

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL

(UCI)

CESAR AUGUSTO DIAZ MILLAN

CREACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE CANOPY COMO UNA ESTRATEGIA DE
APROVECHAMIENTO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN EL PARQUE ECOLÓGICO
CASCADA DE JUAN CURÍ, COLOMBIA

PROYECTO FINAL DE GRADUACION PRESENTADO COMO REQUISITO
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE MASTER EN GESTIÓN DEL
TURISMO SOSTENIBLE

ABRIL DEL 2019

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL

(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como
Requisito parcial para optar al grado de Máster en gestión del turismo sostenible

Carlos Hernández

PROFESOR TUTOR

Olivier Chassot

LECTOR No.1

Karen Vásquez Cascante

LECTOR No.2

Cesar Augusto Díaz Millán

SUSTENTANTE

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo deseo dedicárselo en primera medida a Dios, por ser el inspirador y la fuente de fortaleza espiritual encargado de propinar todas las bendiciones que ha brindado en mi vida, para obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mi hermano y hermana por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

A todos los familiares y amigos que creyeron en mí.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por bendecirme con la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

También deseo agradecer a mi familia compuesta por mi padre, mis hermanos, que son mi fortaleza y el deseo de perfeccionarme día a día para ser su orgullo y reintegrar cada uno de sus esfuerzos, ellos son quienes a mi lado van a continuar y fortalecer mi camino, los que celebran mis triunfos y también me apoyan en circunstancias complejas.

Agradezco a todos los docentes de la Maestría en Gestión del Turismo Sostenible y a la Universidad para la Cooperación Internacional (UCI), por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi maestría.

Agradezco a don Eli López y a su familia propietarios del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí y a todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron sus puertas y compartieron sus conocimientos.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1 Antecedentes	12
1.2 Problemática.	13
1.3 Justificación del problema	14
1.4 Supuestos: restricciones	14
1.5 Objetivos.....	15
1.5.1 Objetivo general	15
1.5.2 Objetivos específicos	15
2. MARCO TEÓRICO	17
2.1 Definición y categorización del concepto de turismo.....	17
2.2 El turismo como mecanismo de desarrollo social y económico	22
2.3 El turismo sustentable	23
2.4 El turismo en el siglo XXI.....	27
2.5 Potencialidad turística, recursos turísticos y producto turístico	33
2.6 Turismo de aventura	35
2.7 Canopy	40
2.8 Demanda turística en Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí.....	42
3. MARCO METODOLÓGICO	44
3.1 Tipo de investigación y alcance.....	44
3.2 Método de investigación y análisis.....	45
3.3 Variables	46
2.3.4 Fases de la investigación.....	46
4. MARCOS DE REFERENCIA	48
4.1 Marco legal	48
4.2 Marco institucional	50
4.3 Productos que ofrece.....	51
5. PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE CANOPY EN EL PARQUE ECOLÓGICO CASCADA DE JUAN CURÍ.....	53
5.1 Aspectos preliminares.....	53
5.1.1 Canopy en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí.	53
5.1.2 Infraestructura necesaria.	54
5.1.3 Objetivos y metas.....	54
5.1.4 Misión y Visión.....	55
5.2 Diagnóstico del Parque Ecológico: etapa descriptiva.....	56
5.2.1 Componente social y cultural.....	56
5.2.2 Elementos bióticos	58
5.2.3 Atractivos turísticos del Parque Ecológico	59

5.2.4 Factores socioeconómicos.....	60
5.2.5 Infraestructura y servicios disponibles.....	61
5.3 Diagnóstico del Parque Ecológico: etapa analítica.....	62
5.3.1 Matriz FODA – actividad de canopy	62
5.3.2 Estrategias propuestas a partir de la matriz FODA.....	65
5.4 Evaluación de impactos	68
5.4.1 Identificación de impactos negativos en la dimensión ambiental.	69
5.4.2 Identificación de impactos negativos en las dimensiones social y económica.....	71
5.4.3 Identificación de impactos positivos en las dimensiones ambiental, social y económica.....	72
5.5 Análisis del mercado.....	74
5.5.1 El turismo de aventura en la zona de estudio.....	74
5.5.2 Análisis de la competencia.....	75
5.5.3 Tendencias de mercado.....	76
5.5.4 Selección del mercado objetivo	76
5.5.5 Precio	77
5.6 Estrategias de mercadeo.....	77
5.6.1 Concepto del producto o servicio.....	77
5.6.2 Ventajas competitivas.	78
5.6.3 Estrategias de distribución.	78
5.6.6 Estrategias de servicio.....	83
5.6.7 Estrategia de aprovisionamiento	83
5.7 Operación.....	84
5.7.1 Estado de desarrollo	84
5.7.2 Descripción del proceso	84
5.7.3 Necesidades y requerimientos.....	85
5.7.4 Plan de operación	87
5.7.5 Plan de compras.	87
5.8 Organización	88
5.8.1 Organismos de apoyo.....	88
5.8.2 Estructura organizacional.....	88
5.8.3 Descripción cargos.....	89
5.8.4 Aspectos legales.....	90
5.8.5 Costos administrativos.	93
5.9 Módulo de finanzas.....	95
5.9.1 Ingresos	95
5.9.2 Egresos	95
5.10 Plan operativo	95
5.10.1 Cronograma de actividades	95
5.10.2 Metas sociales	96
5.10.3 Plan Nacional de Desarrollo	96
5.10.4 Clúster o cadena productiva.....	96
5.11 Impacto	96

5.11.1 Impacto económico	97
5.11.2 Impacto social	97
5.11.3 Impacto ambiental.....	97
5.11.4 Impacto regional	98
6. CONCLUSIONES.....	99
5. RECOMENDACIONES	102
6. BIBLIOGRAFIA	103

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1.</i> Clasificación de las motivaciones.	19
<i>Tabla 2.</i> Indicadores de sostenibilidad en el turismo.	25
<i>Tabla 3.</i> Actividades del turismo de aventura.	37
<i>Tabla 4.</i> Variables de análisis de la investigación.	46
<i>Tabla 5.</i> Fases de la investigación.	46
<i>Tabla 6.</i> Matriz FODA – actividad de canopy	62
<i>Tabla 7.</i> Estrategias generadas a partir del análisis FODA para el diseño de la actividad de canopy	65
<i>Tabla 8.</i> Impactos negativos: dimensión ambiental.	69
<i>Tabla 9.</i> Impactos negativos: dimensiones social y económica.	71
<i>Tabla 10.</i> Impactos positivos: dimensiones ambiental, social y económica.	72
<i>Tabla 11.</i> Análisis competitivo de precios	79
<i>Tabla 12.</i> Estimación de precio de venta.....	79
<i>Tabla 13.</i> Estrategias de comunicación	81
<i>Tabla 14.</i> Presupuesto destinado a publicidad en dólares.....	82
<i>Tabla 15.</i> Equipos requeridos para el desarrollo de la actividad de canopy.....	83
<i>Tabla 16.</i> Proveedores de equipos.	83
<i>Tabla 17.</i> Costo mano de obra (COP)	85
<i>Tabla 18.</i> Maquinaria y equipos	85
<i>Tabla 19.</i> Muebles y enseres	86
<i>Tabla 20.</i> Vida útil de los equipos utilizados en la actividad de canopy.....	87
<i>Tabla 21.</i> Matriz de requisitos legales para la actividad de canopy.	90
<i>Tabla 22.</i> Costos: nómina de ventas	93
<i>Tabla 23.</i> Costos: nómina administrativa.	94
<i>Tabla 24.</i> Gastos de puesta en marcha la empresa.	94
<i>Tabla 25.</i> Gastos administrativos anuales.	94
<i>Tabla 26.</i> Inversión del proyecto (COP).....	95

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Segmentación del mercado turístico en Colombia.	31
<i>Figura 2.</i> Desafíos del sector turístico en Colombia.	32
<i>Figura 3.</i> Componentes y proceso del producto turístico.....	34
<i>Figura 4.</i> Composición del turismo de naturaleza.....	36
<i>Figura 5.</i> Cascadas de Juan Curí	50
<i>Figura 6.</i> Ubicación geográfica del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí.....	51
<i>Figura 7.</i> Estructura organizacional.	89

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación corresponde a un plan de negocio para la implementación de la actividad de canopy en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí en Santander. En la actualidad el parque ofrece diversas actividades y servicios, sin embargo, no ha incursionado en el segmento de turismo de aventura. En la presente investigación se realiza un análisis de las potencialidades del parque para la implementación de la actividad y las ventajas que traería tanto en términos financieros como ambientales y sociales. El objetivo es diseñar una hoja de ruta para la creación de una empresa independiente encargada de la operación de la actividad de canopy que bajo la normativa y los lineamientos específicos ofrezca un servicio novedoso.

Para la consecución de los objetivos propuestos se plantea inicialmente un diagnóstico descriptivo de las condiciones sociales y ambientales de la región y de la infraestructura y atractivos del Parque. Posteriormente se amplía dicho diagnóstico con una etapa analítica donde se analizan las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del proyecto y se establecen estrategias de acción a partir de una matriz FODA. Es preciso apuntar que durante todo el proceso se tuvo en cuenta los impactos del proyecto tanto en la dimensión económica como social y ambiental.

Finalmente, se plantea el plan de negocio desde las diversas áreas requeridas: mercadeo, operación, organización y finanzas. El diseño de estas estrategias estuvo mediado por las potencialidades identificadas y por las problemáticas presentes en el sector. El objetivo es que la creación de esta empresa contribuya a mejorar los indicadores sociales y ambientales generando redes de cooperación entre los operadores turísticos y los habitantes locales. Adicionalmente, el análisis permitió determinar que la creación de la actividad dentro del parque permitiría dinamizar la oferta y mejorar la calidad turística de la región implementando estrategias acordes con el turismo sostenible.

1. INTRODUCCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente trabajo contiene el estudio y análisis para implementar la actividad de canopy en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí como una estrategia de aprovechamiento turístico y alternativa de negocio, en el municipio de Páramo en el departamento de Santander, Colombia.

Actualmente el turismo de naturaleza y aventura presenta un crecimiento acelerado con grandes proyecciones a nivel mundial¹. En el marco del desarrollo de la vitrina turística Anato 2016, se contó con la presencia de la Asociación Mundial del Turismo de Aventura (ATTA) quienes afirmaron que Colombia posee un gran potencial para desarrollar este segmento turístico (Portafolio, 2016). Algunas de las ventajas del país son la posición geográfica, el relieve, la gran variedad de biodiversidad de flora y fauna, entre otros aspectos, que lo convierten como un destino competitivo para el desarrollo turístico.

Desde finales de siglo XX se comenzó a experimentar una transformación en la percepción del turismo, de lo netamente comercial y monetario hacia la creación de un segmento de la economía que contribuyera al desarrollo sustentable y a la protección del medio ambiente (Moragues, 2006) Esta transformación trajo consigo el fortalecimiento de lo que se conoce como turismo de naturaleza, que acoge aspectos como la conservación del medio ambiente y la riqueza de la biodiversidad, y los posiciona como atractivos turísticos.

En este sentido, Colombia presenta ciertas características que lo posicionan como un fuerte competidor dentro de este segmento turístico. En 2012 se realizaría la primera rueda de negocios de turismo de naturaleza denominada Colombia Nature Travel Mart que reuniría empresarios nacionales e internacionales y donde se reflexionaría sobre las ventajas de Colombia en el escenario global, entre las que se destacan: ser el país con la mayor cantidad de aves y mariposas, así como un porcentaje considerable de mamíferos, culturas ancestrales en áreas naturales protegidas, dos océanos, ecosistemas marítimos biodiversos, condiciones climáticas favorables, entre otros (Procolombia, 2012).

¹ Según la ATTA el crecimiento del turismo de aventura se acerca al 65 por ciento en los últimos tres años a nivel mundial, adicionalmente se afirma que el gasto por persona a nivel mundial en este segmento es de 3 mil dólares, de los cuales el 70 por ciento se queda en el destino. (Portafolio, 2016)

Adicionalmente, la tendencia mundial sobre la percepción del turismo como alternativa de desarrollo de las comunidades locales, que se ha venido fortaleciendo desde la formulación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (planteados en el 2000 y reformulados en el 2015), ha modificado considerablemente las motivaciones de los turistas, quienes en la actualidad están mucho más dispuestos a pagar un precio más alto a las compañías si se evidencia que dicho dinero contribuye al desarrollo de las comunidades locales que visitan (Procolombia, 2012)

El departamento de Santander actualmente está posicionado a nivel nacional e internacional como uno de los principales destinos para la práctica del turismo de aventura, esto favorece a la rentabilidad del proyecto y al desarrollo sostenible del producto de canopy en las Cascadas de Juan Curí, como una actividad innovadora y única en el destino y complementaria a la oferta turística que actualmente posee el destino. Para establecer esta actividad como aprovechamiento turístico se implementarán las prácticas del desarrollo sostenible en sus tres componentes: ambiental, social y económico, con el fin de cuidar y preservar los recursos naturales, el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad local y el crecimiento económico de la región.

1.1 Antecedentes

Actualmente la vereda Juan Curí del municipio de Páramo en Santander, presenta grandes problemas de contaminación y deforestación de la cuenca hídrica, también presenta un alto porcentaje de desempleo, y varias familias viven en condiciones indignas y con muchas necesidades. La quebrada la Chorrera es una de las principales fuentes hídricas para el consumo potable para las comunidades rurales del municipio de Páramo, del Valle de San José y Charalá.

La finalidad de la presente investigación es diseñar una estrategia que garantice la generación de empleo, y la protección y preservación del medio ambiente, lo que contribuiría al desarrollo sostenible y el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad. Se espera que por medio del análisis desarrollado a lo largo de la investigación se pueda proponer un producto innovador en el destino, que funcione como complemento a la oferta de productos

turísticos de aventura que existe en la región y, particularmente, en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí.

Actualmente las Cascadas de Juan Curí son reconocidas como un atractivo turístico de alta jerarquización en el destino de Santander a nivel nacional e internacional, por su majestuoso paisaje, su variedad de flora y fauna y todas las actividades turísticas que durante varios años se han realizado en este lugar como son: las caminatas y el rappel (torrentismo). Además, el departamento de Santander es reconocido por ser uno de los pioneros en los deportes extremos y está posicionado a nivel nacional e internacional como uno de los principales destinos en Colombia para la práctica del turismo de aventura (Cuevas, 2018).

Específicamente, las Cascadas de Juan Curí se presentan como un atractivo natural de gran importancia en la región pues posee un serie de caídas de agua entre la que se encuentra un gran salto de más de 200 metros de altura. El lugar se caracteriza por su fácil acceso y una gran variedad de árboles con características que eventualmente facilitarían la construcción sostenible de las plataformas para el desarrollo de la actividad del canopy (Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí, 2014).

1.2 Problemática.

El Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí con su majestuoso paisaje y su gran biodiversidad de flora y fauna, se ha convertido en uno de los principales atractivos de la región. Actualmente cuenta con una alta demanda de visitantes, principalmente en las temporadas altas. Para acceder a disfrutar y observar las cascadas existe un camino como único punto de acceso con cierto grado de dificultad e incomodidad, como consecuencia de las características agrestes y de inclinación del terreno.

A través de la construcción del canopy se puede crear otro medio sostenible de acceso, y a su vez la oportunidad para diversificar la oferta de las actividades turísticas que actualmente se practican como son: el rappel, la caminata ecológica y las cabalgatas. Actualmente no existe en

la región una oferta de la actividad de canopy, por esta razón será un producto innovador y con una ubicación estratégica y necesaria para potencializar el atractivo.

1.3 Justificación del problema

La creación de la actividad de canopy dentro del Parque Ecológico traerá consigo una serie de ventajas en diversos aspectos. En primer lugar, aumentaría la cantidad de visitantes a las Cascadas de Juan Curí y mejoraría la imagen del Parque. Adicionalmente, se complementarían y diversificarían la oferta turística del parque con actividades de entretenimiento y diversión, bajo criterios de calidad y sostenibilidad, al mismo tiempo que contribuiría a la oferta del departamento.

Por otra parte, es preciso apuntar que actualmente la vereda Juan Curí del municipio de Páramo en Santander presenta graves problemas de contaminación y deforestación de la cuenca hídrica, también presenta un alto porcentaje de desempleo, y varias familias viven en condiciones indignas y con muchas necesidades. Por lo tanto, se espera que con la creación de la actividad bajo criterios integrales que contemplen tanto lo social como lo ambiental, se mejoren las relaciones entre el Parque Ecológico y la comunidad local y se establezcan acciones para la conservación y mejoramiento de los recursos naturales existentes en el atractivo.

1.4 Supuestos: restricciones

- El uso del agua de la quebrada la Chorrera para actividades agrícolas, ha causado gradualmente gran disminución en su caudal, en el futuro podría desaparecer esta fuente hídrica, causando efectos negativos en los ecosistemas existentes en el lugar.
- El efecto del cambio climático: posible presencia del aumento inesperado del caudal en la cascada y transformación del sitio por derrumbes o avalanchas.
- Obtener los permisos de concesión de aguas, en el Parque Ecológico con fines a la explotación turística por parte de la Corporación Ambiental de Santander CAS.

- Cambios permanentes en los decretos y ordenanzas en relación a la actividad turística, por parte de nuevos alcaldes y gobernadores que pueden perjudicar la sostenibilidad del destino.
- El posible regreso de nuevos grupos armados a la región (guerrilla y paramilitares).
- Resistencia de la comunidad local por el uso inadecuado de la fuente hídrica en la actividad turística.
- Presencia de terremotos que destruyan las instalaciones construidas para la actividad. (el departamento de Santander presenta una falla sismológica en la mesa de los Santos lo que ocasiona que tiemble todos los días, esta falla se ubica a 55 kilómetros del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí).

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Diseñar un plan de negocio para la implementación de la actividad de canopy en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí en el municipio de Páramo, Santander, con la finalidad de mejorar tanto las condiciones laborales de los habitantes locales, como las condiciones ambientales de la región.

1.5.2 Objetivos específicos

- Establecer un marco teórico que permita reconocer los principales aspectos a tener en cuenta para la formulación del plan de negocio de la actividad de canopy.
- Realizar un diagnóstico descriptivo y analítico del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí para determinar las principales ventajas y obstáculos para la implementación de la actividad de canopy.

- Plantear estrategias de acción fundamentadas en las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas.
- Evaluar los impactos de la posible implementación de la actividad de canopy dentro del Parque Ecológico.
- Hacer un estudio mercado a partir de la competencia, la demandas y las tendencias.
- Diseñar las estrategias de mercadeo, operación, organización y finanzas para la creación de una línea de servicio dentro del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Definición y categorización del concepto de turismo

Aunque la categorización del concepto de turismo es amplia y continúa expandiéndose en la medida que surgen nuevos elementos y se incorporan diversos modelos alternativos, en la actualidad existe un relativo consenso en relación a su definición básica alrededor del concepto emitido en 1994 por la Organización Mundial del Turismo OMT (UNWTO por sus siglas en inglés: United Nations – World Tourism Organization). Según la OMT (1994) el turismo se define como:

Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros (OMT, 1994, p. 3).

Sin embargo, en el 2003 (y posteriormente en el 2008) la misma OMT sugirió que tanto la definición como los indicadores tradicionalmente empleados para medir el alcance, impacto y evolución del turismo en el mundo se encontraban desactualizados y no correspondían a las condiciones socioculturales y económicas del siglo XXI. Según la OMT (2008) históricamente se ha medido el turismo exclusivamente a partir de elementos físicos no monetarios, lo que ha imposibilitado llevar un registro estandarizado del movimiento turístico mundial. Así pues, se redactó en el 2003 (con su posterior actualización en el 2008) el documento titulado *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo RIET – 2008*, en donde se buscó plantear un sistema estadístico para renovar los indicadores de medida del turismo en el mundo, para lo cual se realiza, en primer lugar, un recorrido conceptual por los principales elementos que componen la “relación turística” empezando por una redefinición del turismo:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. (OMT, 2008, p. 1)

Esta nueva definición de la OMT contiene varios elementos que vale la pena resaltar. En primer lugar, es preciso tener en cuenta que el turismo es, ante todo, un fenómeno, es decir, en el sentido kantiano de la palabra, hace parte de la realidad misma y sus respectivos componentes también se encuentran adscritos al campo objetivo (es decir, más allá de concepciones morales).

Dichos componentes son, entre otros: el visitante, la nacionalidad, el entorno habitual, el motivo, el gasto, el destino, el viaje, la industria turística, etc. (OMT, 2008) Por otra parte, la definición plantea la necesidad de un movimiento, es decir, realizar una actividad turística requiere necesariamente dejar el entorno habitual en el cual el individuo se desempeña para “conocer” otros entornos por medio de la movilización. Este movimiento es claramente voluntario y supone una preparación y un análisis (explícito o no) de los diferentes componentes mencionados y sus respectivas variables.

