

2020

## Estrategias de negocio para el turismo sostenible en el municipio de Útica, Colombia

Paola Andrea Morales Vargas  
*Universidad de La Salle, Bogotá*

María Alexandra Fernández Muñoz  
*Universidad de La Salle, Bogotá*

Follow this and additional works at: [https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas\\_comercio](https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio)



Part of the [Business Analytics Commons](#), [Business Intelligence Commons](#), and the [Corporate Finance Commons](#)

---

### Citación recomendada

Morales Vargas, P. A., & Fernández Muñoz, M. A. (2020). Estrategias de negocio para el turismo sostenible en el municipio de Útica, Colombia. Retrieved from [https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas\\_comercio/576](https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/576)

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Finanzas y Comercio Internacional by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

**Estrategias de negocio para el turismo sostenible en el municipio de Útica-  
Colombia**

Paola Andrea Morales Vargas  
María Alexandra Fernández Muñoz

Universidad de la Salle  
Facultad de ciencias sociales y económicas  
Finanzas y comercio internacional  
Bogotá D.C.  
2020

**Estrategias de negocio para el turismo sostenible en el municipio de Útica-  
Colombia**

Paola Andrea Morales Vargas  
María Alexandra Fernández Muñoz

Trabajo de grado para optar por el título de  
Profesional en Finanzas y Comercio Internacional

Milton Samuel Camelo Rincón  
Tutor

Universidad de la Salle  
Facultad de ciencias sociales y económicas  
Finanzas y comercio internacional  
Bogotá D,C.  
2020

## **Agradecimientos**

Por medio de este espacio queremos expresar todo nuestro agradecimiento a cada una de las personas que estuvieron involucradas tanto en el proceso de desarrollo del proyecto como del proceso que hemos vivido como estudiantes para convertirnos en profesionales.

Primero, queremos agradecer a Dios por nuestra vida y todo lo que tenemos en ella, por cada una de sus bendiciones, por ayudarnos a salir adelante en este camino de aprendizaje, por regalarnos inteligencia, sabiduría y entendimiento que han sido fundamentales en cada etapa que hemos vivido y en alcanzar cada una de nuestras metas. Por poner en nuestro camino personas que con su dedicación nos han aportado sus conocimientos.

Posteriormente darle gracias a nuestras familias por el apoyo y seguimiento durante toda nuestra carrera y la comprensión en cuanto a la dedicación que implicó la realización de este proyecto. A todos nuestros compañeros por el acompañamiento y ayuda que brindaron en los espacios para el desarrollo poco a poco del mismo.

Queremos agradecer el seguimiento, correcciones y bastantes consejos que fueron siempre amables y abiertamente brindados por los profesores de la Universidad. A nuestro profesor y tutor Milton Samuel Camelo que ha estado impulsando nuestras estrategias de negocio e innovación; por aceptar ser nuestro guía, por darnos una visión más amplia y todo su conocimiento para formar una sólida planificación en mejoras y perfeccionamiento de nuestro proyecto.

Agradecimiento profundo con la universidad de la Salle por desarrollarnos como profesionales, donde siempre hemos recibido una formación ética de vida, ética profesional, con herramientas y conocimientos para salir al mercado laboral y por brindarnos siempre un apoyo.

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen .....	5
1. Introducción .....	7
2. Marco de referencia .....	8
2.1. Marco teórico.....	8
2.2. Marco histórico.....	15
2.3. Marco legal.....	18
3. Metodología .....	21
4. Resultados.....	24
4.1. Estrategias empleadas por empresas de turismo de Útica.....	24
4.2. Importancia del turismo sostenible en Útica.....	28
4.3. Plan de acción para la consolidación del turismo sostenible en Útica.....	29
5. Conclusiones.....	33
6. Referencias bibliográficas.....	34
Anexos.....	37

## **Estrategias de negocio para el turismo sostenible en el municipio de Útica-Colombia**

### **Resumen**

La base del turismo sostenible es satisfacer las necesidades de los turistas logrando que prevalezca lo económico, cultural y ambiental de un sitio a generaciones futuras. El proyecto propone ciertas estrategias de negocio que pueden contribuir al desarrollo de las empresas de turismo sostenible del municipio de Útica Cundinamarca. Se quiere identificar actividades que generen ventaja competitiva a empresas de turismo sostenible, evaluar herramientas estratégicas para su fortalecimiento y establecer un plan de acción que consolide el turismo sostenible.

El enfoque de esta investigación es cualitativa y se llevaron a cabo tres fases: la primera es documental, donde se realizó la búsqueda y registro de documentos que argumenten la investigación y permita el desarrollo de la problemática planteada; la segunda es observacional, para lo cual se tuvo en cuenta herramientas estratégicas como el precio, distribución y promoción de los servicios ofrecidos por las empresas de turismo de Útica; y por último, a través de las encuestas, se pudo obtener información más detallada de los turistas y empresas de turismo.

Como principales conclusiones se tiene que es conveniente para las empresas utilizar todas las herramientas necesarias para obtener una ventaja competitiva e innovadora que haga que se consoliden en el mercado nacional del sector turístico, una buena posibilidad para atraer nuevos consumidores es utilizando un clúster de turismo donde tengan convenios entre las empresas que existen en el municipio y así poder tener convenios con diferentes empresas reconocidas (agencias de viajes) ubicadas estratégicamente en ciudades grandes. En particular, las empresas pequeñas deben ver la relevancia de implantar estrategias de negocio que pueden contribuir a su desarrollo en el largo plazo haciéndolas fuertes y reconocidas en el mercado, debido a que estas normalmente se forman a través de experiencias y son administradas de manera informal.

### **Palabras Clave:**

Turismo sostenible, estrategias de negocio, ventaja competitiva, clúster de turismo

## **Abstract**

The basis of sustainable tourism is to satisfy the needs of tourists, ensuring that the economic, cultural and environmental aspects of a site prevail over future generations. The project proposes certain business strategies that can contribute to the development of sustainable tourism companies in the municipality of Utica-Cundinamarca. The aim is to identify activities that generate competitive advantage for sustainable tourism companies, evaluate strategic tools for their strengthening and establish an action plan that consolidates sustainable tourism.

The focus of this investigation is qualitative and three phases were carried out: the first is documentary, where the search and registration of documents that justify the investigation and allow the established problem development. The second is observational; for which strategic tools such as the price, distribution and promotion of the services offered by the tourism companies of Útica were taken into account. And finally, through the surveys, more detailed information could be obtained from tourists and tourism companies.

The main conclusions are that it is convenient for companies to use all the necessary tools to obtain a competitive and innovative advantage that will consolidate them in the national market of the tourism sector. A good possibility to attract new consumers is by using a tourism cluster where they have agreements between companies that exist in the municipality and thus be able to have agreements with different recognized companies (travel agencies) strategically located in large cities. In particular, small companies must see the relevance of implementing business strategies that can contribute to their development in the long term, making them strong and recognized in the market, since they are normally formed through experiences and are administered informally.

### **Keywords:**

Sustainable tourism, business strategies, competitive advantage, tourism cluster

## 1. Introducción

En la actualidad las empresas han tenido que buscar nuevas estrategias debido a los cambios que se han presentado en la mente de los consumidores alrededor del mundo. Cada vez, estas deben enfrentarse a nuevos retos para atraer nuevos consumidores, debido a que están más informados acerca de lo que consumen y que repercusiones puede tener lo que consumen en su entorno. Por ello dentro del turismo se ha ido incursionando en algo llamado Turismo Sostenible o sustentable, que según la OMT (2005) “es un turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (p.11). En Colombia es algo que poco a poco se ha ido implementado en algunas regiones, pero todavía hacen falta herramientas que hagan que las empresas ubicadas en municipios como Útica, que brindan servicios ligados al turismo sostenible, se vuelvan reconocidas a nivel nacional e internacional.

Útica es un municipio de Cundinamarca (Colombia), ubicado en la Provincia del Gualivá, se encuentra a 119 km de Bogotá. Fundado por los hermanos Calixto y Anselmo Gaitán en 1803. El nombre de Útica es en recuerdo de la antigua ciudad de África del Norte. El auge turístico y económico de la población tuvo lugar en las décadas de 1920 a 1960. Entre sus principales atractivos se encontraban sus aguas termales, su clima, su tranquilidad y el calor humano de sus gentes. Otro incentivo para visitar la población era atribuido a la presencia de personajes ilustres del país, como el señor presidente Laureano Gómez quien tuvo su quinta de descanso llamada “Tranquilandia”. Durante esta época de prosperidad turística, varios hoteles fueron parte de este desarrollo. Entre ellos se encontraban el Hotel Venecia, Río Negro, El Prado y El Danubio. A esto se le agregaba la popularidad de los balnearios sobre el Río Negro, Quebrada Negra y otras fuentes termales de la región. Fue una de las primeras ciudades turísticas, por su clima, atractivos folclóricos, fuentes termales y bellas quintas de recreo.

El municipio, para el año 2018, contaba con una población total de 4.209 habitantes según el Dane y con una temperatura promedio de 26°C. De ahí que en las últimas décadas Útica se ha posicionado como un destino de ecoturismo, turismo sostenible y de aventura por sus atractivos naturales, que son ideales para su práctica. En el río Negro se puede vivir a través de las actividades de rafting en neumáticos para los más extremos, más de cinco lugares con cascadas para el Torrentismo, el rapel, carreteras y caminos para los deportes a motor o a pedal; montañas para lanzarse al vacío,



entre otros escenarios naturales para la aventura. Útica cuenta con hoteles y fincas campestres para recibir a sus turistas sea en planes de uno y varios días.

Conforme con lo dispuesto, el presente trabajo propone ciertas estrategias de negocio que contribuyen al desarrollo de las empresas de turismo sostenible del municipio de Útica para impulsar su economía, para llevarlo a cabo se requiere identificar qué tipo de ventajas competitivas benefician a estas empresas, además evaluar qué herramientas estratégicas ayudan al fortalecimiento de las empresas del sector turístico, y, por último, establecer un plan de acción que consolide el turismo sostenible en este municipio.

Por lo tanto, el enfoque de esta investigación es cualitativa y se llevaran a cabo tres fases: la primera es documental, se realizará la búsqueda y registro de documentos que argumenten la investigación y permita el desarrollo de la problemática planteada; la segunda es observacional para llevar a cabo esta se tendrán en cuenta herramientas estratégicas como el precio, distribución y promoción de los servicios ofrecidos por las empresas de turismo de Útica; y por último, a través de las encuestas, se puede obtener información más detallada de los turistas y empresas de turismo.

El presente documento se organiza en cinco secciones, donde la primera es esta introducción. La segunda sección presenta como marco de referencia las teorías relevantes, los antecedentes históricos y el marco legal. La tercera sección describe detalladamente la metodología empleada. La cuarta sección presenta los resultados en función de los objetivos planteados, y finalmente, se presentan las conclusiones.

## **2. Marco de referencia**

### **2.1 Marco teórico**

Dado que este documento se centra en buscar estrategias que ayuden a las empresas especialmente de turismo sostenible en Útica-Colombia, a atraer consumidores a estas zonas del país, se considera ciertas teorías relevantes a tener en cuenta: ventaja competitiva, innovación, y marketing digital y por último teorías desarrollo sostenible.

