

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA Y FINANZAS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

*ESTUDIO PARA LA IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES ECOTURISTICAS POR
EDAD Y ESTRATO SOCIOECONOMICO DE LA POBLACION BOGOTANA*

ANDREA ALEJANDRA ARANDA VERA

BOGOTÁ, 2013

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA Y FINANZAS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

*ESTUDIO PARA LA IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES ECOTURISTICAS POR
EDAD Y ESTRATO SOCIOECONOMICO DE LA POBLACION BOGOTANA*

NURY ALFONSO

ANDREA ALEJANDRA ARANDA VERA

BOGOTÁ, 2013

Página de aceptación

Dedicatoria y/o agradecimientos

SIGLAS

CAR	Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca
CARDER	Corporación Autónoma Regional de Risaralda
CEPAL:	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CIIU	Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades Económicas
CNA	Consejo Nacional Ambiental
CNRN	Código Nacional de Recursos Naturales
CNUMAD	Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo
CONIF	Corporación Nacional de Investigación y Fomento Forestal
CONPES	Consejo Nacional de Política Económica y Social
DAMA	Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente de Bogotá
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
FAO:	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura
IDEAM	Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales
ILAC:	Iniciativa Latinoamericana y Caribeñas para el Desarrollo Sostenible
INVEMAR	Instituto de Investigaciones Marinas y Costeras
ONU:	Organización de las Naciones Unidas
PNUD:	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
SHD	Secretaría de Hacienda Distrital
SPD	Secretaría de Planeación Distrital

GLOSARIO

Barranquismo: Actividad ecoturística consistente en superar cambios de recorrido a través de las caminatas, descenso en cascadas, cañones o barrancos, natación y rapel.

Demografía: Características sociales de la población y su desarrollo.

Ecosistema: Sistema natural conformado por seres vivos y medio físico que se interrelacionan entre sí.

Ecoturismo: Actividad complementaria al turismo tradicional que se realiza en lugares naturales en los cuales no se altera el equilibrio del medio ambiente y se evitan daños al ecosistema.

Eficiencia: Encontrar el mayor y mejor uso para los recursos escasos.

Energía: Transformación de un recurso natural para una actividad derivada de la tecnología.

Desarrollo Sostenible: Avance en la calidad de vida sin comprometer los recursos naturales no renovables.

Hábitat: Es el ambiente que ocupa una población biológica.

Indicador: Herramienta comúnmente utilizada en la administración para la evaluación de una estrategia adoptada.

Industrias Turísticas: Las industrias turísticas incluyen todos los establecimientos en los cuales la actividad principal es una actividad característica del turismo.

Paisaje: Conjunto de elementos existentes que son subjetivos al observador del terreno.

Senderismo: Es una especialidad de montañismo en cual constituye realizar caminatas a través de caminos balizados y homologados por las entidades administradoras del bien ecológico. Su principal atractivo es realizar el recorrido observando con detenimiento los elementos etnográficos y culturales utilizando principalmente las: cañadas reales y caminos vecinales.

Sostenibilidad Ambiental: uso de recursos naturales sin afectar los existentes.

Recurso Renovable: Elemento de la tierra que puede ser reemplazado o sustituido por otro o recursos tecnológicos.

Recursos No Renovables: Elemento de la tierra que no puede ser sustituido por el hombre o técnica alguna.

Turista: Son los visitantes que pernoctan en el lugar visitado.

Viajero: Es toda persona que se desplaza fuera del país de residencia (viajero internacional) o dentro del país de residencia (viajero interno) cualquiera que sea el motivo del viaje.

Visitante: Es una persona que viaja a un destino específico diferente al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo menor a un año y su finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo).

TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE TABLAS	10
LISTA DE GRÁFICAS	11
1. INTRODUCCIÓN	12
2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	14
3. OBJETIVOS	17
3.1 GENERAL	17
3.2 ESPECÍFICOS	17
4. JUSTIFICACIÓN	18
5. MARCO TEÓRICO	20
5.1 Concepto General	20
5.2 Definición de Ecoturismo	20
5.3 EL ECOTURISMO EN EL MUNDO	21
5.3.1 Cumbre de la Tierra, Rio de Janeiro 1992	21
5.3.2 Los Objetivos del Nuevo Milenio	21
5.3.4 Ecoturismo Desarrollo Sostenible	22
5.3.5 Indicadores de Desarrollo Sostenible	24
5.4 CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ECOTURISTICAS	27
5.5 ECOTURISMO EN COLOMBIA	29
5.5.1 Antecedentes	29
5.5.2 Marco Legal	30
5.5.3 Sistema Nacional de Información Ambiental	31
5.5.4 Indicadores de Desarrollo Sostenible en el País	32
5.5.5 Sistema Nacional de Áreas Protegidas	35
5.6 Tipos de Actividades Eco turísticas en Colombia	37
5.6.1 Culturales	37
5.6.2 De Aventura	37
5.6.3 Religioso	38
5.6.4 Agroturismo	38
5.6.5 Acuaturismo	38
5.6.6 Etnoturístico	39
5.6.7 Pesca Deportiva	39
5.7 EL TURISMO DEL MUNDO Y COLOMBIA EN CIFRAS	40

5.7.1 El Turismo en el Mundo	40
5.7.2 El Turismo en Colombia	41
5.7.2.1 Ingreso de Visitantes Extranjeros.	42
5.7.2.2 Tasa Ocupacional en el Sector Turismo	43
6. METODOLOGÍA	45
7. CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO ELEGIDO	48
7.1 Estructura del mercado y sus características	48
7.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA	49
8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	63
8.1 Principales Aspectos Sociodemográficos	63
8.2 Gustos Principales de la población encuestada.	64
8.2.1 Características y Gustos de la población entre los 17 a 27 años.	64
8.2.2 Características y Gustos de la población entre los 28 a 38 años.	69
8.2.3 Características y Gustos de la población entre los 39 y 50 años.	74
8.2.4 Características y Gustos de la población mayor a 51 años.	78
9. CLASIFICACIÓN DE GUSTOS ECOTURISTICOS A PARTIR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	84
9.1 Estratificación Socioeconómica de los Clientes Encuestados	84
9. 2. Categoría de las actividades comunes	85
9.3 Matriz de Clasificación de Gustos Por Estrato Socioeconómico	87
9.3.1 Calificación de Actividades a Partir de la Investigación de Mercados	89
9.4 Oferta de Servicios Eco turísticos en Bogotá y Cundinamarca.	91
Conclusiones	96
Recomendaciones	100
ANEXOS	102
MODELO DE ENCUESTA	102
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	105

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1 Aporte por sector económico al PIB</i>	14
<i>Tabla 2 Indicadores de Desarrollo Sostenible</i>	25
<i>Tabla 3 Matriz Relacional Referente de la Planificación Ambiental</i>	33
<i>Tabla 4 Llegadas de turistas Internacionales durante el 2011</i>	40
<i>Tabla 5 Ingreso de extranjeros al país</i>	41
<i>Tabla 6 Distribución por Estrato en Bogotá</i>	49
<i>Tabla 7 Estratificación del cliente objetivo por Nivel de Ingresos</i>	84
<i>Tabla 8 Matriz de Calificación y Clasificación de Actividades por Grupo de Edad y Estrato Socioeconómico.</i>	88
<i>Tabla 9 Calificación de Actividades Por Edad y Estrato Socioeconómico</i>	90
<i>Tabla 10 Inventario de Actividades Por Rango de Edad y Estrato Socioeconómico.</i>	93

LISTA DE GRAFICAS

<i>Gráfica 1 Los 15 indicadores de Desarrollo Sostenible.</i>	24
<i>Gráfica 2 Tipos de Ecoturismo.</i>	28
<i>Gráfica 3 Ingreso de Visitantes al País</i>	42
<i>Gráfica 4. Distribución Porcentual Colombianos Trabajando Año 2012</i>	43
<i>Gráfica 5 Principales Destinos Turísticos del País</i>	44
<i>Gráfica 6 Resultados rango de edad.</i>	50
<i>Gráfica 7 Sexo de la población encuestada.</i>	51
<i>Gráfica 8 Nivel Educativo de la Población Encuestada</i>	52
<i>Gráfica 9 Estado civil de la población encuestada.</i>	53
<i>Gráfica 10 Resultados Ingresos Promedios Mensuales</i>	54
<i>Gráfica 11. Resultados Motivo Principal de Viaje</i>	55
<i>Gráfica 12. Resultado sobre gustos alimenticios.</i>	56
<i>Gráfica 13. Qué tipo de alojamiento prefiere el turista.</i>	57
<i>Gráfica 14 Disposición Máxima de Días por Viaje</i>	58
<i>Gráfica 15 Resultado del Medio de Transporte Escogido Para Los Viajes.</i>	59
<i>Gráfica 16. Cuánto Dinero Acostumbra a Gastar en sus viajes.</i>	60
<i>Gráfica 17. Que Actividades le Gustaría Realizar en sus Viajes</i>	61
<i>Gráfica 18 Porcentaje de Hombres y Mujeres entre los 17 y 27 años.</i>	65
<i>Gráfica 19 Nivel Educativo Población de los 17 a 27 años.</i>	66
<i>Gráfica 20 Estado Civil de la Población Encuestada entre los 17 a 27 años.</i>	67
<i>Gráfica 21 Nivel de Ingresos en la Población de 17 a 27 Años.</i>	68
<i>Gráfica 22 Resultados Gusto por Actividad</i>	69
<i>Gráfica 23 Porcentaje de hombres y mujeres de 28 a 38 años.</i>	70
<i>Gráfica 24 Nivel Educativo de la Población de 28 a 38 años</i>	70
<i>Gráfica 25 Estado Civil de la Población Entre los 28 y 38 años.</i>	71
<i>Gráfica 26 Nivel de Ingresos de la Población entre 28 a 38 años.</i>	72
<i>Gráfica 27 Gustos por Actividad</i>	73
<i>Gráfica 28 Discriminación de sexo por población</i>	74
<i>Gráfica 29 Nivel Educativo Alcanzado por El Segmento de la Población</i>	75
<i>Gráfica 30 Estado Civil de la Población de 38 a 50 Años.</i>	76
<i>Gráfica 31 Nivel de Ingresos Promedio de la Población entre 39 y 50 años.</i>	77
<i>Gráfica 32Actividades Preferidas por la Población entre 39 y 50 años.</i>	78
<i>Gráfica 33 Distribución de Hombres y Mujeres por Población Mayor a 51 años</i>	79
<i>Gráfica 34 Resultados Nivel Educativo de la Población Mayor a 51 años</i>	80
<i>Gráfica 35 Estado Civil de la Población Mayor a 51 Años.</i>	81
<i>Gráfica 36 Ingresos Promedios Mensuales de la Población Mayor a 51 Años.</i>	82
<i>Gráfica 37 Gustos por Actividad de la Población Mayor a 51 Años.</i>	83

1. INTRODUCCIÓN

Los últimos 15 años del siglo XXI se han caracterizado por sus grandes cambios políticos, económicos, sociales y ambientales a nivel mundial. Sin duda alguna, la transformación más importante que ha sufrido la humanidad es la ocasionada por el cambio de factores climáticos, aumento o disminución de la temperatura, lo que ha llevado a los diferentes países del mundo a enfrentar inviernos o veranos prolongados que afectan la cotidianidad de todo ser viviente que existe sobre la faz de la tierra.

Colombia es un país que no ha sido ajeno a la nueva dinámica ambiental, ejemplo de ello es lo ocurrido en el año 2011 donde, desde el mes de febrero hasta junio se vivió el invierno más fuerte sin antecedente alguno durante los últimos 50 años en todo el territorio nacional; ocasionando afectación a las zonas urbanas o rurales por inundaciones, desbordamientos de ríos y movimientos de tierra que taponaban las principales vías de comunicación, entre otros desastres.

Aunque en el país existía una política en favor del medio ambiente, fue a partir del antecedente antes mencionado que el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible; y las entidades públicas y privadas adscritas al ministerio estructuraron a través de documentos Conpes y el Plan Nacional de Desarrollo Colombia 2010-2014, una política clara, precisa y contundente; encaminada en la protección, conservación y recuperación de las diferentes zonas ambientales.

La hoja de ruta estructurada en los documentos citados sirvió para que en el país se recuperaran zonas afectadas por el invierno y se crearan destinos turísticos sostenibles y amigables con el medio ambiente; con el fin de proteger los ecosistemas frágiles a través de parques ecoturísticos.

Para que el destino turístico creado crezca y sea reconocido en el mercado internacional se necesita como primer paso que éste sea identificado en el ámbito nacional, a partir de la elaboración de una investigación de mercados en el cual se identifique el potencial económico del mercado capitalino y que esta información presentada al empresario del sector ecoturístico sea tenida en cuenta en la elaboración de los planes estratégicos.

Para hallar los gustos y preferencias de actividades en el mercado capitalino, se inició la investigación a partir de identificar el marco regulatorio del sistema ambiental que rige en Colombia, las estrategias y políticas ambientales planeadas por el Ministerio de Desarrollo y Ambiente Sostenible, el método de control y cumplimiento de la política adoptada y el aporte a la economía nacional. Una vez identificados y desarrollados los anteriores ítems, se procedió a la realización de una encuesta con 12 preguntas a 108 habitantes que se encuentran entre los estratos 3 al 6, con el objeto de identificar las características y el gusto en la realización de actividades ecoturísticas.

Finalmente, el documento propone una matriz de evaluación de impacto ambiental como aporte al sector ecoturístico con el fin de minimizar y/o sustituir aquellos recursos naturales renovables y no renovables que son usados para la actividad comercial del lugar y, a su vez, sensibilizar al ciudadano particular para el uso adecuado de cada uno de los recursos naturales con los que cuenta el país.

2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE- le presentó al país, el 22 de marzo de 2012, el porcentaje de crecimiento de su PIB para el año 2011; el cual se ubicó en el 5,9% (Dane, 2012), y donde los 4 principales sectores económicos que mayor aporte dieron fueron los siguientes:

Tabla 1 Aporte por sector económico al PIB

SECTOR ECONÓMICO	APORTE AL PIB
Explotación de minas y canteras	1,6%
Establecimientos Financieros	1,2%
Construcción	0,8%
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	0,6%

Fuente: Informe Anual de Crecimiento DANE 2011.

El subsector turístico hace parte del sector comercio, reparación, restaurantes y hoteles; aportó para el año 2011 el 0,4% (MCIT, 2011), siendo el de mayor participación en la economía regional. No obstante, Colombia está buscando convertirse en un destino de talla mundial a través del aprovechamiento de los diferentes tipos de ecosistemas que existen en el país, por intermedio del turismo ecológico o de aventura.

Para que el subsector turístico en Colombia se transforme en uno de talla mundial se necesita que, en el año 2019 los destinos turísticos que se encuentran en las cuatro principales ciudades -Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla- o cercanos a estas, sean empleados a partir de un uso y aprovechamiento eficiente de los recursos naturales que se ubican en las mismas o en pueblos o veredas cercanos. Es importante indicar que cada una de las mencionadas capitales se encuentra a diferentes altitud sobre el nivel del mar por lo que las características de su paisaje varían de un lugar a otro.

Estas cuatro ciudades son las que mayor número de habitantes registran dado que en el último censo nacional realizado en el año 2005, por del DANE, reportó un total de: 12'186.821 (DANE, Censo 2005)¹, siendo Bogotá D.C, la ciudad que mayor número de

¹ Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2005) Censo Nacional de Población.

habitantes concentró como consecuencia del poder económico, político y social que se ejerce en esta ciudad por lo que esta urbe registró 6´901.402 de habitantes (DANE, Censo 2005).

De los 6 millones 901 mil habitantes que viven en la capital de la República, entre los estratos 3 al 6 se ubican 3´811.273 (SPD, 2009) en cada una de las 20 localidades que hay en la ciudad, siendo las localidades de: Usaquén, Chapinero y Suba; las que registran en el interior de estas habitantes desde el estrato 1 hasta el estrato 6.² (SPD, IE, 2009)

Durante los tres últimos años el crecimiento de población entre los estratos 3 al 6 fue del 1,06% (IPES, 2012) como resultado del cambio social que se vive en este sector de la ciudad y por lo cual para el año 2012 hay 3´823.367 habitantes ubicados entre los estratos 3 al 6 en las diferentes localidades.

