las partes y no compartir con personas ajenas a este contrato, inclusive una vez

terminado el mismo, ninguna información obtenida en virtud de este contrato. Este compromiso sobrevive por término indefinido, incluso una vez terminado el presente contrato.

Novena. – Supervisión del Contrato. EL CONTRATANTE ejercerá la vigilancia del cumplimiento del presente contrato, por intermedio del Representante Legal o quien haga sus veces o él (ella) designe, quien podrá cumplir, entre otras, las siguientes funciones: **1)** Vigilar el cumplimiento del contrato. **2)** Resolver las dudas que tenga **EL CONTRATISTA. 3)** Presentar las observaciones que juzgue conveniente. **4)** Facilitar oportunamente la información que posea **EL CONTRATANTE** y que sirva a **EL CONTRATISTA** para el desarrollo del objeto contractual. **5)** Recibir y aprobar, de considerar que cumple con el objeto contratado, los informes presentados por **EL CONTRATISTA. 6)** Certificar el cumplimiento del objeto contratado para proceder al respectivo pago. **7)** Estar atento a la fecha de vencimiento del contrato, a fin de determinar, de acuerdo con las necesidades del servicio, la necesidad de suscribir eventuales adiciones y prórrogas del mismo. **8)** Comprobar y dejar constancia del cumplimiento de las obligaciones del **CONTRATISTA** durante toda la vigencia del contrato frente a los Sistemas de Seguridad Social Integral (Salud, Riesgos Laborales y Pensiones). En el evento de aportes incompletos o falta de pago, el supervisor deberá informar y dejar por escrito toda anomalía o incumplimiento y proceder de conformidad con la ley. **9)** Las demás que se requieran para el cabal cumplimiento del objeto del contrato.

Décima. – Causales de Terminación. En adición a lo establecido en la cláusula segunda, **EL CONTRATANTE** podrá dar por terminado el presente contrato en cualquier momento, sin necesidad de avisar anticipadamente a **EL CONTRATISTA,** en los casos establecidos en el documento contractual, incluyendo: **A)** Por llegar el plazo previsto en el presente contrato y realizarse la respectiva liquidación. **B)** Por ofrecimiento o efectuación directa o indirecta de pagos a terceras personas, funcionarios públicos o entidades para influenciar una decisión o beneficio relacionado con este contrato. **C)** Por incumplimiento de las obligaciones de **EL** CONTRATISTA o cuando la ejecución del objeto contractual no se ajuste a las especificaciones y calidades esperadas en el tiempo requerido. **D)** Por las demás causales previstas en el contrato o en la ley.

Décima Primera. – Liquidación del Contrato. La liquidación del contrato se hará mediante acta que suscribirán **EL CONTRATANTE, EL CONTRATISTA,** dentro del mes siguiente a la fecha de terminación del plazo del contrato. Para la liquidación será necesaria la presentación del paz y salvo de terminación del contrato y recibo a satisfacción del mismo por parte del Supervisor.

Décima Segunda. – Independencia de EL CONTRATISTA. EL CONTRATISTA actuará por su propia cuenta, con absoluta autonomía y no estará sometido a subordinación laboral con **EL CONTRATANTE,** y sus derechos se limitarán, de

acuerdo con la naturaleza del contrato, a exigir el cumplimiento de las obligaciones de **EL CONTRATANTE** y al pago de los honorarios estipulados por la prestación del servicio.

Décima Tercera. – Inhabilidades e Incompatibilidades. EL CONTRATISTA afirma bajo la gravedad del juramento, que se entiende prestado con la firma del contrato, que no se encuentra incurso en las causales de inhabilidad o incompatibilidad señaladas por la Constitución y la ley.

Décima Cuarta. – Indemnidad. EL CONTRATANTE se exonerará y mantendrá libre de cualquier daño o perjuicio originado en reclamaciones de terceros y que se deriven de las actuaciones de **EL CONTRATISTA.**

Décima Quinta. – Exclusión de Relación Laboral. Queda claramente entendido que no existirá relación laboral alguna entre **EL CONTRATANTE y EL CONTRATISTA,** o el personal que éste utilice en ejecución del objeto del presente contrato.

Décima Sexta. – Prohibición Cesión del Contrato. EL CONTRATISTA no podrá ceder parcial ni totalmente la ejecución del presente contrato a un tercero salvo previa autorización expresa y escrita de **EL CONTRATANTE.** Igualmente, se reconoce que **EL CONTRATANTE** es dueño del uso exclusivo de los archivos, ediciones, imágenes, video, fotografías y demás material generado del presente contrato.

Décima Séptima. – Domicilio contractual. Para todos los efectos legales, el domicilio contractual será el municipio de Sabanalarga. Las notificaciones serán recibidas por **EL CONTRATANTE** en la dirección indicada en el documento contractual y por **EL CONTRATISTA** en la CRA. 30 # 13 – 75, Duitama, Boyacá. En constancia las partes suscriben el presente documento en dos (2) ejemplares, en Sabanalarga (Casanare), a los 29 días del mes de julio de 2026.

EL CONTRATANTE	CONTRATISTA
JOSE JULIAN MEJIA FUENTES	CRISTIAN CAMILO BECERRA CUEVAS
Rep. Legal Grupo Quality S.A.S.	Profesional Capacitador

ANEXO 16
Seguridad social
Tallerista

compensar | miplanilla.com

PLANILLA INTEGRADA DE AUTOLIQUIDACION DE APORTES

DATOS DEL APORTANTE						
TIPO	NÚMERO	NOMBRE APORTANTE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CORREO	EXONERADO PAGO PARAFISCALES Y SALUD
CC	1052390685	CRISTIAN CAMILO BECERRA CUEVAS	CRA 30 NRO 13-75	6057644691	bertha.valdeleon@gmail.com	
FORMA PRESENTACIÓN	CLASE APORTANTE	NOMBRE SUCURSAL / CÓDIGO	DEPARTAMENTO	CIUDAD / MUNICIPIO		
UNICA	I – Independiente		BOYACÁ	DUITAMA		NO