### **2.1.1 Ventaja competitiva.**

Porter (2006) hace referencia a que la competitividad necesariamente debe abordar la innovación y aprovechamiento de las ventajas o puntos fuertes que tiene su entorno, intentando que a largo plazo sea difícil la imitación por parte de la competencia. Para ello se debe llevar a cabo un análisis del sector, la competencia, conocer compradores, fuentes de valor y diagnosticar los costos. Se considera que las empresas pueden poseer dos tipos de ventaja competitiva, la primera es por costos, aquí la empresa consigue realizar actividades de modo eficaz incurriendo en bajos costos; la segunda por diferenciación, donde los costos son similares pero las actividades se hacen de forma original generando más valor para el comprador que el proporcionado por la competencia. Para determinar las fuentes de ventaja competitiva Porter (2006) parte del concepto de cadena de valor, donde se clasifican dos tipos de actividades las actividades principales, estas tienen que ver con la creación del producto o servicio, el marketing, la entrega y la postventa; y las actividades de apoyo, aquí se encuentra todo lo que hace posible que se desarrollen las actividades principales.

Por otro lado, encontramos la opinión de Carrión (2007) sobre las estrategias competitivas, estas las define como posibilidades de actuación que tiene la empresa, generando mayor eficiencia frente a la competencia. Hay factores internos y externos que pueden generar ventaja competitiva, los primeros son impredecibles gracias a los continuos cambios en el entorno, para que una empresa pueda responder bien a ellos necesita de información, conocimiento y flexibilidad a los cambios, en el segundo caso hay cuatro factores importantes que generan ventaja competitiva: la eficiencia, la calidad, la innovación y por último la capacidad de satisfacción al cliente.

Haciendo referencia a estrategias como tal encontramos las estrategias ofensivas y las defensivas. Las estrategias ofensivas se dividen en dos: la primera es atacar a los puntos fuertes de los rivales, esto se hace colocando un producto en el mercado de la misma o mejor calidad con precio bajo o mejor servicio; la segunda es ataque a los puntos débiles de los rivales, este se centra en las áreas y segmentos desatendidos por la competencia, por ejemplo, mediante fuertes campañas publicitarias. En las estrategias defensivas detectamos la política de producto, esta consiste en ocupar segmentos desatendidos con productos nuevos; política de aprovisionamiento y distribución, la cual trata de la exclusividad con proveedores y canales o mejores condiciones de

financiación; política de precios; protección interna, es la protección de la información y conocimiento de la empresa.

### **2.1.2. Teoría de innovación.**

La innovación se ha convertido en una necesidad para las empresas, ya no tanto para sobresalir, sino para sobrevivir en una industria. Drucker (2004) define la innovación como una función específica del emprendimiento, el objetivo de ello es crear nuevos recursos productores de riqueza o darle un potencial mejorado a los recursos existentes. Se pueden encontrar dos fuentes de innovación, unas dentro de la empresa en las cuales se encuentran sucesos inesperados, incongruencias, necesidades del proceso y los cambios en la industria y el mercado; otras fuera de la empresa que son cambios demográficos, cambios en la percepción y nuevo conocimiento. La mejor manera de poder alcanzar la innovación es observando, indagando y escuchando a los usuarios potenciales para intentar satisfacer una necesidad.

Con respecto a Schumpeter (2015) describe el proceso de innovación por medio de una destrucción creadora en donde el protagonista central es el emprendedor innovador. Esta técnica tiene como objetivo en una economía de mercado en el que la introducción de nuevos productos y/o servicios derrotan a empresas y modelos de negocios tradicionales. Aquellos emprendedores ingeniosos son la fuerza de un crecimiento económico sostenido el cual requieren de intencionalidad y planificación que sea firme en el tiempo, contando con un mayor uso y así ir mejorando significativamente. Esto hace la disimilitud entre una simple novedad y una autentica innovación. Por lo tanto, el autor hace referencia a cinco casos de innovación estos son: (la introducción de un nuevo bien, de un nuevo método de producción o comercialización, la apertura a nuevos mercados, el desarrollo de una nueva fuente de materia prima y por último, la creación de un monopolio o destrucción de uno habitual)

Desde otro punto de vista Kuczarski (1997) menciona la innovación como un factor importante para el crecimiento de una empresa, por esta razón debe ser el centro de la estrategia de negocio de la compañía, donde se tenga una mentalidad hacia el futuro, para ello el menciona algunos ítems interesantes para intentar alcanzar la innovación: el primero hace referencia a que la innovación es una disposición mental, eso significa que la compañía debe estar dispuesta a establecer una cultura corporativa al riesgo y creatividad; el segundo es la innovación como herramienta fundamental

para obtener ventaja competitiva; la tercera habla de una innovación efectiva, esta puede hacer que aumente el precio de las acciones ya que al lanzar productos o servicios exitosos proporciona un atractivo por la empresa.

### **2.1.3. Marketing digital.**

Selman (2017) define el marketing digital como un conjunto de estrategias de marketing que se llevan a cabo a través de la web, donde el objetivo principal es atraer a los usuarios. Este se caracteriza en dos aspectos fundamentales: la personalización y masividad, los productos se pueden personalizar gracias a la información que brinda la web como los gustos, preferencias, necesidades de los usuarios e incluso la masividad es fundamental debido a que el mensaje que quiere transmitir la empresa, le llega de forma rápida y a un público específico. El marketing digital tiene cuatro características importantes llamadas las 4F, allí encontramos el flujo, la funcionalidad, el feedback y por último la fidelización, a continuación, se hará una explicación breve de ellas: el flujo consiste en que el usuario se debe sentir atraído por la web; la funcionalidad es cuando el sitio tiene la atención del usuario y evita que este la abandone; el feedback indica que existe una interactividad con el usuario creando confianza con él y la fidelización refiere a lograr una relación a largo plazo con el usuario.

### **2.1.4. Teorías de desarrollo.**

Para poder tener una concepción de la construcción teórica de la sostenibilidad o sustentabilidad desde el desarrollo, se debe considerar su evolución destacando la manera en que se fue introduciendo los aspectos económicos, sociales y ambientales en su terminología. Las teorías del desarrollo principalmente se concentran en el estudio de las transformaciones de las estructuras económicas que existen en una sociedad, donde se tienen en cuenta el acontecer económico, social y cultural de una nación (Gutiérrez, 2007). Según lo anterior se deben considerar ciertas teorías relevantes para llegar a una conceptualización del desarrollo sostenible o sustentable, estas teorías se plantean a continuación:

#### ***2.1.4.1 Teoría dual (enfoque neoclásico).***

Lewis (1954) afirma que las teorías clásicas desde Smith hasta Marx hablaban de una economía donde existía una oferta ilimitada de mano de obra, luego defendieron el incremento de la producción a través del tiempo y determinaron la distribución y el incremento del ingreso siendo un subproducto los precios relativos de los artículos. Mas adelante con la aparición de la teoría general de Keynes se empezó a hablar de la tierra, mano de obra y capital susceptible a una oferta ilimitada. Además, analiza que dependiendo el contexto donde se haga el análisis de estos autores en algunos países son erróneas estas conjeturas.

Teniendo en cuenta lo anterior, Lewis (1954) formuló una teoría en la que integra la posibilidad de un dualismo en la economía, lo primero que hace es enfatizar que este modelo se da en algunas regiones del mundo, pero no en todas. Analiza la existencia de la economía en dos sectores: el sector de subsistencia guiado al trabajo de agricultura y el sector capitalista a la industrialización. En el instante en que empieza a haber sobrepoblación relativamente a los recursos naturales, es decir que la cantidad de tierra se vuelve limitada respecto al número de trabajadores, esto hace que empiece a haber una transformación de la economía a un sector moderno, generando la eliminación de la economía dual, ya que se comienza a expandir la economía capitalista.

#### ***2.1.4.2 Teoría el crecimiento económico por etapas.***

Por otro lado, otra teoría relevante es la presentada por Rostow (1960), explica la existencia de etapas para alcanzar el desarrollo económico basada en un estudio realizado en países de occidente sobre el capitalismo. Estas etapas consisten en: sociedades tradicionales, la agricultura como el inicio del desarrollo económico; condiciones previas para el despegue aquí se intenta superar los obstáculos del desarrollo de la economía tradicional; el despegue es estrechamente relacionado con el desarrollo de la revolución industrial donde se generan unas transformaciones económicas, sociales y políticas que generan un crecimiento constante en la producción; camino hacia la madurez, consiste en la entrada de la tecnología a jugar un papel importante en la economía, ya que se obtiene una mayor capacidad de producción; sociedades de alto consumo masivo, en esta última etapa hay un enfoque en la producción de bienes de consumo duraderos y la población obtendrá un nivel de vida elevado.

### ***2.1.4.3 Teoría estructuralista.***

La teoría estructuralista de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) consiste en la visión teórica de las variaciones de los mercados y de los precios que acompañan al proceso de desarrollo. Prebisch (1948) dio una definición de una economía estructuralista diferenciada en dos polos, el centro (países desarrollados) y la periferia (países subdesarrollados) relacionados con el deterioro de los términos de intercambio. El subdesarrollo es un fenómeno de ciertas sociedades determinado por el desarrollo de economías más avanzadas conformado por la condición periférica, donde el sistema productivo hace posible que los beneficios y los salarios se contraigan por debajo del ritmo de crecimiento de su propia productividad, bajo la presión estructural que impone la condición céntrica en la relación del intercambio comercial de los países. Para ello Gutiérrez (2007) afirma:

La teoría de la CEPAL tiene implicaciones estratégicas muy claras, toda vez que para contrarrestar el intercambio desigual es necesario aumentar la productividad e impulsar una adecuada legislación social que fortalezca las instituciones sindicales y eleve progresivamente el nivel del salario real. Esto permitiría crear las condiciones estructurales (productividad) y sociales (legislación e instituciones), para corregir el desequilibrio de ingresos entre el centro y la periferia. (p.49)

Teniendo en cuenta lo anterior la CEPAL propuso cuatro estrategias: Industrialización por sustitución de importaciones e inclusión de una política de “extraversión” y el desarrollo de las exportaciones; Función del Estado como una idea-fuerza del desarrollo; Promoción de la clase empresarial y la Política de estímulo al ahorro interno y la inversión.

### ***2.1.4.4 Teoría de la dependencia.***

Esta teoría neocolonial es una derivación de la teoría de los estructuralistas, en la cual Jiménez (2012) define “el subdesarrollo como consecuencia de la dependencia causada por la neocolonización de los países, que presentan deformaciones estructurales incapaces de lograr el desarrollo” (p.14). El nacimiento de esta teoría se debe al estancamiento que hubo respecto al modelo de sustitución de importaciones una de las propuestas planteadas por la CEPAL debido a que frenaba el desarrollo del mercado interno, obstaculizaba la creación de empleo y generaba un lento crecimiento de los ingresos, esta intento dar un fundamento teórico del proceso revolucionario que se llevó a cabo en América latina. “Esta teoría concluye que América Latina cumple la función

de abastecedor de materias primas e insumos para el desarrollo de la industrialización en los países centrales” (Gutiérrez, 2007, p.50).