Un último elemento que vale la pena resaltar es el de los motivos. Según Lopes (2006) es posible comprender la motivación de un individuo que hace turismo mediante los modelos jerárquicos de Maslow y Pearce (quienes sugieren que el individuo realiza un recorrido progresivo desde sus necesidades básicas hasta llegar a un autoconocimiento y aprovechamiento de su máximo potencial) y la escala de motivaciones de ocio de Ragheb y Beard (quienes plantean que, contrario a un proceso jerárquico, las motivaciones del turista parten de la interacción de factores como: el intelectual, el social, de competitividad, de estímulo y fuga).

Lopes (2006) sostiene que las motivaciones del turista “dependen principalmente del carácter de las personas y son determinadas por necesidades más específicas que orientan la elección hacia diferentes tipos de viajes” (p. 305) es decir, según el autor la motivación de un individuo que decide hacer turismo, en sus diferentes modalidades, está mediada por sus condiciones particulares y por las posibilidades que el medio ofrece.

En este sentido, Beltrán y Parra (2017) consideran que las motivaciones se dividen en aquellas “de empuje” (push factors) o intrínsecas que tienen que ver con factores internos y emocionales del individuo como el deseo de escapar o la necesidad de descansar, y las de

“arranque” (pull factors) o extrínseca que se refieren a los aspectos externos como los atractivos del lugar (Tabla 1)

Tabla 1. Clasificación de las motivaciones.

Motivaciones psicosociológicas (factores push)	Motivaciones culturales (factores pull)
<p>Escape del ambiente cotidiano: se refiere a un cambio de ambiente a un lugar que difiera del espacio cotidiano o laboral (se trata de un cambio tanto físico como social)</p> <p>Exploración y evaluación del yo: son viajes de autodescubrimiento y exploración que donde el turista busca su propia identidad a través del conocimiento de espacios diferentes.</p> <p>Relajación: se refiere principalmente a una relajación mental más que física, donde el viajero busca desarrollar actividades o hobbies que les proporcionen satisfacción y relajación frente a sus actividades cotidianas.</p> <p>Prestigio: aunque el acceso al turismo es cada vez más democrático, en algunas ocasiones el turista viaja con la motivación de presentar una imagen de sí mismo caracterizada por un nivel de vida elevado, en relación a sus semejantes.</p> <p>Regresión: tiene lugar de dos maneras, para romper con los roles y obligaciones cotidianas por medio de un estilo de vida más “irracional”, y para retornar a una forma de vida más sencilla alejada de la complejidad y tecnificación de la sociedad actual.</p> <p>Mejora de las relaciones de parentesco: el turista puede estar motivado por la necesidad de fortalecer sus relaciones con sus familiares o parientes.</p> <p>Facilitación de la interacción social: esta</p>	<p>Novedad: se trata de la curiosidad que despierta en el viajero la posibilidad de explorar nuevos sitios alejados de su ambiente cotidiano y su lugar de origen. Sin embargo, algunos prefieren frecuentar escenarios ya conocidos con la finalidad de minimizar los riesgos o por un marcado miedo a lo desconocido.</p> <p>Educación: culturalmente se asume el conocer lugares nuevos como una de las mejores prácticas para educarse y adquirir conocimiento basado en el bagaje cultural.</p>

motivación se refiere a la necesidad de conocer nuevas personas y generar vínculos con las poblaciones locales.	
---	--

Fuente: extraído de Beltrán y Parra (2017) basados en Castaño (2005).

A partir de los anteriores referentes teóricos y por medio de un estudio de caso, Beltrán y Parra (2017) realizan una clasificación de los viajeros de acuerdo a sus motivaciones siguiendo el modelo de Crompton para finalmente obtener unos clúster o perfiles turísticos. Dichos perfiles se clasifican en cuatro tipos: racionales, antropológicos, emocionales y hedonistas:

- a) **Racionales**: son aquellos que poseen unas motivaciones claras de viaje relacionadas con la necesidad de escapar de la rutina y descansar, sin elementos o necesidades de peso como el estudio o el trabajo. Los viajeros racionales, según los autores, no tienen una motivación específica, es decir, no les llama la atención específicamente ningún elemento del lugar escogido como la cultura o la aventura, viajan principalmente por deseo y porque las condiciones lo permiten.
- b) **Antropológicos**: este tipo de turista tiene clara su motivación y se encuentra encaminada a conocer nuevas culturas o a encontrarse consigo mismo. Lo que más le atrae a los viajeros de este perfil es el turismo de naturaleza o de relajación, así como el turismo cultural, más allá del turismo educativo o de aventura. Para el “turista antropológico” el destino no es tan importante como el componente emotivo del viaje y sus referentes para visitar un sitio están influenciados por recomendaciones de terceros.
- c) **Emocionales**: este tipo de viajeros establece vínculos más personales y emotivos con los destinos que escoge, es decir, la selección del destino está mediado por aquello que emocionalmente es más significativo como la familia o la necesidad de descansar, así como la posibilidad de conocer nuevas culturas y encontrarse consigo mismo.

- d) **Hedonistas**: finalmente, se encuentra este grupo de turistas, cuya principal motivación es satisfacer sus necesidades más inmediatas como la de descansar de la rutina sin llegar a explorar o dar demasiada importancia al conocimiento de nuevas culturas. Las motivaciones de este tipo de viajeros están mediadas por las circunstancias y las condiciones inmediatas. Para este tipo de turista es importante tanto el prestigio como la nostalgia que le genera el lugar de destino seleccionado.

Por su parte, la OMT (2008) señala que existen dos grupos de motivaciones generales: las personales y las de negocios o profesionales. Las últimas no se refieren a aquellos trabajos donde el viaje hace parte de la relación empleador-trabajador, sino más bien a actividades como conferencias, ferias, exposiciones, reuniones, misiones diplomáticas, investigaciones académicas o científicas, actividades deportivas, cursos de formación, entre otros. Respecto a las motivaciones personales, la OMT (2008) expone que se puede tratar de: vacaciones, recreo y ocio, visitas a familiares y amigos, educación y formación, salud y atención médica, religión o peregrinaciones, compras, tránsito, entre otros motivos de carácter personal como trabajo voluntario o cualquier otra actividad temporal no remunerada.

Como se vio, el turismo comprende diversas clasificaciones dependiendo del aspecto que se categorice, una de estas categorizaciones es la relacionada con el país de referencia, en este sentido se encuentran tres formas fundamentales de turismo: el turismo interno (es aquel que el viajero realiza en su mismo país de origen) turismo receptor (el que se da por la visita de viajeros no residentes a un país) y turismo emisor (cuando los residentes de un país viajan a otros países). Estas tres categorías y sus respectivas relaciones derivan en tres tipos (OMT, 2008):

- a) **Turismo interior**: comprende el turismo interno y el turismo receptor.
- b) **Turismo nacional**: comprende el turismo interno y el turismo emisor.
- c) **Turismo internacional**: comprende el turismo receptor y el turismo emisor.

De la misma manera, el turismo puede ser clasificado por el tipo de producto turístico que los viajeros solicitan, por lo tanto, surge una variedad de categorías que recopila entre otros: el turismo gastronómico, el ecoturismo, el turismo de ciudad, el turismo de sol y playa, el turismo rural, el turismo de salud, el turismo de invierno y el turismo de aventura. Otros indicadores que emplea la OMT para clasificar el turismo y medir su impacto son: la duración del viaje, el origen y el destino, los medios de transporte y los tipos de alojamiento, así como factores de mercado como el gasto turístico, la oferta, la demanda, la industria, la infraestructura, entre otros (OMT, 2008)

2.2 El turismo como mecanismo de desarrollo social y económico

En un documento redactado con el apoyo de la OEI (Organización de Estados Iberoamericanos) titulado Turismo, cultura y desarrollo, Moragues (2006) afirma que existe una relación directa entre el atractivo turístico del patrimonio cultural y natural en países menos favorecidos y el flujo de turistas hacia estas regiones. Es decir, según el autor, los países menos favorecidos tienden a poseer una riqueza patrimonial y natural que funciona como un valor agregado dentro de la competencia turística global, lo que, sumado a una amplia mano de obra y un conocimiento histórico de los territorios y dinámicas sociales, culturales y ambientales de los mismo, hace del turismo una herramienta potencial para atacar la pobreza.

Sin embargo, Moragues (2006) agrega que la visión institucional de organismos internacionales como la ONU y la OMT es, en principio paternalista y, finalmente, insuficiente, pues las medidas para atacar la pobreza que plantean no buscan romper los esquemas o estructuras operativas, sino que, por el contrario, reproduce modelos claramente inviables. Según el autor, las medidas asumidas por los gobiernos a partir de hojas de ruta como las de los Objetivos de Desarrollo del Milenio terminan siendo, en el mejor de los casos, medidas paliativas, que lejos de atacar las bases de la pobreza, se limitan a atenuar o mitigar las consecuencias negativas opacando los verdaderos resultados de la dinámica turística global, y es que los turistas y sus países de origen son, en la mayoría de los casos, los principales beneficiarios del turismo.

Una nueva visión desde los indicadores del turismo podría dar luces sobre posibles soluciones a esta problemática. En la actualidad, según Moragues (2006) dichos indicadores se limitan a datos como el crecimiento del PIB y el número de visitantes que ingresan al país, sin embargo, ampliando el espectro de indicadores hacia aquellos de cortes social y cultural sería posible analizar realmente el impacto en el desarrollo de las comunidades, algunos de estos indicadores propuestos por el autor son: “

las posibilidades de continuidad del destino, la preservación y mejora de su patrimonio natural y cultural, los beneficios socioeconómicos para la población del destino, la distribución de la renta entre sus distintos segmentos sociales y, con especial relevancia, las oportunidades creadas para la superación de la pobreza” (Moragues, 2006, p. 96)

2.3 El turismo sustentable

Hablar de desarrollo es hablar necesariamente de los Objetivos del Milenio, conocidos actualmente como los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ONU, 2015). La iniciativa de la ONU se plantea como uno de los referentes más importantes en relación a los esfuerzos gubernamentales en materia de desarrollo humano, pues se estableció como la hoja de ruta y el marco de trabajo común que ha guiado las acciones de los países a lo largo de las primeras dos décadas del milenio. En este sentido, y partiendo de los Objetivos, a ONU y la OMT aprobaron el documento titulado El Turismo al servicio de los Objetivos de Desarrollo del Milenio en 2005 donde la asamblea asegura que:

El sector del turismo puede aportar, por lo tanto, una contribución substancialmente mayor a la reducción de la pobreza, al crecimiento económico, al desarrollo sostenible, a la protección del medio ambiente, al entendimiento intercultural y a la paz entre las naciones. (OMT, 2005, p. 1)

Para lo anterior, se planteó la necesidad de que fuese reconocido a nivel mundial el aporte del turismo a los objetivos de desarrollo sostenible, principalmente a la reducción de la pobreza, pues este uno de los más importantes indicadores de los Objetivos del Milenio de la ONU. Las

recomendaciones de la OMT (2005) giran en torno a la necesidad de integrar los distintos sectores de la economía de los países alrededor del fortalecimiento del turismo como estrategia de superación de la pobreza mediante herramientas que promuevan la protección del medio ambiente.

Sin embargo, el concepto de desarrollo sustentable tiene su origen décadas atrás, surge en los setenta en la Conferencia de Estocolmo de la ONU de 1972. En dicha conferencia se establecieron 26 principios fundamentales que promueven una armonía entre la dicotomía que supone el goce de los derechos básicos por parte del ser humano y la protección del medio ambiente que garantiza precisamente que dicho goce sea efectivo. En el principio 13 la declaración sostiene que:

A fin de lograr una más racional ordenación de los recursos y mejorar así las condiciones ambientales, los Estados deberían adoptar un enfoque integrado y coordinado de la planificación de su desarrollo, de modo que quede asegurada la compatibilidad del desarrollo con la necesidad de proteger y mejorar el medio ambiente humano en beneficio de su población. (ONU, 1972)

Brida, London y Rojas (2014) afirman que la Economía del Turismo, es decir la corriente del pensamiento que estudia la relación entre el turismo y el crecimiento económico, ha demostrado que esta relación es positiva y que tiene unos efectos muchos más evidentes en sociedad con economías pequeñas. Para los autores dicho crecimiento está determinado en gran medida por el aumento de la demanda y por la “importación” de modelos desde las economías más desarrolladas hacia las menos desarrolladas, de tal manera que se genera un intercambio donde las primeras ofrecen modelos de desarrollo y las segundas fortalecen la oferta de servicios. Se trata por tanto de una relación positiva que ha permitido la aparición de economías especializadas en turismo.

Sin embargo, existen posturas menos optimistas, Giannoni (2009) citado por Brida, London y Rojas (2014) afirma que el crecimiento económico efectivo y continuo dado a través

del turismo solamente es posible mediante el turismo en masa, el cual, contradictoriamente es el tipo que más efectos negativos trae para el medio ambiente, por lo que el autor considera que “el crecimiento económico de largo plazo basado únicamente en la explotación turística no sería sustentable” (p. 62). Según lo anterior, el turismo puede responder a los objetivos de desarrollo sustentable solamente si es capaz de plantearse bajo modalidades como el “turismo verde” o el “turismo de élite”, tipologías que resultan menos viables en países con economías subdesarrolladas.

Brida, London y Rojas (2014) sostienen que existe un choque entre las necesidades del turista y las necesidades de los residentes locales en materia de desarrollo sustentable (entendiendo estos últimos de manera específica, como aquellos que ofertan los servicios turísticos). Para los autores, los turistas sienten una atracción mayor por aquellos lugares se ostentan riquezas tanto culturales como ambientales, más allá de la comprensión de los efectos que su presencia puedan ocasionar en el medio ambiente, mientras que los residentes locales, aunque tiene consciencia de dichos efectos negativos, tienden a obviarlos en pro de la consecución de unos beneficios económicos. Por lo tanto, “si quienes se ven beneficiados por la explotación actual no internalizan los efectos nocivos de la industria sobre el medioambiente, la sostenibilidad del turismo se verá en riesgo” (p. 62)

En 1995 la OMT publicaría un documento titulado *Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible* donde se plantearía la creación de una serie de indicadores que permitieran determinar el grado de sostenibilidad de los proyectos desarrollados en área de flujo turístico (Tabla 2)

Tabla 2. Indicadores de sostenibilidad en el turismo.

Indicador	Descripción
Protección del sitio	Categoría de la protección del sitio, según el índice de la UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. Guidelines for Protected Areas Management Categories).
Presión sobre el sitio	Número máximo de turistas que visitan el sitio por mes o

Indicador	Descripción
	año.
Intensidad de uso	Intensidad de uso en temporada alta (personas/hectárea).
Impacto social	Ratio entre turistas y residentes (temporada alta)
Control del desarrollo	Existencia de procedimientos de revisión ambiental o controles formales de desarrollo del sitio y densidades de uso.
Gestión de desechos	Porcentaje de aguas residuales del sitio receptor del tratamiento (entre otros indicadores adicionales, pueden incluirse los límites estructurales de la capacidad infraestructural del sitio, como el suministro de agua).
Proceso de planificación	Existencia de un plan organizado para la región del destino turístico.
Ecosistemas críticos	Número de especies raras en peligro.
Satisfacción del turista	Nivel de satisfacción de los visitantes (basado en encuestas).
Satisfacción de la población local.	Nivel de satisfacción de los residentes (basado en encuestas)
Contribución del turismo a la economía local	Proporción de la actividad económica local generada únicamente por el turismo.

Nota: elaborado a partir de Moragues (2006)

El proceso de diseño e implementación de dichas estrategias no es sencillo ya que depende de las condiciones particulares del medio donde se vaya a desarrollar. E en muchas ocasiones, como sostiene Moragues (2006) la planificación turística falla por la importación directa de modelos de otros países sistemáticamente diferentes tanto en el aspecto geográfico y biótico como en el social y cultural y, especialmente en el económico, pues se trata de la incorporación discriminada de modelos de países desarrollados a países menos favorecidos. La clave está, por tanto en un sistema que integre tanto las necesidades extractivas (a manera de visión a corto plazo) como una visión sostenible (visión a largo plazo).

No se trata de negar la participación del turismo como aliciente a las necesidades inmediatas de los sectores menos favorecidos de la sociedad, ante el auge del turismo en el plano

global y el aumento de viajeros por todo el mundo, las clases sociales menos favorecidas tienden a ver en este flujo una oportunidad de supervivencia, sin embargo, se trata de soluciones de corto plazo que, en muchas ocasiones terminan generando más impactos negativos que positivos. El papel de ente regulador en estos casos lo tiene por supuesto el Estado, que no puede dejarse llevar por las urgencias y las necesidades inmediatas para flexibilizar las regulaciones y controles. Los estados nacionales deben tener una visión a largo plazo que, mediante estrategias de extracción controladas y reguladas permitan no solamente superar la pobreza en estas zonas sino, además, crear un mercado propio, autosuficiente y sustentable.

2.4 El turismo en el siglo XXI

El turismo moderno, como lo denomina la Moragues (2006), es aquel que desde las últimas décadas del siglo XX comenzó a experimentar una serie de transformaciones alimentadas por factores que han impulsado el crecimiento y consolidación como uno de los sectores económicos más diversos y ricos de la economía global. Algunos de los factores que han marcado la dinámica del turismo en el cambio de siglo, expuestos por Moragues (2006), son:

Superación de las barreras idiomáticas: según el autor para comienzos de siglo XXI la consolidación del inglés como idioma universal ha permitido que las barreras idiomáticas se superen al punto de que actualmente el idioma, es imperceptible dentro de la gama de impedimentos para viajar.

Mejoramiento de los sistemas de transporte: la evolución tecnológica trajo consigo una revolución en los transportes que ha permitido que grandes distancias se recorran en un menor tiempo lo que se muestra como un aliciente para que los viajeros expandan sus expectativas de viaje.

Liberación del tráfico aéreo: las restricciones y excesivas normativas que caracterizaron la política aérea en la segunda mitad del siglo XX, han sido reemplazadas en la actualidad por alternativas más accesibles. Es el caso de la aparición de las compañías aéreas low cost, que han permitido el acceso al servicio de transporte a precios a una población mucho más amplia.

Recuperación del patrimonio cultural y arquitectónico: el mayor interés de los viajeros por el patrimonio ha impulsado a los gobiernos a centrar su atención en este y a mejorar su acceso, conservación y promoción. El cuidado y reconocimiento del patrimonio material se ha convertido en una bandera de las entidades y gobiernos nacionales en las últimas décadas.

Valoración del turismo como factor de desarrollo en zonas deprimidas: el turismo en función del desarrollo es, como se vio anteriormente, uno de los tópicos académicos y administrativos que han primado en las últimas décadas, lo que en conjunto con los esfuerzos por superar la pobreza y tecnificar y capacitar la pequeña industria han permitido que el turismo se afiance como motor de desarrollo en el siglo XXI.

Retorno hacia las culturas originales: en la actualidad se vive un marcado interés por el conocimiento y rescate de las culturas nativas de los territorios. Aunque se ha tratado de un tópico presente a lo largo del siglo XX, el internet y en general las tecnologías 2.0 han permitido que dicho interés se extienda a un público mayor, más allá de los simples círculos académicos o gubernamentales.

Explosión del fenómeno de internet: internet ha permitido al mismo tiempo la expansión del conocimiento de las regiones más apartadas del mundo, como la diversificación de las estrategias de comercialización, lo que generó, a principios de siglo, toda una corriente de pensamiento enfocada específicamente al mercadeo turístico. Según Moragues (2006) la publicidad turística en la red es de las de mayor volumen, superada solamente por las de contenido sexual.

Nuevas tendencias ideológicas enfocadas en la sostenibilidad y la solidaridad: las corrientes de pensamiento características de los jóvenes del nuevo siglo enfocadas en hacer frente al modelo económico imperante, han permitido que se cuestionen prácticas no sustentables y se planteen alternativas de desarrollo más equitativas y de distribución más justas que, en el caso del turismo, han contribuido a fortalecer la capacidad adquisitiva de los pobladores locales de las zonas foco del turismo.

Sensibilidad hacia la protección del medio ambiente: en la actualidad son más los viajeros cuya motivación de viaje es la protección del medio ambiente, por lo que prefieren proveedores que ofrecen servicio cuya marca o servicio agregado sea precisamente la reducción de la huella o el trabajo voluntario. Esta sensibilización ambiental ha generado además una presión en las instituciones que ha permitido que las entidades públicas generen normativas para el control y adecuado manejo de los recursos. En la actualidad los operadores de servicios turísticos cumplen con esta normativa tanto por las acciones punitivas que puedan surgir de su omisión como por la ventaja competitiva que dicho cumplimiento significa en el mercado.