DATOS DE LA PLANILLA					
PLANILLA ASOCIADA	FECHA PAGO ASOCIADA (DIA/MES/AÑO)	NÚMERO PLANILLA	FECHA PAGO (DIA/MES/AÑO)	CANTIDAD EMPLEADOS	CANTIDAD UPC
		94175365	24/08/2026	1	0
PERIODO SALUD	PERIODO PENSIÓN	TIPO PLANILLA	TOTAL NÓMINA	TOTAL A PAGAR	
2026-07	2026-07	I	$0	$550.000	

TOTALES POR SUBSISTEMAS

TOTALES SALUD

Código EPS	Nombre	NIT	Cotización Obligatoria	UPC Adicional	Incapacidades		Licencia Maternidad		Días Mora	Valor Mora Cotización	Valor Mora UPC	Total a Pagar	No. Afiliados
					No. Autorización	Valor	No. Autorización	Valor					
EPS041	NUEVA E.P.S. S.A. MOV	900156264-2	236.900	0		0		0	0	0	0	236.900	1

TOTALES PENSIÓN

Código AFP	Nombre	NIT	Cotización Obligatoria	Aporte Voluntario Afiliado	Aporte Voluntario Aportante	Aporte FSP - Solidaridad	Aporte FSP - Subsistencia	Días Mora	Valor Mora Cotización	Valor Mora FSP	Total a Pagar	No. Afiliados
230201	Proteccion (ING + Proteccion)	800229739-0	303.200	0	0	0	0	0	0		303.200	1

TOTALES RIESGOS LABORALES

Código ARL	Nombre	NIT	Cotización Obligatoria	Incapacidades		Aportes Otros Sistemas	Valor Neto Cotización	Días Mora	Valor Mora Cotización	Subtotal Cotización	No. Radicado Saldo a Favor	Valor Saldo a Favor	Fondo Solidaridad	Total a Pagar	No. Afiliados
				No. Autorización	Valor										
14-23	Positiva Seguros	860011153-6	9.900				9.900	0	0	9.900			99	9.900	1

TOTALES CAJAS

Código CCF	Nombre	NIT	Valor Aporte	Días Mora	Valor Mora Aporte	Total a Pagar	No. Afiliados

TOTALES PARAFISCALES

Valor Aporte	Días Mora	Valor Mora Aporte	Total a Pagar	No. Afiliados
SENA				
0	0	0	0	0
ICBF				
0	0	0	0	0
ESAP				
MEN				

TOTALES POR SUBSISTEMA

Tipo Administradora	No. Administradoras Reportadas	Valor antes de IGE, LMA, IRP y Mora	Total a Pagar
Salud	1	236.900	236.900
Pensión	1	303.200	303.200
Riesgos Laborales	1	9.900	9.900
CCF	0	0	0
ESAP	0	0	0
ICBF	0	0	0
MEN	0	0	0
SENA	0	0	0
TOTALES	3	550.000	550.000

Este documento está clasificado como PRIVADO por parte de Compensar Operador de Información

compensar | miplanilla.com

PLANILLA INTEGRADA DE AUTOLIQUIDACION DE APORTES

DATOS DEL APORTANTE						
TIPO	NÚMERO	NOMBRE APORTANTE		DIRECCIÓN	TELÉFONO	CORREO
CC	1052390685	CRISTIAN CAMILO BECERRA CUEVAS		CRA 30 NRO 13-75	6087644691	bertha.valdeleon@gmail.com
FORMA PRESENTACIÓN	CLASE APORTANTE	NOMBRE SUCURSAL	CÓDIGO	DEPARTAMENTO	CIUDAD / MUNICIPIO	
ÚNICA	I – Independiente			BOYACÁ	DUITAMA	

EXONERADO PAGO PARAFISCALES Y SALUD
NO

DATOS DE LA PLANILLA					
PLANILLA ASOCIADA	FECHA PAGO ASOCIADA (DIA/MES/AÑO)	NÚMERO PLANILLA	FECHA PAGO (DIA/MES/AÑO)	CANTIDAD EMPLEADOS	CANTIDAD UPC
		94175365	24/08/2026	1	0
PERIODO SALUD	PERIODO PENSIÓN	TIPO PLANILLA	TOTAL NÓMINA	TOTAL A PAGAR	
2026-07	2026-07	I	$0	$550.000	

DETALLE POR COTIZANTE

INFORMACIÓN COTIZANTE							INFORMACIÓN NOVEDADES																			PENSIÓN								SALUD					RIESGOS LABORALES				CCF				PARAFISCALES				
No.	Tipo y Número de Identificación	Apellidos y Nombres	Cotizante	Subtipo	Extranjero	Cotiza en el exterior	Extranjero	IGE	RET	TDE	TAE	TDP	TAP	VSP	VST	SLN	IGE	LMA	VAC	AVP	VCT	IRL	CORRECCIÓN	Cód. AFP	IBC AFP	Días	Cotización	Voluntario Afiliado	Voluntario Aportante	Fondo pensional de solidaridad	Fondo pensional de subsistencia	Cód. EPS	IBC EPS	Días	Cotización / Valor UPC	Cód. ARL	IBC ARL	Días	Clase de Riesgo	Cotización	Código CCF	IBC CCF	Días	Aporte CCF	IBC otros parafiscales	Aporte SENA	Aporte ICBF	Aporte ESAP	Aporte MEN
1	CC 1052390685	BECERRA CUEVAS CRISTIAN CAMILO	57	0			N																	230201	1.895.000	30	303.200	0	0	0	0	EPS041	1.895.000	30	236.900	14-23	1.895.000	30	1	9.900		0	0	0	0	0	0	0	0

PAGADA

Este documento está clasificado como PRIVADO por parte de Compensar Operador de Información

compensar | miplanilla.com

REPORTE RESUMEN DE PAGO

Información básica de la planilla

Empresa:	CRISTIAN CAMILO BECERRA CUEVAS	**NIT:**	1052390685
Tipo Planilla:	I	**Periodo liquidación Pensiones:**	julio 2026
Sucursal o Dependencia:	PRINCIPAL	**Periodo liquidación Salud:**	julio 2026
Número de Radicación:	94175365	**Total a pagar:**	$550,000
Fecha de vencimiento:	24/08/2026	**Total de empleados:**	1
Fecha de Pago:	24/08/2026	**Número de Administradoras:**	3