La mayoría de productos o servicios que son lanzados al mercado por los diferentes empresarios del país se ubican entre la clase media y alta de la ciudad dado que estos son los que mayor poder de comprar y mejor distribución de su ingreso hacen, por lo que el mercado objetivo del sector ecoturístico se concentra en la población que tiene entre 17 y 60 años, y se estima que este segmento representa el 72,5% del total de habitantes que viven entre los mencionados estratos. (Datos autor)

El uso y aprovechamiento del espacio libre del segmento de población escogido varía de acuerdo al total de horas o días libres el cual es distribuido entre actividades: recreativas, lúdicas o académicas.

Actividades recreativas son todas aquellas que pueden clasificarse entre: turísticas, deportivas, etc., siendo las turísticas las que mayor relevancia tiene en la economía colombiana debido a las regiones del país que subsisten por el renglón económico del turismo y la identificación de forma superficial de las necesidades del cliente.

² Secretaría de Planeación Distrital. Inventario Estadístico capítulo 18 Aspectos Demográficos.

Se estima que el 70% de los hombres y mujeres mayores a 50 años ejecuta actividades diarias durante la semana debido que ellos buscan realizar ejercicios físicos y mentales que conserven su salud y aumenten su bienestar que sumado los dos anteriores factores se aumenta su expectativa de vida.

Si se pudiera indagar entre el segmento de población escogido el gusto por realizar actividades fuera de la ciudad como: caminar por senderos ecológicos y en estos observar el tipo de vegetación, animales y recursos hídricos que los rodea, la mayoría de indagados daría un si contundente pero, ¿Qué tipo de actividades específicas son las preferidas?, ¿Cuáles son las características que deben tener los destinos ecoturísticos? Y ¿Qué manejo ambiental le están dando a los recursos usados por los destinos ecoturísticos?

Hasta el momento las anteriores preguntas no han podido ser respondidas dado que las investigaciones previas proponen planes de negocios y descripciones de los lugares en los cuales se puede realizar ecoturismo pero no identifica los gustos y preferencias del mercado objetivo y a su vez el plan de manejo ambiental que los destinos ecoturísticos realizaran por el uso y aprovechamiento de los recursos que utilizan para su actividad comercial.

3. OBJETIVOS

3.1 GENERAL

Identificar el potencial eco turístico de una muestra de la población bogotana, además de sus necesidades y gustos de acuerdo a grupos de edad y estrato socioeconómico.

3.2 ESPECÍFICOS

1. Identificar el potencial de Ecoturismo en una muestra en la población capitalina.
2. Determinar los gustos alimenticios por cada uno de los segmentos de mercado escogidos para la investigación.
3. Identificar los tipos de actividades a realizar por cada uno de los segmentos de mercado escogidos.
4. Determinar el nivel de gastos de acuerdo a la necesidad identificada en cada uno de los segmentos de mercado.
5. Clasificar la oferta ecoturística por cada uno de los segmentos de mercado identificados al interior de la muestra de la población bogotana.

4. JUSTIFICACIÓN

El proyecto de investigación que a continuación se presenta tiene como propósito fundamental indagar sobre las necesidades y gustos de una muestra de la población escogida en la ciudad de Bogotá a partir de la encuesta realizada.

Una vez tabulado y obtenidos los resultados de la encuesta se podrá concluir: qué tipo de actividades, con qué tipo de frecuencia, el gasto promedio, características de los destinos ecoturísticos y demás preguntas relevantes que hacen parte del análisis obtenido durante la fase previa.

Así mismo los resultados servirán a los empresarios del sector turístico del país dado que al identificar las necesidades vigentes a través de una monografía, se pueden crear espacios que permitan satisfacer el gusto del cliente objetivo y a su vez ellos proyecten su crecimiento económico particular que a la postre beneficiara al país y transformara este sector en uno de talla mundial a partir del uso adecuado y responsable de los recursos naturales con los que cuenta el país y que se traduce en ventajas comparativas.

Es importante mencionar que para la presente investigación solo fueron incluidos aquellos destinos turísticos que cuentan con una amplia infraestructura en la oferta de servicios dado que el trabajo en alianzas permitiría transformar al sector en uno de talla mundial así como también aprovechar las ventajas competitivas que ofrece cada una de las regiones en donde se encuentran los destinos ecoturísticos a visitar por parte del cliente nacional o extranjero.

Como futura administradora, es conveniente asumir a través de uno o varios proyectos de investigación alrededor del sistema ambiental el uso y aprovechamiento ético y responsable de los recursos naturales que a diario se utilizan en el mundo para realizar las actividades diarias en cualquier sector económico de la población. Por ende y desde el momento en que el empresario tome la decisión de construir un parque ecoturístico con los componentes arquitectónicos acordes al destino turístico y el uso de los diferentes elementos naturales con el objeto de brindar al visitante la mayor variedad de actividades durante su periodo de estancia.

Por consiguiente esta investigación beneficia en primer lugar a los empresarios del sector turístico del país y en especial a los que tienen complejos ecoturísticos dado que al conocer los gustos del mercado objetivo se pueden diseñar estrategias de mercado basados en el ofrecimiento de una amplia variedad de productos y servicios que este parque ofrece. Así mismo se benefician los proveedores de los servicios para la práctica de las diferentes actividades en los centros ecoturísticos dado que al reconocer las necesidades del cliente se pueden ofrecer productos de una excelente calidad.

Pero sin duda alguna el mayor beneficiado con la presente investigación es el país dado que con este se puede iniciar el proceso de consolidar el sector turístico del país como uno de talla mundial el cual represente un mayor PIB dentro de la economía nacional.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Concepto General

Al inicio de la década de los 80's, el ecoturismo era practicado en un principio por los habitantes de Norteamérica y Europa a través de la realización de actividades coherentes y amigables con los recursos naturales que rodean el entorno paisajístico de su diario vivir. (Sánchez. 1992)

No obstante el término de ecoturismo y su concepto fue mencionado hasta el año de 1983 por el arquitecto mexicano Héctor Ceballos en una conferencia dictada en la Universidad Autónoma de México, en la cual define: *“el ecoturismo es aquella modalidad del turismo que consiste en viajar a áreas naturales relativamente sin perturbar con el objeto específico de admirar, disfrutar y estudiar su paisaje, su flora y su fauna silvestres, así como las manifestaciones culturales (tanto presentes como pasadas) que allí puedan encontrarse”*³. Años siguientes, lo definido por el arquitecto fue reconocido por organismos mundiales como: Organización Mundial del Turismo (OMT), Organización de las Naciones Unidas (ONU), Unión Mundial Para la Naturaleza (UICN) y el Congreso de Expertos de la Naturaleza (AJEST).

5.2 Definición de Ecoturismo

Fue hasta el año de 1.998 a través del libro “Ecotourism and Sustainable Development” escrito por la doctora Martha Honey que se define la palabra ecoturismo y se asocia con el desarrollo de una actividad que genera progreso económico y social a una comunidad en general y por lo cual en la página 25 del libro se propone lo siguiente: *“Ecoturismo es el viaje a áreas frágiles, prístinas, y normalmente protegidas que se esfuerzan por ser de bajo impacto y (normalmente) de pequeña escala. Ayuda a educar a los viajeros; provee de fondos para conservación; directamente beneficia el desarrollo económico y fortalecimiento político de comunidades locales; y promueve el respeto por las diversas culturas”* (Honey Martha, 2004, p. 25)

³ Ceballos L.H. (1990). Tourism, Ecotourism and Protected Areas. (3ª. ed.) México. Editorial Perth.

La anterior definición ha servido como estándar de uso y amplia utilización por parte de todas las personas naturales que han tomado la opción de estudiar o hacer planes de negocio en torno al ecoturismo.

5.3 EL ECOTURISMO EN EL MUNDO

5.3.1 Cumbre de la Tierra, Rio de Janeiro 1992

Dado el aumento de la industrialización de los diferentes sectores económicos en cada uno de los países del mundo durante la década de los 90's y para evitar el uso indiscriminado de los recursos naturales en pro de un crecimiento económico, durante el mes de junio de 1992 en la ciudad de Río de Janeiro (Brasil) se reunieron 108 jefes de Estado y Gobierno, para debatir las políticas y estrategias adoptar para un uso adecuado en la producción de los recursos naturales y a su vez proponer nuevas fuentes de energía. (CNUMAD. 1992)

En esta misma cumbre los líderes participantes en conjunto con las ONG aceptaron el ecoturismo como una nueva forma de crear, desarrollar y promocionar destinos turísticos ecológicos los cuales pueden ser desarrollados por cualquier país del mundo, pero en especial en aquellas zonas en el mundo que cuentan con abundantes recursos vegetales, animales y culturales como por ejemplo la selva amazónica o la Rivera Maya.

5.3.2 Los Objetivos del Nuevo Milenio

Con base en el Declaración de Río de 1992, y al notarse el aumento de la pobreza mundial, el agotamiento de los recursos naturales y la inequidad en la distribución de la riqueza. Las 189 Naciones del mundo que hacen parte de la Organización de las Naciones Unidas en el año 2000 establecen los 8 objetivos para el nuevo milenio los cuales se deben conseguir a más tardar en el año 2015.⁴

⁴ Organización de las Naciones Unidas. (2000). Objetivos de Desarrollo del Milenio. Recuperado el 10 de abril de 2013, de http://www.undp.org.cu/documentos/MDG_Report_2011_SP.pdf

El Objetivo del Milenio número 7: “*Garantizar el sustento del medio ambiente*” (ONU, 2000, p. 6) tiene como propósito fundamental la protección y conservación de los recursos ambientales existentes en el mundo a través de aspectos como:

- a) Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales y reducir la pérdida de recursos del medio ambiente.
- b) Haber reducido y haber ralentizado considerablemente la pérdida de diversidad biológica en 2010.
- c) Reducir a la mitad, para el 2015, la proporción de personas sin acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento.
- d) Haber mejorado considerablemente, en 2020, la vida de al menos 100 millones de habitantes de barrios marginales.⁵ (ONU, 2000, p 7)

5.3.4 Ecoturismo Desarrollo Sostenible

Una vez definido el alcance del Objetivo del Milenio No. 7, se crea el PNUD (Programa de las Naciones para el Desarrollo) entidad adscrita a la ONU la cual tiene por misión mundial establecer un concepto único sobre desarrollo sostenible y asociarlo con el crecimiento sustentable de un país. Sin embargo el concepto aún no ha podido unificarse debido a la posición poco conciliadora entre los expertos de las: ciencias sociales, ciencias humanas y ciencias naturales.

No obstante el desarrollo sostenible es aquel que justifica la explotación de los recursos naturales en pro del desarrollo económico y social que favorezca por igual a los pueblos y así mismo los compromete en la protección de un medio ambiente que brinde estándares de vida sanos para las generaciones actuales y prevea igualmente estas condiciones para las generaciones futuras.

Las sostenibilidad ambiental, es considerado como un objetivo de protección de los recursos naturales renovables, no renovables, la cual se define como el mantenimiento de las diferentes capacidades ambientales a niveles que garanticen evitar un desastre natural, en donde el mejor de

⁵ Objetivos del Nuevo Milenio. Organización de las Naciones Unidas. Recuperado el 10 de Abril de 2013 del sitio web http://www.undp.org/cu/documentos/MDG_Report_2011_SP.pdf

los casos protejan COTU los recursos desde el presente y que asegure en las generaciones futuras la oportunidad de disfrutar del consumo ambiental en una medida igual a la generación presente.

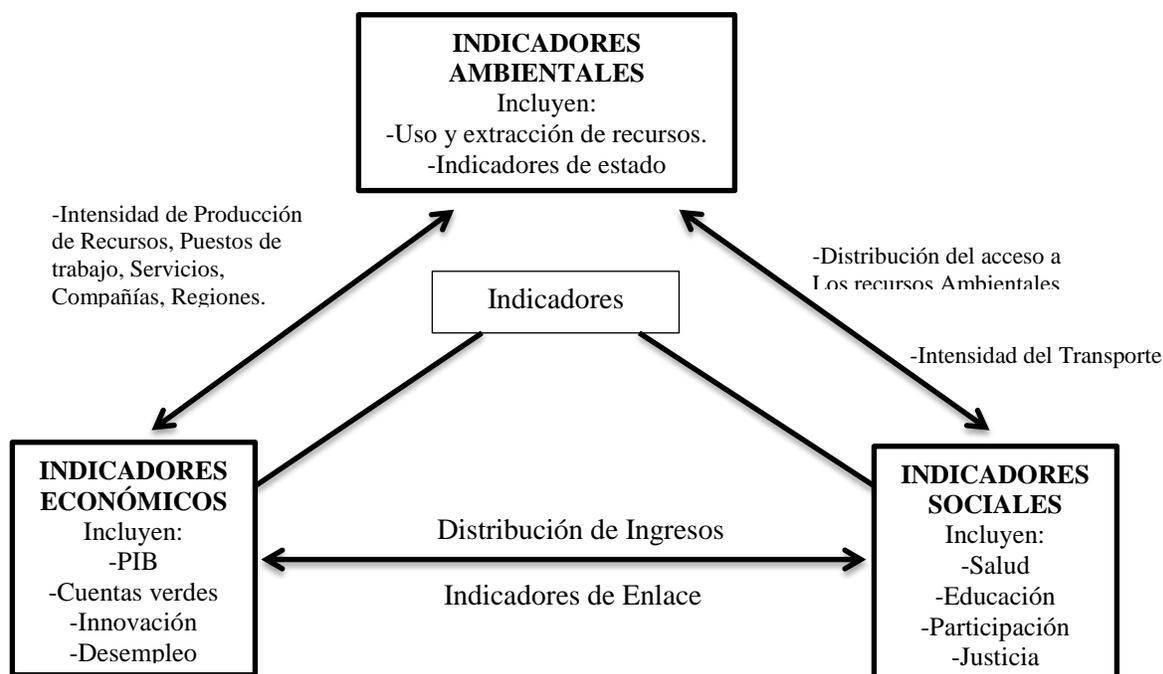
Según el profesor Luis Hernando Jiménez en su libro “Ecoturismo Oferta y desarrollo sistémico regional” (Jiménez, 2010, p.26.) establece cuatro condiciones para el desarrollo humano sostenible, partiendo del principio de que los recursos naturales no renovables tienen unos límites, por lo cual se proponen cuatro condiciones básicas en concordancia con los ritmos de desarrollo sostenible:

1. Ningún recurso renovable deberá utilizarse a un ritmo superior al de su generación;
2. Ningún contaminante deberá producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado y absorbido por el medio ambiente;
3. Ningún recurso no renovable deberá aprovecharse a mayor velocidad de la necesaria para sustituirlo por un recurso renovable utilizado de manera sostenible;
4. Como alternativa a la explotación de los recursos renovables y no renovables, surge la imperante necesidad del uso de los recursos continuos como: el viento, las olas del mar, la geotérmica, la energía solar, la energía atómica entre otras, ya que estos recursos no se agotan, al menos a la escala humana. (Jiménez, 2010, p.28.)

Las anteriores cuatro condiciones en los países del mundo crean la necesidad imperante de crear indicadores de desarrollo humano sostenible que permitan medir el nivel de daño al medio ambiente y a los recursos naturales. Para poder medir los niveles de afectación y/o distorsión de los recursos naturales y su medio ambiente, se deben tener en cuenta cuatro aspectos fundamentales en la evaluación, los cuales son: organización social + población + medio ambiente + tecnología = grado de sustentabilidad del ecosistema. (Jiménez, 2010, p. 31.).

La articulación de las cuatro condiciones para el desarrollo humano sostenible y sus niveles de afectación son evaluados a través de 15 Indicadores de Desarrollo Sostenible con sus indicativos de medición para la resolución de conflicto entre una vida humana sostenible y la integridad general de la naturaleza y por lo cual se establece la siguiente tipología:

Gráfica 1 Los 15 indicadores de Desarrollo Sostenible.