Reducción del costo de viaje: el proceso de reivindicación del turismo como herramienta de desarrollo ha permitido que se flexibilice la dinámica del mercado en la cual se desenvuelve haciendo de los viajes turísticos un servicio cada vez más accesible para la mayoría de la población. Según Moragues (2006) en comparación con finales del siglo pasado, en la actualidad el turismo se ha incorporado dentro de los consumos habituales de los ciudadanos de países tanto desarrollados como en vía de desarrollo (aunque claramente de manera más marcada en los primeros)

Aparición de nuevas motivaciones: si bien el prestigio y las necesidades emotivas continúan siendo motivaciones relevantes para viajar, en la actualidad se han incorporado diversos elementos que han impulsado una especialización en el sector. Es así como han surgido proveedores que ofrecen los más especializados servicios: turismo arqueológico, turismo histórico, turismo musical, turismo deportivo, etc. Esta especialización ha contribuido a que los viajeros puedan satisfacer necesidades muy específicas lo que además de generar una marca particular permite generar un mercado y una estrategia de mercado específica.

En la actualidad el turismo es uno de los sectores de mayor crecimiento mundial. El número de viajeros a nivel global ha crecido de manera exponencial a una velocidad solamente comparable con el sector energético. Se pasó de registrar 25 millones de viajeros en el año 1950 a más de 278 millones en 1980, para el año 2000 se registraban 674 millones de viajeros, y para

el 2017 la cifra ascendía a 1.322 millones (OMT, 2017), es decir que para el año 2017, aproximadamente 1 de cada 6 habitantes realizó alguna actividad turística.

Para el 2018 el crecimiento fue sostenido, pues se aumentó en un 6% el arribo de viajeros en todo el mundo llegando a los 1.400 millones, lo que comparado con el crecimiento del 3.7% de la economía global (OMT, 2019) convierten al sector turístico en uno de los más estable en relación a otros sectores económicos. En los objetivos propuestos en 2010 se establecía que la cifra de 1.400 millones de arribos sería alcanzada para el año 2020, sin embargo, el 2018 cerró con esta cifra por lo que la OMT propone que para el 2019 el crecimiento sea entre un 3 y un 4%.

Los pronósticos para el 2019 de la OMT consideran una serie de factores positivos y factores negativos que pueden afectar los resultados, dentro de los primeros la Organización desataca la estabilidad de los precios del combustible (que tiende a traducirse en viajes aéreos más asequibles) y la mejora en la conectividad aérea (lo que facilita la diversificación de los mercados de origen), así como el fortalecimiento de mercados emergentes, como India, Rusia, mercados de origen árabe y asiático (OMT, 2019). Dentro de los factores que pueden perjudicar el desarrollo del sector en el plano mundial se encuentran la desaceleración económica mundial, la incertidumbre relacionada con el Brexit y las tensiones geopolíticas y comerciales. Zurab Pololikashvili, secretario general de la OMT, afirma que:

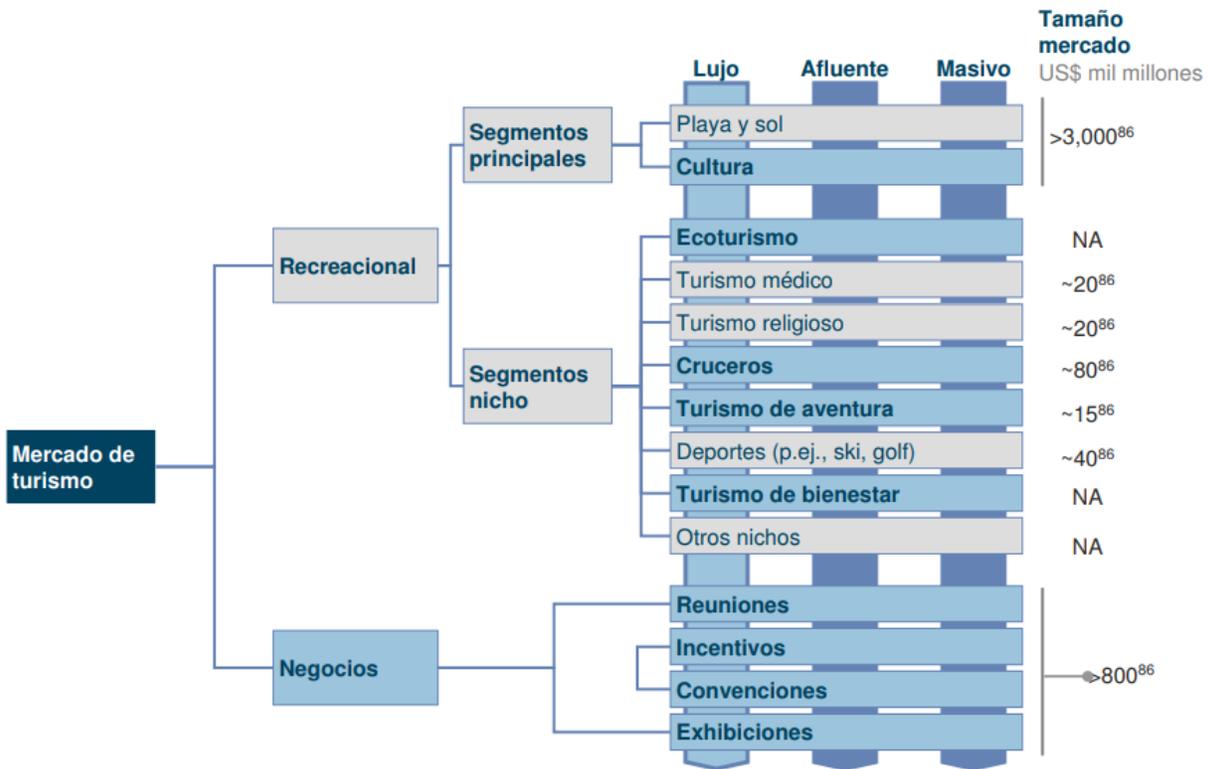
Se espera que la digitalización, los nuevos modelos de negocios, los viajes más asequibles y los cambios sociales sigan dando forma a nuestro sector, por lo que tanto el destino como las empresas deben adaptarse si quieren seguir siendo competitivos. (OMT, 2019)

Particularmente en Colombia el sector turístico ha presentado un aumento significativo, llegando a ser 2018 el año con el mayor crecimiento respecto al año anterior: 10.4%. Entre el año 2010 cuando ingresaban cerca dos millones de viajeros y el año 2018 cuando ingresaron más de 4.3 millones, el aumento de arribos ha superado el cien por ciento. Según el viceministro de

turismo Juan Pablo Franky, en la actualidad se emplea una metodología especializada que excluye los pasos fronterizos, con la finalidad de que la crisis migratoria venezolana no altere los resultados positivos (Portafolio, 2019) Y aunque el cambio de gobierno y la situación política con Venezuela se presentaron como posibles elementos negativos, en la actualidad el sector turístico representa entre el 3 y el 4% de PIB nacional.

En Colombia el mercado turístico en la actualidad es complejo y segmentado, como afirma el Fondo de Promoción Turística (2011) en la *Estrategia de turismo para Colombia*, donde se plantea que dicha segmentación está caracterizada por una gran cantidad de sectores e industrias especializadas que difieren en gran medida, principalmente por su tamaño y por su intensidad de capital humano. En la Figura 1 se aprecia cómo se encuentran distribuidos estos subsegmentos de acuerdo a su especialización:

Figura 1. Segmentación del mercado turístico en Colombia.



Fuente: Fondo Promoción Turística (2011)

Otro factor que influye en esta dinámica es que se trata de un sector frágil a las condiciones externas y situacionales, esto es la demanda estacional y las volatilidades por choques externos como la seguridad o los desastres naturales, así como eventos de corte global como crisis económicas o cambios drásticos en la dinámica política. A partir de lo anterior, el Fondo de Promoción Turística de Colombia (2011) indica que son siete los principales retos o desafíos que enfrenta el turismo en la actualidad:

Figura 2. Desafíos del sector turístico en Colombia.



Nota: Fondo de Promoción Turística (2011)

La demanda volátil o cíclica se manifiesta cuando, por ejemplo, en crisis como la sufrida a nivel mundial en el 2008, se evidenció una caída drástica en el número de viajeros internacionales principalmente. El carácter estacional se refiere a la característica del turismo de no ser un mercado constante a lo largo del año, y aunque Colombia tiene ventajas en relación a las estaciones, pues la ausencia de estas permite que los viajeros internacionales proyecten sus

viajes más allá del impedimento climático, de todas formas, las dinámicas globales llevan a que ciertas temporadas naturalmente tengan un afluente mayor de viajeros.

Por otra parte, el turismo posee una dificultad operativa y administrativa y es que requiere unos altos costos fijos y unas grandes inversiones, lo que supone un progreso menos acelerado que otros sectores turísticos. Al mismo tiempo, supone un intensivo capital de trabajo, como ejemplifica el Fondo de Promoción Turística (2011) el “52% de costos totales de un hotel 5 estrellas son mano de obra” (p. 25), lo anterior puede manifestarse como una ventaja o una desventaja dependiendo de las condiciones específicas de cada proyecto, sin embargo, en definitiva, propone un modelo de negocios enfocado en factores menos objetivos y de carácter más social.

Respecto al carácter perecedero de los productos es preciso apuntar que no se trata de la totalidad de ellos, sin embargo, bajo una visión integral de los servicios turísticos muchos de sus componentes responden a la clasificación de “perecederos”. Por otra parte, los picos en la capacidad aumentan aún más la presión de precios en la industria, lo que lleva a una presión de precios y a una sobreoferta (Fondo de Promoción Turística, 2011, p. 33) Todos estos elementos resultan en unos resultados mixtos que son difíciles de medir y comparar en términos objetivos lo que se debe precisamente a la volatilidad en la esencia misma del mercado turístico.

2.5 Potencialidad turística, recursos turísticos y producto turístico

Antes de realizar cualquier planificación turística es preciso tener en cuenta el potencial turístico del sector o de la región. Sánchez, Sánchez y Rengifo. (2013) proponen tres enfoques para realizar la evaluación de dicho potencial: el analítico, el económico y el análisis paisajístico. El enfoque analítico se refiere al análisis de los elementos básico que determinan la vocación de determinada área para el turismo, el enfoque económico está determinado principalmente por la demanda y el enfoque paisajístico a la predisposición en términos físicos, geográficos y bióticos para la realización de determinadas actividades. Dichos enfoques están mediados por una serie

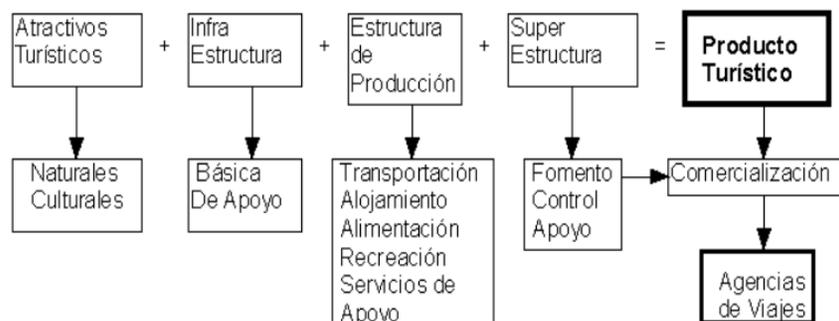
de factores endógenos y exógenos que afectan tanto la base como la superestructura turística (Soria, 2015)

La base del potencial turístico es, naturalmente, los recursos turísticos de la región, los cuales pueden ser naturales o culturales, es decir pueden ser elementos propios de la naturaleza o pueden ser expresiones creadas por el ser humano. Para Soria (2015) los recursos turísticos son

Todos aquellos elementos naturales o antrópicos disponibles, susceptibles de uso y aprovechamiento, cuyos atributos intrínsecos y extrínsecos tengan potencialidades de convertir el espacio geográfico que los rodea en motivo de visitas turísticas por medio de su integración a una oferta que satisfaga las necesidades de estos visitantes y les muestre la identidad del territorio. (p. 37)

Según el autor el análisis de la potencialidad turística de una región o sector debe, necesariamente, incluir una zonificación pues, dentro de un territorio el potencial no se distribuye de manera homogénea. El resultado de la implementación de estrategias de producción basadas en la potencialidad de los recursos identificados es el producto turístico. El producto se diferencia del recurso en tanto es una construcción del mercado hecha por los proveedores creado para satisfacer las necesidades de los viajeros. De esta manera el producto turístico requiere de unos componentes específicos y de un proceso particular:

Figura 3. Componentes y proceso del producto turístico.



Nota: extraído de Rodríguez et al. (2015)

El producto turístico supone una combinación de diferentes elementos que garantizan la experiencia turística completa y especializada para el viajero. Se trata entonces de la materialización de unos intereses específicos de los turistas, es así como surgen diversos tipos de productos como el turismo de aventura.

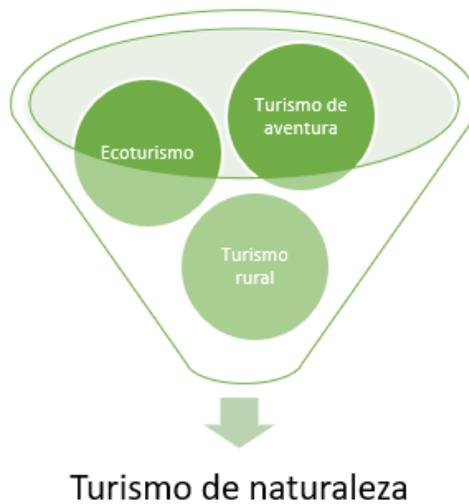
2.6 Turismo de aventura

La definición de turismo de aventura es compleja en tanto se tiende a confundir este concepto con otros como turismo deportivo en la naturaleza, turismo activo, turismo deportivo activo o turismo blando. Sin embargo, para efectos de la presente investigación se tomará la definición de la Organización Mundial de Turismo:

Viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicio físico, y que suelen realizarse en zonas remotas o relativamente inexploradas (OMT, 2008b)

El turismo de aventura puede ser considerado como un producto turístico en sí mismo o como una categoría de clasificación del turismo, como se vio con anterioridad, en cualquier caso mantiene una relación directa con el turismo de naturaleza el cual se encuentra entre los de mayor auge en las dinámicas globales. La UNID (2014) clasifica el turismo de aventura dentro del bloque del turismo de naturaleza junto con el turismo rural y el ecoturismo:

Figura 4. Composición del turismo de naturaleza



Nota: UNID (2014)

El turismo de aventura, por tanto, posee dos elementos fundamentales: un medio natural y un grado relativo de riesgo. El medio natural, asegura Rivera (2010), se caracteriza por estar poco alterado o poseer un alto valor ecológico por estar en zonas protegidas o de difícil acceso, y el riesgo depende de la oferta específica, pues el turismo de aventura se clasifica también por su nivel de riesgo. En palabras de Moral, Cañero y Orgaz (2013)

el turismo de aventura hace referencia a viajes a destinos lejanos o exóticos, poco desarrollados donde se buscan experiencias intensas a las que no se tiene acceso en la vida cotidiana y que conlleva la práctica de algunas actividades físico deportivas, con cierto riesgo (p. 335)

Rivera (2010) citado en Moral, Cañero y Orgaz (2013) clasifica el turismo de aventura en tres modalidades dependiendo de su riesgo, duración y condiciones: a) exploraciones, expediciones y grandes travesías, caracterizadas por un nivel elevado de dificultad y riesgo, situaciones extremas y condiciones naturales complicadas como (desiertos, selvas, alta montaña

y glaciares), b) productos de aventura media, de carácter más comercial se caracterizan por tener un equilibrio entre seguridad y riesgo, esfuerzo y confortabilidad, búsqueda de lo exótico y contacto con comunidades locales, y c) productos light, los cuales se ofertan a un nicho de mercado más amplio pues requieren un menor esfuerzo físico y un riesgo mínimo.

Aguilar y Dan de Angel (2004) afirman que el turismo de aventura produce la sensación en el individuo de superar un reto puesto por la misma naturaleza, en la medida de lo cual se establece como una superación personal. Retomando a Beltrán y Parra (2017) el turista de aventura podría clasificarse como un turista racional en tanto establece una motivación concreta para su viaje (por ejemplo realizar kayak en determinado río en época de lluvias) y, en cierta medida, también como un turista hedonista, pues busca satisfacer un deseo inmediato y lo más importante es cumplir con el “reto” que la naturaleza pone para él. Según Aguilar y Dan de Angel (2004) la competencia presente en el turismo de aventura se da exclusivamente entre el individuo y la naturaleza, en ningún momento se trata de un juego de hombre contra el tiempo u hombre contra sí mismo.

El turismo de aventura, según Aguilar y Dan de Angel (2004) se clasifica según el medio de la siguiente manera:

Tabla 3. Actividades del turismo de aventura.

Medio	Actividades
Tierra	<p>Caminata: es uno de los de mayor acogida pues puede ser practicado casi por cualquier interesado. Requiere de un circuito planificado y dosificado de acuerdo a las características de los turistas.</p> <p>Espeleología: se trata de descensos por grutas, cuevas, sótanos y cavernas con la finalidad de apreciar tanto las formaciones geológicas como la diversidad de flora y fauna.</p> <p>Escalada en roca: como su nombre lo indica se refiere a escalar por superficies rocosas empleando solamente las manos y los pies.</p>

Medio	Actividades
	<p>Cañonismo: actividad que consiste en recorrer ríos y cañones. Para este tipo se requiere diversas habilidades como ascensos y descensos por paredes de roca, nado y caminata.</p> <p>Ciclismo de montaña: mediante el empleo exclusivo de la bicicleta de montaña se realizan recorridos a campo abierto. Esta actividad requiere un gran esfuerzo físico.</p> <p>Alpinismo: se trata del ascenso a montañas y volcanes, específicamente en terrenos con hielo o nieve. Se requiere un dominio amplio de técnicas particulares y un equipo especializado.</p> <p>Rappel: descenso en roca mediante una cuerda y equipo de seguridad.</p> <p>Cabalgata: recorrido realizado por medio de un caballo.</p>
Agua	<p>Buceo autónomo: la finalidad es contemplar la flora y fauna del mar. El equipo consiste en un tanque de aire comprimido.</p> <p>Buceo libre: con la misma finalidad que el buceo autónomo, esta modalidad difiere en los equipos utilizados, pues aquí se emplea visor, aletas y esnórquel.</p> <p>Espeleobuceo: una mezcla entre el buceo autónomo y la espeleología, esta actividad permite conocer cenotes, cuevas, grutas y cavernas dentro del mar.</p> <p>Descenso en ríos: como su nombre lo indicado se trata de realizar un descenso a través de un río, generalmente con gran movimiento, a bordo de una embarcación para una o varias personas.</p> <p>Kayakismo: se realiza con una embarcación especial hidrodinámica propulsada por medio de una pala de doble asta. Se puede realizar en aguas en movimiento, en aguas quietas o en el mar.</p> <p>Pesca recreativa: se trata de experimentar la actividad de pesca sin retribuciones de carácter económico o competitivo.</p>

Medio	Actividades
Aire	<p>Paracaidismo: consiste en lanzarse desde una gran altura por lo general desde una pequeña avioneta, en caída libre por varios segundos para finalmente abrir un paracaídas para direccionar el aterrizaje.</p> <p>Vuelo en parapente: el despegue se realiza desde una colina o montaña y se aprovechan las masas de aire para el impulso inicial. El paracaídas posee un diseño que le permite un mayor control de la dirección.</p> <p>Vuelo en globo: no requiere mayores conocimientos ni riesgos, se trata de una actividad contemplativa sobre un globo inflado con aire caliente cuya dirección es determinada por el viento.</p> <p>Vuelo en ultraligero: se trata de un vuelo en una pequeña aeronave de una o dos plazas con un motor de no más de kilogramos.</p>

Nota: elaborado a partir de Aguilar y Dan de Angel (2004)

Beltrán y Bravo (2008) incorporan algunas actividades o deportes adicionales como: vuelo en ala delta, aviación y aerofotografía en los de aire, canotaje, sunboard, surfing y motonáutica en los de agua, y trial, bungee jumping y campercross en los de tierra.

Moral, Cañero y Orgaz (2013) señala una serie de características que definen el perfil del turista de aventura. En primer se trata de personas jóvenes y con buen estado de salud pues las actividades por sencillas que sean requieren de un nivel físico mínimo. Por lo general, se trata de personas entre los 15 y los 45 años. Así mismo, la mayoría de los turistas de aventura son hombres y su nivel de formación es, en mayor parte, superior o universitaria, con una posición social media-alta y provenientes de centro urbanos grandes.

En relación a las motivaciones Beltrán y Bravo (2008) sostiene que el turismo de aventura representa

la necesidad natural de las personas de experimentar sensaciones emocionantes, que evidencien una actividad física representativa bajo un esquema de recreación, con un ánimo competitivo para practicar un deporte fuera de su lugar de residencia o con el propósito de renovación y relajación (p. 104)

En este sentido, el turismo de aventura es una mezcla entre el deporte o la actividad física y el turismo, por lo tanto, sus motivaciones responden también a las motivaciones deportivas de los individuos. Por lo tanto, Beltrán y Bravo (2008) sostienen que no existe como tal un “turista de aventura” pues las diferencias en términos de expectativas y patrones entre cada uno de los practicantes son muy amplias. Esta divergencia no es necesariamente negativa, pues la gran variedad de turistas ha permitido que el mercado se diversifique y, por tanto, se posicione como uno de los de mayor crecimiento internacional.