#### ***2.1.4.5 Teoría del desarrollo humano.***

La Organización de Naciones Unidas (ONU) incentivó a especialistas para que buscaran otra manera de medir el desarrollo donde se involucrara dimensiones sociales, culturales y políticas; dentro de ello se buscaba mirar el desarrollo en las poblaciones en acceso a los servicios fundamentales de las personas como salud y educación para tener una vida digna. El Índice de Desarrollo Humano (IDH) mide los siguientes aspectos en cada país: la esperanza de vida de las personas de un país; la educación, representada por la medición de alfabetización y escolarización; por último, la posibilidad de acceso a un nivel de vida digna representado en el PIB por habitante (PNUD, 1990).

#### ***2.1.4.6 Teoría del desarrollo sustentable.***

Alrededor de la década de 1940 aparecen movimientos sociales que empiezan a cuestionar el modelo industrial y de desarrollo, principalmente por la contaminación que este genera al medio ambiente. Inclusive el desarrollo industrial creó una crisis ecológica que deteriora las condiciones naturales que hacen posible la existencia de los seres vivos, poniendo en riesgo su futuro. En 1972 la ONU considera fundamental la implementación de una dimensión ambiental en el desarrollo económico, razón por la cual en 1983 se creó la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo (CMMAD), éste en 1987 definió el desarrollo sostenible o sustentable como un desarrollo que permite satisfacer las necesidades actuales, teniendo en cuenta las generaciones futuras. Los movimientos sociales de esa época siguieron insistiendo en la poca atención y solución de los problemas ambientales, y explicaron que su principal objetivo es una transformación de lo profundo del ser humano donde se tengan otras prioridades aparte de lo material como la armonía con el entorno y a la comunidad de la que se hace parte (Gutiérrez, 2007).

La selección de las teorías mencionadas se justifica en que Colombia y especialmente Útica poseen recursos que generan competitividad en el sector turístico gracias a la cantidad de deportes, climas y atractivos naturales que se pueden realizar en el municipio. En innovación el municipio puede aprovechar los recursos que posee al máximo para obtener riquezas y así fortalecer más su economía. A través del marketing digital, se pueden buscar maneras de atraer a más turistas tanto

nacionales como internacionales, donde la principal prioridad es dar a conocer el municipio y todo lo que este posee. Respecto a las teorías de desarrollo sostenible, son importantes en la medida que muestran toda la evolución del desarrollo económico y todo lo que se quiere o esperan los usuarios de los productos realizados por las empresas respecto al cuidado de nuestro entorno.

## **2.2 Marco histórico**

Acerenza (2006) afirma que la primera impresión que se vio de la aparición del turismo fue a través de obras realizadas varios siglos atrás en Grecia donde las personas viajaban por fiestas religiosas, luego en el imperio romano se comenzaron a realizar prácticas de turismo más parecidas a las que hoy en día se practican alrededor del mundo, allí los romanos se desplazaban a zonas donde pudieran disfrutar del mar, santuarios, baños termales, etc. Para llevar a cabo los viajes en esa época ya debían existir obras viales de las rutas que los viajeros deberían tomar para ir a ciertos sitios. Luego de la invasión al imperio romano viajar se volvió complicado ya que las carreteras eran demasiado inseguras, sin embargo, con la llegada de las cruzadas empezó a haber más movimientos de soldados y peregrinos, por lo que el comercio en varias partes de Europa entro en auge. En 1282 se empezó a consolidar un mayor número de viajeros en diferentes partes del continente, razón por la cual en Florencia surgió el hospedaje como una actividad económica, mientras que en ciudades como Venecia se realizaron actividades para peregrinos y mercaderes. Más adelante con la aparición del renacimiento y las expediciones marítimas, los viajes comenzaron a realizarse por curiosidad de conocer nuevos lugares, de ahí surgió una nueva era del turismo.

Las bases del turismo moderno se dieron del siglo XVI al XIX, a los hijos mayores de las familias nobles se les inculcaba viajar por el continente para adquirir mayores conocimientos y establecer contactos de negocios en grandes ciudades, el objetivo de conocer otros países era adquirir el mayor conocimiento para enriquecer su propia cultura en su país, de todo esto los países comenzaron a explotar su potencial comercial, razón por la cual se crearon los centros vacacionales. Alrededor del siglo XVIII se incrementaron los viajes al mar, allí las personas iban por razones de salud y de diversión, con la aparición de los medios de transporte después de la revolución industrial, eran muchas más las personas que utilizaban las vacaciones para viajar por placer. Lo que dio el impulso al turismo fue la aparición de los medios de transporte y las nuevas técnicas de marketing que se utilizaron para atraer consumidores, con la inversión de grandes empresas financieras, industriales,



etc. La política de precios bajos hizo que el número de consumidores a nivel mundial aumentara incrementando así el comercio de manera significativa a nivel mundial.

Molina (2000) asegura que el pionero del turismo fue Thomas Cook, este hombre comprendió el potencial que tenía la actividad turística debido al impulso que le dio a la economía, razón por la cual a mediados del siglo XIX comenzó a organizar excursiones de viajes, donde en un solo precio se incluía cierta cantidad de servicios. Finalizando el siglo XIX e iniciando siglo XX se empezaron a consolidar los primeros centros turísticos en América latina, mientras que en el otro continente en Alemania se creaba la primera agencia de viajes con fines turísticos, más adelante, alrededor de los años 90 se incrementó el número de turista donde los viajes realizados eran enfocados en un turismo tradicional de sol y playa, gracias al gran movimiento de masas se empezaron a crear leyes de fomento y regulación que rigieran este nuevo sector.

En Colombia, según lo indica la Asociación Hotelera y Turística De Colombia (COTELCO) el turismo se remonta al 17 de junio de 1954 cuando John Sutherland crea la Asociación Colombiana de Hoteles (ACOTEL) en la ciudad de Barranquilla, que en este mismo año ya contaba con 70 hoteles afiliados en el país. El 24 de octubre de 1955 cuando tuvo lugar la primera reunión formal de las aerolíneas internacionales que operaban en nuestro país y se fundó en Bogotá Asociación de Líneas Aéreas Internacionales en Colombia (ALAIICO) donde su principal objetivo es el de propiciar y fomentar la industria de turismo, nacional e internacional. Más adelante en el año 1957, se creó el decreto 272, por el cual se autoriza la organización de La Empresa Colombiana De Turismo, S.A, con el objetivo de fomentar en colaboración con agencias o empresas relacionadas a desarrollar la industria de turismo que se siga desarrollando en el país. El Instituto Distrital de Turismo de Bogotá (IDT) miembro afiliado a la Organización Mundial de Turismo (OMT) nació en el año 1959 y es la entidad encargada de Impulsar el desarrollo económico de Bogotá, a través de la promoción de la actividad turística de la Ciudad y de gestionar las mejores condiciones de competitividad y sostenibilidad del destino.

Para el año 1962 se inauguró el ferrocarril “expreso del sol” por Javier Fernández de Soto, el servicio de trenes de lujo entre Medellín y Santa Marta, contaba con un vagón comedor donde se podía disfrutar de las comidas y pasar un rato de ocio. Al siguiente año, en 1963 se creó en Santa Marta el hotel Irotama el primer hotel Resort del país, en donde encierra toda la magia y el encanto de lujo de la costa caribe. En 1964, cuando Ricardo Londoño y Gilberto Irragorri en asociación con la empresa de turismo crearon la primera cadena hotelera colombiana que en la actualidad cuenta

con más de 50 hoteles. Según la caja de compensación familiar (COMFAMILIAR) de Risaralda, indicaba que para el año 1966 las montañas de Caldas, los cafetales del Quindío y los termales de la hermosa capital de Pereira atraían a turistas nacionales e internacionales para recorrer estos tres departamentos que conformaron el Viejo Caldas, y de ahí aumentó el ingreso de turistas con un total de 65.468 a territorio nacional. Dos años más tarde en 1968, el volumen de extranjeros incrementó a 94.761 debido a la visita del papa Pablo VI, primer papa en visitar tierra colombiana. Luego en 1971, ACOTEL se fusiona con la Federación De Hoteles (FEDEHOTELES), transformándose así como COTELCO, lo que se conoce hoy en día como la Asociación Hotelera y Turística de Colombia. En este mismo año, los VI Juegos Panamericanos se realizaron en Cali, entre el 30 de julio y el 13 de agosto el país recibió un total de 2.935 atletas de 32 países quienes participaron en 17 deportes y de allí se inauguró el hotel Cali intercontinental. En 1989 desaparecieron los trenes de pasajeros y ahora operan los trenes privados como el de la Sabana, de la montaña y Girardot. Mintransporte, a través del Instituto Nacional De Concesiones (INCO) administran Turistren y el Tren del café y azúcar.

La Aerolínea Colombiana (AERO REPÚBLICA) entra al mercado en 1993, con rutas hacia Bogotá, Cali, San Andrés, Santa Marta y Cartagena. Hoy viaja a doce destinos nacionales y dos intercontinentales (Panamá y Venezuela). En 1996 se expide la ley 300 la más importante que dicta que “el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país” y con ello da pie a la creación del fondo de promoción turística. El parque nacional de la cultura agropecuaria (PANACA) abre sus puertas en 1999 en el Quindío, una idea colombiana exportada a Costa Rica, que evolucionó la recreación con la asociación de la vida en el campo.

Proexport, ahora llamada (PROCOLOMBIA) entidad encargada de la promoción del turismo internacional crea en el 2005 su vicepresidencia del turismo con el fin de promover al país como un producto con calidad de exportación. El ente hoy promociona a Colombia cómo destino turístico en 20 países del mundo. Para el año 2006 se creó el viceministerio del turismo que tiene como objetivo apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país para mejorar su competitividad y su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado, adscrito al Ministerio De Comercio, Industria y Turismo (MINCIT). Acto seguido, en 2007 COTELCO se convierte en el primer gremio del sector que se certifica en calidad bajo la norma ISO 9001-2000. Por último, cabe resaltar que hoy en día la Asociación Hotelera y Turística de Colombia cuenta con más de 900 hoteles registrados a nivel

nacional y sigue desarrollando varias alianzas y eventos que aumenten la productividad del sector hotelero y turístico en el país. Además, en noviembre se celebró en Cartagena de Indias por primera vez la XVIII Asamblea de la organización mundial del turismo (OMT) de las naciones unidas con las principales personas del sector turístico a nivel mundial.

A través de los nuevos retos que se presentaron en el sector empresarial para ser más competitivos se tuvo que empezar a buscar un nuevo modelo de turismo debido a los grandes cambios climáticos y problemas ambientales que se comenzaron a dar alrededor del mundo, el turismo que surgió de todo ello fue llamado turismo sostenible o sustentable que tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los turistas logrando que prevalezca lo económico, cultural y ambiental de un sitio a generaciones futuras. En este nuevo turismo la tecnología es parte crucial debido a que es la que incentiva e informa a la demanda de los cambios climáticos y de la toma de conciencia a consumir productos que sean amigables al medio ambiente y en el caso del turismo sitios que posean recursos naturales y culturales. Morillo (2010) argumenta que los turistas que existen actualmente no buscan salir de una rutina, quieren experiencias que lo enriquezcan personalmente y que lo ayuden a encontrar una felicidad de paz interior.

### **2.3 Marco Legal**

En esta sección se presenta la normatividad que se rige en el sector turístico del país, la que determina así su competencia y la que es aplicable o no por la misma. Este criterio aplica tanto para empresas constituidas como a sitios web (ya sean páginas, redes sociales y demás).