Fuente: Sánchez T. Diana L & Cruz C. Gabriel (2007) Marco Conceptual para el Desarrollo de Indicadores de sostenibilidad. ISSN 0568-3076. Universidad de Caldas

En la gráfica 1, se puede analizar la interrelación de los ítems propuestos en el mundo para la constante evaluación de Sostenibilidad y el crecimiento sectorial previo análisis y descripción de las características naturales y medio ambientales de la zona de estudio.

5.3.5 Indicadores de Desarrollo Sostenible

Una vez se han identificados los tres principales grupos -medio ambientales, sociales y económicos- para el crecimiento y desarrollo sostenible, cada uno de estos tiene una relación directa con los demás y por lo cual para cualquier país que se encuentra comprometido con el crecimiento y desarrollo sostenible debe evaluar con frecuencia 15 ítems propuestos por el PNUD

Los indicadores medio ambientales, se caracterizan por evaluar: la congestión del tráfico, protección de los espacios abiertos, calidad del agua y aire así como también la generación y reciclado de basuras por parte del ser humano, los indicadores sociales miden: la seguridad y

cultivo del medio ambiente, responsabilidad civil y deseo de participar en la toma de decisiones por parte de la comunidad en general y planes de desarrollo para la protección de la salud; y el económico hace referencia a la disponibilidad de vivienda, el SMLV, turismo, empleo y variación de los sueldos de los diferentes sectores de la industria nacional. (PNUD. 2001)

El PNUD después de una serie de estudios y recomendaciones planteo los indicadores para la evaluación del crecimiento y desarrollo a partir de cada uno de los componentes en cuanto al tema principal, un subtema y el correspondiente indicador. Es importante resaltar en el siguiente cuadro que se presenta que este es el modelo principal de aplicación en los diferentes países el cual puede ser modificado de acuerdo a las características ambientales.

Tabla 2 Indicadores de Desarrollo Sostenible

COMPONENTE	TEMA	SUBTEMA	INDICADOR
SOCIAL	POBLACIÓN	Socio Demográfico	1. Número de Habitantes
			2. Tasa Interanual de Crecimiento de la Población
			3. Densidad de Población
			4. Tasa Bruta de Natalidad
			5. Tasa Bruta de Mortalidad
			6. Tasa de Mortalidad Infantil
			7. Población Económicamente Activa
			8. Brecha de los Ingresos Regionales
			9. Tasas de Desempleo
		Educación	10. Cobertura de Educación Básica Primaria y Secundaria
			11. Tasa de Alfabetización
			12. Tasa de Analfabetismo
Salud	13. Cobertura de Salud		
ECONÓMICO			14. Producto Interno Bruto PIB
			15. Producto Interno Bruto Per Cápita
AMBIENTAL	AGUA SUPERFICIAL	Generación	16. Aguas Residuales Domésticas Tratadas
			17. Variación de la Carga Orgánica Vertida en Aguas Residuales Industriales
		Disponibilidad y Uso	18. Acceso al Agua Potable
			19. Consumo de Agua Potable (agua tratada para consumo residencial)
			20. Consumo Doméstico de Agua Per Cápita
			21. Demanda de Agua Potable
		Cantidad	22. Disponibilidad de Agua Per Cápita
			23. Índice de Escasez de Agua
	24. Demanda Bioquímica de Oxígeno en las corrientes Superficiales		

		Calidad	25. Saturación de Oxígeno Disuelto Disponible en las Corrientes Superficiales.
AMBIENTAL	AGUAS SUBTERRÁNEAS	Disponibilidad y Uso	26. Reservas de Aguas Subterráneas.
	ENERGÍA	Producción y Uso	27. Consumo de energía-Eléctrica Per Cápita
			28. Consumo de energía eléctrica sectorial-uso comercial
			29. Consumo de energía eléctrica sectorial-uso industrial
			30. Consumo de energía eléctrica sectorial-uso Oficial
			31. Consumo de energía eléctrica sectorial – uso Residencial
			32. Consumo total de energía eléctrica
		Intensidad	33. Intensidad Energética
	RESIDUOS SÓLIDOS	Municipales	34. Cobertura del Servicio Público de Aseo
			35. Generación Total de Residuos Sólidos
			36. Generación de Residuos Sólidos Per Cápita
			37. Recolección de Residuos Sólidos Industriales Per Cápita
			38. Recolección de Residuos Sólidos Per Cápita
			39. Disposición de Residuos Sólidos Per Cápita
			40. Área Disponible para las Disposición de Residuos Sólidos
		Peligrosos	41. Manejo de residuos Peligroso Hospitalarios.
		Escombros	42. Área disponible para la Disposición de Escombros
AIRE	Calidad	Concentración del Material Particulado Inferior a 10 Micras.	
PRODUCCIÓN MÁS LIMPIA	Empresas con Programas de Producción más Limpia	43. Número de Empresas con Sistemas de Producción Limpia	

Fuente: PNUD Indicadores de Evaluación Ambiental (ONU, 2001.)

Como se puede analizar en la tabla 2, existen 43 indicadores que miden el impacto ambiental generado en cada uno de los componentes que son utilizados por el hombre para el mejoramiento de la calidad de vida de una sociedad en particular.

Finalmente es importante reiterar la diferencia entre sostenibilidad y desarrollo sostenible, la cual radica en su esencia dado que: la sostenibilidad es un fin que se logra a través de una política ambiental y económica equilibrada, justificada en el uso adecuado de los recursos naturales renovables y no renovables, los cuales deben degradarse de forma sistémica garantizando la subsistencia de los recursos naturales que hoy nos rodean y que esta forma de lucha asegure hacia el futuro un mundo bello, productivo y estable como el que fue recibido por las generaciones pasadas.

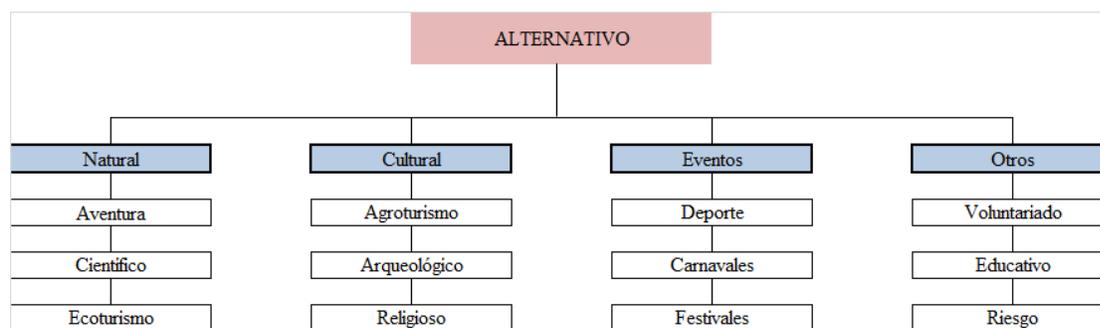
5.4 CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ECOTURISTICAS

Cualquier tipo de actividad comercial ecoturística debe reunir tres herramientas necesarias de la administración las cuales son: a) planear, b) promover y mercadear; y c) realizar actividades recreativas con un fin económico. Los anteriores componentes tiene como objetivo fundamental la búsqueda de la conservación de los principios y valores naturales, culturales y el desarrollo sostenible del área de influencia directa.

Según Héctor Jiménez en su libro: Ecoturismo Oferta y desarrollo sostenible propone tres categorías básicas: focales, complementarias y apoyo al interior de los diferentes tipos de actividades a realizar como turismo alternativo a realizar por el visitante. Las dos primeras categorías se caracterizan porque estas son existentes o potenciales mientras que las de apoyo serán siempre medibles y palpables.

Para comprender mejor los tres tipos de categorías que se mencionan, a continuación se presenta un gráfico expuesto en el libro Ecoturismo de la Ingeniera Ambiental Claudia Murcia, en el que se define cuatro tipos de tareas que se enmarcan al interior del turismo alternativo:

Gráfica 2 Tipos de Ecoturismo.



Fuente: Tomado del libro Ecoturismo (Murcia C, 2008. Pag 11)

El turismo alternativo se clasifica en: natural, cultural, eventos y otros; en donde el primero presenta aventura que consiste en realizar actividades como caminatas o paseos por el río, científico el cual significa realizar actividades de investigación u observación de fauna o flora y ecoturismo hace referencia a todos aquellos ejercicios que se realizan en determinada zona con los recursos naturales. (Hernández. 2008)

En la categoría cultural, el ecoturismo consiste en realizar actividades agropecuarias en destinos turísticos como el fin de educar al turista con respecto al cuidado del medio ambiente debido a que la tierra es la base de productos como frutas y/o verduras que a diario el ser humano consume. Entre tanto el arqueológico, es un destino turístico el cual tiene objetos o piezas de gran riqueza cultural para un país. Finalmente el religioso es aquel que se desarrolla durante un periodo corto de tiempo en un sitio natural debido a que estos buscan que se hagan en un contexto de paz y tranquilidad. (Jiménez. 2008)

En la categoría de eventos; el deporte, carnaval y festivales se puede hacer ecoturismo en donde el deporte es que mayor importancia tiene dado que en los centros eco turísticos se pueden practicar: rapel, canotaje, escalada, etc. Entre tanto los festivales o carnavales son los que realizan culturas ancestrales en agradecimiento a la madre naturaleza por todos los elementos que nos da para nuestro diario vivir.

Finalmente en la categoría otros: voluntariado, educativo, riesgo son aquellas actividades que realizan en los centros o parques eco turísticos tales como: recuperación del agua, limpieza y

conservación, análisis existente de especies entre otras. La función principal es la educativa debido que el medio ambiente debe preservar la fauna y flora existente durante los próximos años. (Murcia. 2006)

5.5 ECOTURISMO EN COLOMBIA

La posición geográfica en la cual se encuentra ubicado el país permite que este sea un lugar privilegiado en cuanto a diversidad de ambientes naturales. Los diferentes tipos de flora, fauna y paisajes que se encuentra en cada una de las cinco regiones –Caribe, Pacífica, Andina, Llanos Orientales y Amazonia- ofrecen un sin número de actividades turísticas a realizar en la zona de visita.

Cada una de las actividades ecológicas hace parte del desarrollo humano sostenible, las cuales se enfocan en el disfrute y valoración de los recursos naturales, por lo que el ecoturismo es una herramienta de apoyo en la conservación y preservación de los recursos naturales.

5.5.1 Antecedentes

A partir de la Constitución Política de 1991, el Estado delinea su hoja de ruta para los próximos años en cada uno de los aspectos: sociales, económicos, culturales y ambientales. En este último campo y como compromiso del país en las políticas adoptadas en la Cumbre de Río se establecieron: artículo 79: *“Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines”*. Y artículo 80: *“El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir*

la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas” (CP – 1991)⁶.

Con base en los anteriores artículos, se fija la Ley 99 de 1993 la cual crea el Ministerio del Medio Ambiente, organiza el Sistema Nacional Ambiental (SINA); y exige a todas las entidades públicas y privadas la Planificación de la gestión ambiental de proyectos.

5.5.2 Marco Legal

Dado el creciente auge de turismo en el mundo y los viajes transatlánticos entre: América, Europa, Asia, Oceanía y África, se crea en el país la Ley 300 de 1996 titulada: “Ley general de Turismo” la cual tiene dos objetivos fundamentales: a) la promoción de destinos turísticos en el territorio colombiano y b) la protección del turista. Una de las estrategias adoptadas para la promoción de destinos turísticos de interés cultural con inclusión ambiental es a través de los parques eco turísticos, definido en el artículo 26 por intermedio de la definición de: turismo emisor, interno y receptivo así como también define los subtipos de turismo especializado el cual está enfocado hacia aquellas áreas que cuentan con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano.

Para que el goce, uso, protección y conservación de los recursos naturales sea una política estatal en donde todos los colombianos se encuentren vinculados se expiden: a) Decreto 1200 y b) Resolución 964 de 2004. Del primero se destaca el artículo 27 y hasta el 30 en el cual se plasma la actuación y rol que deben emprender los organismo de control nacional y departamental dado que el MADS en coordinación con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo administren todas aquellas áreas que hacen parte del Sistema de Parques Nacionales Naturales; en donde la función principal de estas entidades del Estado son la de: proteger, conservar y reglamentar el uso y funcionamiento.

Para que cualquier turista nacional o extranjero use de manera responsables las áreas protegidas, el Estado debe reconocer y realizar un inventario de las áreas de influencia directa (fauna, flora,

⁶ Constitución Política de Colombia. Recuperado el 30 de Marzo de 2013 del sitio web <http://www.banrep.gov.co/regimen/resoluciones/cp91.pdf>

recursos hídrico, pobladores) e indirecta (fauna silvestre y/o migrante, cultivos agropecuarios, etc.), con el fin de que los recursos naturales no se transformen o desequilibren y en consecuencia el ecosistema puede ser extinguido por la mano del hombre.

5.5.3 Sistema Nacional de Información Ambiental

Una vez el MADS ha inventariado y clasificado las características propias de cada una de las zonas para el uso, protección y conservación ambiental a través de entidades como: IDEAM, INVEMAR, IIAP, IAvH, SINCHI y las CAR's, las cuales sirven de apoyo en la formulación de políticas ambientales. Cada una de las anteriores entidades así como otras más están vinculadas o adscritas al ministerio.

Dado el gran volumen de información recolectada durante la fase del inventario, se decide crear el Sistema Nacional de Información Ambiental (SNIA) entidad encargada de suministrar al país y el mundo; las características propias de las 54 áreas de conservación ambiental (MADS, 2003) las cuales pueden ser promocionadas a través del ecoturismo para el desarrollo social de una región a partir del aprovechamiento de los recursos naturales existentes en la zona.

Una de las misiones estatales del SNIA es suministrar la información ambiental necesaria al país y a su vez establecer un Sistema Unificado de Indicadores con base en los propuestos por el PNUD. El objetivo principal de los indicadores es realizar una evaluación constante a la Planificación y Gestión Ambiental, fijados y regulados por: a) Decreto 1200 del 2004: *“Por el cual se determinan los Instrumentos de Planificación Ambiental y se adoptan otras disposiciones”* y b) Resolución 0634 de 2004: *“Por medio de la cual se establecen los indicadores mínimos de que trata el artículo 11 del Decreto 1200 de 2004 y se adoptan otras disposiciones”*⁷.

Entre las varias disposiciones que exige el Decreto 1200 de 2004 se destaca: El Plan de Gestión Ambiental Regional (PGAR) como instrumento de planificación estratégica a largo plazo expedido por las Corporaciones Autónomas Regionales para el área de su jurisdicción como

⁷Ministerio de Medio Ambiente. Diario Oficial 2004.
http://www.minambiente.gov.co/documentos/normativa/decreto/dec_1200_200404.pdf

respuesta a la: protección de la diversidad biológica, el manejo del riesgo del desastre y el cambio climático global. Los anteriores tres elementos deben integrarse en el manejo ambiental con el ordenamiento territorial y el crecimiento económico.

En el año 2012 la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca expide su Plan de Gestión Ambiental Regional 2012-2023 con base en las nuevas dinámicas socioeconómicas de la región influenciada por la ciudad de Bogotá dado que esta ciudad es la que mayor demanda de servicios y recursos ambientales tiene. Así mismo este plan se integra de forma transversal con lo propuesto en los documentos: “Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 Prosperidad para Todos” y “Visión Colombia 2019”.

El MAVDT en el año 2004, fija el Decreto 1200 *“Por el cual se determinan los Instrumentos de Planificación Ambiental y se adoptan otras disposiciones”* y la resolución 0634 *“Por medio de la cual se establecen los indicadores mínimos de que trata el artículo 11 del Decreto 1200 de 2004 y se adoptan otras disposiciones”*, el cual tiene por objeto principal definir los indicadores mínimos de referencia para que las Corporaciones Autónomas Regionales y de Desarrollo Sostenible evalúen su gestión, el impacto generado y se construya a nivel nacional unos valores agregados que permita evaluar la política ambiental implementada en el país.