Detalles del pago

Razón social recaudo:	Compensar OI	**Nit recaudo:**	9998600669427
Descripción:	MiPlanilla.com Pago Proteccion Social	**Medio de Pago:**	Pago Electronico por PSE
Banco:	NEQUI	**Número Autorización:**	587590352
Estado de la transacción:	Transacción aprobada		

Código	NIT	Administradoras	Num. Afiliados	*Número de incapacidad por riesgos laborales	Valor descontado en incapacidad y/o licencia	Total Pagado
14-23	860011153	POSITIVA COMPANIA DE SEGUROS	1		$0	$9,900
230201	800229739	Proteccion (ING + Proteccion)	1		$0	$303,200
EPS041	900156264	NUEVA E.P.S. S.A. MOV	1		$0	$236,900
						$550,000

***Si descontó incapacidades o notas crédito debe informar a la administradora correspondiente los descuentos.**

Este documento está clasificado como PRIVADO por parte de Compensar Operador de Información

ANEXO 17

Paz y Salvo Tallerista.

CRISTIAN CAMILO BECERRA CUEVAS
C.C: N° 1.052.390.685
CRA. 30 # 13 – 75, Duitama, Boyacá
Teléfono: 3228394840

CERTIFICA:

Que: GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S. con Nit: 900.835.934-2, se encuentra a **PAZ Y SALVO** a la fecha, por concepto de servicio de capacitación para el proceso de formación en el marco del contrato de mínima cuantía N° 110.2011.179.2026 cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE,."** tal y como se muestra en la siguiente relación.

Item	Taller	Temáticas trabajadas	Cantidad horas
1	N° 1	Taller de Operación Turística	3
2	N° 2	Guianza Turística	3
3	N° 3	Estrategias de promoción y comercialización de experiencias turísticas	3
		Total, horas	**9**

En total se dictaron tres (3) talleres con una duración de nueve (9) horas de formación para los seis (6) beneficiarios del proyecto, de acuerdo a las especificaciones exigidas y el pago fue realizado vía transferencia a la cuenta digital del BBVA de la que soy titular el día 17 de septiembre de 2025.

El presente certificado se expide a solicitud del interesado a los dos (2) días del mes de septiembre de 2026.

Cristian C. Becerra C

CRISTIAN CAMILO BECERRA CUEVAS
C.C: N° 1.052.390.685
CRA. 30 # 13 – 75, Duitama, Boyacá.
Teléfono: 3228394840

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD & ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S	

ACTIVIDAD N° 5 INFORME VISITA PARA ELABORACIÓN DE BANCO DE FOTOGRAFÍAS

"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"

SEPTIEMBRE - 2026

CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA N° 110.2011.179.2026.
SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE Y GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

Email: Grupoqualitysas@gmail.com
Teléfono: 3115617330

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD & ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S

En el marco del contrato de mínima cuantía **No.** 110.2011.179.2026 cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"** se realizaron visitas presenciales a los seis (6) beneficiarios del proceso de fortalecimiento con el objetivo de tomar a cada iniciativa doce (12) fotografías de las instalaciones, productos y servicios que prestan por empresa y/o iniciativa para que este material le sirva a futuro para promocionarse en canales digitales.

Durante la visita de la jornada de producción fotográfica se tomaron las fotos que luego pasarían a edición y producción para finalmente ser entregadas a cada beneficiario y a continuación se puede ver el formato de visita de cada uno con la descripción de las actividades realizadas y el recibo a satisfacción de las fotografías por los representantes de cada iniciativa.

Vb
Julián Mejía Fuentes
Rep Legal grupo
Quality S.A.S

Email: Grupoqualitysas@gmail.com
Teléfono: 3115617330

ANEXO 18
Informes visitas Elaboración y Entrega de Banco de Fotografías

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: LILI RODRIGUEZ HEREDIA			**C.C:** 21.180.574
Empresa /Unidad Productiva: RESTAURANTE LOS MANGOS			**Nit:** 21.180.574
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: CENTRO POBLADO EL SECRETO		**Tel/Cel:** 319 2233548	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** lili2019rodriguez@gmail.com	

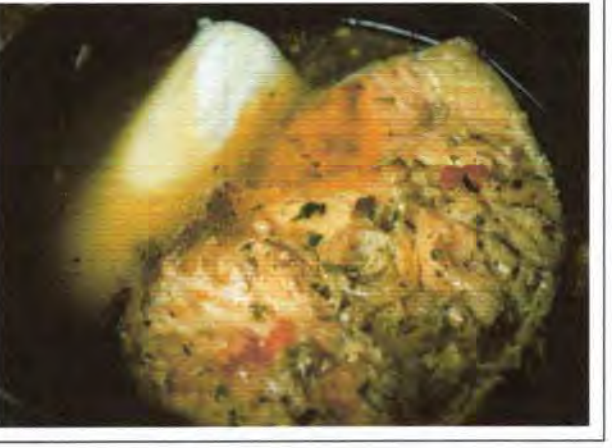
Actividad No. 4 **Creación de Banco de Fotografías.**	**Fecha:** **Agosto 16**