Tabla 1. Normas y leyes técnicas del turismo sostenible

NORMAS	OBJETIVO	ARTÍCULOS Y SECCIONES subyacentes
<p>DECRETO 272 DE 1957</p> <p>La Junta Militar de Gobierno de la República de Colombia.</p>	<p>El objeto principal de la sociedad será el relacionado con la industria del turismo y su fomento en colaboración con las agencias, empresas de turismo o de transporte que funcionen en el país.</p>	<p>El Artículo 1° y 2°. Del presente decreto reglamenta la creación de la "Empresa Colombiana de Turismo, S.A.", donde tendrá su domicilio en la ciudad de Bogotá, D.E., y podrá establecer sucursales o agencias en el territorio del país o en el Extranjero.</p>
<p>LEY 300 DE 1996</p> <p>El congreso de la república de Colombia.</p>	<p>"Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones".</p>	<p>Esta ley comprende artículos relacionados con el desarrollo de la política de promoción en Colombia, "generando estrategias para el mercadeo y la promoción de destinos nacionales, como eje fundamental del desarrollo del sector, teniendo en cuenta que el mercado interno corresponde aproximadamente al 80% de la demanda turística del país, por lo que se considera importante continuar desarrollando estrategias de mercadeo y fomento del turismo que influyen en la decisión de viaje de los colombianos.</p>

<p>NTS-TS 001-1. 2006</p> <p>El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, ICONTEC</p>	<p>Esta norma específica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica aplicables a los destinos turísticos colombianos.</p>	<p>La sección 10 de la norma, establece el equilibrio entre los aspectos ambientales, económicos y socioculturales en el desarrollo del turismo, para garantizar su sostenibilidad a largo plazo de tal manera, incluye: dar un óptimo uso a los recursos ambientales, respetar la autenticidad de las comunidades que allí habitan y asegurar actividades económicas viables para la región donde sus beneficios sean bien distribuidos en la obtención de ingresos y servicios sociales.</p>
<p>NTS-TS 002-2007</p> <p>El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, ICONTEC</p>	<p>Esta norma específica los requisitos ambientales, socioculturales y económicos, y de gestión para la sostenibilidad aplicable a los EAH (establecimiento de alojamiento y hospedaje).</p>	<p>De acuerdo a las secciones 3 ° y 4 ° sobre la política de sostenibilidad El EAH debe definir su compromiso con el mantenimiento y mejora de los impactos ambientales, socioculturales y económicos positivos. Además de informar a sus clientes y huéspedes acerca del régimen sancionatorio relacionado con el tráfico ilegal de especies de flora y fauna.</p>
<p>RESOLUCIÓN - 2534 DE 2006</p> <p>Ministerio de comercio, industria y turismo</p>	<p>Por la cual se crean y organizan unos grupos internos de trabajo en las Direcciones de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo y de Análisis Sectorial y Promoción del</p>	<p>Conforme a los Artículos 1°, 2° y 3°: Crean los siguientes grupos internos de trabajo: Grupo de Planificación y Desarrollo Sostenible del Turismo y, el Grupo de Calidad, Seguridad y Cooperación Internacional. El cual cumplirán las siguientes tareas cómo: Brindar asistencia técnica a las entidades territoriales en la elaboración de los planes de desarrollo turístico, destinar asistencia técnica a los</p>

	<p>Ministerio de Comercio, prestadores de servicios turísticos para la Industria y Turismo, se implementación de planes de excelencia determinan sus tareas y turística y certificación de sostenibilidad. responsabilidades y se adoptan otras disposiciones</p>
<p>DECRETO 2372-2010 Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial</p>	<p>El objeto del presente decreta es reglamentar el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP). Las categorías de manejo que 10 conforman y los procedimientos generales relacionados con este.</p> <p>En conformidad con el presente decreto, señala el objeto, definiciones, principios, coordinación del Sinap, subsistemas de gestión de áreas protegidas, áreas protegidas, distritos de conservación de suelos, suelo de protección y zonificación del sistema en comento.</p>

*Fuente: Elaboración Propia. Basado en: [www.mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co)*

### 3. Metodología

#### 3.1 Tipo de investigación

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo. Martínez (2011) sostiene que “la investigación cualitativa esencialmente desarrolla procesos en términos descriptivos e interpreta acciones, lenguajes, hechos funcionalmente relevantes y los sitúa en una correlación con el más amplio contexto social” (p.11). Se caracteriza por el análisis trascendente e interpretativo de la información, ya que permite entrar a detalle en la percepción de la problemática de investigación y en su progreso; encontrar la solución más viable. Por los objetivos propuestos, se realizó una investigación con alcance exploratorio y descriptivo.

Hernández, Fernández y Baptista (2006) señalan que “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (p.79). Por parte de la investigación descriptiva, permite detallar la realidad contextual de situaciones, casos, personas o grupos; que se pretende estudiar en forma más concreta. Definir un análisis y procesos que involucran con el proyecto investigativo.

### **3.2 Variables y fuentes**

Dentro de las principales variables a evaluar en el estudio se destacan las siguientes:

- Indicadores económicos (IPC)
- Indicadores culturales (costumbres y tradiciones)
- Indicadores medioambientales (contaminación, uso de los recursos naturales).
- Los estándares de calidad que dan/ reciben del servicio por parte de las actividades turísticas
- Publicidad que maneja el municipio de Útica, de acuerdo a sus actividades.
- La competitividad en el sector turístico en relación con el municipio de Útica.

Adicionalmente, las fuentes de datos son de dos tipos: las primarias, las cuales se obtuvieron directamente de la realidad con el trabajo de campo propuesto, ya que tiene como función la investigación social como elemento de revisión y supervisión por parte del investigador; las secundarias, las cuales consisten en información recopilada por alguna institución o personas por un periodo anterior al que se lleva a cabo, pero con base en lo que se está investigando.

### 3.3 Fases de la investigación

Esta consta de tres fases por cada objetivo propuesto, se clasifican así: Primero fase documental, está relacionada con el objetivo N °1. Segunda fase observacional, está asociada con el objetivo N°2, y la tercera fase consiste de entrevistas, en donde se podrá establecer un propósito de acción vinculado al objetivo N°3. A continuación, se describe cada uno de ellos en función de la presente propuesta.

- Documental: se realizó la búsqueda y registro de documentos que argumenten la investigación y permita el desarrollo de la problemática planteada. Según Hurtado (2008) la revisión documental “es una técnica en la cual se recurre a la información escrita, ya sea bajo la forma de datos que pueden haber sido productos de mediciones hechas por otros, o como en textos en sí mismos constituyen los eventos de estudio” (p.427).  
Esta consiste de: 1. Etapa de revisión inicial, 2. Selección de documentos, 3. Etapa de registro (fichas técnicas).
- Observacional: Para llevar a cabo esta se tuvieron en cuenta herramientas estratégicas como el precio según los servicios ofrecidos a los clientes; distribución, por medio de redes sociales, páginas web y promoción de los servicios ofrecidos por las empresas de turismo en Útica que ayuden al fortalecimiento de las empresas.
- Entrevistas: A través de las encuestas, se obtuvo información más explícita y detallada de los turistas (se identificó la percepción del turismo sostenible en la región) y empresas de turismo (prácticas e intereses) que, de acuerdo a sus opiniones, sugerencias y situaciones, se logró llegar a un resultado más conciso. Se llevó a cabo una encuesta estructurada, partiendo de una serie de preguntas con temas y elementos relacionados que se indagaron, contando con testimonio previo de los encuestados. Estas se plantearon de manera diferente y sin un orden previsto. Se realizó de manera abierta estandarizada (preguntas iguales para todos) y en un ambiente de cordialidad.






## **4. Resultados**

La presente investigación tiene como objetivo establecer estrategias para contribuir en el desarrollo del turismo sostenible en el municipio de Útica que como se ha mencionado anteriormente posee atractivos naturales y turísticos. A continuación, se desarrollan los resultados en función de cada objetivo propuesto.

### **4.1 Estrategias empleadas por empresas de turismo de Útica**

Se llevó a cabo la elección de siete empresas que prestan servicios turísticos en el municipio de Útica, de estas empresas en la tabla 1.2 se puede apreciar que todas poseen un enfoque ambiental, la mitad va más por una concepción de turismo sostenible y la otra mitad por el ecoturismo, la primera es definida como un turismo que está enfocado en tres pilares que son el uso óptimo de los recursos ambientales, el respeto sociocultural de las comunidades anfitrionas y asegurar una actividad económica a largo plazo (OMT,2005); la segunda es definida como la visita a una zona natural para realizar actividades donde se genere contacto con el medio ambiente (OMT, 1992). La mayoría de estas empresas llevan alrededor de 5 a 10 años en el mercado en comparación de las dos primeras que poseen casi 20 años de experiencia, se puede concluir que a través del tiempo se siguen creando empresas con una misma mentalidad en las actividades brindadas a los consumidores, sin tener en mente la creación de nuevas actividades innovadoras.

Tabla 2. Características de las empresas de Turismo en Útica

EMPRESAS DE DEPORTES EXTREMOS						
						
MISIÓN						
Proporcionar las mejores alternativas de recreación y esparcimiento con un alto contenido ecológico y de aventura donde la seguridad en nuestras operaciones, la calidad de nuestros servicios y la innovación, garanticen la satisfacción plena de las necesidades y expectativas del cliente, dentro de parámetros de rentabilidad y patrones de sostenibilidad ambiental que permitan proteger, conservar y mejorar el medio ambiente con el que interactuamos.	Brindar a nuestros visitantes planes eco turísticos, innovadores que permitan disfrutar de la naturaleza y compartir diversos escenarios extremos en compañía de familiares y amigos, para lo cual contamos con un equipo humano especializado quienes poseen los conocimientos necesarios para desarrollar las diferentes actividades, garantizando la seguridad del visitante y del medio ambiente	Es una empresa de turismo legalmente establecida, se destaca por prestar el mejor servicio de aventura y deportes extremos, cuenta con el sello de certificado de calidad en el deporte del Rafting, es completamente especializada en el manejo de planes turísticos de alta calidad y seguridad para sus clientes	proporcionar las mejores experiencias, recreativas y ecológicas por medios de los deportes de aventura, con un personal idóneo y competitivo, satisfaciendo las necesidades y expectativas de nuestros clientes, conservando y cuidando el medio ambiente con el que interactuamos en las distintas actividades.	Brindar el mejor servicio en el área de turismo y deporte de aventura, mediante el conocimiento de nuestros atractivos naturales. Utilizando siempre el mejor material y guías especializados para garantizar la seguridad y diversión de nuestros clientes.	Abacoa nace como un Hotel familiar en el año 1993, en el municipio de Útica Cundinamarca, contaba con 17 habitaciones y una piscina, en el año 2010 se decide crear la división de agencia de viajes operadora, actualmente el hotel cuenta con 40 habitaciones, dos piscinas, barro y baño azufrado, además de deportes de aventura como rafting, rappel, canopy, cabalgata y más.	Reyka, Remanso y Caudales Eco-turismo de Aventura, es una empresa de deportes extremos, nos encontramos certificados en la actividad de rafting, y trabajamos con los más altos estándares de calidad, brindando las mejores emociones y retando los miedos.
VISIÓN						
Ser la empresa líder de turismo de aventura más competitiva de Colombia, reconocida por nuestros clientes y socios, por la seguridad, calidad e innovación en nuestros servicios, como también por el compromiso y el respeto por el medio ambiente.	para el año 2020 seremos reconocidos a nivel nacional como una empresa líder innovadora en la prestación de servicios ecoturísticos extremos brindando la calidad y confianza a nuestra familia Balseros.		ser una empresa líder en deportes de aventura en Colombia. Reconocida por nuestros servicios, calidad y seguridad. Como también por nuestro compromiso de conservar el medio ambiente	consolidarnos como la empresa más importante en la prestación de turismo de aventura, agroturismo y ecoturismo. En nuestro municipio y a nivel nacional		
CREACIÓN						
2002	2001	2015	2014	2013	2014	2015
TIPO						
EMPRESA DE TURISMO	EMPRESA DE TURISMO	EMPRESA DE TURISMO	EMPRESA DE DEPORTES EXTREMOS	EMPRESA DE TURISMO	HOTEL & DEPORTES EXTREMOS	EMPRESA DE DEPORTES AVENTURA

Fuente: Elaboración Propia. A partir de las páginas web.