Así mismo el documento propone indicadores de: desarrollo sostenible, ambiental y gestión con el fin de lograr el compromiso adquirido por Colombia en la cumbre de Río y los Objetivos del Milenio; y que a continuación se presentan las estrategias adoptadas con el objeto de alcanzar las metas.

5.5.4 Indicadores de Desarrollo Sostenible en el País

Los indicadores de Desarrollo Sostenible en el país se encuentran planteados y formulados por el SNIA, los cuales son de interés general y su compromiso nacional es la de cumplir con el Objetivo del Milenio No 7, y el cumplimiento de los logros planteados al mediano y largo plazo

Tabla 3 Matriz Relacional Referente de la Planificación Ambiental

OBJETIVO 7 DE DESARROLLO SOSTENIBLE (Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente)	METAS VISIÓN COLOMBIA 2019	PND – POLÍTICA AMBIENTAL 2010- 2014	PLAN DE GESTIÓN AMBIENTAL REGIONAL 2012 – 2023
META	ESTRATEGIA / META	LINEAMIENTOS /ESTRATEGIA	LÍNEAS DE ESTRATÉGICAS
<p>Meta 7ª: Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales y reducir la pérdida de recurso del medio ambiente.</p> <p>Meta 7B: Reducir la pérdida de diversidad biológica logrando, para 2010, una reducción significativa en la tasa de pérdida</p>	Gestión del Suelo	a) Biodiversidad y sus servicios	Protección y usos sostenible de los elementos naturales con expresión territorio
	Meta 1: Implementar estrategias, acciones y mecánicas para la prevención, recuperación o detención de procesos de degradación de tierras	Fortalecer la protección y restauración de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos.	
	Gestión de Ecosistemas	Gestión del riesgo de pérdida de biodiversidad y sus servicios ecosistémicos	
	Meta 2: Mantener la cobertura de bosque del país	Fortalecer el uso sostenible de la biodiversidad para la competitividad y el crecimiento económico y social	
	Meta 3: Garantizar la conservación in situ de la biodiversidad y los ecosistemas a través del fortalecimiento del sistema de áreas protegidas (SINAP). Meta 4: Fomentar el uso sostenible de la biodiversidad	Garantizar el equilibrio territorial y la prestación de servicios ecostémicos derivados de los ecosistemas acuáticos continentales, marinos y costeros	
<p>Meta 7C: Reducir a la mitad para el 2015, la proporción de personas sin acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos saneamiento.</p>	Gestión del Recurso Hídrico	b) Gestión Integral del recurso hídrico	Protección y uso sostenible de los elementos naturales con expresión territorio.
	Meta 5: Reducir la vulnerabilidad de la oferta hídrica y garantizar la oferta de agua para todas las poblaciones del país.	Mejorar el conocimiento de la oferta y la demanda	
	Meta 6: Promover el uso racional y eficiente del agua en los distintos sectores productivos en los ámbitos rurales y urbanos que lo demandan.	Planificación y ordenamiento ambiental territorial	
	Meta 7: Lograr que el 50% de los vertimientos cumplan las regulaciones y estándares	Prevenir la contaminación y mejorar la calidad del agua	
		Uso eficiente del agua e instrumentos económicos	
<p>Meta 7D: Haber mejorado considerablemente en 2020, la vida de al menos 100 millones de habitantes de barrios marginales</p>	Recursos atmosféricos y Clima Global	c) Cambio climático, reducción de la vulnerabilidad y adaptación y estrategia de desarrollo sostenible	Protección y uso sostenible de los elementos naturales con expresión territorio
	Meta 8: Alcanzar concentraciones de partículas	Reducir la vulnerabilidad, preparar al país para la	

	que cumplan con los estándares en todas las ciudades y corredores industriales	adaptación al cambio climático, y aprovechar las oportunidades	
Meta 7C: Reducir a la mitad para el 2015, la proporción de personas sin acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento	Meta 9: Contribuir a la reducción de los problemas climáticos globales e implementar tecnologías de producción más limpias		Tejido social para la expresión de la mutua responsabilidad
	Residuos Sólidos	d) Gestión Ambiental sectorial y urbana	
	Meta 10: Disminuir los problemas de contaminación y riesgos ambientales y de salud asociados con la generación, el aprovechamiento, el tratamiento y la disposición de residuos sólidos peligrosos.	Fortalecer la gestión ambiental sectorial Impulsar las agendas ambientales interministeriales e intersectoriales: I) Desarrollo minero y expansión energética; II) Agricultura y desarrollo rural; III) Infraestructura de transporte; V) Política integral de salud ambiental	Protección y uso sostenible de los elementos naturales con expresión territorial
Meta 7D: Haber mejorado considerablemente en 2020, la vida de al menos 100 millones de habitantes de barrios marginales.	Gestión del riesgo	Gestión del Riesgo de Desastres	
	Meta 11: Mejorar los sistemas de información y alerta temprana para la prevención de los desastres e incrementar la información para la gestión del riesgo, que contribuya a la generación de política pública	Prácticas de buen gobierno	Protección y uso sostenible de los elementos naturales con expresión territorial
	Meta 12: Mejorar la gestión del riesgo a través de los instrumentos de planificación	Mejorar el conocimiento del riesgo	
	Meta 13: Disminuir la vulnerabilidad fiscal del Estado colombiano ante la ocurrencia de un desastre.	Control y reducción del riesgo	
	Aspectos Institucionales	e) Buen gobierno para la gestión ambiental	
	Meta 14: Garantizar la inclusión de criterios ambientales en la definición de políticas, planes y programas sectoriales y en la planeación y la solución de problemas con carácter territorial		Innovación social e identidad regional
	Meta 15: Fortalecer las instituciones del SINA para que contribuyan a aumentar los beneficios ambientales del desarrollo a asegurar su distribución equitativa y a lograr la internalización de costos ambientales	Fortalecer el ejercicio de autoridad ambiental	
	Meta 16: Optimizar, hacer coherentes y eficientes las	Buen gobierno del SINA a	

	labores de investigación generación y sistematización de información en el contexto en el SINA	través de sus instrumentos de gestión	
	Meta 17: Garantizar la defensa de derechos internacionales de la Nación y capitalizar las oportunidades que brindan los instrumentos y acuerdos internacionales ambientales.	Generación, manejo y divulgación del conocimiento e información para la toma de decisiones	Tejido social para la expresión de la mutua responsabilidad
	Meta 18: Fortalecer los mecanismos de participación ciudadana a nivel local, regional y nacional.	Fortalecer la participación de Colombia en el ámbito internacional	

Fuente: CARC (2012) Plan de Gestión Ambiental Regional 2012-2013. Biblioteca Virtual. Recuperado el 17 de Abril en <http://www.car.gov.co/?idcategoria=21095>

La anterior tabla expone los indicadores y sus estrategias para la medición y/o diseño de estrategias a adoptar por parte de las entidades encargadas de: vigilar, controlar y formular planes de acción con el fin de cumplir con cada uno de los objetivos antes del tiempo previsto.

5.5.5 Sistema Nacional de Áreas Protegidas

Una vez el SNIA ha inventariado las diferentes zonas de conservación ambiental, Colombia reconoce su gran diversidad biológica y el creciente deterioro de los recursos ambientales. Se crea el Sistema Nacional de Áreas Protegidas –SINAP- a través de la Ley 165 de 1994 titulada: “*Convenio sobre la Diversidad Biológica*” (Congreso de la República. 1994) aprobada en la Cumbre de Rio.

La anterior Ley tiene como propósito fundamental proteger todos los seres vivos que se encuentran en el territorio nacional, junto con su medio físico que les rodea y que ellos contribuyen a conformar. Para preservar la cantidad de biodiversidad existente en el país se fijan los siguientes objetivos institucionales:

- Asegurar la continuidad de los procesos ecológicos y evolutivos naturales para mantener la diversidad biológica.

- Garantizar la oferta de bienes y servicios ambientales esenciales para el bienestar humano.
- Garantizar la permanencia del medio natural, o de alguno de sus componentes, como fundamento para el mantenimiento de la diversidad cultural del país y de la valoración social de la naturaleza.

Cada uno de los anteriores objetivos debe ser administrados y cumplidos por: las autoridades competentes, las personas naturales o jurídicas de orden público, privado o mixto; los sistemas regionales y subsistemas a criterio de Parques Nacionales Naturales y las instancias de coordinación y articulación del SINAP.

La articulación de entidades como Parques Nacionales y SINAP en el cumplimiento de los objetivos permite que el primero administre las áreas protegidas por el segundo en categorías como: Santuario de Fauna y Flora, Área Natural Única, Reserva Nacional Natural y Vía Parque, así como también la contribución en la conformación y consolidación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas y la coordinación e implementación de políticas, planes, programas, normas y procedimientos relacionados. (Parque Nacionales. 2003)

Para una correcta administración de las áreas protegidas se crea el Plan de Acción como hoja de ruta para el SINAP entre el periodo comprendido entre el 2010 al 2019 el cual se caracteriza por plantear cinco ejes temáticos:

1. Planificación, selección, creación, fortalecimiento y gestión de sistemas y sitios de áreas protegidas.
2. Gobernanza, participación, equidad y participación en los beneficios.
3. Actividades sectoriales – Intersectorial.
4. Marco normativo.
5. Manejo de la información y seguimiento.

Cada uno de los anteriores ejes temáticos contiene uno o varios objetivos específicos para su cumplimiento y lograr conservar por un periodo de tiempo prolongado la gran biodiversidad ecológica y cultural existente en el país.

5.6 Tipos de Actividades Eco turísticas en Colombia

La amplia variedad en climas y paisajes existentes en el país, permite que durante un tiempo mínimo o prolongado se pueda realizar en el país diferentes tipos de actividades ecológicas como: explorar, descansar, conocer lugares históricos, asistir o hacer parte de las tradiciones culturales, cuidar la salud y otro tipo de actividades de acuerdo al interés del turista.

El completo relieve geográfico existente en el país y más exactamente en los departamentos de: Cundinamarca, Boyacá, Tolima, Meta y entre otros se pueden realizar las siguientes actividades eco turísticas de acuerdo al grado de interés del turista bogotano, nacional o extranjero.

5.6.1 Culturales

Cada uno de los departamentos antes mencionados se caracteriza por tener una amplia variedad cultural, la cual puede ser apreciada por el turista de acuerdo a la época de visita. Entre las actividades culturales se encuentra la asistencia a: foros, charlas, ferias, festivales musicales o gastronómicos, carnavales, visita a museos y demás actividades de índole cultural.

Un ejemplo, son los diferentes festivales de música colombiana que realiza la ciudad de Ibagué tales como: Festival de Duetos y Festival de Música Colombiana. (Barbosa C. p 45)

5.6.2 De Aventura

Dada las características topográficas existentes en la región se pueden realizar caminatas ecológicas de baja, media o extrema moderación de acuerdo al estado físico del participante. Así mismo se pueden realizar actividades como: escalada en roca, canotaje o surfing en los embalses del Neúsa o Tominé entre otros.

Una caminata ecológica de baja moderación y que puede ser realizada por cualquier turista es la que semanalmente se realiza entre Cucunuba y Choconta en la cual se puede apreciar la vegetación existente en la zona, los paisajes y los tipos de suelo. (Boyacá Turística. 2006)

5.6.3 Religioso

Colombia es un atractivo destino turístico para la práctica del turismo religioso, actividad que se encuentra enmarcada en una profunda tradición y está presente en diversas culturas y templos maravillosos que atraen turistas de diferentes partes del mundo. Como legado histórico de la colonización, aún se mantienen monumentos arquitectónicos, templos y manifestaciones de fe, que con el transcurrir del tiempo se han constituido en fervor religioso. (Arquidiócesis de Bogotá. 2004)

La visita a iconos religiosos como: Chiquinquirá, Monasterio del Santo Ecce-Homo, Iglesia Parroquial de Villa de Leyva y Santuario de la Virgen del Carmen. Los anteriores destinos se encuentran entre 136 km a 230 km los cuales se pueden recorrer desde Bogotá entre 2 a 4 horas debido a la moderna conectividad vial que hay entre la capital y los destinos antes mencionados.

5.6.4 Agroturismo

Es una forma de turismo en la que cultura rural es aprovechada económicamente para brindar diversas opciones de distracción y atraer turistas con la naturaleza y con paisajes cultivados. Los paisajes cultivados es un término clave e indispensable para el desarrollo de cultivos sanos, eficientes, rentables y competitivos.

Es importante mencionar que al turista se le enseña a través de la teoría y la práctica de una agricultura limpia, sana y productiva en fincas bien cultivadas, ordenada, higiénicas y con alto valor cultural y tecnológico. (Beltrán C. 2005)

El agroturismo se puede practicar en Cogua pueblo que se encuentra a 30 minutos de la ciudad de Bogotá en la cual se puede observar la siembra de productos como: mora, guascas, cebolla y papá. (Blanco H. 2009)

5.6.5 Acuaturismo

Es una forma de turismo especializado que tiene como motivo fundamental el disfrute por parte de los turistas de servicios de: alojamiento, gastronomía y recreación prestados por entidades

públicas o privadas durante el desplazamiento por ríos, mares y lagos que pueden ser recorridos por embarcaciones adecuadas para este fin.

En la región Andina y más exactamente en los departamentos de Meta y Boyacá se puede practicar el Acuaturismo en Caño Cristales río ubicado en la Sierra la Macarena el cual ha sido denominado de los cinco colores dado que se producen algas de diferentes tonalidades como: rojo, amarillo, verde y azul. Mientras tanto en el pueblo de Paipa (Boyacá) en una zona segura se construyó un hotel al frente del Lago Sochagota en el cual se puede practicar actividades de canotaje o surfing así como también se puede tomar el agua para los baños termales propios del hotel. (Boyacá Turística. 2006)

5.6.6 Etnoturístico

La práctica del etnoturismo en Colombia es reciente, la cual consiste en la visita a los asentamientos indígenas que todavía se encuentran en el país. La realización de esta actividad permite conocer la cultura ancestral aunque hay elementos en juego y se corre el riesgo de perder la perspectiva cultural y sencilla que hace parte de este segmento de la población.

Este tipo de actividad ecológica puede ser practicada en el pueblo de Sesquile donde aún se encuentra algo de la comunidad muisca y se le brinda información de flora, fauna, historia y aspectos culturales de este segmento de la población. (Parques Nacionales. 2006)

5.6.7 Pesca Deportiva

Consiste en la realización de actividades de captura durante un mínimo de tiempo de todo tipo de peces que se encuentran en los diferentes lagos, ríos y embalses que se encuentran en la región. Una vez capturado el pez por el turista este analiza su aspecto anatómico, lo pesa y lo devuelve al río con el fin de no afectar el ecosistema de fauna y flora del lugar de visita.

Esta modalidad es disfrutada en cualquier departamento de la región durante las épocas de verano debido a la baja de nivel en los ríos, lagos o embalses. (CAR. 2010)

Una vez se ha identificado y descritos cada una de las actividades ecoturísticas que se pueden realizar en el departamento de Cundinamarca, de forma paralela se hace importante mencionar la dinámica económica que tiene el país y el mundo en torno al turismo.

5.7 EL TURISMO DEL MUNDO Y COLOMBIA EN CIFRAS

5.7.1 El Turismo en el Mundo

En el año 2011 alrededor del mundo viajaron 983 millones de personas entre turistas nacionales e internacionales, lo cual representó un incremento del 4,6 % comparado con el año 2010 (OMT. 2011) siendo los cuatro primeros meses del año el que mayor volumen de movilización de turistas registra en el mundo. Europa es el continente que registró mayor llegada de turistas internacionales, seguido de los países de América del Norte.

Durante el 2011, los siguientes países en el mundo fueron los que mayor número de turistas recibieron:

Tabla 4 Llegadas de turistas Internacionales durante el 2011

PAISES	Millones	
	2010	2011
1. Francia	77.1	79.5
2. Estados Unidos	59.8	62.3
3. China	55.7	57.6
4. España	52.7	56.7
5. Italia	43.6	46.1
6. Turquía	27.0	29.3
7. Reino Unido	28.3	29.2
8. Alemania	26.9	28.4
9. Malasia	24.6	24.7
10. México	23.3	23.4

Fuente: Organización Mundial del Turismo. Informe Anual 2012.