2.7 Canopy

*La Guía de recomendaciones generales para el desarrollo de canopy en la República Argentina*² redactado por Secretaría de Turismo de Argentina define el origen etimológico de la palabra canopy de la siguiente manera:

Palabra de origen inglés que en su definición etimológica significa dosel, estrato de la selva que conforma el techo de la misma con alturas desde los 12 a los 20 metros, y que traducida al español recibe la denominación de copa de árboles (Secretaría de Turismo de Argentina, 2013, p. 11)

Según el documento de la Secretaria de Turismo de Argentina (2013) el canopy tuvo su origen en Costa Rica y sus creadores fueron un grupo de científicos que para facilitar el acceso a las partes más altas de la selva diseñaron un mecanismo para transportarse por medio de un

² Dicho documento no posee un homólogo similar en Colombia, para el caso colombiano la única referencia normativa es la el decreto 1072 del 13 de abril 2004 por el cual se reglamenta el Servicio Público de Transporte por Cable de Pasajeros y Carga

arnés, una polea y un cable de acero entre los árboles y alcanzar mayores alturas de forma rápida. El documento define el canopy como:

Modalidad deportiva que consiste en el desplazamiento de personas por las copas de los árboles, por el lecho de un río por cualquier otro accidente geográfico, a través de un sistema de cables de acero o tirolesas. La actividad se realiza suspendida en el aire a través de un equipo de arneses y poleas, recorriendo trayectos de diversa longitud y altura, con escalas en plataformas de despegue establecidas en árboles de gran porte, en escenarios naturales con pendiente o en medios artificiales mediante la instalación de torres. (Secretaría de Turismo de Argentina, 2013, p. 11)

De la misma manera que Argentina, en Chile se ha trabajado en el desarrollo de una normativa específica para el desarrollo de la actividad de canopy donde se rescata la Norma NCh3025 de 2006 expedida por el Instituto Nacional de Normalización (2006). Allí se definen los requisitos mínimos de gestión, calidad y competencia para el desarrollo de la actividad, discriminados por:

- ***Requisitos de organización:*** donde se incluyen los requisitos generales legales y de funcionamiento como el organigrama, las políticas de servicio, medios de comunicación, logística, normas medioambientales, contratación, entre otros.
- ***Requisitos específicos:*** en donde se incluyen la ficha técnica del desarrollo de la actividad (donde se especifique la duración, temporadas, número de participantes, medios de transportes, etc.), la documentación contractual, los seguros, la prevención y manejo de riesgos, la respuesta a emergencias y el manejo de reclamos.
- ***Requisitos de personal:*** donde se especifica que la actividad de canopy obligatoriamente debe ser desarrollada por personal cualificado y certificado por entidades acreditadas.

- **Requisitos de equipamiento:** el equipo necesario para canopy incluye los puntos de anclaje (árboles o torres, cable de acero y abrazaderas de calidad certificada, plataformas, tacones protectores, colchonetas de protección en las plataformas y anclajes para asegurarse. Así mismo, tanto el guía como el cliente deben poseer un equipo que incluye, entre otros, mosquetones, estribos, cordines, casco, arnés, cintas de anclaje y autoseguro y guantes. También se incluyen implementos para atender emergencias como camillas, botiquines y equipos de comunicación.
- **Requisitos de procedimientos:** en esta sección se establece como requisito el establecimiento y documentación de todo el proceso necesario para llevar a cabo la actividad, entre lo que se cuentan los procesos de reserva y manejo de grupos, el tratamiento de reclamos, el manejo de riesgos, entre otros.

Por otra parte, el canopy, como actividad desarrollada en espacios naturales posee en sí misma una responsabilidad ambiental. Por lo tanto, para su desarrollo e implementación requiere de un estudio de impacto ambiental. Si bien en Colombia estos procedimientos no se encuentran debidamente reglamentados, el estado sí posee una normativa en relación a los Estudios de Impacto Ambiental, expedida por la Agencia Nacional de Licencias Ambientales y un Sello de Calidad Turística expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, los cuales reglamentan los servicios que se ofrecen en zonas de alto impacto ambiental.

2.8 Demanda turística en Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí

La demanda turística puede entenderse de acuerdo con Socatelli (2007) como “el conjunto de consumidores o posibles consumidores que buscan satisfacer sus necesidades de viaje”, y para analizar la demanda turística del Parque Ecoturístico Cascadas de Juan Curí, se abordan dos dimensiones, una cuantitativa y otra cualitativa como se presenta a continuación:

En cuanto a estadísticas nacionales, durante al año 2018 ingresaron al departamento de Santander aproximadamente 11.524 turistas extranjeros, principalmente de los siguiente países: Alemania, Inglaterra, Francia, Holanda, Australia, Venezuela, Canadá y Estados Unidos y en lo

que va corrido del 2019 ya se cuentan 2.395 turistas extranjeros, según cifras del Centro de Información Turística de Colombia (CITUR, 2019), y en cuanto al turismo doméstico, el departamento ha recibido durante el presente año vía terrestre un promedio de 2'236.206 turistas nacionales, provenientes principalmente de las siguientes ciudades: Bogotá, Medellín y Cúcuta, de acuerdo con datos de la misma entidad, lo que representa un potencial interesante de posibles turistas para el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí.

La tendencia es que el flujo de turistas siga creciendo de una forma amplia gracias a las nuevas realidades sociales del país, principalmente al proceso de paz con los grupos armados. Por otra parte, el parque posee un registro del número de personas que ingresa diariamente y también de las actividades que realizan, (en el año 2018 ingresaron aproximadamente 30.000 personas, de las cuales el 80% fueron en los meses de temporada alta: diciembre, enero, abril, julio y agosto, destacándose sobre carga de visitantes entre los días del 01 de enero al 15 de enero y del 9 de abril al 16 de abril por Semana Santa), pero no se poseen más registros en relación a este punto como son: donde se han alojado, duración de la estancia por persona, que época del año, cuánto dinero ha gastado.

El Parque actualmente posee un registro con el nombre, edad, sexo, contacto y procedencia de las personas que ingresan al parque y las actividades que realizan, (procedencia principalmente de: Bogotá, Bucaramanga, Cúcuta, Medellín, Tunja, Alemania, Inglaterra, Francia, Holanda, Australia, Venezuela, Canadá y Estados Unidos). Pero no poseen más registros en relación a este punto como son: qué tipo de clientes son, qué esperaban, cuáles fueron los motivos de la visita, qué es lo que más les ha gustado, lo que menos les ha gustado, entre otras preguntas.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación y alcance

La presente investigación se realiza bajo un enfoque de tipo mixto con un alcance exploratorio-descriptivo a través de un proceso de análisis deductivo. El enfoque mixto incorpora elementos tanto del análisis cuantitativo como cualitativo, sin embargo, en palabra de Hernández, Fernández y Baptista (2014) la meta de este tipo de investigación “no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (p. 532)

En primer lugar, como parte del análisis cualitativo se plantea una revisión documental que de cuenta de los principales referentes teóricos sobre el debate en cuestión lo cual se sintetiza en el apartado de marco teórico y funciona como eje transversal a lo largo de la investigación. Posteriormente, se desarrollan las diferentes etapas del plan de negocios para implementación de la actividad de canopy en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí. Para lo cual, siguiendo con el enfoque cualitativo, se realiza inicialmente un diagnóstico compuesto por dos etapas, una primera descriptiva donde se presentan los principales elementos que intervendrían en el desarrollo de la actividad como el componente social y cultural, el componente biótico de la zona, los factores socioeconómicos, los atractivos actuales del parque y la infraestructura y servicios disponibles.

Una vez culminada esta etapa se procede a una etapa analítica, donde por medio de una matriz FODA se presentan los principales elementos interno y externo que pueden incluir de manera positiva o negativa en la implementación del plan de negocio, así como los posibles impactos en el medio ambiente y en el aspecto social y económico.

Como parte del componente cuantitativo se desarrollan las diversas etapas del plan de negocios que incluye, inicialmente un análisis del mercado tanto en el departamento como en la zona, haciendo énfasis en la demanda y oferta del sector, así como en las tendencias del

mercado, seleccionando finalmente un mercado objetivo. Posteriormente se establece una estrategia de mercado, un plan de operación, una estructura organizativa, un módulo de finanzas y un análisis del impacto. Todo lo anterior fundamentado en análisis de las cifras reales de la empresa y en proyecciones a futuro.

El valor de los estudios descriptivos radica en que, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), son útiles para “para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación” (p. 92). Para el caso de la presente investigación se tratará de un alcance exploratorio en tanto aborda una problemática novedosa: el desarrollo de la actividad de canopy dentro del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí y descriptivo pues aborda y describe los diversos elementos que hacen parte de la problemática y que pueden influir en el diseño e implementación de la actividad dentro del parque de manera positiva o negativa.

El tipo de análisis planteado en la presente investigación es bajo la lógica deductiva la cual parte de unos referentes teóricos para establecer unos supuestos o hipótesis que finalmente son comprobadas o debatidas. En el primer capítulo, titulado Introducción y planteamiento del problema, se establecen una serie de hipótesis que a lo largo del documento se debaten a la luz de la información recogida en la revisión documental y que se contrasta con los referentes teóricos empleados para finalmente plantear deducciones concretas.

3.2 Método de investigación y análisis

La presente investigación surge como producto de la revisión documental y el análisis cuantitativo de los diversos componentes de mercado y administrativos que requiere el diseño de un plan de negocios. Para este caso puntual, se emplearon documentos oficiales del Parque Ecológico que permitieron realizar el diagnóstico inicial y el análisis de mercado, los cuales, a su vez sirvieron de base para diseñar los demás componentes del plan de negocios.

Para llevar a cabo el análisis de la información recopilada se emplea un método de revisión documental que consiste en abordar los documentos a la luz de unas categorías o

variables específicas con la finalidad de rastrear los elementos puntuales que componen la investigación planteada.

3.3 Variables

Se establecen las siguientes variables como guía para abordar las fuentes seleccionadas.

Tabla 4. Variables de análisis de la investigación.

Variables	Sub-variables
Viabilidad del proyecto	Oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades. Posibles impactos negativos y positivos del proyecto. Componentes ambiental, social, cultural y económico.
Elementos del plan de negocios	Mercadeo Operación Organización Componente financiero
Impacto del proyecto	Impacto social Impacto ambiental Impacto cultural Impacto económico

Fuente: elaboración propia.

2.3.4 Fases de la investigación

La presente investigación se compone de las siguientes fases:

Tabla 5. Fases de la investigación.

Fase	Descripción	Tipo de análisis
Fase preliminar	Planteamiento del problema de investigación, hipótesis y objetivos.	Cualitativo
Fase teórica	Rastreo de los principales debates alrededor de los	Cualitativo

	conceptos abordados en la investigación.	
Fase de diagnóstico	Análisis de los documentos oficiales del Parque a partir de las variables planteadas.	Cualitativo
Fase de diseño	Análisis cuantitativo de las variables mediante estudios de mercado y herramientas administrativas.	Cuantitativo
Fase de análisis	Presentación del análisis del posible impacto del proyecto.	Cualitativo

Nota: elaboración propia.

4. MARCOS DE REFERENCIA

En el presente apartado se exponen algunos marcos de referencia que resultan pertinentes y necesarios para la formulación del plan de negocio.

4.1 Marco legal

En este primer marco se presenta la normativa a la cual se debería acoger la actividad de canopy dentro del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí

Decreto 1072 del 13 de abril de 2004, Por el cual se reglamenta el servicio público de Transporte por cable de pasajeros y carga. Capítulo II, Artículo 3.

- **Resolución RGA 1028 del 4 de julio del 2016**, Actualmente el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí, tiene autorización expedida por la Corporación Autónoma Regional de Santander (CAS), Región Guantánamo donde otorga la concepción de aguas, para un tiempo de 5 años prorrogable el año anterior de su vencimiento. Actualmente ya fue renovada.
- **Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible (NTS-TS 0039)**, esta norma específica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económico que deben cumplir las agencias de viajes para su certificación obligatoria.
- **Política de turismo de naturaleza**, (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, septiembre del 2012).
- **Ley 165 de 1994**, se reconocen las áreas protegidas como instrumentos importantes para cumplir las metas de reducción significativa de la tasa de pérdida de la diversidad biológica.
- **Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996**, define términos como ecoturismo y regula los diferentes aspectos relacionados con la operación turística.

- **Ley 1558 del 10 de julio de 2012**, por la cual se modifica la Ley General de Turismo y la Ley 1101 de 2006, se actualizan y armonizan conceptos y disposiciones para la promoción, la competitividad y regulación de la industria turística en el país, que a su vez conserven protejan y aprovechen los recursos y atractivos turísticos.
- **Decreto Ley 2811 de 1974**, por el cual se expide el Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección del Medio Ambiente, se estableció como permitidas las siguientes actividades dentro de las áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales (SPNN): conservación, recuperación y control, investigación, educación, recreación y cultura y establece al administrador la función de regular sus usos, las tarifas y los cupos máximos de visitantes, aspectos desarrollados en el Decreto 622 de 1977.
- **Ley 788, reglamentada a través del Decreto 2755 de 2005**, se establece el incentivo tributario para prestación de servicios de ecoturismo y se reglamenta las características del ecoturismo, los criterios y procedimientos para su aplicación mediante las resoluciones 118 de 2005 y 890 de 2006.
- **Resolución 0118 de 2005 de MCIT y MAVDT**, se establecen los criterios técnicos que los prestadores de servicios de ecoturismo deben cumplir para aplicar a la exención tributaria, introducida por la ley 788 de 2002, que reforma el Estatuto Tributario de la Nación.
- **Plan de Parques 2007-2019**, se constituye el ecoturismo como parte de la línea estratégica de consolidación del manejo de las áreas protegidas del sistema de parques nacionales para la conservación de los valores naturales y culturales
- **Documento del CONPES 3296 de 2004** que define los lineamientos para la participación del sector privado en la prestación de los servicios ecoturísticos y el diseño y publicación de los lineamientos para el ecoturismo comunitario, se generan algunos mecanismos de manejo de la actividad.

4.2 Marco institucional

El Parque Ecológico Cascada de Juan Curí se encuentra en jurisdicción del municipio de Paramo, en la vereda Juan Curí, en el departamento de Santander en Colombia, ubicada hacia el margen occidental de la provincia de Guanentá. Las coordenadas geográficas de los puntos extremos del Parque Ecológico se encuentran entre: Latitud Norte $6^{\circ}24'59''$ y Longitud Occidental $73^{\circ}10'12''$. Se encuentra ubicado a 22 kilómetros de la vía que conduce del municipio de San Gil al municipio de Charalá. Su extensión comprende 6.5 hectáreas. El agua que forma la quebrada La Chorrera y a su vez forma la majestuosa Cascada de Juan Curí, nace en la Cueva del Tigre en límites entre las veredas del Palmar y Juan Curí del municipio del Páramo y en total recorre 9.8 kilómetros hasta desembocar en el río Fonce.

Figura 5. Cascadas de Juan Curí



El Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí se encuentra ubicado al noreste de Colombia, en el departamento de Santander, entre los municipios de San Gil y Charalá. En el ámbito turístico la zona se caracteriza por ser reconocida como el referente nacional de turismo de aventura y los deportes extremos, particularmente el municipio de San Gil donde el mayor llamativo son los rápidos de los ríos. El Parque Ecológico es un negocio familiar que se caracteriza por ofrecer actividades “de tipo ecológico, de aventura y conciencia ambiental” (Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí, 2014).

Figura 6. Ubicación geográfica del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí



Fuente: Google Maps

El principal atractivo del parque es la Cascada Juan Curí de más de 200 metros de altura, que finaliza en un pozo de más de dos metros de profundidad. La vegetación virgen, la abundante diversidad de flora y fauna y, particularmente los recursos hidrográficos, son el principal atractivo del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí.

4.3 Productos que ofrece

El parque ofrece tres tipos de servicios: actividades, hospedaje y alimentación. En relación a la alimentación se realiza en el restaurante ubicado dentro del parque cuya especialidad son platos típicos de la región. El servicio de alimentación se ofrece de manera individual, para eventos familiares o para grandes eventos. El hospedaje dentro del parque comprende cabañas y zona de camping que garantizan el acceso a diversos grupos poblacionales.

Las actividades ofrecidas son de carácter ecológico y se realizan dentro de los límites del parque. Estas son:

Caminata ecológica: recorrido de un kilómetro por senderos ecológicos³ para llegar a la cascada. Durante el recorrido los visitantes pueden realizar avistamiento de flora y fauna. Se cuenta con un servicio opcional de guianza.

Torrentismo 80 metros: descenso de 80 metros por una caída de agua mediante una cuerda. Esta actividad no requiere conocimientos previos y la pueden practicar niños desde los 12 años.

Torrentismo 130 metros: se trata de un descenso en cuerda por una caída de agua de 130 metros para terminar con un cable vuelo de 180 metros de recorrido. Tampoco requiere experiencia, solamente un buen estado de salud.

Cabalgata: recorrido a caballo por el parque a través de senderos delimitados.

³ Un sendero ecológico es camino creado artificialmente dentro de un espacio natural con la finalidad de facilitar el recorrido y la seguridad dentro del espacio natural.

5. PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE CANOPY EN EL PARQUE ECOLÓGICO CASCADA DE JUAN CURÍ.

5.1 Aspectos preliminares

5.1.1 Canopy en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí.

La Cascada de Juan Curí, se encuentra en jurisdicción del municipio de Paramo, está formada por la Quebrada la Chorrera, con una altura total de 180 metros divididos en 3 escalones: uno de 50, otro de 60 y otro de 70 metros, alrededor se encuentra una gran variedad de flora y fauna que dinamizan el lugar con un majestuoso paisaje. El descenso total en la actividad de canopy será de 2500 metros de longitud divididos en 6 estaciones con 5 trayectos. En dos estaciones con la posibilidad de parar y disfrutar de las piscinas naturales del agua y de la interpretación de la flora y fauna y de los senderos. La duración de la actividad será de 4 horas incluyendo el baño en las piscinas naturales y la observación de la flora y fauna del lugar.

El producto del canopy en las Cascadas de Juan Curí se desarrolla a través del siguiente proceso:

- Los clientes deben llegar al Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí, en donde se hará una recepción para hacer su respectivo registro, diligenciamiento de formatos y suministro de información para el desarrollo de la actividad.
- Posteriormente se les describirá el protocolo de seguridad por parte de un guía certificado y se les dará a conocer los riesgos y medidas de seguridad. Este proceso será acompañado de la firma de un documento de descargo de responsabilidad a la empresa
- Después se iniciara la caminata ecológica de 30 a 50 minutos hacia la parte alta de la cascada donde tienen inicio la actividad de canopy.

- Luego se dará una charla técnica e inducción a la actividad, donde se explicará el proceso y las normas a seguir para conservar la seguridad.
- Se concluirá con un entrenamiento y calentamiento previo, para finalmente dar inicio al descenso en canopy.

5.1.2 Infraestructura necesaria.

El diseño y la construcción de la infraestructura necesaria para la actividad de canopy se desarrollarán bajo los parámetros de la conservación para evitar causar daños e impactos negativos en los ecosistemas del Parque Ecológico. También se tendrá en cuenta la arquitectura armónica que es muy importante en la utilización de materiales biológicos que contribuyen a la reducción del impacto ambiental y energético. Los diseños contribuirán a disminuir impactos negativos al Parque Ecológico y al planeta. Por ejemplo, se implementarán algunos diseños como: la recolección de aguas lluvias, el aprovechamiento de las energías eólica y solar, entre otras. Todas las plataformas estarán ubicadas en las partes altas de los árboles más robustos, sin causar ningún daño a los mismos ni a los hábitats presentes.

El canopy en la Cascada de Juan Curí iniciara en la parte alta de la cascada, con una plataforma de inicio y de inducción a la actividad. Actualmente existe un camino para llegar desde la parte baja a través de una caminata de interpretación ecológica de los hábitats existentes y las tradiciones culturales de la región con una duración entre 30 a 50 minutos aproximadamente.

5.1.3 Objetivos y metas.

- Aportar al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del sector, posibilitando el desarrollo económico de las familias, mediante la aplicación de actividades de inclusión social que hagan a la comunidad parte activa de todo el proceso.
- Promover y asesorar en la conservación de los recursos naturales renovables y la protección del ambiente, así como el desarrollo sostenible de la región, buscando

minimizar y mitigar el impacto generado por el hombre en sus actividades (agrícolas y pecuarias).