Tabla 3. Lista de chequeo de la información reportada de las páginas web

	DOSIS VERDE	BALSEROS	TIERRA-EXTREMA	LA RIVERA- XTREMA	ABOCOA	REYKA SAS
HISTORIA	✓	✓	✓	✗	✓	✗
A QUÉ SE DEDICAN	✓	✓	✓	✓	✓	✓
MISIÓN Y VISIÓN	✓	✓	✗	✓	✗	✗
POLÍTICAS DE CALIDAD	✓	✓	✓	✓	✓	✗
ACTIVIDADES	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PLANES	✓	✓	✓	✓	✓	✓
OFERTAS/PROMOS	✓	✗	✗	✓	✗	✗
SERV. ADICIONALES	✗	✓	✗	✓	✓	✗
<b>PUBLICIDAD</b>						
FACEBOOK	✓	✓	✓	✓	✓	✓
INSTAGRAM	✓	✓	✓	✓	✓	✗
TWITTER	✓	✗	✗	✓	✗	✗
YOUTUBE	✓	✗	✓	✓	✗	✗
<b>FORMAS DE PAGO</b>						
TARJETA DÉBITO/ CRÉDITO	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PSE	✓	✓	✓	✓	✓	✓
BANCOS	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>CONTACTO</b>						
EMAIL	✓	✗	✓	✓	✗	✓
WHATSAPP	✓	✓	✗	✓	✓	✓
TELÉFONO	✓	✓	✓	✓	✓	✗
OFICINA PRINC	✗	✗	✓	✓	✗	✗
PÁGINA WEB	✓	✓	✓	✓	✓	✗

✓	Cumple
✗	No Cumple

*Fuente: Elaboración Propia. A partir de las páginas web.*

En la tabla 3 se puede observar que 3 de cada 6 empresas analizadas cumplen con la mayoría de requisitos que son fundamentales y /o necesarios para su formación, crecimiento y reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional, donde cuentan con un plus adicional que son ofertas/promociones en cuanto a las diferentes festividades, están en la mayoría de redes sociales y una excelente plataforma digital con facilidad de adquirir cualquier servicio desde allí y una respuesta inmediata a las inquietudes de sus clientes.

Tabla 4. Conceptos de deportes extremos

Deporte	Descripción	Ilustración
Torrentismo	El Torrentismo es un descenso en Rapel que se practica por medio de la caída de torrentes de agua en cascadas de gran altura, es una actividad bastante extrema cargada de una gran dosis de adrenalina.	
Rafting	Es una actividad deportiva y recreativa que consiste en recorrer el río en la dirección de la corriente, por lo general sobre algún tipo de embarcación o balsa	
Canyoning	Es un deporte de aventura que consiste en descender barrancos o cañones de un río, a pie o nadando, se van superando los diferentes obstáculos que se van encontrando por el cañón	
Parapente	Es el lanzamiento desde un área elevada o incluso un área llana, utilizando al viento como herramienta para elevarse al cielo	
Rapel	Técnica de descenso rápido en paredes verticales mediante el deslizamiento por una cuerda enlazada al cuerpo.	
Tubing	El tubing en agua consta de dos formas: arrastre y flotado libre por los ríos	
Senderismo	Es una actividad deportiva no competitiva que consiste en caminar, preferentemente por el campo o la montaña, siguiendo un itinerario determinado.	

*Fuente: Elaboración Propia. A partir de las páginas web*

En la tabla 4 se generalizó los conceptos de cada uno de los deportes extremos anteriormente mencionados, para que se tenga una noción más clara y concisa de lo que se está abordando.

## 4.2 Importancia del turismo sostenible en Útica

Para identificar que tan importante es el turismo sostenible en Útica se presentan encuestas de percepción de turistas y de empresas que prestan servicio en el municipio y otras que prestan servicios turísticos en el país. En referencia a los turistas las primeras preguntas buscan identificar que tan importante son los servicios que ofrecen los sitios turísticos, se obtienen los siguientes resultados:

- El 98% de los turistas creen que los destinos turísticos deben ser responsables con su entorno (Anexo2)
- El 96% de los turistas afirman que asistirían al municipio si realizaran más planes turísticos con descuentos de los cuales los consumidores estuvieran informados (Anexo2).
- El 58% de las personas encuestadas no tiene conocimiento del municipio.
- Entre las actividades que más le apetece a los turistas, el 42% manifiestan relevante el contacto con el medio ambiente; luego con un 28% realizar actividades extremas (Anexo2).
- Respecto al tipo de viajes que realizan, el 56% suele viajar más en familia y el 20% con amistades (Anexo2).
- El 56% considera que lo más cautivador de un sitio es su paisaje (Anexo2).

Del mismo modo con las preguntas realizadas a las empresas del municipio de Útica se busca conocer estrategias, servicios y nicho de mercado. Los principales resultados son:

- La principal estrategia realizada por las empresas encuestadas para atraer consumidores es publicidad en páginas web con el 62,5% (Anexo3)
- Los servicios que más ofrecen son piscina, alimentación y alojamiento, además de algunas actividades deportivas y culturales (Anexo3).
- El nicho de mercado al cual van dirigidas estas actividades son amistades y parejas. Inclusive estas empresas han conformado una asociación que brinda una estandarización de precios en el mercado.

De igual forma se realizaron encuestas a empresas del sector turístico donde al igual que las empresas del municipio se buscaba saber estrategias, servicios y nicho de mercado. Aunque la principal estrategia de estas empresas es realizar publicidad en páginas web con un 42,9% (Anexo9), también buscan innovar en nuevas actividades, además la mayoría de las empresas cuentan con alianzas como de restaurantes, hoteles, traslados (transporte), piscina, etc. Las principales actividades que realizan son de recreación, deportivas y culturales, en lo que respecta

al nicho de mercado su principal objetivo son amistades y familia.

Teniendo en cuenta la información de la percepción de los turistas, el municipio cuenta con los recursos necesarios e importantes que buscan los turistas en el instante de viajar, sin embargo, estas empresas no han encontrado el medio más adecuado para dar a conocer el municipio y brindar la información de los planes, promociones y actividades realizadas en Útica. A pesar de la importancia del turismo en el municipio, existen importantes oportunidades de mejora en términos de publicidad y mercado.

### **4.3 Plan de acción para la consolidación del turismo sostenible en Útica**

#### **4.3.1. Casos referentes de estrategias de turismo**

Para establecer un plan de acción en el municipio de Útica se llevó a cabo una investigación documental de estrategias realizadas alrededor del mundo que incentiven la consolidación del turismo sostenible. Se encontraron tres casos referentes o casos de éxito que aportan herramientas aplicables para el municipio.

- El trabajo propuesto en Veracruz, México por Saldaña y Saldaña (2015) plantea características fundamentales para una estrategia de negocio basada en los siguientes elementos: organización en red de las empresas que ofrecen servicios turísticos, ampliar la oferta de estos servicios y la existencia de una red de guías para capacitar a 150 jóvenes de la localidad y participación directa de la comunidad en el turismo, de tal forma que el centro de negocio es el pueblo en su totalidad. Para llevar a cabo esto, ellos implementaron los relatos de vida de los habitantes y la construcción imaginaria del trabajo, para llegar a una aproximación más relativa en cuanto a cómo conviven y que es lo que les hace falta para llevar a cabo su objetivo. Además de ello, se presenta un reto importante que consiste en integrar cadenas productivas entre campesinos y pescadores orientados hacia el turismo, ya que no cuenta con conocimientos del tema. En lo que respecta se ha constatado en un programa de guía para aquellos jóvenes que estén interesados en formar parte de un grupo de orientadores en servicios de deportes extremos. Lo anterior, puede propiciar que la región se vuelva más turística con las capacitaciones que van a brindar a los jóvenes y así poder tener un reconocimiento social.

- El estudio realizado por Diez (2011) propone que las empresas de turismo deben tener una planeación estratégica que pueda funcionar ante cualquier incertidumbre en el mercado donde haya una adaptación de la oferta a lo que desea la demanda, generando que la empresa sea más competitiva. El documento trata siete puntos importantes, el primero es que deben haber recursos históricos-culturales, el segundo es que se deben aprovechar los recursos naturales y cuidar de ellos, el tercero es la ordenación de territorios este hace referencia a que el sitio tenga buenas infraestructuras, el cuarto es la oferta de alojamiento, el quinto nos habla de la oferta de actividades y servicios turísticos como productos gastronómicos, artesanías, actividades recreativas, el sexto es la colaboración supramunicipal donde las empresas se colaboran entre sí, y por último, el marketing mix aquí se miran los productos turísticos, promoción, comunicación, distribución y precio.
- Moreno (2011) realizó una implementación del modelo de cadena de valor para el fortalecimiento del turismo sostenible en el municipio de Suesca, Cundinamarca, lo primordial que se buscaba era la participación comunitaria para mejorar el turismo sostenible en este municipio y además mejorar los niveles de vida de las personas que viven en el municipio, para alcanzar dicho bienestar en un sociedad deben existir vínculos estrechos entre las entidades e instituciones que promueven el desarrollo y la participación ciudadana, donde la participación de la comunidad es la manera de incluirlos en su desarrollo social y económico. Inclusive se identificaron oportunidades de cooperación a través de alianzas y redes de colaboración estratégicas con organizaciones privadas, comunitarias y públicas. Además, la implementación de la cadena de valor se dio en tres fases en las cuales se llevaron a cabo diferentes actividades que buscaron mejorar la competitividad del sector como la creación del Comité de Turismo de Suesca que lo conformaba parte de la población del municipio que era el que se contactaba con instituciones fuera del municipio.

#### **4.3.2. Elementos del plan de acción**

A partir de la presente investigación, se identifican los siguientes elementos centrales dentro del plan de acción que busque consolidar el turismo sostenible en Utica.