La tabla 4 muestra que el destino preferido por los turistas internacionales es Francia seguido de Estados Unidos y China, en donde cada uno de los anteriores son potencias económicas en cada uno de los continentes al cual pertenece.

5.7.2 El Turismo en Colombia

En Junio de 2012 la Organización Mundial del Turismo (OMT) emitió el informe anual de turismo en el mundo para el año 2011 del cual se destaca la primera posición como destino preferido por los turistas internacionales de Francia (véase Tabla 4.) y el descenso del puesto 71 al 77 de Colombia entre 135 países miembros de la OMT.

El descenso de 6 posiciones en el escalafón mundial se debe a la falta de conectividad aérea entre la ciudad origen del turista y la ciudad destino, el aeropuerto de la capital soporta el 60 % de las operaciones del país lo cual lo lleva a presentar retrasos en itinerarios. El transporte terrestre entre ciudades es dispendioso dado que el sistema vial colombiano presenta un atraso de 50 años comparado con países de la región que durante la última década han modernizado su infraestructura vial con el objeto de competir.

Sin embargo el último informe de cifras anual de turismo emitido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo registró que en el año 2012 ingresaron al país 2'429.076 de turistas de la siguiente forma:

Tabla 5 Ingreso de extranjeros al país

Puntos aéreos, marítimos y terrestres migratorios	Pasajeros en Cruceros	Colombianos NO residentes
1.591.120	254.395	583.561

Fuente: datos tomados del Informe Mensual de Turismo MCIT 2012.

Los visitantes extranjeros al país lo realizaron a través de los aeropuertos de: Bogotá, Rionegro que sirve a la ciudad de Medellín, Cali, Cartagena, Pereira, San Andrés y Bucaramanga. Cada uno de los anteriores aeropuertos se encuentra en sitios estratégicos del país con el fin de fomentar el turismo en aquellas zonas de interés general como por ejemplo el eje cafetero o los lugares históricos del departamento de Boyacá.

En el año 2012 se dio un incremento del 4,59 % lo que representa un incremento de 350 mil con respecto al año inmediatamente anterior. Por lo anterior el total de divisas dejadas por los turistas internacionales en el sector: comercio, hoteles y restaurantes fue de US \$ 10.562 millones de dólares lo cual indica un incremento del 11% con respecto al año 2011.

5.7.2.1 Ingreso de Visitantes Extranjeros.

Los turistas de Estados Unidos fueron los que más ingresaron al país como se muestra en la siguiente gráfica:

Gráfica 3 Ingreso de Visitantes al País



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Informe Mensual de Turismo (Dic 2012)

El incremento de turistas de países como: Perú, México y Chile se debe a que entre Colombia y los tres países antes mencionados existe el Acuerdo del Pacífico el cual estableció la no exigencia de visa para los nacionales que decidan movilizarse entre estos países.

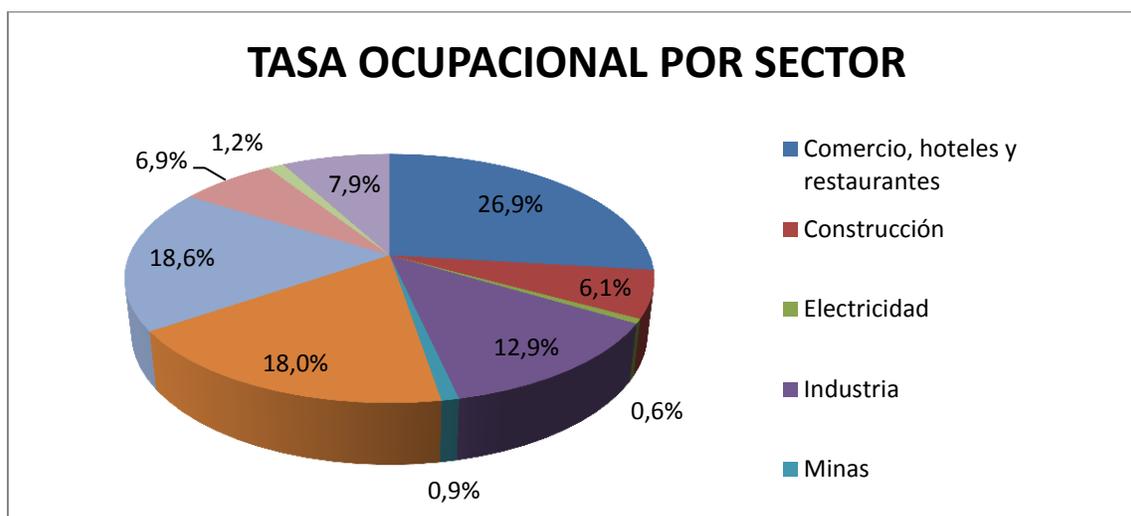
El mayor número de visitantes al país se registra durante el primer y último trimestre del año. Según datos estadísticos de Migración Colombia durante la primera parte del año ingresaron al país 457.890 de países como: EE.UU, México y Canadá dado que durante esta época del año se registran las temperaturas más bajas en estos países.

Entre tanto países como: Argentina, Venezuela, Chile y Uruguay, para el último trimestre del año registra un total de: 678.982 visitantes en gran parte por las vacaciones de fin de año las cuales coinciden en: Ecuador, Colombia y Perú.

5.7.2.2 Tasa Ocupacional en el Sector Turismo

Entre tanto el último informe del Observatorio Laboral y Ocupacional Colombiano publicado por el SENA en alianza con el Ministerio del Trabajo en el país hay 21'538.000 colombianos con trabajo distribuidos de la siguiente forma:

Gráfica 4. Distribución Porcentual Colombianos Trabajando Año 2012



Fuente: Datos tomados del observatorio anual de trabajo (SENA/MT 2012)

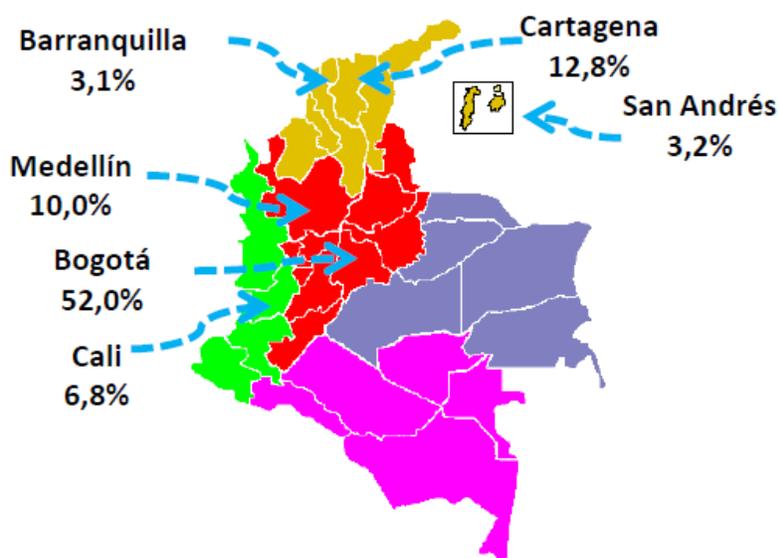
En la gráfica 4 el sector: comercio, hoteles y restaurantes, es el que mayor número de plazas de empleo genera, dado que ocupa al 26,9 % de la población económicamente activa, seguido de la agricultura la cual emplea al 18 % y el sector industrial con 12,9 %.

El creciente dinamismo de este sector de la economía nacional se debe a la construcción de parques temáticos en diferentes zonas del país así como también la construcción de diferentes clases de hoteles como: hotel boutique, cadenas hoteleras, hotel cinco estrellas, pensiones, aparta hoteles y centros vacacionales. El aumento de construcción de hoteles en el país se debe a la política de inversión impulsada por el MCIT a través del Decreto 2755 de 2003 el cual fija que

durante el tiempo comprendido desde el 1ro de enero de 2003 hasta el 31 de diciembre de 2017 todo hotel que se construya en el país gozara de exención tributaria durante 30 años.

A continuación se presentan los principales destinos turísticos preferidos por los turistas nacionales e internacionales de acuerdo a la cantidad de sitios de interés a visitar:

Gráfica 5 Principales Destinos Turísticos del País



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Informe Mensual de Turismo (Dic, 2012)

La gráfica 5 le muestra al lector que el destino preferido por los turistas nacionales y extranjeros son los que se encuentran en el centro del país, en especial la ciudad de Bogotá seguido de la Costa Caribe con sus tres principales ciudades las cuales son en su orden: Cartagena, Santa Marta y Barranquilla. Entre tanto la ciudad de Medellín se consolida como el tercer destino turístico del país al crear y abrir espacios nuevos para el ecoturismo a través de la educación como pilar de desarrollo.

La región del Amazonas y Llanos Orientales tienen destinos turísticos ecológicos los cuales son de difícil acceso por el costo final por persona, las precarias condiciones de las vías de comunicación y que en estas zonas aún se encuentran grupos alzados en armas. No obstante el Amazonas es un Área Especial de Reserva Ecológica para Colombia y el Mundo.

6. METODOLOGÍA

Para la elaboración del trabajo investigativo, el método que se utilizó fue el descriptivo dado que a partir de la indagación sobre: políticas medio ambientales a nivel internacional, los compromisos firmados por los diversos países del mundo incluido Colombia ante organismos multilaterales y la inclusión de la normatividad existente para su posterior cumplimiento en todo el territorio nacional.

A partir de la consulta de documentos bibliográficos de orden académico y científico elaborados por las entidades oficiales y privadas, se procede a clasificar la información recolectada con el fin de construir el marco teórico de la investigación.

Una vez sea clasificado la información necesaria se procede a la selección de las siguientes variables: a) marco normativo de la política ecoturística, b) cifras económicas del sector a nivel mundial y nacional, c) identificación de las características sociodemográficas del mercado objetivo, d) elaboración y aplicación de la encuesta de mercados en el nicho de mercado, e) recolección de la oferta ecoturística presentada por los diversos parques y/o municipios alrededor de la capital de la República y f) evaluación de los datos recolectados durante la fase de la investigación de mercados los cuales serán aplicados a través de una matriz.

Cada una de las variables antes mencionadas fue elegida por su trascendencia: política, económica y social y el aporte cuantitativo en la construcción del presente documento investigativo.

Para la aplicación de la investigación de mercados en el segmento de la población escogida se aplicaron los siguientes tres criterios; el primero es la incidencia de la información recolectada para determinar los gustos de la población, el segundo es la relación de los datos cuantitativos y cualitativos hallados en la población encuestada con la oferta presentada por los diferentes centros ecoturísticos, y tercero la relación de las actividades preferidas del mercado objetivo y la oferta de servicios.

Los mencionados criterios permiten durante la fase de construcción de la encuesta de mercados realizar preguntas muy puntuales y directas que para el caso de la presente investigación es la de hallar las actividades de su preferencia, nivel de gastos y construcción del perfil del potencial consumidor con el fin de cimentar las mejores estrategias y de esta forma persuadir al cliente..

Según el último censo poblacional adelantado por la Secretaria Distrital de Planeación el número de habitantes en el segmento de mercado escogida es de 3.700.780, (SDP – 2009) no obstante y al ser una muestra tan grande se determinó escoger ciento ocho (108) personas aleatoriamente dado que cada uno de estos representa un 1% .Sin embargo para evitar errores u omisiones en la tabulación de esta se concluyó realizar este número con el fin de obtener resultados acordes a los objetivos generales y específicos previamente planteados.

Una vez se ha escogido el tamaño de la muestra se procede a crear la encuesta a partir de la elección de una serie de preguntas que posibilite identificar el mercado potencial, sus características y los rasgos propios de un cliente potencial.

A la población a la cual se le va aplicar la encuesta reúne las siguientes características:

1. Hombres y mujeres mayores de 17 años.
2. A partir del estrato 3.
3. Nivel de ingreso determinado.
4. Estado civil.
5. Nivel Educativo

Los mencionados criterios permiten identificar el perfil del cliente así como también la estrategia comercial a emplear por parte del empresario en la oferta de los servicios.

Con la aplicación de la encuesta en el segmento de mercado elegido se procede a la tabulación de esta en donde el criterio más importante son las actividades que son de mayor preferencia para el cliente así como también el tiempo máximo de estadía dado que la obtención de un valor

numérico cualitativo lograra en la investigación contribuir en el descubrimiento de las preferencias en la realización de actividades del segmento de mercado escogido.

Una vez se han tabulado las encuestas y obtenidas los resultados se procede a la elaboración de una matriz la cual tendrá la descripción de las actividades escogidas previamente por el cliente en la investigación de mercados y su oferta en servicios gastronómicos.

Al finalizar cada una de las anteriores fases se obtendrá las conclusiones en el documento el cual se tendrá los gustos de las actividades de los clientes así como también el perfil del cliente

7. CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO ELEGIDO

Para conocer de una forma objetiva y detallada los gustos de los clientes que practican actividades eco turísticas, se decidió aplicar entre la población bogotana ciento ocho (108) encuestas en las localidades más representativas las cuales tienen la mayoría de estratos y a su vez una alta concentración de población. Las localidades escogidas fueron: Suba, Usaquén, Chapinero y Kennedy, estas cuatro localidades se encuentran en diferentes puntos cardinales de la ciudad y poseen las características antes mencionadas.

Una vez realizada la encuesta al segmento de la población escogida, los resultados hallados le permiten al empresario del sector diseñar y/o ajustar sus estrategias comerciales de acuerdo a la dinámica del mercado nacional o internacional.

7.1 Estructura del mercado y sus características

Como se mencionó en páginas anteriores en Bogotá viven 6 millones 901 mil habitantes, distribuidos en las 20 localidades que existen en la ciudad en donde la Secretaria de Planeación Distrital en el año 2009 a través de una encuesta de indicadores estadísticos obtuvo el número total de habitantes por estrato y por localidad, el cual se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 6 Distribución por Estrato en Bogotá

LOCALIDAD	ESTRATO					
	1	2	3	4	5	6
Usaquén	24.938	32.134	144.523	132.790	60.766	73.298
Chapinero	4.893	19.087	6.711	42.379	12.879	46.760
Santa Fe	9.903	70.020	19.543	7.630	642	660
San Cristóbal	31.885	315.539	59.897	0	4	25
Usme	177.765	196.298	23	3	2	2
Tunjuelito	0	116.068	83.220	0	0	0
Bosa	29.764	509.372	16.770	0	0	0
Kennedy	7.465	539.222	444.872	21.153	0	0
Fontibón	8	70.094	169.962	96.793	3.294	0
Engativá	6.920	213.995	582.996	29.953	0	0
Suba	2.748	403.049	380.699	152.745	102.468	9.382
Barrios Unidos	0	0	126.069	96.434	7.642	0
Teusaquillo	0	0	18.747	119.123	8.073	0
Los Mártires	0	8.117	82.448	6.959	0	0
Antonio Nariño	0	5.014	100.740	0	0	0
Puente Aranda	0	617	249.039	0	0	0
La Candelaria	102	12.354	10.454	0	0	0
Rafael Uribe Uribe	34.810	189.871	146.564	0	0	0
Ciudad Bolívar	370.900	236.356	24.572	2	1	1
Sumapaz	3.435	1.755	606	227	102	133

Fuente: Secretaria de Planeación Distrital – Aspectos Demográficos (2009)

La tabla 6, muestra que el mayor número de habitantes de la ciudad se encuentran ubicados en los estratos medios y medio altos, por lo que se hace importante conocer los gustos ecoturísticos de este segmento de la población y de esta forma adecuar la infraestructura necesaria de los parques eco turísticos con el objeto de responder a la creciente demanda.