- Trabajar por la preservación de los recursos naturales de la zona especialmente el área que tiene influencia la cuenca hídrica de la quebrada la Chorrera y sus afluentes, buscando su proyección nacional e internacional para la oferta de la actividad en el turismo de aventura en la naturaleza en especial el canopy.
- Implementar un modelo de gestión social integral, que permite crear y fortalecer una cultura ciudadana en relación con la sostenibilidad de región.
- Potenciar el área de la zona de influencia del Parque Ecológico como centro de desarrollo educativo, ecológico, turístico y cultural.
- Realizar, fomentar, promover, orientar y coordinar actividades relacionadas con la adopción, implementación y comercialización de servicios turísticos y ambientales.
- Capacitar guías locales para el desarrollo de las actividades que cuenten con una certificación acreditada.

5.1.4 Misión y Visión

La misión de la agencia operadora de canopy en las cascadas de Juan curí será contar con un equipo humano capacitado, con experiencia y habilidades necesarias para satisfacer las necesidades de sus clientes; que se apasionan por las actividades al aire libre, dejando en cada uno de ellos experiencias agradables, memorables y a la vez que compartan y contribuyan a la protección y preservación de los recursos naturales; logrando desarrollar un turismo sostenible en el destino.

La visión de esta agencia operadora de Canopy será lograr posesionarse como una empresa reconocida, rentable, competitiva y sostenible en los servicios de turismo de aventura en

Colombia; mediante una buena gestión y planificación del desarrollo sostenible del producto en el destino.

5.2 Diagnóstico del Parque Ecológico: etapa descriptiva

5.2.1 Componente social y cultural

Los factores socioculturales más relevantes para el aprovechamiento turístico del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí, están relacionados con la historia, las costumbres de su comunidad, los cultivos tradicionales y la gastronomía. A través de estos factores se puede integrar la comunidad en el proceso sostenible para el desarrollo del proyecto de canopy, obteniendo un compromiso y beneficio económico, social y ambiental para mejorar sus condiciones de vida. Entre los aspectos más destacados tenemos:

El Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí como sitio sagrado para los indígenas Guanes: las Cascadas de Juan Curí, anteriormente era un sitio de peregrinación y ceremonias de los indígenas que habitaban esta zona y muchos mitos se han tejido alrededor de este lugar. Aprovechar la historia y los eventos significativos de este lugar para potencializarlos y crear un atractivo significativo e interpretativo para los visitantes.

El cultivo del fique⁴ y la elaboración de productos artesanales: muy cerca y por la ruta de ingreso al Parque Ecológico existen varios cultivos de fique, y algunas familias tienen sus telares y se dedican a la fabricación artesanal de mochilas, costales, cotizas, pretales, correas, pulseras entre otros, que serán vinculados como un atractivo cultural para el parque y de aprovechamiento económico para las comunidades locales a través de las venta de sus productos.

⁴ Se trata de una planta que tradicionalmente se ha empleado para la creación de artesanías. Santander es uno de los departamentos de mayor cultivo y uso de la planta desde el siglo XIX hasta nuestros días. A partir de la planta se pueden realizar bolsos, calzado y otros elementos de uso para el hogar (Mojica y Paredes, 2006)

El cultivo de café: muy cerca del Parque Ecológico existen varios cultivos de café, en donde se puede organizar con la comunidad local una especie de tour donde el turista puede ir a evidenciar y hacerse participe de algunas de las actividades que se desarrollan durante la producción y recolección del café, y a su vez la comunidad puede beneficiarse económicamente con la venta de algunos productos elaborados a base de café.

Los cultivos de caña de azúcar y la elaboración de panela: cerca del Parque Ecológico existen varios cultivos de caña de azúcar y varios trapiches donde elaboran la panela. Algunos de estos trapiches se pueden acondicionar para la visita de turistas, y crear un proceso informativo del cultivo y la elaboración de la panela. Obteniendo como beneficio para la comunidad la venta de algunos productos elaborados como (melcochas, batidillos, dulces, entre otros).

Valoración del patrimonio natural por la población local: actualmente la población local del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí es consciente y valora la conservación del parque, principalmente por la importancia que significa el agua de la quebrada la chorrera, que es utilizada para el consumo permanente de todas las familias que viven alrededor. Desde el punto de vista turístico no tienen la misma conciencia del valor que representa este lugar para la actividad. Por ejemplo, estas son las palabras que dijo don Eli López Mancilla, uno de los principales propietarios de los terrenos del Parque Ecológico en una entrevista al Periódico Vanguardia en 2016, “cuenta como anteriormente los turistas pedían permiso para pasar a la cascada y él en su inocencia les decía que no entendía que era lo que ellos iban a hacer monte adentro...” (Vanguardia, 2016) También actualmente algunas personas locales realizan la práctica de la caza de animales principalmente de picures y tinajos, algunas prácticas inadecuadas de agricultura y de manejo de basuras, entre otras. Para lograr tener una valoración total de todos los recursos naturales y culturales existentes en el Parque Ecológico y potencializarlos para la actividad turística, se debe capacitar a la comunidad local e incluirlos en los beneficios obtenidos en este proyecto turístico de la actividad de canopy en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí como alternativa para mejorar sus condiciones de vida y las de nuestro planeta.

5.2.2 Elementos bióticos

Clima: temperatura media de 18°C en la parte alta del Parque Ecológico, y 22°C en la parte baja a lo largo del río Fonce.

Hábitat: de tipo boscoso, con una gran variedad de árboles y de especies animales principalmente de aves.

Flora: la principal vegetación existente en este Parque Ecológico está compuesta por grandes árboles como robles (*Quercus* sp.), ceibas (pentandra), higuerones (*Ficus luschnathiana*), caracolí (*Anacardium excelsum*), cedro (*Cedrus* sp.), guamo (*Inga spuria*), cucharo (*Myrsine guianensis*), arrayan (*Luma apiculata*), urumo (*Cecropia peltata*), guayacán (*Porlieria chilensis*), guayabo (*Psidium guajava*), pomarrosa (*Syzygium jambos*), clavellino (*Pseudobombax ellipticum*), gallineros (*pithecellobium*), tachuelo (*Zanthoxylum rhoifolium*), enredaderas entre otros.

Fauna: entre las especies más frecuentes se encuentran chulo (*Coragyps atratus*), tortolita (*Columbina talpacoti*), guañuz (*Crotophaga ani*), colibrí (*Trochilidae*), mirla (*Turdus merula*), copetón (*Zonotrichia capensis*), pechirrojo (*Pyrocephalus rubinus*), milleros (*Teratornis*), la perdiz (*Odontophoridae*), cardenal (*Cardinalis*), copetón (*Zonotrichia capensis*), azulejos (*Thraupis episcopus*), guacharos (*Steatornis caripensis*), golondrinas (*Hirundo rustica*), carpintero (*Picidae*) entre otros. También se encuentran otros animales como: picur (*Dasyprocta punctata*), tinajo (*cuniculus paca*), armadillo (*Dasyrodidae*), mariposas (lepidópteros), peces (Agnatos), ganado (vacunos), entre otros.

Suelos: los suelos que se encuentran dentro del Parque Ecológico son fértiles ricos en nutrientes y agua, aptos para el hábitat de la biodiversidad existente en la zona, hacia la parte inferior del parque se encuentran conformaciones rocosas calizas grises a negras, macizas, masivas, de textura fina, ligeramente fosilífera, intercalado con shale negro fósil ligeramente

micáceo, calcáreo, ligeramente limoso, hacia la parte media se encuentra caliza gris azulosa, masiva, maciza, fosilífera de textura gruesa, con capas margosas y hacia la parte superior es posible encontrar conformaciones intercaladas con arcillolitas margosas calcáreas y delgados niveles de areniscas gris amarillenta, dura, de grano fino (Rubiano, 1998).

5.2.3 Atractivos turísticos del Parque Ecológico

Los principales atractivos turísticos naturales del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí son:

La Quebrada la Chorrera: el agua que forma la quebrada La Chorrera y a su vez forma la majestuosa cascada de Juan Curí, nace en la Cueva del Tigre en límites entre las veredas del Palmar y Juan Curí del municipio del páramo y en total recorre 9.8 kilómetros hasta desembocar en el río Fonce. Durante su recorrido se forman pozos naturales que brindan la oportunidad de tomar un refrescante baño. Esta agua se caracteriza por su pureza y es utilizada para el consumo de todas las familias que viven alrededor del parque.

Las Cascadas Juan Curí: la cascada de Juan Curí es el principal atractivo de este Parque Ecológico, se encuentra en jurisdicción del municipio de Paramo, formada por la quebrada la Chorrera, con una altura total de 180 metros divididos en 3 escalones: uno de 50, otro de 60 y otro de 70 metros, en la última caída el agua ha formado un pozo natural donde se puede disfrutar de un agradable y relajante baño, alrededor se encuentra una gran variedad de flora y fauna que dinamizan el lugar con un majestuoso paisaje.

La biodiversidad de flora y fauna: en este Parque Ecológico se encuentra una gran biodiversidad de flora y fauna que complementan y dinamizan el atractivo natural, como son grandes árboles, las aves que representan la mayor riqueza de la fauna silvestre de este Parque Ecológico, entre otros.

El majestuoso paisaje de la zona: el paisaje que ofrece estas cascadas es sorprendente y encantador desde el primer contacto visual del visitante.

La actividad de rappel o torrentismo: esta actividad se práctica en la última caída de 70 metros de la cascada, que consiste en realizar un descenso vertical con una cuerda junto con otros equipos adecuados acompañados por personal experto.

Caminatas ecológicas: en el Parque Ecológico existen varias opciones de senderos interpretativos para disfrutar de la biodiversidad y de sus paisajes a través de caminatas ecológicas.

La cabalgata: el recorrido se realiza con caballos adiestrados, por senderos previamente determinados, disfrutando de los paisajes que enmarca la cascada.

Los cultivos y su procesamiento de productos de café, caña de azúcar y fique: en esta zona existen varios cultivos agrícolas principalmente de café, caña de azúcar y fique. Sus actividades de producción, recolección y procesamientos de productos se convierten en atractivos para los visitantes. (En relación a este punto se requiere una mayor organización y adecuación para ser ofrecidos como productos a los visitantes).

5.2.4 Factores socioeconómicos

La base de la economía para las personas locales en la zona del municipio del Páramo y la vereda Juan Curí donde se encuentra ubicado el Parque, son las actividades relacionadas con la agricultura y la ganadería como la producción de caña de azúcar, café, fique, frutales, maíz, yuca entre otros, y la elaboración de productos como panela, artesanías en fique, dulces, entre otros. Según datos del DANE (2005), el 15% de la población corresponde al estrato 3, el 70% al extracto 2 y el 15% al extracto 1. (La estratificación socioeconómica en Colombia se refiere a la clasificación de los inmuebles residenciales que deben recibir servicios públicos, y se clasifican de 1 a 6, siendo estrato 1 el de menos capacidad económica y 6 el de más alta capacidad económica, de acuerdo a esto se fijan los pagos de los servicios públicos e impuestos entre otros). El 65% de la población ha terminado los estudios básicos de primaria, el 17% la secundaria y el 8% una tecnología y algunos profesionales. Actualmente se ha notado una alta

inmigración de las personas jóvenes de la región (mayores de 18 años) a las ciudades más cercanas como San Gil y Bucaramanga.

Por lo anterior, se requiere sensibilizar a la población local con el tema relacionado a la actividad turística y sus grandes beneficios. A través de la inclusión con sus actividades actuales como la agricultura y la ganadería y la elaboración de sus productos. También es importante realizar capacitación y hacer inclusión de la comunidad ejerciendo diferentes labores en el desarrollo turístico del destino. En estos procesos juega un papel importante las personas que integran la junta de acción comunal de la vereda Juan Curí, como impulsores y emprendedores de los primeros proyectos.

5.2.5 Infraestructura y servicios disponibles

El Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí posee la siguiente infraestructura y de servicios en buenas condiciones como son: agua, electricidad, carreteras, transporte público, cobertura para el uso de celular e internet. No posee servicios de salud cercanos, ni servicios de recolección de residuos (Parque Ecológico Cascadas de Juan Cury, 2014).

Deporte y ocio: la oferta de actividades de aventura está representada en rappel, cabalgatas y caminatas ecológicas que fortalecen y dinamizan el destino. El principal problema es la accidentalidad y riesgo que existe durante la operación de las actividades de aventura, esto en consecuencia de la falta de personal idóneo, la utilización de infraestructura y equipos inadecuados. Todos los atractivos están señalizados correctamente y también existe señalética con información que favorece la interpretación de la flora y la fauna.

Oferta de restaurante: el Parque Ecológico cuenta con un restaurante que ofrece comida típica Santandereana, con precios económicos, entre los 8.000 y 20.000 pesos, posee una capacidad para 90 personas. En temporada alta (durante los meses de diciembre, enero, abril, julio y agosto) se requiere aumentar la capacidad del servicio a 150 personas. (65% aproximadamente).

5.3 Diagnóstico del Parque Ecológico: etapa analítica

La etapa analítica del diagnóstico integral realizado al Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí, para el desarrollo de la actividad de canopy comprende la sistematización de la información encontrada en la fase descriptiva, los hallazgos son clasificados mediante matriz FODA y posteriormente se plantean una serie de estrategias que den respuesta efectiva al proceso para la implementación de la actividad de canopy.

5.3.1 Matriz FODA – actividad de canopy

La siguiente tabla relaciona la sistematización de los hallazgos:

Tabla 6. Matriz FODA – actividad de canopy

Factores internos	Factores externo
Fortalezas (F)	Oportunidades (O)
<ol style="list-style-type: none"> 1. El agua de la quebrada que forma la cascada de Juan Curí en el Parque Ecológico es utilizada para el consumo de la comunidad local, razón por la cual es valorada y conservada por ellos mismos. 2. Existe un gran compromiso por parte de la Alcaldía municipal del Páramo y la Corporación ambiental – CAS, para controlar, preservar y cuidar el ecosistema de este sitio. 3. La diversidad de flora y fauna en el Parque Ecológico es alta y de gran importancia para la humanidad, esta puede ser vista durante la realización de la actividad de canopy y de las diferentes actividades de aventura. 4. Existe voluntad por parte del propietario de las instalaciones del Parque, para implementar acciones que conlleven a disminuir la accidentalidad en las actividades 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El turismo de Naturaleza y Aventura actualmente presenta un alto crecimiento y los pronósticos a futuro son muy positivos. 2. La negociación de la PAZ con los grupos armados en Colombia ha causado el aumento los viajeros nacionales y extranjeros en nuestro país. 3. La existencia de la Junta acción comunal, integrada por la comunidad local de la vereda Juan Curí, es una organización fundamental para la gestión y conservación del entorno de este sitio. 4. La proyección actual del gobierno nacional para fomentar el desarrollo sostenible del turismo en Colombia, a través de la creación de políticas públicas como son la aplicación obligatoria de las Normas Técnicas Sectoriales en Turismo de Aventura y Sostenibilidad Ambiental.

<p>de aventura, mejorar el servicio y aplicar un desarrollo sostenible de la actividad turística en el atractivo.</p> <p>5. La actividad de canopy en las Cascadas de Juan Curí es un producto innovador y único en el destino por esta razón posee ventajas competitivas.</p> <p>6. El precio establecido para la realización de las diferentes actividades de aventura es bajo (rappel 70.000 pesos, caminata ecológica 10.000 pesos, cabalgata 80.000), y de alta calidad, de fácil adquisición, en comparación de las otras actividades de aventura ofertadas en el destino.</p> <p>7. Ubicación geográfica de fácil acceso.</p> <p>8. Instalaciones es perfecto estado.</p> <p>9. Los árboles reúnen las características requeridas para la construcción de las plataformas del canopy. Existen piscinas de agua natural y limpia para nadar.</p> <p>10. En la comunidad local existe personal idóneo para ser capacitado y ser incluidos como guías y colaboradores en las actividades turísticas del proyecto de canopy.</p> <p>11. Las instalaciones cuentan con servicios públicos (agua, electricidad).</p> <p>12. Existe cobertura para el uso de celular e internet.</p> <p>13. El parque posee un registro cuantitativo y cualitativo de la demanda, en relación a los siguientes temas: número de personas que ingresan, nombre, edad, sexo, contacto y procedencia.</p>	<p>5. El patrimonio cultural integrado por la diversidad de cultivos agrícolas y productos elaborados por la comunidad local se puede integrar como productos complementarios en la oferta del destino. (Cultivos de café y sus procesos, cultivos de caña de azúcar y la elaboración de panela, cultivo de fique y la elaboración de artesanías, entre otros).</p> <p>6. Santander está posicionado y reconocido a nivel nacional e internacional como uno de los principales destinos de Aventura en Colombia.</p> <p>7. Facilidad de acceso a la capacitación por entidades públicas y privadas, como el SENA, Cáma de Comercio, entre otras.</p> <p>8. El tratado de libre comercio con otros países.</p> <p>9. Los extranjeros son exentos del pago del IVA en sus actividades turísticas en Colombia.</p> <p>10. Las condiciones de seguridad y el orden público en el destino son muy buenas.</p> <p>11. En el destino existe una gran variedad de productos turísticos de aventura para crear paquetes turísticos y promocionar el destino.</p> <p>12. La ubicación geográfica del Parque Ecológico es de fácil acceso, las Cascadas de Juan Curí ya están posicionadas como un atractivo de alta jerarquización en el destino y reconocidas a nivel Nacional e Internacional.</p> <p>13. Los clientes potenciales para el turismo de aventura buscan y quieren nuevas experiencias y escenarios.</p>
--	---

<p>14. El parque posee el permiso de la concepción de aguas, por parte de la Corporación Ambiental de Santander –CAS, para la explotación turística.</p> <p>15. Los operadores turísticos de las actividades de aventura en el parque, poseen conocimientos de buenas prácticas para el desarrollo sostenible, y estas pueden ser transferidas a turistas y comunidad local.</p>	<p>14. Las Cascadas de Juan Curí es un atractivo muy apetecido y valorado por los extranjeros, por esta razón facilita su comercialización.</p> <p>15. Los proveedores de equipos para la realización de esta actividad, facilitan sus productos con facilidades de adquisición y pago.</p>
Debilidades (D)	Amenazas (A)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Deficiente aplicación de las normas, protocolos, procedimientos y técnicas de seguridad en el desarrollo de las actividades de aventura, generación de alta accidentalidad. 2. Deficiencia en el número y tamaño de los caminos para acceder al lugar donde se encuentra la cascada, (atractivo principal). 3. No se cuenta con un plan de evacuación eficiente en el momento de emergencia. 4. En temporada alta la demanda de visitantes sobrepasa los límites. (Falta de establecer un estudio de capacidad de carga del sitio). 5. Evidencia de contaminación de la fuente hídrica de la quebrada Juan Curí, por el uso de elementos como protector solar, repelente entre otros de los bañistas. 6. Deficiente registros estadísticos en relación a la actividad turística y la biodiversidad existente. 7. Poca voluntad y proyección por parte de la comunidad local al desarrollo turístico. 8. Incipientes sistemas de recolección y clasificación de residuos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El consumo de agua de la quebrada en la parte alta, para la explotación comercial de la actividad avícola (criaderos de pollos, gallinas ponedoras), ha disminuido gradualmente el caudal, se hace muy notorio principalmente en épocas de verano que puede llegar a desaparecer, causando grandes impactos. 2. Deficiente control por parte del gobierno y entidades competentes, para la aplicación de las Normas Técnicas Sectoriales en Turismo de Aventura y Sostenibilidad Ambiental. 3. Cambios permanentes en los decretos y ordenanzas en relación a la actividad turística, por parte de nuevos alcaldes y gobernadores (con intereses personales y corruptos) que pueden perjudicar la sostenibilidad del destino. 4. Nuevos permisos de concepción de aguas de la quebrada, por parte de la Corporación Ambiental, con fines industriales, que causen grandes impactos en la fuente hídrica. 5. El posible regreso de nuevos grupos armados a la región. (Guerrilla y paramilitares).

<p>9. Poca diversificación de la oferta turística del sitio, para integrar las actividades de aventura, recursos naturales y culturales teniendo en cuenta la inclusión de la comunidad local.</p> <p>10. El personal operativo y guías de las actividades de aventura necesitan capacitación y entrenamiento.</p> <p>11. Ausencia del bilingüismo para los guías (Inglés).</p> <p>12. La Póliza de seguro contra accidentes para los clientes con cobertura muy baja, debido a la alta tasa de accidentalidad en deportes aventura en los últimos años, ha provocado en las aseguradoras filtren y disminuyan la cobertura para estas actividades.</p>	<p>6. Presencia de terremotos que destruyan las instalaciones construidas para la actividad. (El departamento de Santander presenta una falla sísmológica – en la mesa de los Santos tiembla todos los días, esto está a 55 kilómetros de las Cascadas de Juan Curí.</p> <p>7. Venta de los terrenos alrededor del parque con fines de construcción residencial.</p> <p>8. Cambio climático: posible presencia del aumento inesperado del caudal en la cascada y transformación del sitio por derrumbes o avalanchas.</p> <p>9. El no otorgamiento de seguros por parte de las entidades aseguradoras, para la práctica de actividades de turismo de aventura.</p> <p>10. Resistencia de la comunidad local por el uso inadecuado de la fuente hídrica en la actividad turística.</p>
---	---

Nota: elaboración propia.