- Clúster: Teniendo en cuenta la recopilación de los tres casos anteriores se considera necesario la implementación de un clúster de turismo, que según Porter (1991) se trata de un conjunto de empresas que están ubicadas geográficamente en un sitio determinado, que operan en torno a un sector particular, que se ponen de acuerdo y gozan de cierta confianza y coordinación para alcanzar un alto grado de especialización, competitividad y eficiencia garantizando el triunfo de un buen clúster. Con respecto a lo anterior se deben generar acuerdos entre empresas de forma horizontal (empresas que se dedican a la misma actividad económica) y vertical, estos acuerdos se ocasionarían en el caso de que alguna empresa que tenga mayor demanda de la que puede soportar, le provea a otras empresas esos clientes de más, generando en él la confianza de una buena calidad en otra compañía. Respecto a la forma vertical lo primordial es tener convenios con agencias de transporte que movilicen las personas dentro del mismo municipio, además, con empresas que se dediquen a la gastronomía local, para dar a conocer su cultura gastronómica e inclusive la venta de artesanías y recuerdos del municipio.
- Alianzas empresariales: De igual forma, tras la consolidación de un cluster de turismo local, y dada la existencia de una asociación que agrupa a la mayoría de empresas en el municipio, se requiere realizar alianzas con compañías que se encuentren en ciudades centrales, como, agencias de transporte que movilicen las personas que lleguen al municipio desde diferentes partes de Colombia, debido a que normalmente se tiene que pagar doble transporte para llegar al municipio, agencias de viajes que puedan ofrecer los servicios que realizan en este municipio. El poder de mercado y la capacidad operativa del cluster, permitirá una integración con la dinámica turística en el país.
- Marketing: Ante la ausencia de estrategias adecuadas de promoción y comunicaciones, algunas estrategias a realizar son anuncios publicitarios en redes sociales, publicidad en páginas como YouTube donde se comparten videos musicales, clips de películas, video-tutoriales en el cual las personas recurren a menudo, se propone realizar clips de comerciales mostrando su idea de negocio para así poder ser visualizada en términos más globales

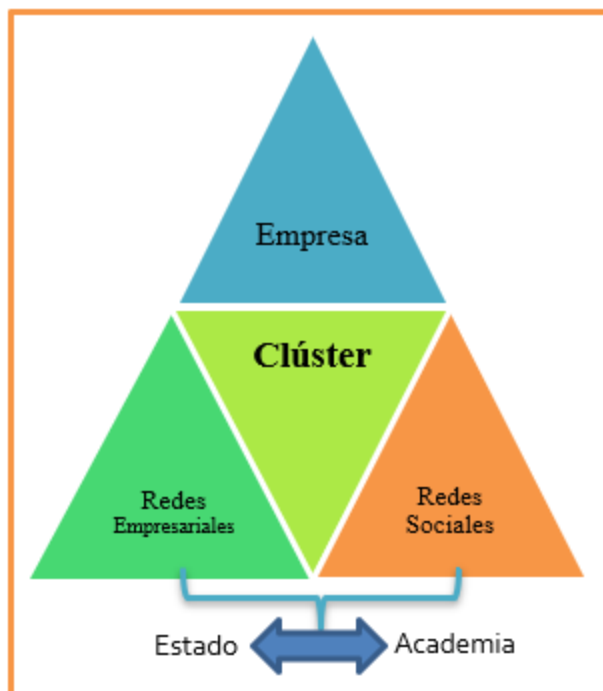


Siguiendo la misma ideología, se propone crear perfiles en Instagram, Facebook y Twitter, y desde allí promocionar sus post, stories y contenidos, para poder llegar a un mayor público y convidar, en este caso a personas “influencers” que hagan publicidad de las empresas por medio de sus cuentas, invitándolas a vivir una experiencia inolvidable y que compartan esta experiencia a su público para que conozcan el lugar y se animen a visitarlo.

- **Innovación:** Considerando la información de las empresas en la cual todas brindan servicios similares, el municipio tiene un lugar ideal para realizar actividades al aire libre, estas pueden ser yoga que cuenta con elementos espirituales encaminados a la meditación con un toque más místico, los pilates emplean ejercicios netamente físicos y en contacto con la naturaleza, además de ofrecer beneficios a sus clientes en desintoxicar y purificar el cuerpo mediante baños relajantes a vapor, además, los servicios que ofrecen de alojamiento podrían ir acompañados de sesiones de spa, sauna e inclusive se podrían realizar actividades y adecuaciones referentes a las festividades que hay en Colombia y el municipio. Esto generaría ventajas comparativas que brindará mayor reconocimiento y diferenciación de la región.

Para llevar a cabo el plan de acción es importante tener en cuenta un elemento integrador conocido como la triple hélice de desarrollo, esta consiste en la cooperación entre los actores del desarrollo social y económico, a saber, la academia, el Estado y el sector empresarial. El rol de cada uno de estos actores en las estrategias de desarrollo sectorial, según Etzkowitz, Gulbrandsen y Levitt (2000), es el siguiente: la universidad es una empresa fundadora mediante instalaciones de incubación; la industria es una entidad educadora a través de universidades empresariales; y el gobierno es un capitalista de riesgo por medio de la Investigación de la Innovación en Pequeñas Empresas (SBIR) y otros programas.

Tabla 5. Diagrama de procesos



*Fuente: Elaboración Propia*

## 5. Conclusiones y recomendaciones

A lo largo de la presente investigación logró demostrarse cómo las empresas del municipio de Útica ofrecen productos y servicios diferenciados respecto a empresas de otras regiones geográficas. Las condiciones geográficas y la vocación productiva de las empresas favorecen la atracción de turistas interesados en el deporte extremo y el cuidado del medio ambiente, por este motivo se observaron ciertas actividades a incorporar en los servicios ofrecidos como yoga, que es una actividad de meditación con aspectos espirituales, o pilates, que consiste en la realización de ejercicios en contacto con la naturaleza, además de actividades y adecuaciones referentes a las festividades realizadas en Colombia y el municipio.

Del mismo modo, se pudo observar que las empresas del municipio presentan falencias en cuanto a publicidad y promoción de actividades innovadoras que les permita ser reconocidas no solo a nivel nacional sino también internacional. Realizando un análisis de los diferentes factores y propuestas que puedan contribuir a un entorno ampliamente digital hoy en día se consideraron relevantes las redes sociales y la plataforma de música YouTube, en estos espacios se propone realizar clips comerciales dando a conocer en que consiste la idea de negocio de las empresas.

Además, se propone llevar a cabo un clúster turístico donde se realicen alianzas entre empresas del sector turístico que hacen parte del municipio, ayudándose entre ellas, inclusive con empresas de redes verticales como empresas que se dediquen a la gastronomía local, y así poner en conocimiento su cultura culinaria. Con el fin de llevar a cabo el plan de acción es importante tener en cuenta un elemento integrador conocido como la triple hélice, donde exista una cooperación del estado, la academia y el sector empresarial generando un desarrollo económico.

Las estrategias ejecutadas en el municipio contribuirán en el fomento del desarrollo económico de las regiones y ayudará al crecimiento del país, teniendo en cuenta el nuevo tipo de desarrollo sustentable que se ha generado en los últimos tiempos, donde se plantea que es importante promover un turismo sostenible en regiones que son dependientes de esta actividad, debido a que en el largo plazo si no se promueven estrategias sostenibles va a terminar afectando la calidad de vida de la población.

## **6. Referencias bibliográficas**

Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, Origen Y Evolución Del Turismo*. México, Editorial trillas.

Carrion, J. (2007). *Estrategia de la visión a la acción*. Madrid, España: ESIC.

Diez, D. (2011). “La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas”. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Alicante.

Drucker, P.(2004). “La disciplina de la innovación”. Harvard Business School Publishing Corporation

Etzkowitz, Henry, Magnus Gulbrandsen y Janet Levitt (2000). Public Venture Capital Government Funding Sources for Technology Entrepreneurs, New York, Harcourt.

Gutiérrez, E. (2007). De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable. Universidad Autónoma de Nueva León, Mexico.

Hernández, R; Fernández, C; Baptista, P.(2006). Metodología de la investigación. México D.F.

Hurtado, J.(2010). Metodología de la investigación. Caracas, Venezuela. Quirón ediciones.México: McGraw-Hill.

Jimenez, Y. (2012). “Teoría del desarrollo económico” Universidad de Pinar del Río, Cuba.

Kuczarski,T.(1997). *Innovación*. Bogota,colombia. Mc Graw Hill. Rostow, W. (1960). Las etapas del crecimiento económico, México: Fondo de Cultura Económica.

Lewis,W.(1954). Artículo publicado en The .Manchester School of Economic and Social Studies, vol. XXII, núm. 2. Versión al castellano de Manuel Sánchez Sarío.

Lewis,W. (1960), “Desarrollo económico con oferta ilimitada de mano de obra”, El trimestre económico, vol. 27(4), núm. 108, México: Fondo de Cultura Económica.

Martínez, J. (julio-diciembre 2011). Métodos de investigación cualitativa. Revista de la Corporación Internacional para el Desarrollo Educativo. recuperado de: <http://www.cide.edu.co/doc/investigacion/3.%20metodos%20de%20investigacion.pdf>.

Molina, S. (2000). “El posturismo”. Editorial Tesis Económicas Profesionales, México.

Moreno, E. (2011). Turismo Sostenible, Cadena De Valor Y Participación Comunitaria En Suesca (Cundinamarca), Colombia. Universidad externado de Colombia.

Morillo, M.(2010). “Turismo y productos turistico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación”. Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela.

Nuestra historia. (2019). Recuperado 29 de febrero de 2020, de COTELCO website:

<https://www.cotelco.org/quienes-somos>.

OMT-PNUMA.(1992). Ordenación de los Parques Nacionales y Zonas Protegidas para el Turismo, Serie de Informes Técnicos núm. 13, p. 2.

Porter, M. (1991). La ventaja competitiva de las Naciones. Buenos Aires, Vergara versión al castellano de Rafael Aparicio

Porter, M. (2006). Estrategia y ventaja competitiva. Barcelona, España: DEUSTO.

Prebisch, Raúl. (1948), “El desarrollo económico de la América Latina y algunos de sus principales problemas”, en Cincuenta años de pensamiento en la CEPAL: textos seleccionados, vol. I, 1998, México: Fondo de Cultura Económica.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (1990), *Informe de Desarrollo Humano 1990*, Nueva York, USA.

Reseña histórica. (2017). Recuperado 03 de marzo de 2020, de COMFAMILIAR Risaralda website: <https://www.comfamiliar.com/quienes-somos/resena-historica.html>

Saldaña, A.; Saldaña, A. (2015). “Los relatos de vida en el análisis organizacional: el modelo de negocios de Jalcomulco, Veracruz”. *Administración y organizaciones*, v.18, Veracruz, México.

Schumpeter, J.(2015). Capitalismo, socialismo y democracia. España. Página Indómit

Selman, H. (2017). Marketing Digital. Ibukku.