Para conocer la actividad de su preferencia así como también el gusto gastronómico y las características demográficas como: sexo, edad, nivel de escolaridad, entre otras. Se procedió a realizar ciento ocho (108) encuestas entre el segmento de la población que se encuentra a partir de los 17 años de edad, con las siguientes preguntas y su correspondiente resultado:

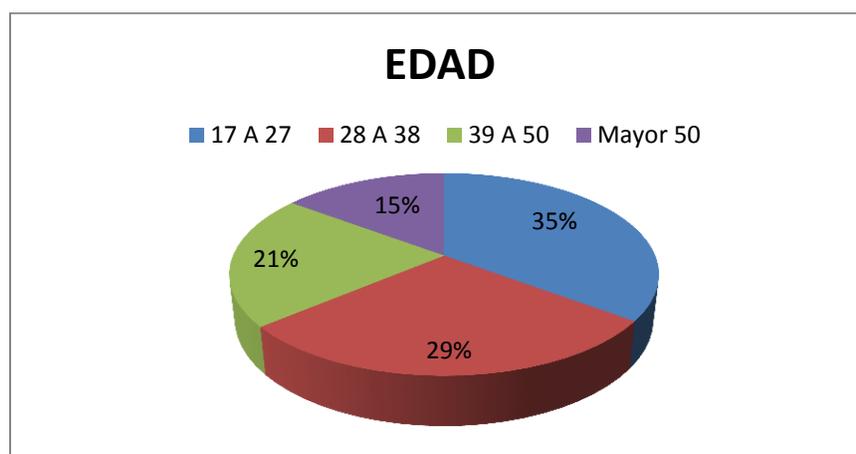
7.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Las ciento ocho (108) encuestas practicadas en cada una de las localidades antes mencionadas tenían por objetivo conocer aspectos demográficos clave en una investigación de mercados como lo son: sexo, edad, estado civil, nivel de ingresos, actividades de su preferencia, etc., en donde por cada una de las siguientes preguntas se obtuvieron los siguientes resultados:

1. ¿Cuál es su rango de edad?

Esta primera pregunta tenía por objeto principal identificar los rangos de edades del segmento de la población escogida y por lo cual se obtuvo el siguiente resultado:

Gráfica 6 Resultados rango de edad



Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado.

Las edades de los clientes encuestados fueron divididas en rangos a partir de los 17 años, siendo la población que tiene entre 17 a 27 años la de mayor concentración estadística dado que en este parte se ubica el 35 % seguido de las personas que se ubican entre los 28 y 38 años con un 29 %. En tercer lugar se encuentra la población que tiene entre 39 y 50 años de edad con un 21 % y finalizando con un 15 % las personas mayores de 50 años.

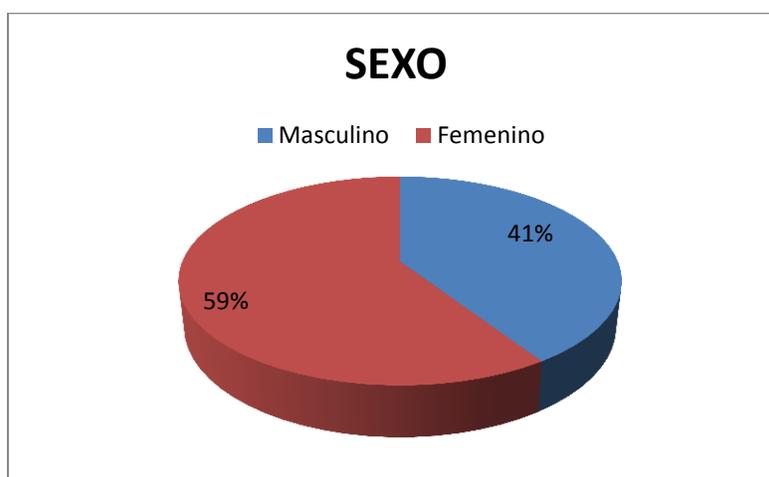
Se hace importante mencionar que la población entre los 17 y 38 años concentra un potencial importante en consumo debido a que sumadas estas dos porciones de edades del mercado escogido nos da que en este hay un 64 %, lo cual y en primera instancia indica que en esta

porción del mercado se encuentran los potenciales clientes que gustan de la práctica del turismo ecológico.

2. ¿Cuál es su sexo?

Una vez se ha identificado los rangos de edades de los posibles clientes, se continúa indagando sobre el porcentaje de hombres y mujeres participantes de nuestra encuesta de la cual se obtienen los siguientes resultados:

Gráfica 7 Sexo de la población encuestada.



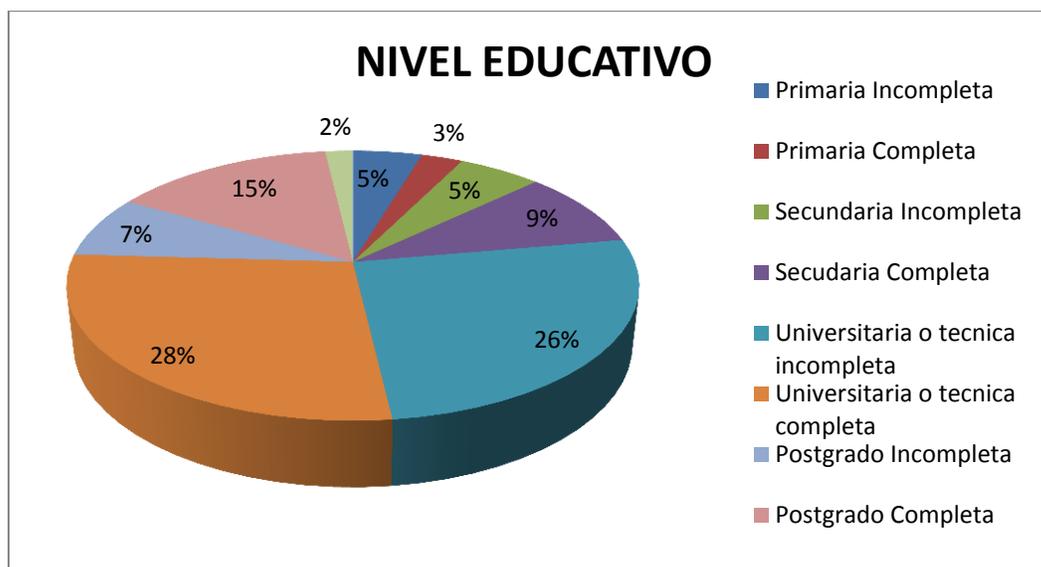
Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado.

Una vez se ha obtenido el resultado y clasificación del segmento de la población escogida se procede con identificar el sexo de nuestro mercado objetivo el cual nos da como resultado que el 59 % de la población encuestada son mujeres mientras que el 41 % son hombres.

3. ¿Cuál es su nivel educativo?

Identificar el nivel educativo del segmento del mercado escogido, permite conocer el grado de cultura y las exigencias en calidad del servicio que se le ofrece dado que entre más alto el nivel educativo mayores son los ingresos. No obstante para conocer el nivel educativo se indago entre la población y se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfica 8 Nivel Educativo de la Población Encuestada



Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado.

El nivel de estudios de la población encuestada muestra que el 28 % del total de la población posee un título técnico o universitario, seguido con un 26 % las personas que tienen una carrera tecnológica universitaria incompleta ya sea por falta de recursos o por que le faltan semestres por cursar para finalizar la carrera. En tercer lugar se encuentran con un 15 % aquella población que posee un título en posgrado mientras que en cuarto lugar se encuentran que el 9 % tiene un título en educación secundaria.

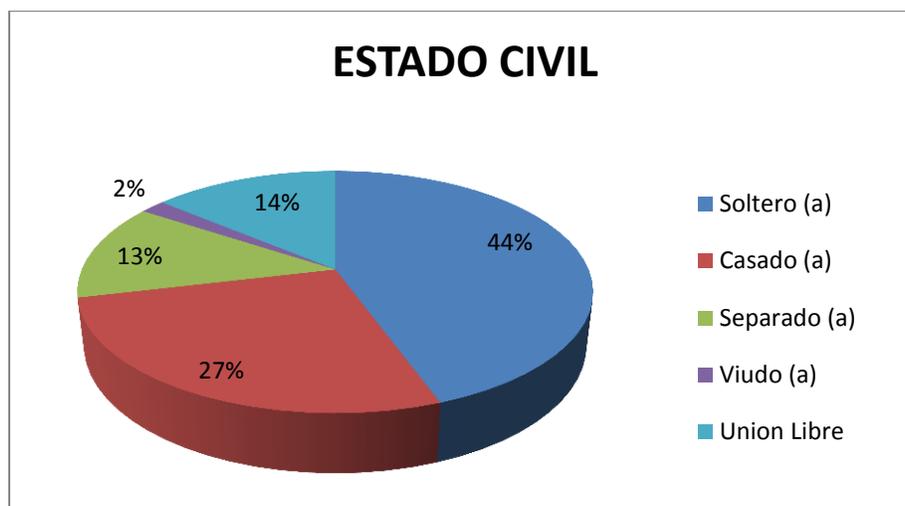
De lo anterior se puede concluir que la población encuestada posee un título universitario por lo cual el nivel de ingresos económicos mensuales varia y lo afecta de manera directa.

4. ¿Cuál es su estado civil?

Una vez se ha indagado sobre la edad y grado de escolaridad en el mercado objetivo se procedió a realizar la averiguación sobre el estado civil. Dado que los resultados sobre esta pregunta

permiten conocer si la mayoría de actividades de esparcimiento se realizan de forma individual o colectivamente, por lo que se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfica 9 Estado civil de la población encuestada



Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado.

El 44 % de la población encuestada respondió que son personas solteras pero algunas personas durante el diligenciamiento de la encuesta mencionaron que tienen una relación sentimental, en segundo lugar y con un 27 % se encuentran la población mayor de 28 años dado que su estado civil es el de casada. Entre tanto y en tercer lugar con un 14 % se encuentran las personas que conviven en unión libre mientras que en el cuarto lugar están las personas que son separadas.

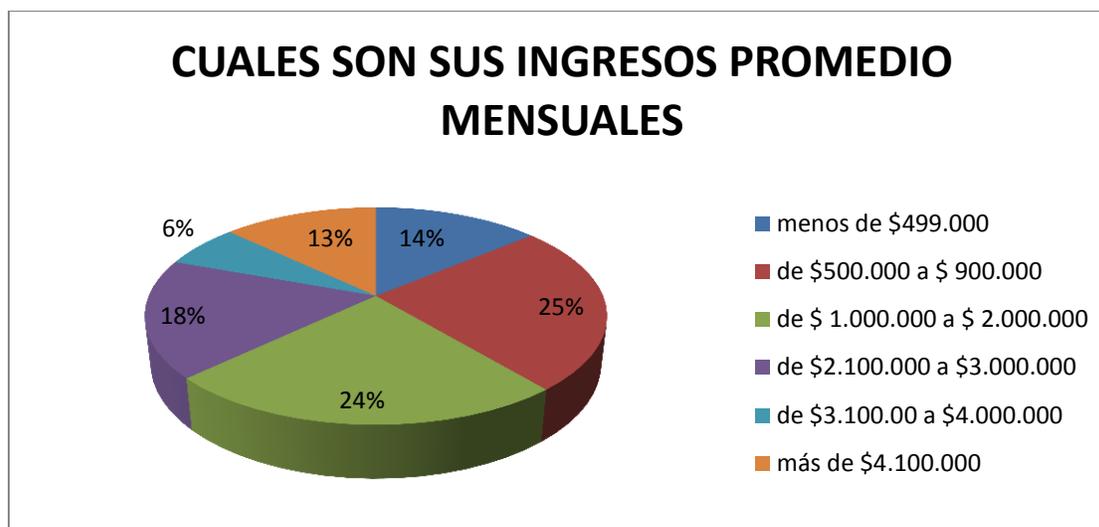
Sumando las personas solteras pero que tienen una relación junto con las personas casadas o que viven en unión libre se puede concluir que el 85 % de este segmento de la población puede realizar actividades eco turísticas en compañía lo cual es un claro indicio para el empresario en diseñar la práctica de una o varias actividades en pareja y que están ingresen al portafolio de productos o servicios que el centro ecológico ofrece a sus visitantes.

5. ¿Sus ingresos oscilan en que rango?

Conocer el nivel de ingresos de los posibles clientes, le permite al empresario diseñar estrategias comerciales con el fin de lograr la atención del cliente y ofrecerles la variedad de servicios que un

destino ecoturístico puede brindar. Así mismo saber el rango de ingresos dado que este se encuentra ligado al nivel de educación y para lo cual se presentan los siguientes resultados:

Gráfica 10 Resultados Ingresos Promedios Mensuales



Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado.

Los ingresos promedio fijo mensual de la población encuestada muestra que el 25 % de la población encuestada es la que se encuentra entre los \$500.000 y \$900.000 seguido con un 24 % la población que recibe entre \$1.000.000 y \$2.000.000 y en tercer lugar con un 18% la población que recibe entre \$2.100.000 y \$3.000.000 de pesos.

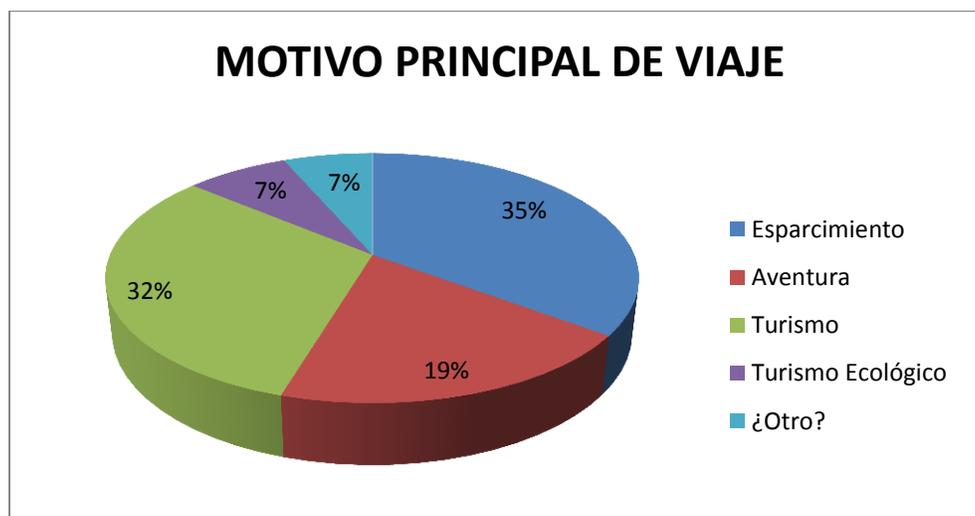
Haciendo una relación con el estado civil del segmento de la población encuestada la cual posee una pareja, nos da que el nivel de ingresos de este segmento de la población es mucho mayor al real dado que sumando los ingresos de las dos personas nos da un ingreso base de un millón de pesos y hasta los seis millones; lo cual claramente indica que se puede llegar a este segmento de la población a partir de un diseño de actividades apropiadas y acordes a sus niveles de ingresos.

6. ¿Cuál es su motivo principal para viajar al destino?

Esta pregunta tenía como objetivo fundamental indagar de manera general sobre los motivos principales de viaje y la realización de una o varias actividades de corta o larga duración, las

cuales están sujetas al tiempo máximo de estancia en el lugar de visita y para lo cual se obtuvo el siguiente resultado:

Gráfica 11. Resultados Motivo Principal de Viaje



Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado

Para el 35 % de la población encuestada, el motivo principal de viaje es el esparcimiento en lugares turísticos del país a través de la realización de actividades sustitutas a las cotidianas tales como: caminatas ecológicas, relajación y otras que distraigan la mente alejándola de las actividades rutinarias. En segundo lugar con un 32 % se encuentran las actividades turísticas como: visitas a museos, lugares históricos, etc., mientras que con un 19 % el motivo principal de viaje es la práctica de del turismo de aventura a través de la práctica de deportes extremos tales como: escalada, rapel, canotaje, etc.