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

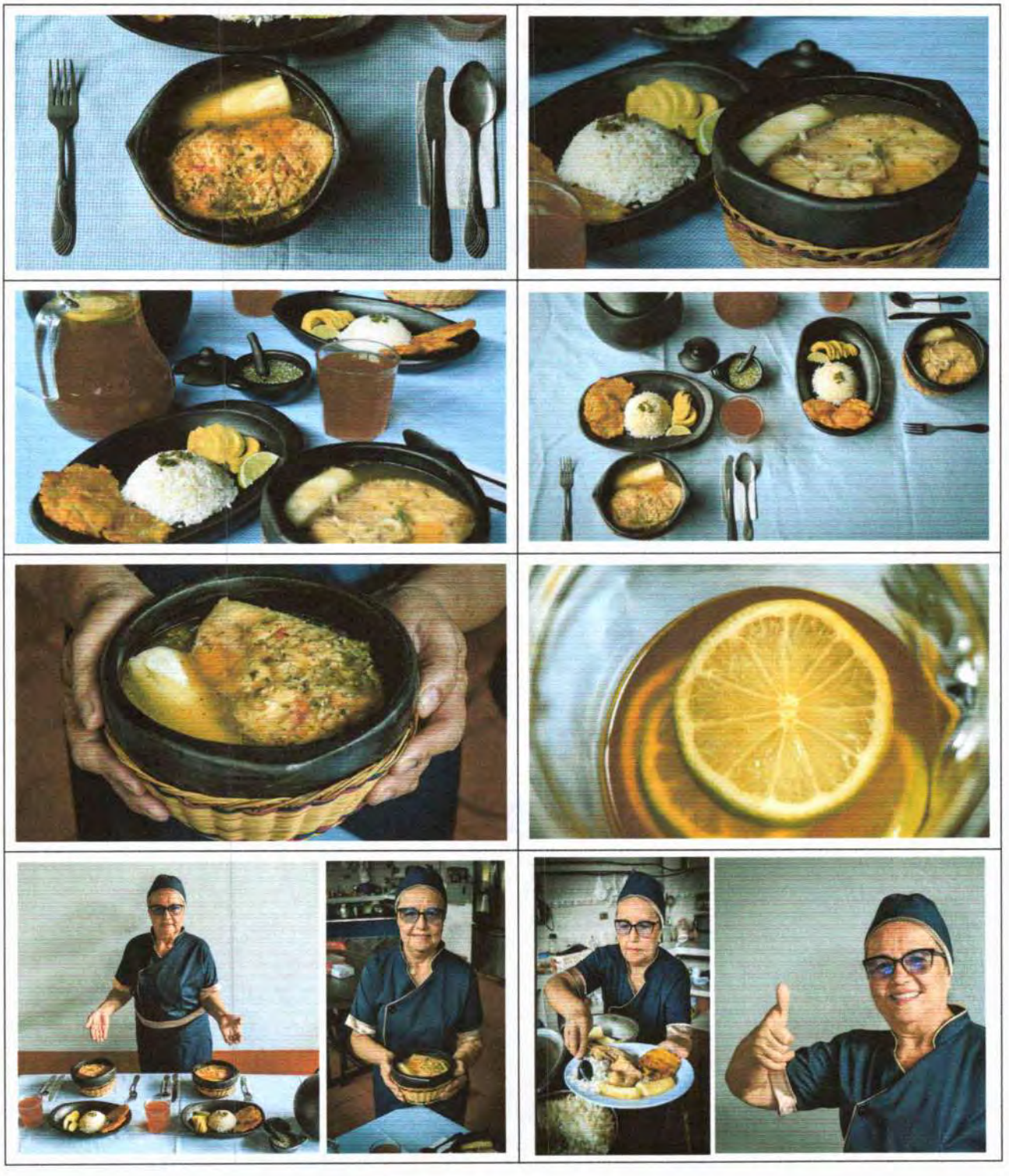
Realizar un banco de doce (12) fotografías digitales en alta resolución y a través de cámara profesional, donde se evidencie las actividades y espacios de cada experiencia turística diseñada, las fotografías deben evidenciar espacios, servicios y actividades que se desarrollan en la experiencia turística y deben estar orientadas para su publicación en redes sociales como Instagram y Facebook.

FOTOGRAFÍAS





GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.**
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL



311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

GRUPO QUALITY	**GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.**
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	LA VISITA TRANSCURRIO CON NORMALIDAD SE TOMARON FOTOS Y SE MOSTRARON A LA SRA LILI QUIEN CON SU FIRMA EN ESTE INFORME LAS RECIBE Y SE ENVIAN AL CORREO LILI2019RODRIGUEZ@GMAIL.COM. Y SE ADJUNTA COMO ANEXO MAIL ENVIO

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** LILI RODRIGUEZ HEREDIA	
C.C	4.208.865	**C.C**	21.180.574
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	319 2233548
Firma:		**Firma:** Lili Rodriguez	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: HILDA VARGAS PIÑEROS			**C.C:** 23.417.510
Empresa /Unidad Productiva: XOCASA			**Nit:** **23.417.510 - 1**
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA EL CARMEN – FINCA LAS DELICIAS		**Tel/Cel:** 3114800993	
Matricula Mercantil 146814	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** hilvarp@hotmail.com	

Actividad No. 4 **Creación de Banco de Fotografías.**	**Fecha:** **Agosto 17**

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

Realizar un banco de doce (12) fotografías digitales en alta resolución y a través de cámara profesional, donde se evidencie las actividades y espacios de cada experiencia turística diseñada, las fotografías deben evidenciar espacios, servicios y actividades que se desarrollan en la experiencia turística y deben estar orientadas para su publicación en redes sociales como Instagram y Facebook.

FOTOGRAFÍAS



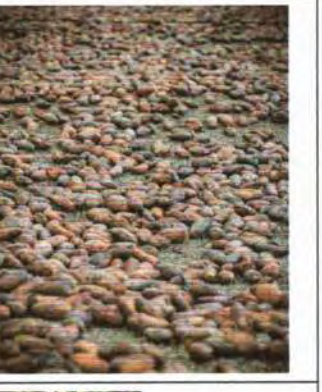


GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

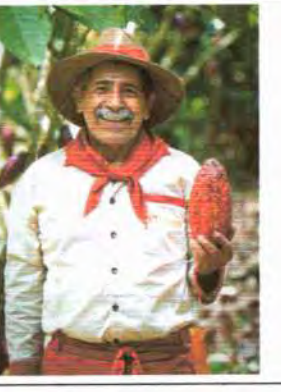
FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL









311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE TOMARON FOTOGRAFIAS, LUEGO SE EDITARON Y SE ADJUNTA LA COPIA DEL ENVIO DE ESTAS AL CORREO. HILVARP@HOTMAIL.COM.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** HILDA VARGAS PIÑEROS	
C.C	4.208.865	**C.C**	23.417.510
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3114800993
Firma:		**Firma:**	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: GONZALO FERNANDEZ CUBIDES			**C.C:** 74.810.379
Empresa /Unidad Productiva: RESERVA NATURAL EL PÁRAMO			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA PUERTO NUEVO – FINCA EL PÁRAMO		**Tel/Cel:** 312 8945833	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** N/A	

Actividad No. 4 **Creación de Banco de Fotografías.**	**Fecha:** **Agosto 18**

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

Realizar un banco de doce (12) fotografías digitales en alta resolución y a través de cámara profesional, donde se evidencie las actividades y espacios de cada experiencia turística diseñada, las fotografías deben evidenciar espacios, servicios y actividades que se desarrollan en la experiencia turística y deben estar orientadas para su publicación en redes sociales como Instagram y Facebook.

FOTOGRAFÍAS





GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL











311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE TOMARON FOTOGRAFIAS, SE MOSTRARON A GONZALO PARA LUEGO DE LA PRODUCCION Y EDICION ENVIARLAS AL CORREO. GONZALO1975FERNANDEZ@GMAIL.COM

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** GONZALO FERNANDEZ CUBIDES	
C.C	4.208.865	**C.C**	74.810.379
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	312 8945833
Firma:		**Firma:** Gonzalo Fernández C.	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: CAROLINA VARGAS VARGAS			**C.C:** 23.417.976
Empresa /Unidad Productiva: ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA EL CARMEN – FINCA LA ESCUADRA		**Tel/Cel:** 3204553337	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** carolinavargas976@gmail.com	

Actividad No. 4 **Creación de Banco de Fotografías.**	**Fecha:** **19 Agosto**

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

Realizar un banco de doce (12) fotografías digitales en alta resolución y a través de cámara profesional, donde se evidencie las actividades y espacios de cada experiencia turística diseñada, las fotografías deben evidenciar espacios, servicios y actividades que se desarrollan en la experiencia turística y deben estar orientadas para su publicación en redes sociales como Instagram y Facebook.

FOTOGRAFÍAS





GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL











311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE TOMARON FOTOGRAFIAS, SE MOSTRARON A ING. CAROLINA Y LUEGO SE EDITARON PARA SER ENVIADAS A MAIL: CAROLINAVARGAS976@GMAIL.COM

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** CAROLINA VARGAS VARGAS	
C.C	4.208.865	**C.C**	23.417.976
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3204553337
Firma:		**Firma:** Carolina Vargas V.	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: THOMAS RUIZ CASTRO			**C.C:** 1.049.627.902
Empresa /Unidad Productiva: LOS CENOTES – CASCADAS SUBTERRANEAS			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA CAÑO BARROSO – FINCA VILLA ELENA		**Tel/Cel:** 3103920204	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** Ruizthomas19@gmail.com	

Actividad No. 4 **Creación de Banco de Fotografías.**	**Fecha:** **20 Agosto**

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

Realizar un banco de doce (12) fotografías digitales en alta resolución y a través de cámara profesional, donde se evidencie las actividades y espacios de cada experiencia turística diseñada, las fotografías deben evidenciar espacios, servicios y actividades que se desarrollan en la experiencia turística y deben estar orientadas para su publicación en redes sociales como Instagram y Facebook.

FOTOGRAFÍAS





GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

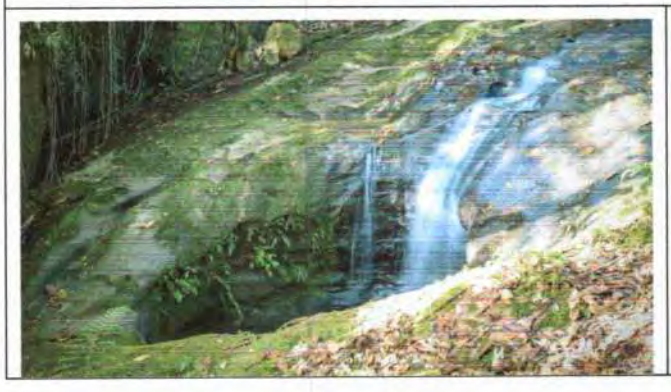
FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL












311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	SE TOMARON FOTOGRAFIAS DE ATRACTIVO NATURAL Y AVES Y SE EDITARON PARA LUEGO SER ENVIADAS A MAIL. RUIZTHOMAS19@GMIAL.COM.

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** THOMAS RUIZ CASTRO	
C.C	4.208.865	**C.C**	1.049.627.902
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3103920204
Firma:		**Firma:**	

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DATOS DEL BENEFICIARIO O USUARIO FINAL			
Proceso: CO1.SLCNTR.17456911 / 110.2011.179.2026			
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE, ORIENTADAS A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.			
Nombre y apellidos: SAMUEL CONTRERAS BERNAL			**C.C:** 9.506.241
Empresa /Unidad Productiva: RESERVA NATURAL CUEVA DE LOS GUÁCHAROS			**Nit:** N/A
Departamento: CASANARE		**Municipio:** SABANALARGA	
Dirección: VDA SAN ANTONIO – FINCA EL REPOSO		**Tel/Cel:** 314 4429020	
Matricula Mercantil N/A	**RNT** N/A	**Correo electrónico:** N/A	

Actividad No. 4 **Creación de Banco de Fotografías.**	**Fecha:** **15 Agosto**

OBJETIVO DE LA VISITA Y/O ASESORIA EMPRESARIAL

Realizar un banco de doce (12) fotografías digitales en alta resolución y a través de cámara profesional, donde se evidencie las actividades y espacios de cada experiencia turística diseñada, las fotografías deben evidenciar espacios, servicios y actividades que se desarrollan en la experiencia turística y deben estar orientadas para su publicación en redes sociales como Instagram y Facebook.