5.3.2 Estrategias propuestas a partir de la matriz FODA.

La siguiente tabla presentan las estrategias propuestas a partir del análisis FODA, en las diferentes combinaciones de aspectos FO, DO, FA y DA realizado para el diagnóstico integral para el desarrollo de la actividad de canopy en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí:

Tabla 7. Estrategias generadas a partir del análisis FODA para el diseño de la actividad de canopy

Aspectos interrelacionados		Estrategias
Estrategia FO	Fortaleza	5-La actividad de canopy en las Cascadas de Juan Curí es un producto innovador y único en el destino por esta razón posee
		Diseño de campañas de promoción turística de la actividad de canopy y del destino orientadas a los segmentos del mercado, que están llegando

Aspectos interrelacionados		Estrategias
		ventajas competitivas.
	Oportunidades	2-La negociación de la PAZ con los grupos armados en Colombia ha causado el aumento los viajeros nacionales y extranjeros en el país. 6-Santander está posicionado y reconocido a nivel nacional e internacional como uno de los principales destinos de Aventura en Colombia.
Estrategia DO 1	Debilidad	5-Evidencia de contaminación de la fuente hídrica de la quebrada Juan Curí, por el uso de elementos como protector solar, repelente entre otros de los bañistas.
	Oportunidad	4-La proyección actual del gobierno nacional para fomentar el desarrollo sostenible del turismo en Colombia, a través de la creación de políticas públicas como son la aplicación obligatoria de las Normas Técnicas Sectoriales en Turismo de Aventura y Sostenibilidad ambiental.
Estrategia DO 2	Debilidades	3-No se cuenta con un plan de evacuación eficiente en el momento de emergencia.
		7-Poca voluntad y proyección por parte de la comunidad local al desarrollo turístico.
		8-Incipientes sistemas de recolección y clasificación de residuos.
		10-El personal operativo y guías de las actividades de aventura necesitan capacitación
		actualmente a Colombia mediante un estudio. Realizar el proceso de certificación en relación con normas técnicas sectoriales de sostenibilidad promovidas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, en la que se detalle el uso de productos amigables con el medio ambiente y se creen campañas y procesos de consciencia turística. Formulación y ejecución de los planes de evacuación y manejo de contingencias en la actividad de canopy y otras actividades operadas en el parque ecológico, estos programas deben estar vinculados y atendidos por las entidades públicas y privadas dispuestas en los destinos en formación, capacitación y entrenamiento del personal y proyectos para el diseño técnico de los procedimientos y protocolos para la

Aspectos interrelacionados		Estrategias
		y entrenamiento.
		11-Ausencia del bilingüismo para los guías (Ingles).
	Oportunidad	7-Facilidad de acceso a la capacitación por entidades públicas y privadas, como el SENA, Cáma de Comercio entre otras.
Estrategia FA	Fortalezas	6- El precio establecido para la realización de las diferentes actividades de aventura es bajo y de alta calidad, de fácil adquisición, en comparación de las otras actividades de aventura ofertadas en el destino.
		11-En la comunidad local existe personal idóneo para ser capacitado y ser incluidos como guías y colaboradores en las actividades turísticas.
		7-Ubicación geográfica: de fácil acceso.
		8-Vías de acceso en perfecto estado,
		9-Los árboles reúnen las características requeridas para la construcción de las plataformas del canopy. Existen piscinas de agua natural y limpia para nadar.
		10-En la comunidad local existe personal idóneo para ser capacitado y ser incluidos como guías y colaboradores en las actividades turísticas del proyecto de canopy.
		prestación de los servicios turísticos en el parque. Al igual que el diseño e implementación de programas de seguridad y salud en el trabajo, así como programas de seguridad para los visitantes, protocolos y sistemas de emergencia, entre otros.
		Implementación de la actividad de canopy y de otras actividades Ecoturismo y de aventura diseñadas técnicamente y de acuerdo con la normatividad existente y con un alto componente de conciencia turística y sostenible tanto para visitantes, personal del parque y comunidad en general.

Aspectos interrelacionados		Estrategias
	Amenazas	<p>1-El consumo de agua de la quebrada en la parte alta, para la explotación comercial de la actividad avícola (criaderos de pollos, gallinas ponedoras), ha disminuido gradualmente el caudal, se hace muy notorio principalmente en épocas de verano que puede llegar a desaparecer, causando grandes impactos.</p> <p>9-El no otorgamiento de seguros por parte de las entidades aseguradoras, para la práctica de actividades de turismo de aventura.</p>
	Debilidad	<p>Creación de una nueva actividad como el canopy, para diversificar la oferta y facilitar el acceso a las cascadas.</p> <p>Creación de programas de inclusión y participación de la comunidad tanto en actividades laborales, como sociales en el parque e implementación de programas de responsabilidad social empresarial.</p>
Amenaza	<p>9-Poca diversificación de la oferta turística del sitio, para integrar las actividades de aventura, recursos naturales y culturales teniendo en cuenta la inclusión de la comunidad local.</p> <p>10-Resistencia de la comunidad local por el uso inadecuado de la fuente hídrica en la actividad turística.</p>	

Nota: Elaboración propia.

5.4 Evaluación de impactos

La actividad turística trae consigo generación de impactos tanto positivos como negativos para el destino, una adecuada gestión busca potenciar los primeros y contrarrestar los segundos. Este proyecto de aprovechamiento turístico del Parque Ecológico Cascada de Juan Curí será creado con el objetivo de implementar un desarrollo turístico sostenible con un alto compromiso por la conservación y preservación del medio ambiente. Sin embargo, como consecuencia pueden presentarse algunos impactos, se hace un análisis de aspectos ambiental, social y

económico, y se mencionan a manera de propuestas algunas medidas de mitigación, las cuales se presentan en los siguientes cuadros:

5.4.1 Identificación de impactos negativos en la dimensión ambiental.

Tabla 8. Impactos negativos: dimensión ambiental.

Dimensión Ambiental	
Impactos	Propuesta de mitigación de impactos
Sobrecarga de turistas en el Parque Ecológico: Este destino presenta una gran afluencia de turistas, principalmente en temporada alta, y con la creación de la actividad de canopy puede sobrepasar los límites, lo cual causa un gran impacto negativo en los ecosistemas y deficiencia en el servicio.	Establecer la metodología de los Límites de Cambio Aceptable LCA, para medir los problemas asociados al uso de las áreas y los senderos por donde específicamente transitan los visitantes en el Parque Ecológico cascada de Juan Curí.
Contaminación generada por el manejo deficiente de las aguas residuales o servidas: El sistema de manejo y tratamiento de aguas residuales puede contaminar el agua de la quebrada la chorrera generando un gran problema en los ecosistemas del Parque Ecológico y en la comunidad de la zona.	Establecer un sistema de tratamiento de aguas residuales de bajo impacto y con eficiente capacidad para el manejo de las aguas residuales generadas por las actividades turísticas en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí.
Contaminación por las basuras generadas durante el desarrollo de la actividad: El aumento de visitantes en el Parque Ecológico puede generar mayor cantidad de residuos sólidos.	Establecer recipientes para la disposición de los residuos de acorde a la normatividad existente y hacer una disposición final de todos los residuos de acorde a la normatividad existente en el país.
Pérdida de vegetación nativa y aislamiento de la fauna: Ocasionada principalmente por la generación de ruido (durante el desarrollo de las actividades turísticas-canopy), contaminación visual (por la construcción de la infraestructura de canopy y presencia de visitantes), tráfico de especies, la caza, contaminación del agua, entre otros.	Concientizar a los visitantes y la comunidad local para evitar la producción de ruidos fuertes, prohibir el uso de equipos electrónicos que generen ruidos, el uso y consumo de alcohol y drogas, el uso de sustancia químicas como bloqueador solar entre otros principalmente si va ingresar al agua de la quebrada la chorrera, la extracción y caza de

Dimensión Ambiental	
Impactos	Propuesta de mitigación de impactos
	especies (flora y fauna), arrojar o dar comida a animales dentro del Parque Ecológico, la construcción de infraestructura para la actividad de canopy que la arquitectura sea tipo armónica con el lugar, entre otros.
<p>Informalidad en el desarrollo de algunas actividades de aventura que se ofrecen dentro del Parque Ecológico: Algunas actividades por ejemplo el rappel y la cabalgata se desarrollan sin tener en cuenta las Normas Técnicas Sectoriales de Turismo de Aventura y de Sostenibilidad Ambiental establecidas por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, por lo cual se generan grandes impactos en los Ecosistemas y situaciones de riesgo para los turistas.</p>	Establecer el control para aplicar y cumplir con todos los requisitos establecidos en las NTS de Turismo de Aventura y Turismo Sostenible establecidas por el gobierno.
<p>Problemas externos a la actividad turística que amenazan con la existencia del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí y toda su biodiversidad en sus ecosistemas, dentro de los que se encuentran:</p> <p>a) Producción agropecuaria. El uso del agua para la producción piscícola, avícola y ganadera ha generado grandes impactos en la disminución y contaminación del agua y sus afluentes de la quebrada la chorrera.</p> <p>b) Creación de Pastizales para la producción de ganado. Esta actividad de talar los bosques para convertirlos en potreros para la producción de ganado ha afectado y destruido varios ecosistemas alrededor de la del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí.</p>	<p>Ante las anteriores situaciones es muy importante denunciar ante el gobierno para que tome conciencia de que se deben separar, proteger y delimitar ciertas áreas con características especiales para que sean conservadas como nichos intocables, para que puedan continuar albergando la biodiversidad y evitar causar grandes impactos que con llevan al cambio climático y a la destrucción de los ecosistemas.</p> <p>También es importante incluir la comunidad local en los beneficios del desarrollo de la actividad de canopy, para aumentar la conciencia de las comunidades en la región para hacer el mejor uso de los recursos y minimizar los impactos. El establecimiento de cadenas agroecológicas orgánicas productivas para trabajar en proyectos asociativos comunitarios, donde se prioricen el valor agregado de nuevos productos para mercado regional, nacional o internacional, es otra de las estrategias que se pueden implementar con</p>

Dimensión Ambiental	
Impactos	Propuesta de mitigación de impactos
	el fin de lograr alcanzar un desarrollo alternativo sostenible en toda el Parque Ecológico y cuenca de la quebrada la chorrera.

Nota: Elaboración propia

5.4.2 Identificación de impactos negativos en las dimensiones social y económica.

Tabla 9. Impactos negativos: dimensiones social y económica.

Dimensiones Social y Económica	
Impactos	Propuestas para Contrarrestarlos
La pérdida de la identidad Cultural: Es uno de los principales problemas sociales que se puede presentar en las comunidades locales del Parque Ecológico. Por ejemplo, la forma de vestir, sus costumbres, su gastronomía, estilo de vida, entre otros.	Concientizar a la comunidad del valor y la importancia de mantener la cultura y las costumbres tradicionales en la región. La actividad de Canopy generara nuevos empleos y mayor concientización para mantener la identidad cultural de la región.
El crecimiento desordenado y no controlado de la población: En los espacios alrededor del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí, puede generar una situación caótica.	Coordinar con el área de planeación del municipio del Páramo para establecer los requisitos para la construcción de viviendas de interés social en el plan de ordenamiento territorial.
Rivalidad y competencia: Entre los mismos integrantes de la comunidad local del Parque Ecológico.	Capacitar, concientizar e integrar a la comunidad en el desarrollo sostenible. (Con igualdad).
Disminución de la mano de obra: para realizar los trabajos tradicionales en la región como la agricultura, entre otros.	Incentivar y valorar el trabajo de la actividad agrícola como parte fundamental y complementaria de la actividad turística en la zona. Con la demanda de sus productos.
Aumento en el costo de vida: Principalmente en las tiendas y supermercados cercanos al Parque Ecológico.	Establecer estratégicamente que se mantengan los precios justos para las comunidades locales y de la región.

Nota: Elaboración propia.

Todos los anteriores son los principales impactos negativos potenciales que se pueden presentar durante el desarrollo de la actividad de canopy, como aprovechamiento turístico en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí, algunos inciden en la parte ambiental y sociocultural, para evitarlos, neutralizarlos, o disminuirlos, se deben crear equipos multidisciplinarios de trabajo para diseñar y tomar medidas mediante las evaluaciones ambientales para medir la Intensidad, la extensión, duración, la reversibilidad y el riesgo de los efectos generados que son causantes del impacto ambiental.

5.4.3 Identificación de impactos positivos en las dimensiones ambiental, social y económica.

Tabla 10. Impactos positivos: dimensiones ambiental, social y económica.

Dimensión	Impactos	Propuestas para potenciarlos
Ambiental	<ol style="list-style-type: none">1. Generación de acciones de protección y conservación del Parque Ecológico Cascadas Juan Curí por parte de la comunidad local.2. Concientización de la riqueza natural del territorio.	<p>A través de la inclusión de la comunidad local como trabajadores en la actividad de canopy, proveedores, etc. Al ser conscientes y comprendan que el futuro y la estabilidad de su patrimonio dependen del Parque Ecológico más lo apreciarán y cuidarán.</p> <p>Además el impacto positivo puede gestionarse y producirse a través de la planificación de la actividad turística, junto con la utilización de herramientas, como por ejemplo el uso de las buenas prácticas para turismo sostenible, que es una herramienta que permite a los empresarios turísticos adoptar prácticas de gestión sostenibles, de una manera sencilla y efectiva.</p>

Dimensión	Impactos	Propuestas para potenciarlos
Económica	<p>1. Mayores ingresos y mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad.</p> <p>2. Generación de empleo: Con el desarrollo de la actividad de canopy en el Parque Ecológico, se genera empleo, se aumentan los ingresos y mejoran las condiciones de vida de la comunidad local. Este es uno de los principales beneficios positivos que se alcanzará a visualizar con el desarrollo del presente proyecto.</p>	<p>Establecer un programa de capacitación para la actividad de canopy y de temas fundamentales para la prestación del servicio turístico en el Parque Ecológico y su conservación, como: servicio al cliente, bilingüismo, medio ambiente y conservación, naturalismo, primeros auxilios, entre otros. Mejorar las instalaciones de la escuela de la vereda Juan Curí.</p>
Social	<p>1. Fortalecimiento de las capacidades profesionales de la comunidad local: Mediante la capacitación en los diferentes temas de acorde a la necesidad en la región.</p> <p>2. Recuperación de la identidad cultural de la comunidad local del Parque Ecológico: Se valora y mantiene la identidad en la región.</p> <p>3. Aumento del reconocimiento de la atracción turística y puesta en valor el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí: Las condiciones de los atractivos existentes son mejorados y adquieren mayor valor e interés para los visitantes.</p>	<p>A través de la inclusión de la comunidad local como trabajadores en la actividad de canopy, proveedores, etc. Al ser conscientes y comprendan que el futuro y la estabilidad de su patrimonio dependen del Parque Ecológico más lo apreciarán y cuidarán.</p>

Dimensión	Impactos	Propuestas para potenciarlos

Nota: Elaboración propia.

5.5 Análisis del mercado

Actualmente la práctica del turismo de naturaleza y aventura está creciendo a nivel mundial, y en Colombia podemos observar varios departamentos en donde se desarrollan varias actividades, el departamento de Santander es uno de los principales destinos para la práctica del turismo de aventura.

5.5.1 El turismo de aventura en la zona de estudio

En el momento no existe una organización turística local en el Parque Ecológico. Es importante crear una organización con gran participación de la comunidad local. Actualmente existen 2 organizaciones turísticas en el destino de Santander: AGASTURIN (Asociación Guanentina de atención y servicios turísticos integrados), ASOCOLGUIAS (Asociación Colombiana de Guías Profesionales en turismo de aventura) y AVIATUR (gremio de agencias de viajes y turismo de Colombia), con las cuales se puede integrar para fortalecer y mejorar los procesos.

Respecto a la comercialización del Parque Ecológico, este se realiza principalmente por internet y con la participación en ferias turísticas. Actualmente es un destino muy reconocido y posicionado a nivel nacional. Las agencias de viajes operadoras de otras actividades de turismo de aventura como son: rafting, parapente, espeleología y canyoning, que existen en el destino de Santander, incluyen en sus paquetes los productos del parque ecológico, para ser comercializados a las agencias mayoristas principalmente de la ciudad de Bogotá.

Dentro de las principales agencias en Santander que incluyen en sus planes los productos del parque son: Santander Extremo ubicada en Bucaramanga, Universal de Turismo (San Gil), Colombia Rafting (San Gil), Aventura Total (San Gil), Planeta Azul (San Gil), Paramo Extremo (San Gil), Ríos y Canoas (San Gil) y Paravolar (San Gil). Los planes ofertados contienen actividades de aventura que se ofertan en el destino de Santander y tienen una duración de 3 días 2 noches, con todo incluido. En sus convenios comerciales con las anteriores agencias el Parque Ecológico ha establecido una comisión por ventas del 10% de sus servicios durante todo el año. Estas agencias no son competencia para el Parque, el parque se ha convertido como un producto diversificador de la oferta en el destino de Santander tierra de aventura. El precio de ingreso al parque es de 10.000 pesos por persona y está abierto todos los días de 7:30 am. a 4:30 pm.

En relación a la formación en turismo, todas las personas que laboran en este Parque Ecológico, poseen escasa cualificación y capacitación en turismo. Necesitan capacitación para la prestación del servicio y mejorar la parte operativa para disminuir la accidentalidad. Se requiere capacitación en inglés, servicio al cliente, ecología, naturalismo, historia, primeros auxilios, rescate y salvamento, manejo de residuos, entre otros.

5.5.2 Análisis de la competencia

Actualmente el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí posee un posicionamiento único en el destino y por hecho un argumento de venta excepcional (un paraje único) que proporciona al territorio una ventaja comparativa absoluta, reconocida por el cliente (Vanguardia, 2016). Sin embargo, existen dentro del departamento de Santander otros destinos que ofrecen actividades eco turísticas y de aventura como son: circuito de actividades de aventura en Pinchote en el salto del Mico (12.000 visitantes en el año 2018), Balneario Pescaderito (no existen datos estadísticos) y las Gachas en Guadalupe (no existen datos estadísticos), que podría captar la atención de los turistas, por lo que es importante que el Parque emprenda campañas de marketing que contribuyan a mostrar la autenticidad y atractividad de su oferta.

Respecto a la categoría de manejo el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí es de tipo privado y actualmente está administrada como una empresa familiar, dedicada al turismo de aventura, ofertando a sus clientes los servicios de alojamiento, restaurante, caminatas ecológicas, cabalgatas, rappel y parqueadero.

5.5.3 Tendencias de mercado

El flujo o nivel de demanda turística conocida en San Gil y la provincia Guantánamo para el año 2018 fue de 180.000 turistas aproximadamente, con un crecimiento constante de 10%, el cual es esperado para el año 2019, este estudio es el punto de partida para establecer que las actividades de deportes de Aventura tienen una gran acogida por visitantes de ciudades de origen como Bogotá y Medellín y también turismo receptivo.

Por otra parte es importante destacar que las temporadas de semana santa, vacaciones estudiantiles en el mes de junio y julio, los puentes de noviembre, y principalmente los meses de diciembre y enero es donde el flujo turístico se eleva considerablemente.

Según las estadísticas de ingreso al Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí, en el año 2018 ingresaron en promedio más de 20.000 turistas, de los cuales muchos de estos serán clientes potenciales para la actividad de canopy.

5.5.4 Selección del mercado objetivo

Para el desarrollo de esta actividad de canopy el mercado objetivo se encuentra en la ciudad de Bogotá, principalmente estudiantes de colegios, universidades que ya tienen establecidos viajes al departamento de Santander y también a las empresas que programan viajes de integración con sus colaboradores. Entre edades de los 12 y los 55 años.

El mercado potencial todas las agencias de viajes y comunidad en general de Colombia y el extranjero, amantes de la naturaleza y la aventura que deseen vivir una experiencia nueva y con características únicas del canopy en las cascadas de Jun Curí.

Este producto estará disponible y listo para comercializar en el mes de julio del año 2017.

5.5.5 Precio

El precio de la actividad de canopy será de 90.000 pesos colombianos (30 USD). Con el estudio de mercado realizado puedo concluir que el lugar de las Cascadas de Juan Curí por su gran potencial como atractivo turístico es el lugar ideal para establecer el negocio del canopy, un gran porcentaje de las personas que visitan este lugar estarían dispuestas a comprar el producto. Además, por ser un producto único en el destino e innovador tendrá una gran acogida y respaldo por operadores de otras actividades como complemento en sus paquetes turísticos y fortalecimiento al destino.