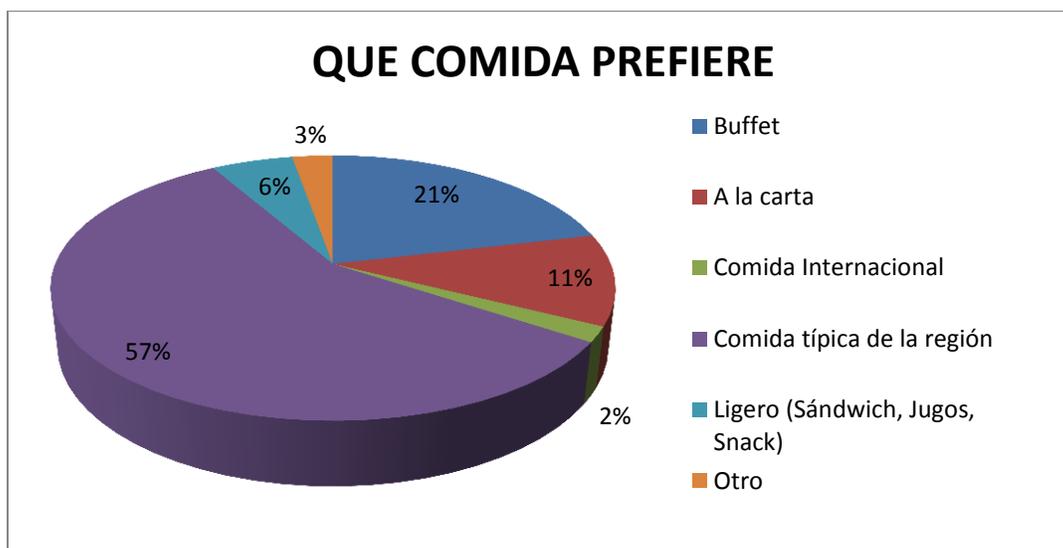
No obstante y de acuerdo a la edad del cliente se ejecutan actividades de acuerdo al interés de la persona y las condiciones técnicas del centro eco turísticos.

7. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría que le ofrecieran?

El turista que visita aquellas zonas de su interés particular busca todo tipo de comida y bebidas con que alimentarse, sin embargo las zonas en donde se encuentran los centros eco turísticos que para el caso de la presente investigación son lo que se encuentran en el departamento de

Cundinamarca, Boyacá y alrededores buscan cierto tipo de gastronomía y para lo cual se indago sobre el asunto en particular y se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfica 12. Resultado sobre gustos alimenticios.



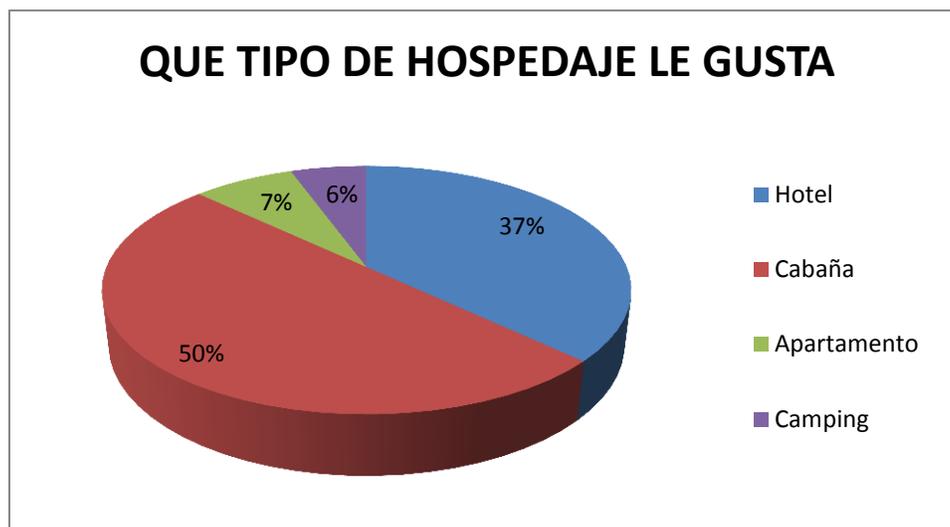
Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado

Cuando el cliente objetivo sale a realizar turismo en alguna de las diferentes regiones del país, busca acercarse un poco más a la cultura de su entorno y una de las formas efectivas es por intermedio de la gastronomía típica de la región que para el caso de nuestra investigación de mercado el 57 % de las personas encuestadas respondió que el deleitar la comida típica de la región. En segundo lugar y con un 21 % se encuentran los buffets los cuales se caracterizan en regiones del país por ofrecer amplia variedad en carnes, pescado y pollo. Entre tanto en el tercer lugar se encuentra los platos a la carta con un 11 % se caracteriza por ser muy especiales en su cocción y presentación.

8. ¿Qué tipo de alojamiento le gustaría?

Una vez se ha indagado sobre aspectos básicos como: edad, estado civil, ingresos promedios, que tipo de comida le gusta en sus viajes, etc., y a su vez obtenidos los resultados, se procedió a consultar sobre el tipo de alojamiento preferido por los turistas durante sus viajes y para lo cual se tiene el siguiente resultado:

Gráfica 13. Qué tipo de alojamiento prefiere el turista.



Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado

A la hora de buscar un hospedaje cómodo y que ofrezca la mayor privacidad posible el 50 % de la población encuestada determinó que las cabañas son la mejor opción dado que los centros ecoturísticos que ofrecen este servicio con estas condiciones en hospedaje son las que mayor acogida tienen debido que la distancia entre una y otra se encuentra entre los 15 a 20 metros por lo que la privacidad se mantiene. En segundo lugar y con un 37 % el mercado objetivo encuestado prefiere los hoteles por la comodidad y cercanía entre la habitación y las necesidades básicas. En tercer lugar los apartamentos tienen una acogida del 7 % dado que en este se pueden hospedar a un bajo coste un mínimo de 4 personas.

9. Normalmente de ¿Cuántos días dispone para sus vacaciones?

Una vez encontrado el tipo de alojamiento preferido por el turista y el nivel de ingresos; se busca conocer la disposición en días del cliente para las actividades turísticas de la cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfica 14 Disposición Máxima de Días por Viaje



Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado.

Cuando una pareja o familia planea sus viajes por lo general lo hacen con el suficiente tiempo de antelación dado que como lo muestra la gráfica 14, el 30 % de la población encuestada prefiere pasar entre 6 y 10 días en el destino turístico de su elección mientras que con un 29 % en el segundo y tercer lugar se encuentra la población que prefiere pasar entre 2 y 6 días dado que un número mayor de días sería un mayor gasto del inicialmente presupuestado.

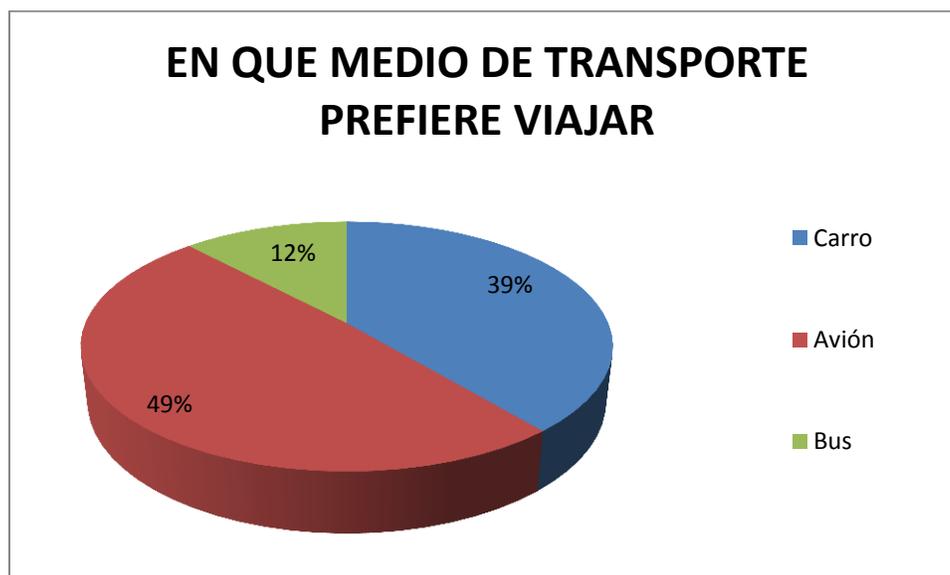
Los periodos de estancia mayores a 7 días son considerados por la Anato como de larga estancia, mientras que los que se encuentran entre 4 y 6 son de media estancia. Los menores a este número de días son considerados de corta duración. Por lo que de acuerdo al número final de días de estancia se pueden visitar la mayor cantidad de destinos turísticos o hacer ecoturismo a través de caminatas ecológicas.

Finalmente el resultado a la pregunta muestra que el turista tiene un tiempo de estancia medio por lo cual su gasto promedio en las zonas de visita puede ser entre \$50.000 y \$100.000 pesos por día según estudios de gastos realizados por la Anato.

10. ¿Qué medio de transporte le gustaría utilizar para llegar y salir de la zona que escogió como destino?

La pregunta realizada al segmento de población escogido tiene por objetivo identificar el medio de transporte preferido para realizar los viajes y para lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfica 15 Resultado del Medio de Transporte Escogido Para Los Viajes



Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado.

El medio de transporte preferido por el segmento del mercado escogido es el aéreo y ocupa el primer lugar con un 49 % en gran parte por las bajas tarifas que se encuentran para el viaje entre ciudades del territorio nacional. En segundo lugar se encuentra el carro con un 39 % debido a que el incremento del parque automotor durante los últimos 5 años fue en promedio de 568.900 autos en el país (CCA, 2012), siendo Bogotá la que mayor tasa de absorción presenta con un 280.000 vehículos (CCA, 2011).

Por el aumento del parque automotor y el mejoramiento de algunas vías para la conexión terrestre entre ciudades y los destinos turísticos, el cliente objetivo utiliza este medio de transporte con el fin de hacer más eficiente el gasto y disfrutar los paisajes que se observan durante los recorridos.

En el tercer lugar se encuentra con un 12 % los viajes en bus, los cuales desde hace más de 30 años se realizan en todo el territorio nacional y el cual es de fácil acceso y aun bajo coste para el turista nacional o extranjero.

11. ¿Cuánto dinero acostumbra a gastar en sus viajes?

Una vez se ha identificado los ingresos promedios, el estado civil de las personas y la edad, se busca conocer, ¿Cuánto sería la cantidad máxima de dinero que el cliente pagaría por un servicio de ecoturismo ecológico?, y para lo cual se obtuvo el siguiente resultado:

Gráfica 16. Cuánto Dinero Acostumbra a Gastar en sus viajes.



Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado.

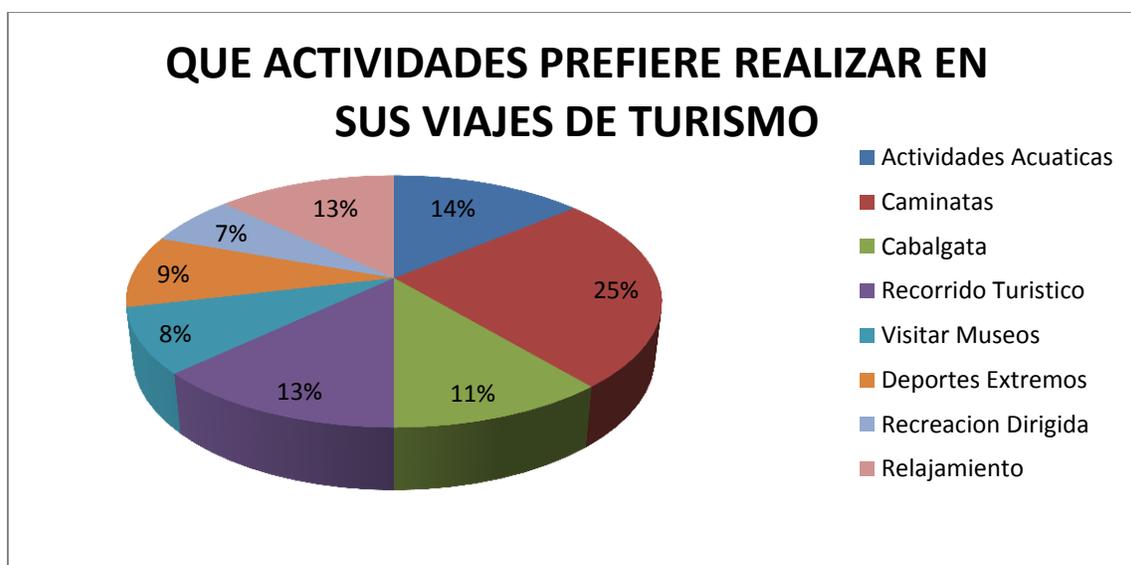
La población encuestada en las diferentes localidades escogidas por sus características demográficas muestra que el 29 % se encuentra dispuesto a gastar menos de \$500.000 pesos por persona mientras que en segundo con un 27 % se estima que una persona gaste entre \$501.000 y \$1.000.000 de pesos lo cual indica que si el periodo de estancia es entre 3 a 10 días nos da en promedio que la población bogotana gastaría en promedio entre \$50.000 y \$100.000 pesos diarios.

Por lo tanto se hace indispensable que el empresario del ecoturismo ofrezca una amplia variedad de actividades ecológicas con lo cual atraiga al cliente de tal forma que este se encuentre a gusto con las actividades realizadas en el complejo turístico.

12. ¿Qué actividades le gustaría realizar durante su viaje? Por favor enumérelas dando una prioridad, siendo 1 la más importante y 5 la menos importante. Como por ejemplo: (Visita a Parques Naturales, actividades acuáticas, caminatas, etc.)

Una vez se ha identificado el pago máximo a realizar por el turista durante su tiempo máximo de permanencia, se toma la decisión de indagar acerca de las actividades eco turísticas que le gustaría realizar durante sus viajes de turismo, el resultado obtenido fue el siguiente:

Gráfica 17. Que Actividades le Gustaría Realizar en sus Viajes



Fuente: Elaborado por la autora con base en la información tabulada de la encuesta de mercado.

Dada la amplia variedad de actividades que se pueden desarrollar en los centros de turismo ecológico existentes en el país, el segmento de mercado encuestado con un 25 % escogió las actividades relacionadas como las caminatas debido que durante la realización de esta actividad se puede apreciar los paisajes de la región de visita así como también la flora y fauna exótica de la región. En segundo lugar con un 14 % se encuentran las actividades acuáticas tales como: canotaje, rapel, surfing, pesca entre otras actividades dado que el contacto con la naturaleza desde

los recursos hídricos generaría conciencia por el cuidado y la no afectación de este importante recurso para la subsistencia de la humanidad.

En tercer se encuentra la visita a museos típicos de la región dado que en estos lugares históricos de la región se puede recorrer la historia de la región y los asentamientos desde épocas coloniales. Las cabalgatas con el 11 % se ubican en el cuarto lugar dado que a través de este medio de transporte milenario se pueden acceder a zonas inhóspitas y de importante riqueza natural que aún no han sido tocadas por la mano del ser humano a través de una construcción de obra civil.

8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

8.1 Principales Aspectos Sociodemográficos

Una vez practicadas las encuestas en los diferentes grupos de edad y en cada uno de los estratos socioeconómicos escogidos para la investigación de mercados, se encontró que el 59 % de esta población hace parte del sexo femenino mientras que el 41 % restante lo componen los hombres. De lo anterior se debe destacar que las estrategias de mercado que el empresario realice deben estar enfocadas hacia el interés y persuasión de las mujeres dado que son ellas las que tienen el poder de compra e influencia sobre el segmento de mercado determinado.

Un aspecto socioeconómico que llamó la atención es la relación que se da entre el estado civil y nivel de ingresos entre la población encuestada, debido que el 44 % tienen un estado civil soltera mientras que el 27 % de nuestro mercado objetivo se encuentran casadas por el matrimonio civil o católico. No obstante el tener un estado civil soltero puede llegar a indicar que esta persona está comprometida con alguien por lo que es posible juntar estos dos aspectos y tener un 71 % que posiblemente realizaran una actividad en pareja o grupal.