Revista CEPAL 98, armando di Filippo (2009) Estructuralismo latinoamericano y teoría económica [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11303/098181202\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11303/098181202_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

UNEP and UNWTO. (2005) “*Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*”. Recuperado: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

## 7. Anexos

### Anexo 1. Planes de empresas en Útica

Empresa	Planes	Precios
Dosis verde	<b>Día de aventura:</b> incluye rafting 5 kilómetros sobre rápidos clase III y IV + Canopy entre árboles dos líneas de 100 y 80 metros + Puente Indiana Jones + Puente tibetano + Rapel en árbol + almuerzo.	(\$88.000 x persona) 1 día.
	<b>Al filo de la Aventura:</b> Este escape incluye: caminata ecológica (necesaria) + torrentismo en cascada de 25 metros + rafting 5 kilómetros de recorrido sobre rápidos clase III y IV + almuerzo.	(\$ 89.000 x persona) 1 día.
	<b>Plan huellas &amp; aventura:</b> Disfruta el rafting de clases III y IV + Canyoning o Canopy entre árboles + Rapel en roca seca de 25 metros o Torrentismo en pared + pasadía con almuerzo y piscina. (Transporte interno en Minitren)	(\$89.000 x persona)
	<b>Desafío total:</b> Plan aventura total, realizaremos rafting rápidos clases III y IV, Circuito de torrentismo en tres cascadas naturales, Canyoning por quebrada , Tirolesa 80 Mts ,Trekking en montaña, Pasadía con almuerzo, refrigerio y piscina, transporte interno en Jeep y trencito.	(\$125.000 x persona)
	<b>Aventura Fantástica:</b> Incluye Caminata ecológica (Necesaria), Torrentismo en dos cascadas de 25 y 30 metros, Vuelo de Canopy 1200 de montaña a montaña, Rafting sobre 5	(\$312.000 x persona).

kilómetros de descenso sobre rápidos clase III y IV, 2 noches de hospedaje en hotel campestre, piscina, 5 alimentaciones, transporte interno.

**Escape con mi ½ naranja:** Enamora tu pareja con una cena romántica, Serenata en vivo, Decoración con pétalos, Velas, Actividades de aventura: Circuito aéreo (Canopy entre árboles, Puente Indiana Jones, Puente Tibetano) o Cuatrimoto en pareja, Rapel en roca seca con caída al agua, Rafting 4 kilómetros en rápidos clase III, Hospedaje una noche en hotel, Piscina, Desayuno. (\$220.000 x persona)

**Dosis de amor:** Travesía de rafting 5 kilómetros en rápidos clase III y IV, viaje en trencito (necesario), caminata ecológica (necesaria), torrentismo en dos cascadas de 25 y 30 metros, canopy 1.200 metros de longitud a más de 200 metros de altura, cena romántica, decoración especial, hospedaje, 3 alimentaciones (incluye cena romántica y velada romántica), 1 noche de hospedaje en hotel campestre (\$243.500 x persona)

**Ecodesafío:** Haz un viaje de turismo extremo que incluye: Rafting en rápidos de clases III y IV, Rapel en roca de 25 metros, Canopy de 2 líneas o cabalgata ecológica, Hospedaje de una noche en hotel con piscina, tres comidas y transporte interno en minitren (\$179.000 x persona).

**Familycamp:** Turismo en familia que incluye: Canyoning de aventura, Cabalgata

	ecológica, Rapel 25 metros de altura, Cinco alimentaciones, Hospedaje en hotel de dos noches con piscina y transporte interno.	(\$270.000 x persona). 3 días
<b>Balseros</b>	<b>Plan 1:</b> incluye transporte interno en jeep, caminata por sendero ecológico, canyoning de aventura, torrentismo en cascada natural, almuerzo, seguro de accidentes, cena, parqueadero, duchas, piscinas, zona de camping en finca campestre.	(\$130.000 persona).
	<b>Plan 2:</b> Tubing por el rio negro, transporte en tren artesanal, canopy (2 vuelos), puente indiana Jones, rapel al vacío, hidratación, almuerzo, seguro de accidentes, cena, parqueadero, duchas, piscinas, zona de camping en finca campestre	(\$220.000 x persona).
	<b>Plan romance:</b> transporte en tren artesanal, tubing por el rio negro, almuerzo, cabalgata ecológica, tarde de piscina, cena romántica (mesa decorada, plato fuerte, copa de vino), parqueadero, seguro de accidentes, puente indiana jones	(\$380.000).
	<b>Plan pareja:</b> transporte en tren artesanal, tubing por el rio negro, almuerzo, cabalgata ecológica, tarde de piscina, cena, parqueadero, seguro de accidentes.	(\$340.000).
	<b>Plan amigos:</b> transporte en jeep a la región, caminata por sendero ecológico, torrentismo, transporte en tren artesanal, rafting por el río negro, almuerzo, tarde de piscina, cena, parqueadero, seguro de accidentes.	(\$185.000 x persona).



**Plan Familiar:** transporte en tren artesanal, (\$170.000 x persona)  
cabalgata ecológica, rafting por el río negro,  
almuerzo, tarde de piscina, cena,  
parqueadero, seguro de accidentes.

**Plan 3 días: DÍA 1** caminata por sendero ecológico, canyoning de aventura, (\$350.000 x persona).  
torrentismo, transporte en tren artesanal, rafting por el río negro, seguro de accidentes, almuerzo, tarde de piscina, cena, hospedaje y parqueadero. **DIA 2** Desayuno, canopy, puente indiana jones, Rapel al vacío, almuerzo, cabalgata ecológica, tarde de piscina, cena, hospedaje. **DIA 3** Desayuno, rapel con caída al río, saltos al río, piscina y despedida.

**Aventureros:** Incluye: Tour en mini-tren (\$ 75.000 x persona).  
hasta el lugar de desembarque + rafting por el Río Negro, 5 km. duración aproximada 90 minutos + rappel en roca seca de 25 metros + hidro-chalet + almuerzo + pasa día en finca.

**Tierra xtrema** **Desafío de guerreros:** Incluye: Tour en (\$ 104,000 x persona)  
minitren hasta el lugar de desembarque + rafting por el Río Negro, 5 km. duración aproximada 90 minutos + rappel en roca seca de 25 metros + hidro chalet + cabalgata por caminos de herradura, duración aproximada 40 minutos + almuerzo + pasa día en finca.

**Eco alturas:** Incluye: Viaje en jeep + canopy (\$ 110,000 x persona).  
de “1km” en vuelo superman + rappel en roca

seca de 25 metros + hidro chalet +  
cuatrimoto en pareja, recorrido aproximado  
3km + almuerzo + pasa día en finca.

**Familia extrema:** Incluye: Tour en minitren  
hasta el lugar de desembarque + rafting por el  
Río Negro, 5 km. duración aproximada 90  
minutos + paintball , actividad de 1 hora de  
juego por grupo + almuerzo + pasa día en  
finca. (\$ 74,000 x persona)

**Remando ando:** Incluye: Tour en minitren  
hasta el lugar de desembarque + rafting por el  
Río Negro, 5 km. duración aproximada 90  
minutos + almuerzo + pasa día en finca. (\$ 46,000 x persona).

**Todo terreno:** Incluye: Circuito en  
cuatrimoto en pareja, recorrido  
aproximadamente a 3km + tour en minitren  
hasta el lugar de desembarque + rafting por el  
Río Negro, 5 km. duración aproximada 90  
minutos + canopy dos vuelos (puente  
tibetano) + almuerzo + pasa día en finca. (\$ 95,000 x persona)

**De escapada:** Incluye **Día 1:** Canopy vuelo  
entre arboles “200 metros” + puente tibetano  
+ almuerzo + pasa día en finca + zona de  
camping. **Día 2:** Desayuno + rappel, (\$ 117,000 x persona)  
descenso en roca seca de 25 metros + hidro  
chalet + almuerzo + pasa día en finca.

**Full aventura:** Incluye: **Día 1:** Tour en  
minitren hasta el lugar de desembarque +  
rafting por el Río negro, 5 km. duración  
aproximada 90 minutos + rappel, descenso  
en roca seca de 25 metros + hidro-chalet + (\$ 124,000 x persona)

**La rivera  
xtrema**

almuerzo + pasa día en finca + zona de camping. **Día 2:** Desayuno + circuito en cuatrimoto en pareja, recorrido aproximado de 3km + almuerzo + pasa día en finca.

**Travesía en familia:** Incluye: **Día 1:** Tour en minitren hasta el lugar de desembarque + rafting por el Río Negro, 5 km. duración aproximada 90 minutos + cabalgata por caminos de herradura, duración aproximada de 40 minutos + almuerzo + pasa día en finca + zona de camping. **Día 2:** Desayuno + rappel descenso en roca seca de 25 metros + hidro-chalet + canopy 300 metros, dos vuelos entre árboles + puente tibetano + almuerzo + pasa día en finca. (\$ 167,000)

**Dosis de amor:** Incluye: Circuito en cuatrimoto en pareja, recorrido aproximadamente a 3km + tour en minitren hasta el lugar de desembarque + rafting por el Río Negro, 5 km. duración, aproximadamente 90 minutos + senderismo recorrido por senderos ecológicos (canyoning recorrido por el lecho de la Quebrada Negra) + almuerzo + pasa día en finca. (\$ 185,000 x persona)

**Amor al extremo:** Incluye: Rappel en roca seca de 25 metros + hidro chalet + Canopy entre arboles de “200 metros ” entre arboles + puente tibetano + cabalgata por caminos de herradura, duración aproximada 40 minutos + almuerzo . (\$ 200,000 x persona)

**Desafío Titanes:** Rafting 6 Kilómetros, Puento Tibetano, Canopy 2 Líneas entre árboles, Rapel Salto Agua, Almuerzo, Piscina finca campestre, Seguro, Baños , Parqueo, Duchas, Loquer . (\$ 185.000 Pareja)

**Tírate Al Agua:** Cuatrimotos 4 kilómetros Pareja, Rafting, Torrentismo pared, Almuerzo, Piscina, Baños, Duchas, Parqueo, Seguro (\$ 90.000 Persona)

**Desafío Del Aire:** Vuelo Pájaro 1 kilómetro, Rapel, Rafting 6 Kilómetros, Baños, Duchas, Loquer, Paqueo, Seguro, Almuerzo (\$ 218.000 Pareja)

**Aventura al natural:** Rafting 6 Kilómetros, Torrentismo Dos Cascadas, Transporte En Tren, Almuerzo, Parqueo, Baños, Duchas, Seguro contra Accidentes (\$ 270.990).

**Romance Al Natural:** Rafting 6 Kilómetros, Rapel Con Agua, Cuatrimotos 30 Minutos, Canopy dos Lineas Arboles, Puento Tibetano, Hospedaje ( Dos Noches Tres Días), Cena Romántica (serenata Dúo + Flores + Copa de Vino), Tres Almuerzos, Dos Desayuno, Piscina, Seguro Contra Accidentes (\$696.000 la Pareja).

**Al Filo De La Aventura:** Rafting 6 Kilómetros, Rapel, Cuatrimotos Pareja, Cabalgata 30 Minutos, Canopy 180 metros, Puento Indiana, Puento Tibetano, Zona Camping (Con Carpa ), Tres Almuerzos, Dos Desayunos, Piscina, Baños, Seguro (\$450.000 la Pareja)

## Útica xtrema

**Plan Pareja:** tour en mini tren, rafting, (\$190.000)  
circuito de canopy (200 metros), cuatrimoto  
(3 km), almuerzo y tarde de piscina

**Plan Amigos:** rappel, tour en mini tren, (\$70.000)  
rafting, almuerzo y tarde de piscina

**Aventura en Familia:** tour en mini tren (5  
km), Rafting, Cabalgata, rappel (25metros), (\$98.000).  
Hidrochalet, almuerzo y tarde de piscina

**Desafio Xtremo: Día1:** Viaje en jeep, (\$150.000)  
canopy 1km, rappel , almuerzo, piscina, zona  
de camping. **Día 2:** desayuno, viaje en mini  
tren, rafting por las aguas del río negro,  
almuerzo y tarde de piscina

**Explorando ando: Dia 1:** circuito (\$170.000)  
cuatrimoto, almuerzo, tarde de piscina, y  
zona de camping. **Día 2:** Desayuno, canopy  
(1 km en viaje en jeep), almuerzo, tarde de  
piscina, y zona de camping

**Desafio sobre ruedas para 2: Día 1:** circuito  
cuatrimoto, almuerzo, tarde de piscina, y (\$300.000).  
zona de camping. **Día 2:** Desayuno, tour en  
mini tren, Rafting, almuerzo, tarde de  
piscina.