FOTOGRAFÍAS





GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL












311 5617330

GRUPOQUALITYSAS@GMAIL.COM

	GRUPO QUALITY, ASEGURIAMIENTO DE CALIDAS Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.
	FORMATO REGISTRO DE VISITA Y/O ASESORÍA EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA O ASESORIA EMPRESARIAL	
SITUACIÓN ENCONTRADA U OBSERVADA	DURANTE LA VISITA SE TOMARON FOTOS QUE LUEGO FUERON EDITADAS PARA SER ENTREGADAS Y RECIBIDAS A SATISFACCION X EL EMPRESARIO, ESTAS FUERON ENVIADAS A CONTRERASSAMUEL290@GMAIL.CO

Quien realiza la visita JULIAN MEJÍA FUENTES		**Quien recibe la visita de asesoría** SAMUEL CONTRERAS BERNAL	
C.C	4.208.865	**C.C**	9.506.241
Teléfono	3115617330	**Teléfono**	3144429020
Firma:		**Firma:**	

EVIDENCIA ENVÍO FOTOGRAFIAS DE INICIATIVAS DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS A BENEFICIARIOS

"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"
AGOSTO - 2026

CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA No. 10.2011.179.2026
SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE Y GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

Teléfono: 311 561 7330.
E-mail: grupoqualitysas@gmail.com

En el marco del contrato de mínima cuantía **No.** 110.2011.179.2026 cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"** se realizaron seis (6) visitas presenciales a los seis (6) beneficiarios del proceso de fortalecimiento con el objetivo de tomar doce (12) fotografías de las instalaciones, productos y servicios que prestan por empresa y/o iniciativa para que este material le sirva a futuro para promocionarse en canales digitales.

Durante la visita se tuvo que realizar montaje de todos los productos y servicios que ofrecen los beneficiarios y se tomaron las fotografías, que fueron enviadas a mediante enlace Drive sus correos electrónicos como se evidencia a continuación.

Vb_____
Julián Mejía Fuentes
Rep Legal Grupo Quality S.A.S
Nit: 900835934-2

ANEXO 19
Envío Banco de fotografías a correos electrónicos de beneficiarios

Gmail

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com>

FOTOGRAFÍAS CAZUELA DEL UPIA PROCESO FORTALECIMIENTO 110.2011.179.2026

1 mensaje

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com>
Para: Lili2019rodrigue@gmail.com

3 de septiembre de 2026 a las 19:08

- Arroz patacona y aguacate.png
- Cazuela 4.png
- Cazuela 5.png
- Cazuela de Amarillo.png
- Cazuelas 2.png
- Cazuelas 3.png
- La Cazuela del Upia (2).png
- Las cazuelas.png
- Limonada de Panela.png
- Sra Lili 2.png
- Sra Lili 3.png
- Sra Lili.png

Estimada Sra Lili buenas tardes,

En los archivos adjuntos encontrará sumerce las fotografías que hacen parte de los entregables del proceso de fortalecimiento, estás anteriormente ya se las había enviado al whatsapp y las habíamos revisado en el computador.

Cordial saludo,

Julián Mejía Fuentes.
Representante Legal
Grupo Quality S.A.S - Aseguramiento de Calidad y Asesorías Administrativas Integrales.
Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras.
Especialista en Planificación de Turismo Sostenible.
Móvil: 3115617330

Gmail

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com>

FOTOGRAFÍAS CASCADAS SUBTERRANEAS PROCESO FORTALECIMIENTO 110.2011.179.2026

1 mensaje

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com> 3 de septiembre de 2026 a las 20:48
Para: Ruizthomas19@gmail.com

Estimado Thomas buenas tardes,

En los archivos adjuntos encontrará sumerce las fotografías que hacen parte de los entregables del proceso de fortalecimiento, estás anteriormente ya se las había enviado al whatsapp y las habíamos revisado en el computador.

Cordial saludo,

Julián Mejía Fuentes.
Representante Legal
Grupo Quality S.A.S

- Cascada subterranea.png
- Cascadas Subterraneas.png
- Charco.png
- Cueva Cascadas Subterraneas.png
- Cueva de los murcielagos.png
- El arbol dentro de la tierra.png
- Jacamar barbiblanco.png
- Los Ojos de la Tierra 2.png
- Los Ojos de la tierra 3.png
- Los Ojos de la Tierra.png
- Tersina viridis.png
- Torito 2.png
- Torito.png

- Aseguramiento de Calidad y Asesorías Administrativas Integrales.
Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras.
Especialista en Planificación de Turismo Sostenible.
Móvil: 3115617330

Gmail

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com>

FOTOGRAFÍAS XOCASA PROCESO FORTALECIMIENTO 110.2011.179.2026

1 mensaje

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com> 3 de septiembre de 2026 a las 16:56
Para: hilvarp@hotmail.com

Estimada profesora Hilda buenas tardes,

En los archivos adjuntos encontrará sumerce 12 fotografías que hacen parte de los entregables del proceso de fortalecimiento, estás anteriormente ya se las había enviado al whatsapp y las habíamos revisado en el computador..

- Bombones.png
- Cacao 1.png
- Cacao 2.1.png
- Cacao 2.png
- Cacao 3.png
- Cacao 4.png
- Cacao 5.png
- Cacao 6.png
- Cacao campesino para tu consumo.png
- Cacaocultor 2.png
- Cacaocultores.png
- Chocolatinas.png
- Gustavo 2.png
- Gustavo.png
- Miel de mucilago.png
- Molino.png

Gmail

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com>

FOTOGRAFÍAS FINCA EL PARAMO PROCESO FORTALECIMIENTO 110.2011.179.2026

1 mensaje

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com> 3 de septiembre de 2026 a las 17:05
Para: gonzalo1975fernandez@gmail.com

Estimado Sr Gonzalo buenas tardes,

En los archivos adjuntos encontrará sumerce las fotografías que hacen parte de los entregables del proceso de fortalecimiento, estás anteriormente ya se las había enviado al whatsapp y las habíamos revisado en el computador.