5.6 Estrategias de mercadeo.

5.6.1 Concepto del producto o servicio.

El canopy es una actividad relativamente nueva en turismo de aventura en la naturaleza, que tiene como objetivo principal ofrecer una actividad única con una experiencia ecológica muy diferente. El equipo que se utiliza para esta actividad consta de: arneses, mosquetones, cascos, guantes, poleas, cables y estaciones, que proporcionan toda la seguridad necesaria para la realización de esta actividad.

Nombre de la agencia: Canopy en las Cascadas de Juan Curí

Características: el diseño del canopy en la Cascada de Juan Curí iniciara en la parte alta de la cascada, con una plata forma de inicio y de inducción a la actividad, en donde actualmente existe una vía de acceso para llegar con los turistas en auto, igualmente finalizara en la estación número 6 en donde se encuentran las zonas refrescantes y acceso a los autos.

El descenso total en la actividad de canopy será de 2500 metros divididos en 6 estaciones con 5 trayectos. En dos estaciones con la posibilidad de parar y disfrutar de las piscinas naturales del agua. La duración del recorrido será de 3 horas incluyendo el baño en las piscinas naturales y la observación de la flora y fauna del lugar.

La casca de Juan Curí, se encuentra en jurisdicción del municipio de Paramo, formada por la quebrada Juan Curí, con una altura de 180 metros, alrededor se encuentra una gran variedad de flora y fauna.

5.6.2 Ventajas competitivas.

- ✓ Ubicación del producto turístico
- ✓ Las cascadas de Jun Curí como parque ecológico
- ✓ Vías de acceso en perfecto estado
- ✓ Instructores y equipos certificados
- ✓ Diversidad de flora y fauna
- ✓ Instalaciones es perfecto estado
- ✓ Piscinas naturales para nadar

5.6.3 Estrategias de distribución.

Los medios utilizados para la distribución de este producto serían los siguientes:

Agencias de viajes mayoristas: todas las agencias de viajes a nivel Local, Nacional e Internacional, que incluyan el producto de canopy en sus planes turísticos en el destino de Santander, tendrán un porcentaje del 10% de comisión sobre el valor total establecido en el producto por persona.

A través de la propia empresa: la empresa dispondrá de dos oficinas en el destino para comercializar su producto de Canopy y otros productos ofertados en el destino por otras agencias. Las oficinas estarán ubicadas una en San Gil y otra en el lugar de la operación de la actividad (en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí).

Agencia de viajes minoristas u operadoras de otras actividades: la empresa establecerá convenios para comercializar el producto de canopy con agencias operadoras locales, de otras actividades de Aventura en el destino.

Convenios comerciales con hoteles, restaurantes y otras entidades de turismo locales: la empresa de CANOPY establecerá convenios para la comercialización del producto con los diferentes establecimientos locales donde exista contacto con el turista a cambio de porcentajes por ventas del producto.

5.6.4 Estrategia de precios

Inicialmente durante los 6 primeros meses el producto de CANOPY en las Cascadas de Juan Curí tendrá un precio bajo de 70.000 pesos por persona y después aumentará a 90.000.

Tabla 11. Análisis competitivo de precios

Factor	Gasto por persona
Póliza de seguro contra accidentes	3.000 COP
Transporte	10.000 COP
Hidratación	3.000 COP

Nota: Elaboración propia

Tabla 12. Estimación de precio de venta

Producto	Costo de materiales o m.p.	Costos de operación	Anticipo de ganancias
Canopy	10.000 COP	30.000 COP	50.000 COP

Nota: Elaboración propia

5.6.5 Estrategias de comunicación

Las estrategias de promoción y publicidad que utilizará la empresa de canopy, estarán dirigidas al público objetivo (mercado-objetivo), Segmentación de nichos de mercado.

En varias de estas estrategias se realizarán alianzas comerciales para la promoción y publicidad del destino, con otros operadores turísticos y con el apoyo de entidades públicas y privadas. (Como son: FONTUR, Cámara de Comercio de San Gil, Alcaldías municipales entre otras). Utilizando las siguientes herramientas:

Lanzamiento del producto: el día del lanzamiento del nuevo producto de canopy en el destino, se invitara a todos los operadores turísticos, hoteles, restaurantes, entre otros y comunidad en general para que conozcan el nuevo producto existente en la región.

Uso del internet: a través de este medio la empresa realizara una gran campaña publicitaria del producto, utilizando las siguientes herramientas:

- Redes sociales (Facebook, Youtube, twitter, Instagram)
- Buscadores
- Portales (tripadvisor)
- Página web
- Catálogos virtuales
- Entre otros

Elaboración de publicidad impresa: la empresa de canopy realizara promoción y publicidad de su producto a través de medios impresos, que serán distribuidos en los diferentes establecimientos turísticos para ser entregados a los turistas, como son:

- Folletos
- Catálogos, revistas (LonelyPlanet)
- Periódicos
- Afiches
- Prensa

Participación en eventos, ferias y vitrinas turísticas: la empresa establecerá un plan para la promoción y publicidad del producto en las principales ferias, eventos y vitrinas turísticas que se realicen. Por ejemplo: ANATO, entre otras.

Establecer viajes de familiarización (famtrips): se programaran viajes de familiarización para dar a conocer el producto y el destino, especialmente con agencias de viajes y posibles clientes potenciales.

Establecer alianzas en conjunto con otros operadores, y establecimientos de prestación de servicios turísticos: para realizar promoción y publicidad del destino, de Santander como tierra de aventura.

En la siguiente tabla se presentan los medios de difusión que se emplearán para la estrategia de comunicación.

Tabla 13. Estrategias de comunicación

Estrategias de comunicación	Marque x
Radio	
Prensa	X
Televisión	X
Página internet	X
Páginas amarillas	
Televisión por cable	X

Telefónica	
Portafolio de servicios o productos	X
Recomendación cliente a cliente	X
Puerta a puerta	
Otras: viajes de familiarización (famtrips), participación en eventos, ferias y vitrinas turísticas, folletos, afiches.	X

Nota: Elaboración propia

Presupuesto para las estrategias de comunicación: el presupuesto de publicidad inicial requerida (Lanzamiento) y operacional que corresponde a la publicidad anual que forma parte de los gastos de la empresa son:

Tabla 14. Presupuesto destinado a publicidad en dólares

Cantidad	Concepto	Valor unitario (COP)	Valor total (COP)
1	Coctel de inauguración y lanzamiento	3.570.000	3.570.000
1	Página web	4.638.000	4.638.000
8	Internet: redes sociales, Buscadores, Portales, Catálogos virT	300.000	2.400.000
1000	Impresos: Folletos y afiches	12.000	1.200.000
2	Imágenes exteriores (vallas)	300.000	600.000
2	Catálogos, revistas (LonelyPlanet)	1.200.000	2.400.000
5	Avisos en periódicos y revistas	750.000	3.750.000
5	Canales de televisión (regional)	700.000	3.500.000
1	Participación en eventos: vitrina turística ANATO	3.800.000	3.800.000
20	Famtrips	540.000	10.000.000
		Valor total:	\$ 35.858.000

Nota: Elaboración propia

Presupuesto de mezcla mercadeo: todas las agencias de viajes, establecimientos de turismo, vendedores a nivel local, nacional e internacional, que incluyan nuestro producto en sus planes turísticos en el destino de Santander, tendrán un porcentaje del 10% de comisión sobre el valor total establecido en el producto por persona.

5.6.6 Estrategias de servicio

En la empresa de canopy la calidad en el servicio será una prioridad, por eso se establecerán estrategias de auditoria en el servicio y se implementará una encuesta de satisfacción para evaluar el servicio y la atención recibida durante la realización de la actividad.

5.6.7 Estrategia de aprovisionamiento

Para la realización de este producto turístico necesitamos proveedores que nos suministren los siguientes equipos: arneses, mosquetones, cascos, guantes, poleas y cables. La forma de pago es de contado y por ser equipos que tienen una larga vida útil no se requieren en cantidad. Normalmente estos equipos son importados y las empresas no dan créditos ni descuentos.

Tabla 15. Equipos requeridos para el desarrollo de la actividad de canopy

Producto	Materia Prima	Proveedor	Plazo entrega	Unidad medida	Precio (COP)	Plazo de pago	Disponibilidad
Canopy	Arneses	Petzl	Inmediato	50	15.000.000	Inmediato	50
	Mosquetones	Petzl	Inmediato	50	2.000.000	Inmediato	50
	Cascos	Petzl	Inmediato	50	10.000.000	Inmediato	50
	Guantes	Petzl	Inmediato	50	1.000.000	Inmediato	50
	Poleas	Petzl	Inmediato	50	7.500.000	Inmediato	50
	Cables	Petzl	Inmediato	5	12.000.000	Inmediato	50

Nota: Elaboración propia

Análisis de los proveedores: Respecto a los proveedores se tiene analizados los siguientes cuya resultado de evaluación es el siguiente:

Tabla 16. Proveedores de equipos.

Posible proveedores	Calidad y servicio	Precio	Oportunidad
Petzl	5	Alto	Si
Black diamond	3	Medio	Posible
Singing rock	2	Bajo	No

Nota: Elaboración propia

5.7 Operación

5.7.1 Estado de desarrollo

Este producto del canopy en las Cascadas de Juan Curí en este momento se está diseñando para su construcción del circuito y plataformas de operación.

5.7.2 Descripción del proceso

El producto del canopy en las Cascadas de Juan Curí se desarrolla a través del siguiente proceso:

Los clientes deben llegar al Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí, en donde se hará una recepción para hacer su respectivo registro, diligenciamiento de formatos y suministro de información para el desarrollo de la actividad.

Después serán transportados a la parte alta de la cascada el lugar en donde inicia la actividad (20 minutos en auto). En este lugar se hace la inducción y charla de seguridad para el desarrollo de la actividad, después se hace un entrenamiento y finalmente se inicia el descenso en canopy por los cables pasando por las diferentes estaciones y disfrutando del paisaje, flora y fauna.

El descenso total en la actividad de canopy será de 2.500 metros divididos en 6 estaciones con 5 trayectos. En dos estaciones con la posibilidad de parar y disfrutar de las piscinas naturales del agua. La duración del recorrido será de 3 horas incluyendo el baño en las piscinas naturales y la observación de la flora y fauna del lugar.

Finalmente terminamos en el mismo lugar de la recepción o parqueadero del Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí.

5.7.3 Necesidades y requerimientos

Costo mano de obra directa: en esta empresa de canopy todos los colaboradores serán contratos por prestación de servicios, y el número de personas varía dependiendo la época del año y la temporada.

Tabla 17. Costo mano de obra (COP)

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operarios producto canopy	\$32.000.000	\$48.000.000	\$60.000.000	\$72.000.000	\$84.000.000
Dotación y uniformes	\$1.500.000	\$2.000.000	\$2.500.000	\$3.500.000	\$5.000.000
Total costo mano obra directa	\$33.500.000	\$50.000.000	\$62.500.000	\$75.500.000	\$89.000.000

Nota: Elaboración propia

Maquinaria y equipos: los equipos que necesito para la realización del producto de canopy son los siguientes:

Tabla 18. Maquinaria y equipos

Equipos	Cantidad	Especificación Técnica	Capacidad de producción	Precio Mercado (COP)
Mosquetones	50	Certificados y Construidos en acero, con una resistencia superior a 72 KN.	Un mosquetón por persona , para realizar la actividad	\$40.000
Cascos	50	Certificados y especial para la actividad de CANOPY.	Un casco por persona para realizar la actividad.	\$200.000
Guantes	50	Especiales para la actividad de CANOPY	Un par de guantes por persona, para realizar la	\$20.000

			actividad	
Poleas	50	Certificadas, Tamden, con una resistencia superior a 30 KN	Una polea por persona , para realizar la actividad	\$150.000
Arneses	50	Certificados de cuerpo completo, con una resistencia superior a 24 KN.	Un arnés por persona , para realizar la actividad	300.000
Cables	5	Certificados, con diámetro superior a 12 milímetros y una resistencia superior a 40 KN	Es el cable por donde se hace el desplazamiento, solo una persona encada sección.	2.400.000
Total	255			\$47.500.000

Nota: Elaboración propia

Muebles y enseres: los muebles y enseres que vamos a utilizar para esta actividad de CANOPY son los siguientes:

Tabla 19. Muebles y enseres

Muebles y enseres	Cantidad	Clase	Precio mercado (COP)
Escritorio	2	Normal	600.000
Sillas	15	Uni personal	120.000
Computador	2	Portátil	1.500.000
Radios	10	Punto a punto	500.000
Teléfono celular	2	Smartphone	350.000
Planillas de registro	500	Formatos establecidos impresos	80.000
Total			11.780.000

Nota: Elaboración propia

5.7.4 Plan de operación

La empresa de canopy tendrá una capacidad de operación en el día de 100 personas, comprendiendo los horarios establecidos de 7:00 am a 4:00 pm en jornada continua, durante todos los días del año, excepto el primer lunes de cada mes que no se prestará el servicio porque se realizará mantenimiento a los cables y equipos.

En total la capacidad de operación al mes será de 3.000 personas y al año será de 36.000 personas.

5.7.5 Plan de compras.

*Consumo por unidad de producto*⁵: los equipos utilizados en la actividad del canopy, su vida útil depende del cuidado, mantenimiento y de la intensidad del uso, de acuerdo a las características del canopy de las Cascadas de Juan Curí y su longitud total de 2.500 metros de cables.

Los equipos pueden tener la siguiente vida útil en relación al número de descensos del canopy en las cascadas de Juan Curí:

Tabla 20. Vida útil de los equipos utilizados en la actividad de canopy.

Equipo	Cantidad requerida por persona	Vida útil	Valor unitario (COP)
Mosquetones	1	70.000 descensos	40.000
Cascos	1	45.000 descensos	200.000
Guantes	2	50 descensos	20.000
Poleas	1	12.000 descensos	150.000
Arneses	1	50.000 descensos	300.000
Cables	1	100.000 descensos	2.400.000

⁵ Los costos para la realización de la actividad de canopy están relacionados de acorde a la depreciación de cada uno de los equipos utilizados en relación a su vida útil de acuerdo al cuadro anterior.

Nota: elaboración propia

5.8 Organización

5.8.1 Organismos de apoyo.

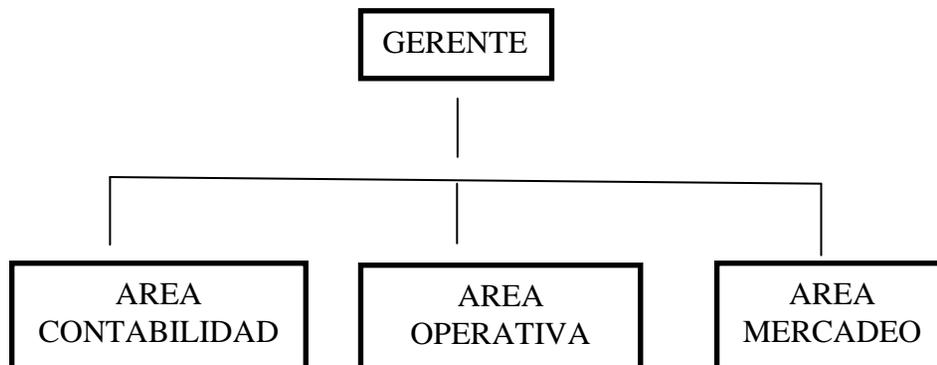
Las entidades que están dispuestas a apoyar este proyecto para implementar el negocio son:

- **SENA:** con capacitación para todos nuestros colaboradores y orientación profesional para nosotros los inversionistas.
- **Alcaldía Municipal de Páramo:** colaboración para tramitar los permisos y la promoción del producto.
- **Cámara de Comercio de San Gil:** orientación para la creación de empresa y tramitar el registro nacional de Turismo.
- **CAS:** “Corporación Ambiental de Santander”, rrientación para tramitar las licencias ambientales de acuerdo a la normatividad establecida.
- **Fontur:** colaboración en la promoción del producto y el destino.

5.8.2 Estructura organizacional.

La estructura organizacional que tendrá nuestra empresa es la siguiente:

Figura 7. Estructura organizacional.



Nota: elaboración propia.

5.8.3 Descripción cargos.

Gerente: su principal función es el direccionamiento de la empresa para lograr ser rentable y sostenible. Establecer metas y objetivos, evalúa el desempeño de la empresa de acorde los objetivos y metas trazadas. Coordinar todas las actividades relacionadas con la operatividad de la empresa.

- *Perfil:* persona profesional en turismo, líder y emprendedor.
- *Experiencia requerida:* 3 años de experiencia en el área del turismo principalmente de aventura.

Área de contabilidad: su principal función es manejar eficientemente la parte contable de la empresa de acorde a las normas y políticas establecidas. Provee la información financiera y económica de la empresa, proponiendo medidas correctivas según sean las circunstancias.

- *Perfil:* persona profesional en contaduría y finanzas.
- *Experiencia requerida:* 2 años de experiencia en el área contable, principalmente en turismo.

Área operativa: su principal función es desarrollar la operación del canopy de acorde a los parámetros, políticas y protocolos establecidos por la empresa, garantizando la seguridad y la satisfacción del cliente.

- *Perfil:* persona certificada en la operación de CANOPY, con tarjeta profesional de guía turística, bilingüe (español-inglés).
- *Experiencia requerida:* mínimo 1 año de experiencia en el área del turismo de Aventura, principalmente con competencia en el manejo de cuerdas.

Área de mercadeo: su principal función es la promoción y comercialización del producto de acorde a los segmentos de mercado objetivo establecido por los directivos de la empresa.

- *Perfil:* persona profesional con conocimiento en mercadeo y comercialización de productos principalmente en el área del turismo.
- *Experiencia requerida:* 2 años de experiencia en el área de mercadeo y comercialización.

5.8.4 Aspectos legales.

Constitución empresa y aspectos legales: el tipo de empresa que se creará, es una Sociedad por Acciones Simplificadas SAS. Actualmente la empresa no se encuentra inscrita ante la cámara de comercio. Dentro de algunos de los requisitos legales que aplican a la empresa agencia operadora de canopy tenemos:

Tabla 21. Matriz de requisitos legales para la actividad de canopy.

Tema	Tipo	Número y fecha	Autoridad	Disposición
Turismo y Sostenibilidad	Resolución	3860 del 28 Diciembre 2015	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Cumplir con las disposiciones de esta Resolución

Tema	Tipo	Número y fecha	Autoridad	Disposición
Sostenibilidad	Resolución	0148 de 2015	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	La agencia o el operador deben cumplir con la Norma NTS-TS-003. Demostrar el cumplimiento previo auto declaración documentada para renovar el RNT.
Sostenibilidad	Acuerdo municipal	2010-002	Consejo municipal Paramo-Santander	Cobro por consumo de más 28 metros de agua
Sostenibilidad	Ley	9/1979. Art. 26-29-84-85-105-111-125-127-128	Congreso República	Protección del medio ambiente.
Turismo	ley	300	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Cumplir con las disposiciones de esta ley
Turismo	ley	1558 del 2012	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Cumplir con las disposiciones de esta ley
Sostenibilidad	código conducta	3840	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	por la cual se establece el código de conducta contemplado en art. 1 de la ley 1336 de 2009 y se dictan otras disposiciones
Sostenibilidad	Ley	99/1993 art.65,91,92 y cap. 5 de 1995	Ministerio transporte	Control de la calidad del aire límites máximos de emisión permisibles para vehículos
economía	Decreto ley código laboral	2663 del 5 agosto 1950/	Ministerio de trabajo	Lograr la justicia entre que se relacionan entre empleadores y

Tema	Tipo	Número y fecha	Autoridad	Disposición
				trabajadores
socio cultural	Resoluciones de ley	679 de 2001 1336 de 2009 , 3840 de 2009	ministerio de protección social	proteger a nuestros niños y adolescentes de la explotación sexual o pornografía ,turismo sexual formas y abusos sexuales
Cultural	Ley general cultural	397 de 1997	Ministerio cultura	Se dictan normas sobre el patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura.
ambiental	Resolución	1512	Ministerio medio ambiente	Se establece un sistema para la recolección de elementos de oficina como el CPU, mouse, teclado, impresoras.

Nota: Elaboración propia

Organización jurídica: la razón social de la empresa será:

CANOPY EN LAS CASCADAS DE JUAN CURÍ SAS.

Otros aspectos legales:

- Impuestos a pagar
- IVA el 16%
- Impuesto predial
- Impuesto industria y comercio
- Licencia de funcionamiento
- Licencia de sanidad
- Inscripciones gremios

- Licencia de bomberos
- Minuta, escritura constitución y registro cámara comercio
- Registro propiedad intelectual y patentes
- Registro nacional de turismo
- Concepción de aguas -cas
- Pago de para fiscales

5.8.5 Costos administrativos.

Gastos de personal: inicialmente el negocio de canopy en la parte administrativa y de ventas estará a cargo por los socios propietarios de la empresa, en los días de temporada alta se contratará una persona como recepcionista en la oficina. Estas personas deben estar afiliadas a una EPS, ARL y a un fondo de pensión y cotizar como independiente.