**Enamorados:** Hospedaje una noche, dos  
días, Desayuno, Almuerzo, Cena especial, ( Valor por pareja\$  
273.900).  
Botella de vino, Serenata, Habitación  
decorada, Obsequio, Dos piscinas, Barro y  
baño azufrado, Billares, ping pong, bolirana,  
Seguro hotel

**Aventura & amor:** Hospedaje una noche,  
dos días, Desayuno, Almuerzo, Cena

## Abacoa

especial, Botella de vino, Serenata, Habitación decorada, Obsequio, Rafting sobre el río negro de 5km, Salto al agua de 3 y 6 metros, Dos piscinas, Barro y baño azufrado, Billares, ping pong, bolirana, Seguro hotelero y de deportes de aventura

(Valor por pareja: \$ 353.900)

**Día solar principiante:** Rafting sobre el río negro de 5km , Salto al río de 3 y 6 metros, almuerzo, Dos piscinas, Barro y baño azufrado, Billares, ping pong, bolirana

(Valor por persona \$ 50.900 COP)

**Día solar aventúrate:** Rappel 25 metros de altura al borde del río Negro, Rafting sobre el río negro de 5km, Salto al río de 3 y 6 metros, almuerzo, Dos piscinas, Barro y baño azufrado, Billares, ping pong, bolirana

(Valor por persona \$ 80.900 COP)

**Día solar al extremo:** Canopy 1.180 metros (el más largo de Colombia), Rappel 25 metros de altura al borde del río negro, Rafting sobre el río negro de 5km ,Salto al agua de 3 y 6 metros, almuerzo, Dos piscinas, Barro y baño azufrado, Billares, ping pong, bolirana

(Valor por persona \$ 125.900 COP)

**Dos días de relajación:** Hospedaje una noche, dos días, Un desayuno, Un almuerzo, Dos piscinas, Barro y baño azufrado, Billares, ping pong, bolirana, Seguro hotelero

(Valor por persona \$ 61.900 COP)

**Tres días aventúrate:** Hospedaje dos noches, tres días, Dos desayunos, Dos almuerzos, Rappel 25 metros de altura al borde del río, Rafting sobre el río negro de 5km, Salto al río de 3 y 6 metros, Dos

	piscinas, Barro y baño azufrado, Billares, ping pong, bolirana, Seguro hotelero y de deportes de aventura.	(Valor por persona \$ 193.900 COP).
<b>Reyka</b>	<b>Escapa de la rutina con una aventura extrema:</b> Incluye : Canopy entre arboles (2 vuelos), Puente Indiana Jones, Rapel al vacío desde un árbol, Paseo en mini tren, rafting por el Río Negro, Caminata ecológica, almuerzo, Piscina, seguro de asistencia médica, parqueadero, Equipos y guías, certificados para las actividades.	(Valor por persona \$89.900- Valor por pareja \$139.900).

*Fuente: Elaboración Propia. A partir de: páginas web.*

## Anexo 2. Resultados encuestas a turistas del municipio



*Fuente: Elaboración Propia. Basado en: encuestas.*



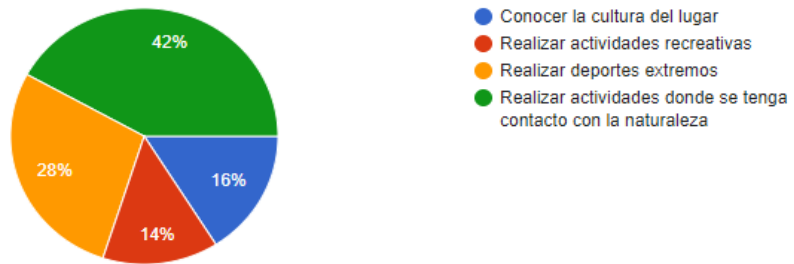
*Fuente: Elaboración Propia. Basado en: encuestas.*





4. ¿Qué es lo que más te apetece hacer cuando viajas?

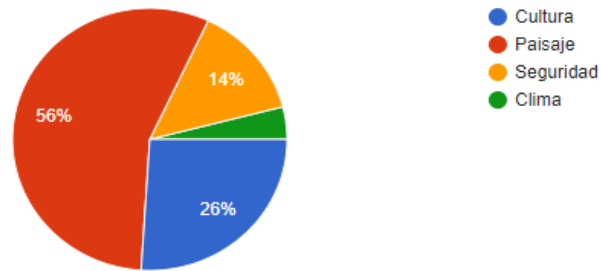
50 respuestas



*Fuente: Elaboración Propia. Basado en: encuestas.*

6. ¿cual de los siguientes factores de un destino turístico valoras mas?

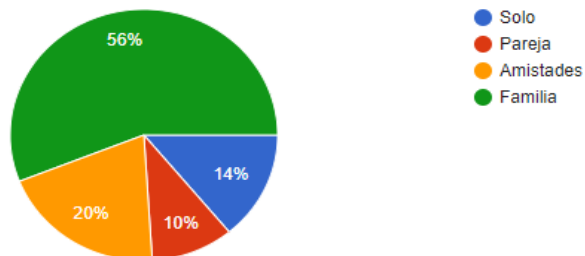
50 respuestas



*Fuente: Elaboración Propia. Basado en: encuestas.*

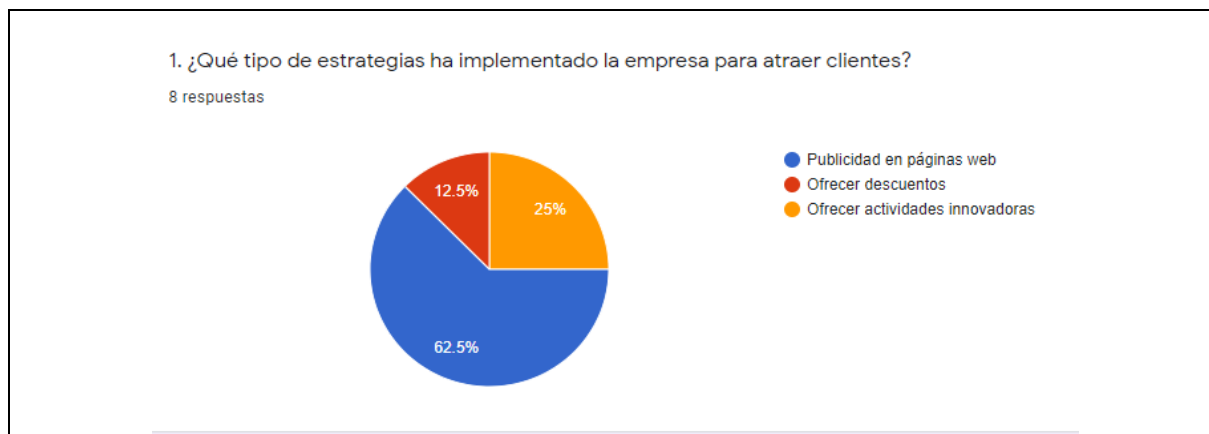
8. ¿Con quién sueles viajar?

50 respuestas

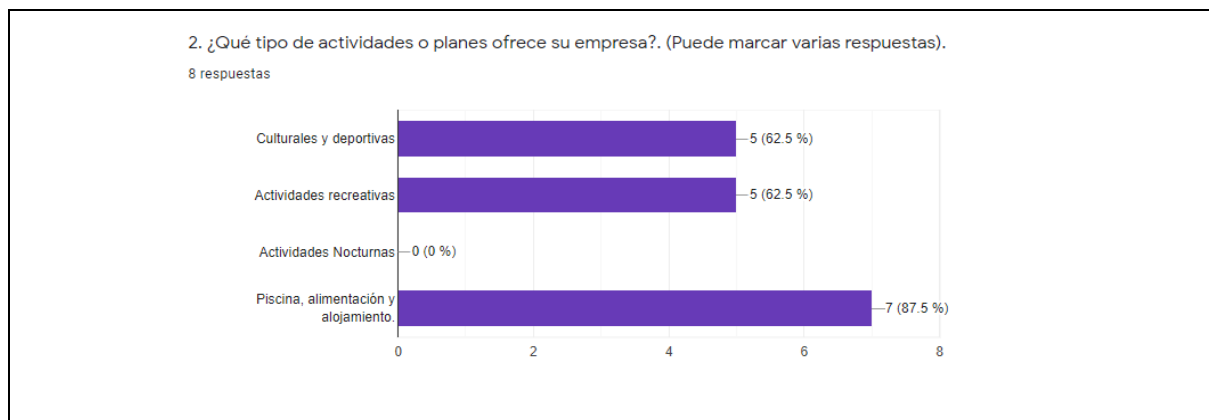


*Fuente: Elaboración Propia. Basado en: encuestas.*

### Anexo 3. Resultados de encuestas a empresas del municipio

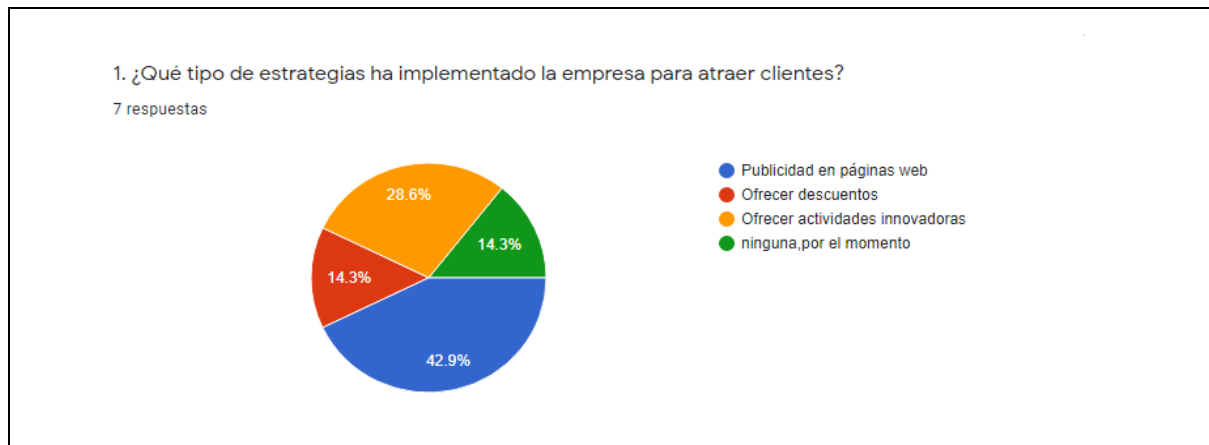


*Fuente: Elaboración Propia. Basado en: encuestas.*



*Fuente: Elaboración Propia. Basado en: encuestas.*

#### Anexo 4. Resultado encuesta empresa del sector turístico



*Fuente: Elaboración Propia. Basado en: encuestas.*