Cordial saludo,

Julián Mejía Fuentes.
Representante Legal
Grupo Quality S.A.S - Aseguramiento de Calidad y Asesorías Administrativas Integrales.
Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras.
Especialista en Planificación de Turismo Sostenible.
Móvil: 3115617330

- Bosques y Cordillera.png
- Cascada el Manto horizontal.png
- Cascada el Manto Vertical.png
- Charco Cascada el Manto.png
- Gustavo 1.png
- Gustavo Cascada.png
- Pajareo.png
- Quebrada 1.png
- Quebrada 2.png
- Quebrada 3.png
- Quebrada de camino.png

Gmail

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com>

FOTOGRAFÍAS ORQUIDEAS DE PIEDEMONTE PROCESO FORTALECIMIENTO 110.2011.179.2026

1 mensaje

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com> 3 de septiembre de 2026 a las 18:30
Para: Carolinavargas976@gmail.com

- Arbol de las orquideas.png
- Carpintero escamado.png
- Eliconia 1.png
- Euphonia 1.png
- Orquidea 1.png
- Orquidea 2.png
- Orquidea 3.png
- Orquidea 4.png
- Orquidea 5.png
- Orquidea 6.png
- Orquidea 7.png
- Orquidea 8.png
- Orquidea 9.png
- Orquidea 10.png
- Orquidea 11.png
- Orquidea 12.png
- Orquidea 13.png

Gmail

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com>

FOTOGRAFÍAS RESERVA NATURAL LOS GUACHAROS PROCESO FORTALECIMIENTO 110.2011.179.2026

1 mensaje

Grupo Quality S.A.S <grupoqualitysas@gmail.com> 3 de septiembre de 2026 a las 18:05
Para: contrerassamuel290@gmail.com

- Carpintero Real.png
- Cascada del duende de oro.png
- Cueva de los guacharos 2.png
- Cueva de los Guacharos.png
- Guacharo.png
- Gus.png
- Modelo 1.png
- Montaña los guacharos.png
- Oropendola oliva.png
- Rochi Cascada del duende de oro.png
- Tijereto.png
- Tucan.png

Estimado Sr Samuel buenas tardes,

En los archivos adjuntos encontrará sumerce las fotografías que hacen parte de los entregables del proceso de fortalecimiento, estás anteriormente ya se las había enviado al whatsapp y las habíamos revisado en el computador.
Cordial saludo,

Julián Mejía Fuentes.
Representante Legal
Grupo Quality S.A.S - Aseguramiento de Calidad y Asesorías Administrativas Integrales.
Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras.
Especialista en Planificación de Turismo Sostenible.
Móvil: 3115617330

EVIDENCIA ENVÍO FOTOGRAFIAS DE INICIATIVAS DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS A SECRETARÍA DE PLANEACIÓN

"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"
AGOSTO - 2026

CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA No. 10.2011.179.2026
SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE Y GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

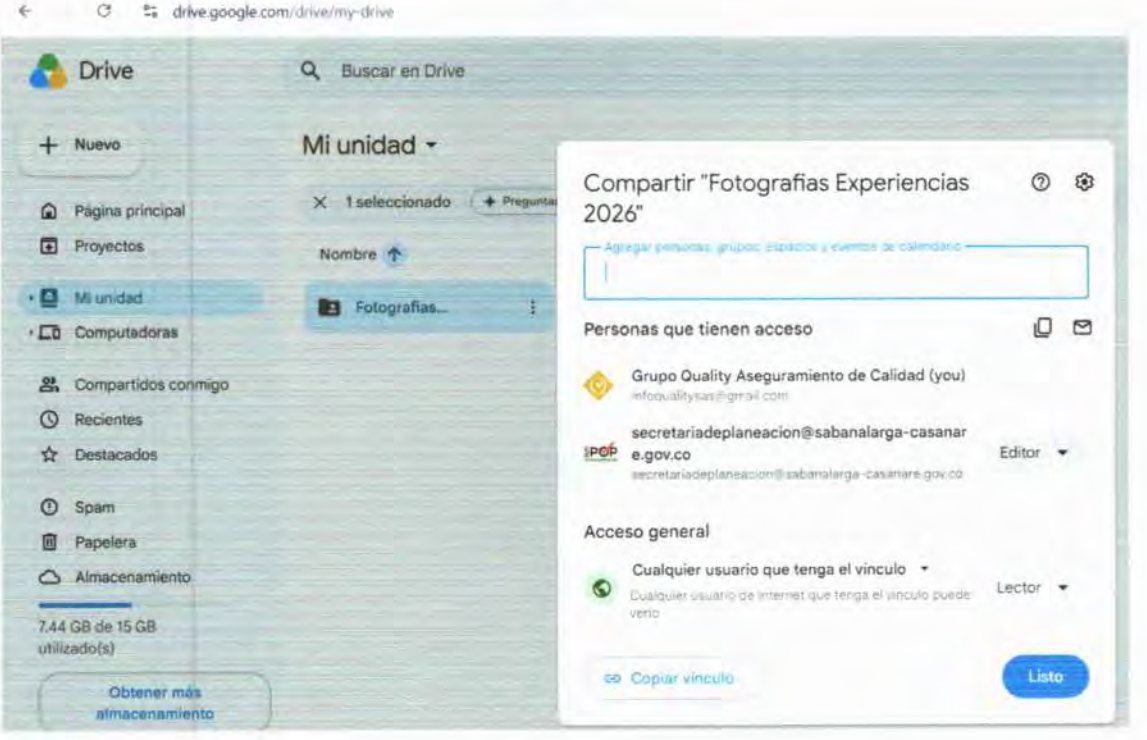
Teléfono: 311 561 7330.
E-mail: grupoqualitysas@gmail.com

ANEXO 20

Envío de Banco de fotografías a Drive Secretaría de Planeación.

En el marco del contrato de mínima cuantía **No.** 110.2011.179.2026 cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"** se realizaron seis (6) visitas presenciales a los seis (6) beneficiarios del proceso de fortalecimiento con el objetivo de tomar doce (12) fotografías de las instalaciones, productos y servicios que prestan por empresa y/o iniciativa para que este material le sirva a futuro para promocionarse en canales digitales.