En la parte contable se contratará un contador bajo la contratación de prestación de servicios.

En la parte operativa se contratarán colaboradores bajo la contratación de prestación de servicios, principalmente en las épocas de temporada alta. Estas personas deben estar afiliadas a una **EPS, ARL** y a un fondo de pensión y cotizar como independiente.

Tabla 22. Costos: nómina de ventas

Personal de ventas	Meses año	Dedicación	Tipo de contratación	Valor mensual empleado (COP)
Recepcionista de oficina de CANOPY	Temporada alta	Información y ventas en la oficina	Prestación de servicios	\$ 60. 000 por día

Nota: Elaboración propia

Tabla 23. Costos: nómina administrativa.

Personal de administración	Meses año	Dedicación	Tipo de contratación	Valor mensual empleado (COP)
Gerente	12 Meses	Administrador	Permanente	800.000
Contador	12 Meses	Contabilidad	Prestación de servicios	450.000
Operativos	Principalmente los Fines de semana y temporada alta	Operar la actividad de CANOPY	Prestación de servicios	4.000 pesos por persona operada en la actividad de CANOPY

Nota: Elaboración propia

Gastos de puesta en marcha la empresa:

Tabla 24. Gastos de puesta en marcha la empresa.

Gastos	Costo (COP)
Escrituras y gastos notariales	\$350.000
Gastos montaje de plataformas y cables	\$75.000.000
Permisos y licencias	\$2.500.000
Registro mercantil	\$2.200.000
Adecuaciones de oficina y recepción	\$7.000.000
Total diferidos y puesta en marcha	\$86.700.350

Nota: Elaboración propia

Gastos anuales de administración:

Tabla 25. Gastos administrativos anuales.

Gastos	Año 1 (COP)
Arrendamiento área administración	4.800.000
Agua área de administración	144.000
Energía área de administración	300.000
Teléfono área de administración	900.000
Mantenimiento equipo oficina	350.000
Gastos de viaje, viáticos	1.500.000

Correo	350.000
Impuesto de industria y comercio	170.000
Seguro contra robo	600.000
Total otros gastos de administración	1.700.000
Reparaciones locativas	650.000

Nota: Elaboración propia

5.9 Módulo de finanzas

5.9.1 Ingresos

El financiamiento de este proyecto de canopy en las Cascadas de Juan Curí, se hará con recursos propios y efectivo por parte de sus socios.

5.9.2 Egresos

Inversión del proyecto:

Tabla 26. Inversión del proyecto (COP)

Equipos	\$47.500.000
Muebles y enseres	\$11.780.000
Gastos preoperativos	\$86.700.350
Capital de trabajo	2.500.000
Total inversión	\$148.480.350

Nota: Elaboración propia.

5.10 Plan operativo

5.10.1 Cronograma de actividades

Este proyecto de canopy se planea iniciar a construirse en mayo 01 del 2019, y empezara la operación de la actividad del canopy el 01 de diciembre del año 2019.

5.10.2 Metas sociales

“Por un desarrollo **S**ostenible en la región”. Se respetará y reforzará los valores en relación, al intercambio de experiencias, enriquecimiento cultural tanto de los visitantes como de los habitantes, se respetará y preservará la cultura local, y se integrará a la comunidad en el desarrollo de las actividades turísticas, como generación de empleo, capacitaciones, entre otros, con el fin de mejorar su calidad de vida y superar la pobreza en la población vulnerable.

La mayoría de los colaboradores de la empresa de canopy serán personas que viven muy cerca de la cascada de Juan Curí.

5.10.3 Plan Nacional de Desarrollo

Este plan de negocios se enmarca dentro de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, porque propicia un desarrollo sostenible en los 3 aspectos social, económico y ambiental, y genera beneficios positivos para la comunidad local, regional y nacional en marcada en las buenas acciones para la conservación y cuidado del medio ambiente.

También aporta a la región: el desarrollo del turismo en el destino, la generación de empleo, crecimiento económico, fortalecimiento de grupos étnicos, mejoramiento de la protección y seguridad social en las comunidades, entre otros, que hacen parte de los objetivos establecidos en el Plan Regional de Desarrollo.

5.10.4 Clúster o cadena productiva

Este negocio de canopy se enmarcará en el clúster del desarrollo del turismo sostenible de aventura en la naturaleza.

5.11 Impacto

Este proyecto puede generar los siguientes impactos:

5.11.1 Impacto económico

Esta empresa de canopy será un negocio viable y rentable para permitir la inversión y el crecimiento, de sus dueños y demás colaboradores, bajo prácticas empresariales adecuadas y con una gran Responsabilidad Social Empresarial con la región y el medio ambiente. Además generara divisas en la región que aportaran al desarrollo económico y al bienestar de la comunidad.

5.11.2 Impacto social

Se respetará y reforzara los valores en relación, al intercambio de experiencias, enriquecimiento cultural tanto de los visitantes como de los habitantes, se respetara, preservara y fomentará la cultura local, se integrará a la comunidad en el desarrollo de las actividades turísticas, como generación de empleo, disminución de la inseguridad, capacitaciones, entre otras, con el fin de mejorar su calidad de vida y superar la pobreza en las personas vulnerables.

La mayoría de los colaboradores de la empresa de canopy serán personas que viven muy cerca de la cascada de Juan Curí.

5.11.3 Impacto ambiental.

Todas nuestras acciones estarán encaminadas a la conservación y preservación del medio ambiente. Las construcciones e instalaciones (plataformas) serán construidas en un ambiente natural, sin causar daño a los árboles, ni contaminación visual, conservación y preservación de la fuente hídrica la cascada de Juan Cury.

Se aplicarán las buenas prácticas en el turismo sostenible como son: el uso racional del agua, la recolección y clasificación de los residuos, construcción de sistema de purificación de las aguas servidas, utilización de fuentes de energía sostenibles, entre otras. Se ejecutarán programas y campañas de concientización y reforestación con participación de los turistas y

comunidad en general. Por ejemplo: **siembre tu árbol**, durante esta campaña cada turista tendrá la oportunidad de sembrar un árbol en la zona reconocida como la Loma, que ha pasado por un momento de desforestación y está muy cerca de las cascadas de Juan Curí.

Se establecerá la capacidad de carga de acuerdo a los recursos naturales y la capacidad de operación. Se aplicará estrictamente la normatividad vigente, como son las Normas Técnicas Sectoriales en Turismo Sostenible entre otras existentes.

5.11.4 Impacto regional

La región tendrá varios beneficios como son: crecimiento económico, generación de empleo, competitividad y desarrollo tecnológico, mejoramiento de la infraestructura y de los servicios públicos, oferta de variedad de productos de la canasta familiar, generación de nuevos proyectos, mejoramiento de la educación y salud, incentivar a la innovación y creación de empresas de turismo de aventura haciendo el uso sostenible de los recursos.

6. CONCLUSIONES

Las diferentes fases de la presente investigación arrojaron una serie de conclusiones que vale la pena resaltar. En el primer capítulo, dedicado a la introducción de la investigación se plantean los lineamientos preliminares en los cuales se basó la formulación del proyecto y que guiaron el diseño metodológico de la investigación, para esta fase se plantearon la problemática y los objetivos. Esta primera etapa permitió determinar la existencia de un problema: la no existencia dentro del parque de una actividad de canopy.

Para el segundo capítulo se realizó un recorrido teórico y conceptual por los principales debates generados alrededor del concepto de turismo de aventura y sus respectivos antecedentes. Esta etapa permitió comprender, desde el plano teórico la importancia del turismo en Colombia y en el mundo, las ventajas en términos de desarrollo sostenible, así como los obstáculos que presenta, y, además, se definieron algunos conceptos claves para el diseño de la propuesta de negocio, tales como: potencialidad turística, producto turístico y recursos turísticos. La diferenciación de dichos conceptos permite, entre otros, implementar estrategias mucho más concretadas y viables. De la misma manera, se discutió ampliamente en el marco teórico la importancia de la motivación de los turistas de aventura, lo que permitió establecer herramientas y estrategias más ajustadas a los perfiles de los visitantes. Posteriormente, se presentaron los lineamientos metodológicos de la investigación, donde se estableció el enfoque y tipo de análisis, los instrumentos y métodos de análisis de información.

Finalmente, a partir de la información recogida en las fases anteriores, se procedió a diseñar el plan de negocio para la creación de la actividad de canopy en el Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí. Esta etapa permitió establecer, entre otros, los elementos básicos para la puesta en marcha de la creación de dicha actividad. Tal diseño estuvo basado, por supuesto en un adecuado diagnóstico de los diversos elementos que componen la dinámica turística en el parque, desde lo ambiental y económico, pasando por las condiciones sociales y el componente cultural.

Esta primera etapa de diagnóstico permitió concluir una serie de reflexiones concretas que debatieron los supuestos planteadas inicialmente:

En primer lugar, se encontró que existen graves problemas medioambientales relacionados con la contaminación acuífera producto de la explotación comercial de la actividad avícola, la cual ha disminuido gradualmente el caudal del río, lo que se hace especialmente notorio en épocas de verano. Esta problemática ha alertado a las autoridades locales sobre la posible desaparición del recurso hídrico. Para lo anterior, se concluye que la implementación de una estrategia turística como la actividad de canopy debe ir ligada necesariamente a componentes de sostenibilidad que involucren a la comunidad local, pues solamente de esta manera se logra una armonía entre el desarrollo humano y la protección de los recursos naturales.

Se encontró además que existe una baja capacitación de los pobladores locales en relación a la actividad de canopy, así como en bilingüismo, por lo que el desarrollo de la propuesta planteó una estructura organizativa que garantice estas capacitaciones y disminuya los riesgos por falta de conocimiento. Adicional, se encontró que la población local posee una poca proyección relacionada con el turismo, porque se concluye la necesidad de incorporar a la comunidad en la capacitación, no solamente en el desarrollo de la actividad de canopy sino también en la importancia del turismo sustentable a nivel global y particularmente en el sector de Juan Curí.

Se encontró que existen pocas medidas y protocolos de seguridad, así como la no existencia de un límite de visitantes o capacidad de carga, sumado a la presencia de una creciente contaminación en las fuentes hídricas. Lo anterior permitió comprender la necesidad de incorporar el elemento ambiental a la propuesta de negocio, pues solamente incorporando el medio ambiente no como medio sino como fin último del turismo, es posible garantizar la supervivencia de hábitats saludables que permitan el desarrollo de las actividades propuestas.

Finalmente, se encontró que la actividad de canopy en la región posee poca oferta, aunque su mercado objetivo es más amplio que el de otras actividades de aventura. El canopy

puede ser practicado por una gama de población ligeramente más grande que deportes como el torrentismo o el descenso por ríos, pues no requiere de mayor capacitación ni un estado físico específico. Por lo tanto, se trata de una actividad de aventura que supone un mercado creciente que está siendo desaprovechado en la región.

De la misma manera, se encontró que en términos globales y nacionales el turismo se encuentra en un momento de crecimiento incomparable con épocas que incluso supera el crecimiento económico del país y de cualquier sector de la economía. Aunque ha habido un aumento en la diversificación y tecnificación del sector, el ritmo de este ha sido más lento que el del crecimiento, por lo que se están perdiendo constantemente oportunidades de consolidación de negocios basados en la demanda turística.

Por lo tanto, se concluye que la implementación de una estrategia como la expuesta en el presente documento no solamente es pertinente y viable sino también necesaria. Es preciso que las regiones con determinado potencial (es el caso de Santander y su potencial en turismo de aventura, determinado por sus recursos turísticos) planteen estrategias específicas que apunten a un tipo puntual de producto turístico que responda a dos direcciones fundamentales: la satisfacción de las necesidades y motivaciones de los turistas actuales y la protección del medio ambiente dentro de los lineamientos nacionales y globales. Una vez que las regiones logren combinar ambos aspectos de manera efectiva, siendo competitivos y proporcionando beneficios a las poblaciones locales, es posible hablar de un verdadero turismo de aventura sustentable.

5. RECOMENDACIONES

La implementación del proyecto diseñado en el presente documento requiere entre otros de una disposición de los diferentes factores, tanto de los socios de la organización como de las comunidades locales y las autoridades municipales y ambientales, por lo tanto se plantea como recomendación generar jornadas de discusión, retroalimentación y socialización del proyecto, esto con la finalidad, por un lado de incorporar los diferentes actores en el proceso de diseño e implementación, y por otro de mejorar la calidad del servicio ofrecido mediante un valor agregado compuesto por el trabajo comunitario y el respeto por el medio ambiente, pues como se vio anteriormente, se trata de una de las principales motivaciones del viajero actual.

Por otro lado, es preciso comentar que se comprobó la existencia de elementos de orden externo que pueden perjudicar la implementación del proyecto, como: el posible regreso de grupos paramilitares a la zona, los cambios permanentes en los decretos y ordenanzas relacionados con la actividad turística, la presencia de terremotos y otros fenómenos naturales, la venta de terrenos, el cambio climático, entre otros. Si bien se trata de elementos ajenos a las capacidades de la presente investigación, es necesario tenerlos en cuenta como posibles obstáculos en la implementación y es preciso plantear acciones de reacción para los mismos.

Finalmente, se recomienda establecer unos indicadores de medida que permitan, en un plazo determinado de tiempo evaluar los efectos de la implementación en términos económicos, pero también en lo relacionado a lo social y lo cultural, pero especialmente, es necesario establecer unos indicadores de medida que permitan comprender los efectos sobre el medio ambiente. Lo anterior con la finalidad de poder ejercer acciones correctivas oportunas que permitan pivotar sobre la marcha y mejorar tanto la calidad del servicio como el aporte del proyecto a los objetivos de desarrollo sostenible.

6. BIBLIOGRAFIA

Aguilar, J. & Dan Del Angel, C. (2004) Propuesta de proyecto de turismo alternativo en el ejido barra de Galindo en Tuxpan, Veracruz. (Tesis de grado) Universidad de las Américas, México.

Beltrán, L. & Bravo, A. (2008). Turismo de aventura: reflexiones sobre su desarrollo y potencialidad en Colombia. *Turismo y sociedad*, 9, 103-112.

Beltrán, M. & Parra, M. (2017). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. *Cuadernos de turismo* (39), 41-65.

Brida, J., London, S. & Rojas, M. (2014). El turismo como fuente de crecimiento económico: impacto de las preferencias intertemporales de los agentes. *Investigación económica* 73(289), 59-77.

CITUR (2019) Estadísticas Nacionales - Flujo de Turistas - Turismo Receptor. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2

Congreso de la República de Colombia (10, julio de 2012) Ley 1558 Ley General de Turismo. Diario Oficial No. 48.487

Congreso de la República de Colombia (1994) Ley 165 Convenio sobre la Diversidad Biológica. Diario Oficial No. 41.589

Congreso de la República de Colombia (27, diciembre de 2002) Ley 788 Normas en materia tributaria y penal del orden nacional y territorial. Diario Oficial No. 45.046

Congreso de la República de Colombia (30, julio de 1996) Ley 300 Ley General de Turismo. Diario Oficial No. 42.845

Corporación Autónoma Regional de Santander (4, julio del 2016) Resolución RGA 1028.

Cuevas, V. (2018) Santander, destino colombiano para vivir 365 días de aventura extrema. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de El Tiempo en: <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/los-mejores-lugares-para-hacer-turismo-extremo-en-santander-colombia-265144>

DANE (2005) Censo General. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de DANE en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-general-2005-1>

Departamento Nacional de Planeación (2004) Documento CONPES 3296.

Fondo de Promoción Turística – Colombia (2011) Estrategia de turismo para Colombia. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de: [https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/ESTUDIO%20MCKIE NSEY/1._PRIMER_TOMO ESTRATEGIA TURISMO PARTE A.PDF](https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/ESTUDIO%20MCKIE%20NSEY/1._PRIMER_TOMO ESTRATEGIA TURISMO PARTE A.PDF)

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación 6ta Edición. McGraw Hill: México.

Instituto Nacional de Normalización de Chile (2006) Norma NCh3025 Turismo de aventura – Desplazamiento en cables: canopy, tirolesa y arborismo-Requisitos [En línea] Recuperado el 02 de mayo de 2019 de: <http://www.calidadturistica.cl/archivos/turismo-aventura/Dezplazamiento-por-Cables-Canopy-Tirolesa-y-Arborismo-Requisitos-NCh03025-CANOPY-2006.pdf>

Lopes, E. (2006). La motivación turística: el caso de la región de las aguas termales de Goiás, Brasil. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles (42), 303-314.

Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (2011) Plan de Acción Institucional Parques Nacionales Naturales de Colombia 2007-2019.

Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (28, enero de 2005) Resolución 0118 de 2005. Diario Oficial 45817

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012) Política de turismo de naturaleza. Recuperado de: <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/POLITICA%20DE%20TURISMO%20DE%20NATURALEZA.pdf>

Mojica, A., & Paredes, J. (2006). El cultivo del fique en el Departamento de Santander. Centro Regional de Estudios Económicos de Bucaramanga.

Moragues, D. (2006). Turismo, cultura y desarrollo. Madrid: AECI.

Moral, S., Cañero, P., & Orgaz, F. (2013). El turismo de aventura: concepto, evolución, características y mercado meta. El caso de Andalucía. Turismo e innovación: VI jornadas de investigación en turismo 6(1), 323-343.

ONU (2015) Objetivos de Desarrollo del Milenio Informe de 2015. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de: https://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/2015/mdg_2015_s_summary_web.pdf

ONU. (1972). Declaración de Estocolmo sobre el Medio Ambiente Humano. Recuperado de: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/TratInt/Derechos%20Humanos/INST%2005.pdf>

Organización Mundial de Turismo (1994) Recomendaciones sobre estadísticas de turismo OMT-ONU – Serie M No. 83. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de: <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-s.pdf>

Organización Mundial de Turismo (2008b) Conclusiones del Seminario Internacional. Respuestas del turismo mundial a los nuevos retos de la economía global. Madrid.

Organización Mundial de Turismo (2019) Las llegadas de turistas internacionales suman 1.400 millones dos años antes de las previsiones. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de

UNWTO en: <http://www2.unwto.org/es/press-release/2019-01-21/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suman-1400-millones-dos-anos-antes>

Organización Mundial del Turismo (2008). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo - RIET 2008. ONU. Recuperado de: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf

Organización Mundial del Turismo (2017). Panorama OMT del Turismo Internacional. Publicaciones OMT, Madrid, España. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

Organización Mundial del Turismo. (2005). El turismo al servicio de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Recuperado de: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/declaracionny-esp.pdf>

Parque Ecológico Cascadas de Juan Curí (2014) Página web oficial. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de: <http://www.lascascadasdejuancuri.com/>

Portafolio (2016) El turismo de aventura, oportunidad de negocio en el país. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de Portafolio en: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/turismo-aventura-oportunidad-negocio-pais-489938>

Portafolio (2019) Turismo en Colombia aumentó 10,4% durante 2018. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de Portafolio en: <https://www.portafolio.co/economia/turismo-en-colombia-aumento-10-4-durante-2018-525125>

Presidencia de la República (13, abril de 2004) Decreto 1072 Servicio Público de Transporte por Cable de Pasajeros y Carga.

Presidencia de la República de Colombia (18, diciembre de 1974) Decreto 2811 Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.

Procolombia (2012) Turismo en naturaleza, negocio del futuro. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de Procolombia en: <http://www.procolombia.co/archivo/turismo-en-naturaleza-negocio-del-futuro>

Rivera, M. (2010). Turismo activo en la naturaleza y espacios de ocio en Andalucía: Aspectos territoriales, políticas públicas y estrategias de planificación. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, España.

Rodríguez, J., Rodríguez, I., Sánchez, C. & Franco, D. (2015). Wild Guaviare una Empresa Ecoturística para el Fomento y el Desarrollo del Deporte Extremo en el Municipio de San José de Guaviare. (Trabajo de grado) Universidad de Los Llanos, Colombia.

Sánchez, J., Sánchez, M. & Rengifo, J. (2013). La evaluación del potencial para el desarrollo del turismo rural. Aplicación metodológica sobre la provincia de Cáceres. GeoFocus XIII (I), 99-130.

Secretaria de Turismo de Argentina (2013) Guía de recomendaciones generales para el desarrollo de canopy en la República Argentina. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de: https://www.academia.edu/6937477/Construccion_de_canopy

Soria, E. (2015). Estudio de las potencialidades turísticas con un enfoque sostenible. Un caso aplicado. Anuario Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (6), 34-59.

UNID (2014) Fundamentos del turismo de aventura. Recuperado de: https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/TA/S01/TA01_Lectura.pdf

Vanguardia (2016) Cascadas Juan Curí, una de las maravillas de Santander. Recuperado el 02 de mayo de 2019 de: <https://www.vanguardia.com/santander/guanenta/cascadas-juan-curi-una-de-las-maravillas-de-santander-PFVL378214>