Durante la visita se tuvo que realizar montaje de todos los productos y servicios que ofrecen los beneficiarios y se tomaron las fotografías, que fueron enviadas a mediante enlace Drive https://drive.google.com/drive/folders/1pDbmMU9gNPEtPw-L3goUGqSwKNGEoU50?usp=drive_link al correo eléctronico secretariadeplaneación@sabanalarga-casanare.gov.co



GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S



Vb_____

Julián Mejía Fuentes

Rep Legal Grupo Quality S.A.S

Nit: 900835934-2

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S

ACTIVIDAD N° 6 - DIPLOMAS

"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"
AGOSTO - 2026

CONTRATO DE MÍNIMA CUANTÍA No. 10.2011.179.2026
SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA DE SABANALARGA, CASANARE Y GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORÍAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S.

Teléfono: 311 561 7330.
E-mail: grupoqualitysas@gmail.com

GRUPO QUALITY, ASEGURAMIENTO DE CALIDAD Y ASESORIAS ADMINISTRATIVAS INTEGRALES S.A.S

En el marco del contrato de mínima cuantía **No.** 110.2011.179.2026 cuyo objeto es **"PRESTAR SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y ASESORÍA ESPECIALIZADA PARA EL DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE SEIS (06) EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL ÁREA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, CASANARE"** se realizó el diseño, impresión y enmarcado de diploma de reconocimiento para cada beneficiario según especificaciones técnicas de la alcaldía municipal.

La entrega de los diplomas de reconocimiento se realizo en las instalaciones de la Alcaldía Municipal de Sabanalarga el día viernes 21 de agosto de 2026.

A continuación, se anexa remisión de ingreso de diplomas a almacén y planilla de entrega de diplomas firmada por cada uno de los beneficiarios.

Vb_____
Julián Mejía Fuentes
Rep Legal Grupo Quality S.A.S
Nit: 900835934-2

ANEXO 21

Remisión Ingreso diplomas a Almacén.

Alcaldía de Sabanalarga Casanare

MUNICIPIO DE SABANALARGA
Transaccion: 101 COMPRAS

Comprob: 000054

Almacen : ALM01 ALMACEN PRINCIPAL — YEIME VACA BEJARANO — **Docum.: 000001 REMIS. Referen:**
BENEFICIARIO: 900,835,934 GRUPO QUALITY ASEGURAMIENTO D AGOSTO /18/2026 — **VENCE: AGOSTO /18/2026**
Div: — Contrato: CAO179/26

OBSERVACION: INGRESO CAO179/2026-FORTALECIMIENTO DE SEIS EXPERENCIAS TURISTICAS EN EL AREA URBANA Y RURAL

Articulo	CL	DESCRIPCION	Unid.	Almac	C.cost	Cantidad	Vlr Unit.	Valor Total	Se	Iva
1142662		DIPLOMA DE RECONOCIMIENTO IMPRESIÓN Y ENMARCADO DE DIPLOMA DE RECONOCIMIENTO PARA CADA BENEFICIARIO.DEBE INCLUIR: NOMBRE DEL BENEFICIARIO NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO O SITIO TURÍSTICO NOMBRE DE LA EXPERIENCIA TURÍ DESARROLLÓ DURANTE EL PROCESO DE FORTALECIMIENTO.	UNID	ALM01	0000	6.00	182,784.00	1,096,704.00	001	
		Total comprobante --->				6.00		1,096,704.00		

RESUMEN GENERAL

114	OTROS ELEMENTOS DE CONSUMO	1,096,704.00

SECUENCIA	CODIGO	DESCRIPCION	BENEFICIARIO	CENTRO COSTO	DEBITOS	CREDITOS
E0000054001	15149000009	Otros elementos de consumo	GRUPO QUALITY ASEGURAMIENTO D	0000 ADMINISTRATIVO	1,096,704.00	
E0000054065	24010100001	Bienes y servicios	GRUPO QUALITY ASEGURAMIENTO D	0000 ADMINISTRATIVO		1,096,704.00
		Total			1,096,704.00	1,096,704.00

Recibido por :YEIME VACA BEJARANO

Revisado :GRUPO QUALITY ASEGURAMIENTO D

CREADO: YEIM 260813 HORA:1432 IMPRESO: YEIM 20260818 HORA:0858

ANEXO 22

Planilla entrega de diplomas a beneficiarios.

FORMATO REGISTRO ENTREGA DE DIPLOMAS DE RECONOCIMIENTO

Objeto: Prestar servicios de asistencia técnica y asesoría especializada para el diseño y fortalecimiento de seis (06) experiencias turísticas en el área rural y urbana del municipio de Sabanalarga, Casanare, orientadas a mejorar la competitividad y consolidación de la oferta turística del municipio.

Proceso: 110.2011.179.2026 **Fecha:** 21 agosto de 2026 **Horario:** 04:00 P.M a 06:00 P.M

#	NOMBRES Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	EMPRESA INICIATIVA	SECTOR AL QUE PERTENECE	TELEFONO	CORREO ELÉCTRONICO E- MAIL	FIRMA
1	Carolina Vargas V.	23417976	Orquideas de Piedemonte	Experiencia	3104553337	carolinavargas976@gmail.com	Carolina V.
2	Hilda Yorgal Piñeros	23417510	Xo casa	Turismo y Gastronomia	3114800993	hildarp@hotmail.com	Hilda Yorgal
3	L. L. Rodriguez	20180574	La cazuela del upoal	Gastronomia	3192233548		L. L. Rodriguez
4	Gonzalo Fernandez	74810379	Lodge el retamo	Turismo de aves y naturaleza	3128905933		Gonzalo Fernandez
5	Thomas Ruiz Castro	1044627902	Los ojos de la tierra	Turismo de aventura	3103920204	ruizthomas14@gmail.com	
6	Samuel Castrevas R	9506241	Guacharos	turismo	3144429020		
7							
8							
9							
10							