Se hace importante destacar que el 28 % de nuestra población encuestada ha culminado una carrera técnica o universitaria lo cual en principio indica que su nivel de ingresos es estable y constante debido que entre más alto el nivel académico y experiencia profesional mayores serán los ingresos. Entre tanto el 26 % de la población encuestada dijo que se encuentra en etapa de formación a nivel técnico, tecnológico o profesional por lo cual se espera que en largo plazo la condición económica y social cambie.

Así mismo el segmento de la población escogida muestra que el 51 % perciben ingresos entre un (1) Salario Mínimo Mensual y cuatro (4) Salarios Mínimos Mensual, lo que claramente indica la mayor parte de habitantes se encuentran entre los estratos medios según la investigación realizada por el Departamento Nacional de Planeación titulada: “Pobreza y desigualdad en Colombia,

diagnóstico y estrategias” (DNP, 2007). No obstante y para nuestra investigación de mercados el 24% de la población encuestada demuestra que percibe más de cuatro (4) salarios mínimos lo cual representa un porcentaje importante y para tener en cuenta al momento del ofrecimiento de actividades eco turísticas.

8.2 Gustos Principales de la población encuestada.

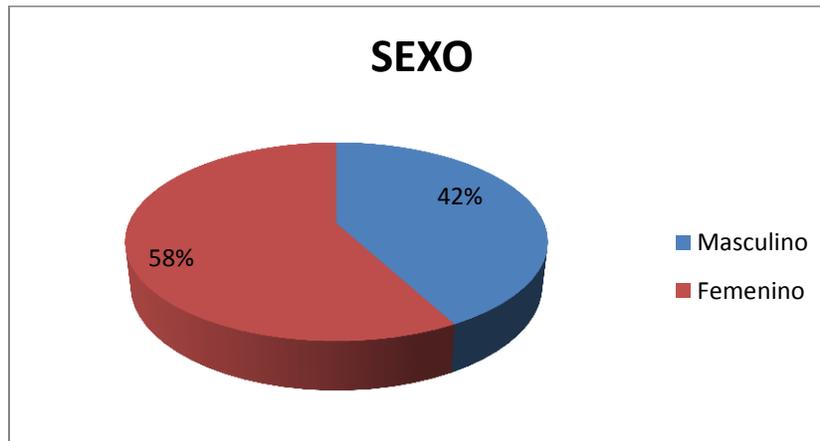
Una vez se han determinado las variables socioeconómicas clave en la investigación tales como: edad, sexo, educación y nivel de ingresos, se continúa con la identificación por edades y estratos los gustos gastronómicos y realización de actividades de acuerdo a lo contestado en la encuesta aplicada.

8.2.1 Características y Gustos de la población entre los 17 a 27 años.

1. Sexo

Para comenzar en la identificación de los gustos de la población se debe comenzar por conocer el porcentaje de hombres y mujeres participantes en nuestra encuesta que para una mayor ilustración se presenta a continuación:

Gráfica 18 Porcentaje de Hombres y Mujeres entre los 17 y 27 años



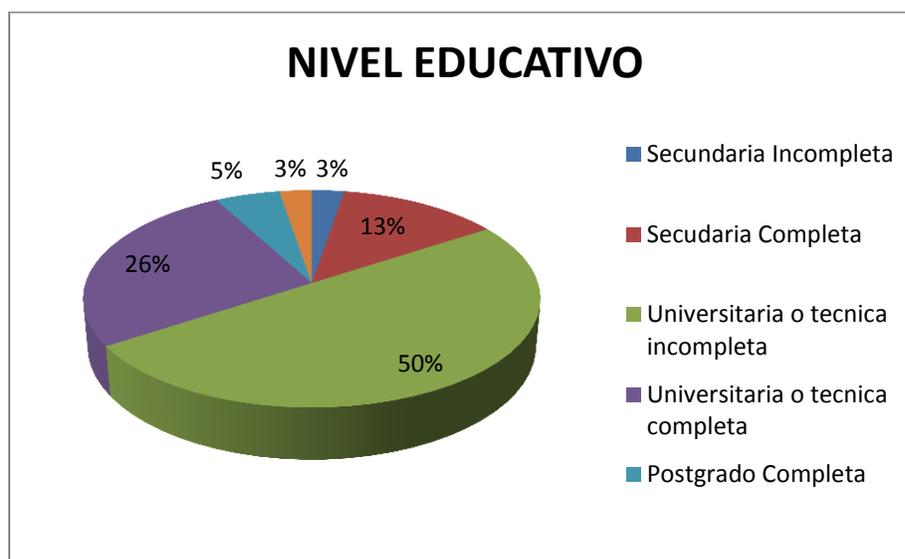
Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

2. Nivel Educativo

Como se mencionó en los resultados generales de nuestra investigación de mercado y que para este caso muestra que el 58 % de la población encuestada son mujeres mientras que el 42 % restante son hombres.

Una vez se identificado la cantidad porcentual de hombres y mujeres en este rango de población, se procede con saber el nivel educativo el cual se ilustra en la gráfica 19:

Gráfica 19 Nivel Educativo Población de los 17 a 27 años

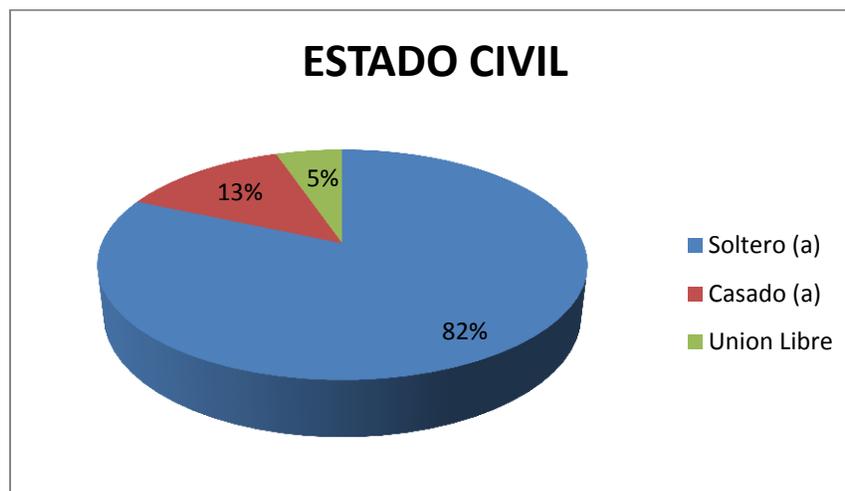


Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

De la anterior gráfica se hace importante mencionar que el 50 % de este segmento de la población aún no posee un título profesional mientras que solo el 26 % posee alguna profesión certificada a nivel técnico o profesional, lo cual claramente influye en el nivel de ingresos dado que entre más alto el rango mayores serán los ingresos percibidos.

3. Estado Civil

Con el objeto de conocer la autonomía e independencia de la población encuestada se procede a realizar la indagación sobre el estado civil de las personas y se obtienen los siguientes resultados:

Gráfica 20 Estado Civil de la Población Encuestada entre los 17 a 27 años

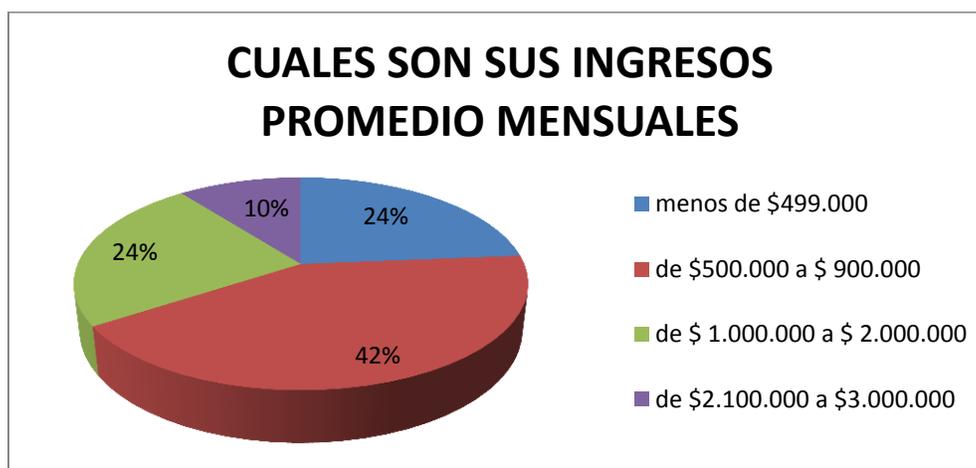
Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

El 82 % del nicho de mercado encuestado, respondió que son personas solteras lo cual posiblemente indica que aun dependen económicamente de alguien dado que al relacionar el estado civil de las personas con el máximo nivel educativo se puede ligar enteramente a la autonomía e interdependencia de los jóvenes. No obstante el 13 % de esta misma población se encuentra casada o como lo representa el 5 % vive en unión libre que para efectos cuantitativos es un importante nicho de mercado por que gustan de la realización de actividades en compañía.

4. Nivel de Ingresos

Dado que la población entre los 17 y 27 años aun depende económicamente de algún familiar, el nivel de ingresos se ve afectado dado que como se puede observar en la gráfica 21

Gráfica 21 Nivel de Ingresos en la Población de 17 a 27 Años



Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

El 42 % de la población encuestada muestra que perciben ingresos entre los \$500.000 y \$900.000 lo cual claramente indica que aunque los ingresos son representativos la distribución de estos se hacen para suplir las necesidades básicas. Entre tanto el 24 % de esta misma población tiene ingresos entre un millón y dos millones de pesos lo que indica que a un mayor nivel académico mejores serán los ingresos.

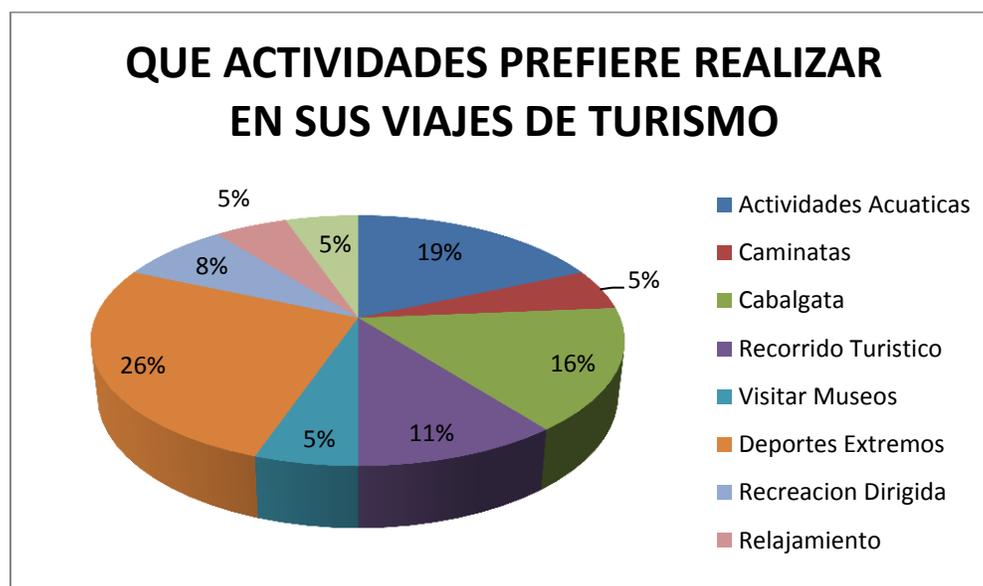
Dado lo anterior se percibe que este segmento de la población se ubica entre los estratos 3 y 4 de acuerdo a su nivel de ingresos y calidad de vida.

5. Gustos por Actividad.

Una vez se han identificado las características de nuestro nicho de mercado, se procede a identificar el gusto por las actividades turísticas debido a que con base en estas, el empresario del turismo tendrá que ajustar la oferta de sus servicios de acuerdo a las exigencias del mercado.

Por consiguiente a continuación se presenta el resultado de las actividades preferidas por este nicho de mercado:

Gráfica 22 Resultados Gusto por Actividad



Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

La población encuestada respondió en un 26 % que disfruta practicando los deportes extremos como: escalada en roca, rapel, etc., seguido en el segundo lugar con el 19 % la práctica de actividades acuáticas como buceo, canotaje, etc. En tercer lugar con el 16 % se encuentran las cabalgatas las cuales se pueden realizar en diferentes zonas del departamento las cuales se caracterizan por los paisajes y la vegetación existente así como también los animales que la componen.

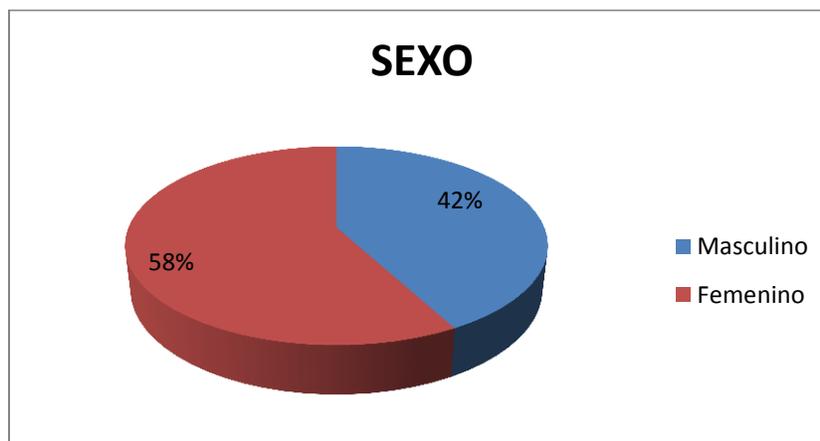
En cuarto lugar con un 11 % se encuentra la visita a sitios turísticos los cuales se caracterizan por tener un legado histórico y/o cultural con los asentamientos de la zona finalmente en quinto lugar con el 8 % se encuentran las actividades de recreación dirigida las cuales se caracterizan por que estas se desarrollan en ambientes externos.

8.2.2 Características y Gustos de la población entre los 28 a 38 años.

1. Sexo de la población encuestada entre los 28 y 38 años.

Al igual que la población encuestada entre los 17 y 27 años, las mujeres y hombres pertenecientes al grupo de edad entre los 28 y 38 años representan en el primero el 58 % y en el segundo el 42 % como se presenta en la gráfica 23.

Gráfica 23 Porcentaje de hombres y mujeres de 28 a 38 años.

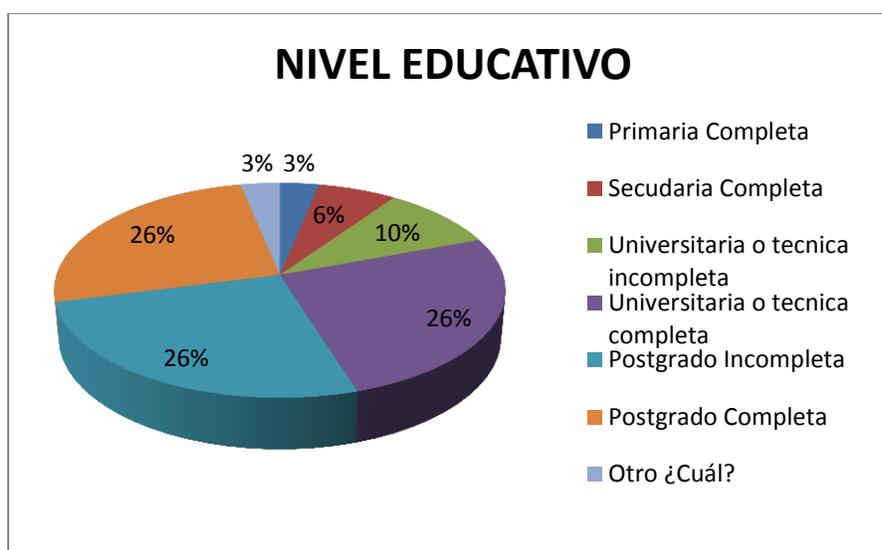


Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

2. Nivel educativo de la población encuestada entre los 28 y 38 años.

La población que forma parte de este segmento del mercado se caracteriza porque han culminado estudios universitarios o se encuentran adelantando estudios de posgrados debido que en el primer lugar se encuentran en empate con un 26 % como se observa en la gráfica 24.

Gráfica 24 Nivel Educativo de la Población de 28 a 38 años



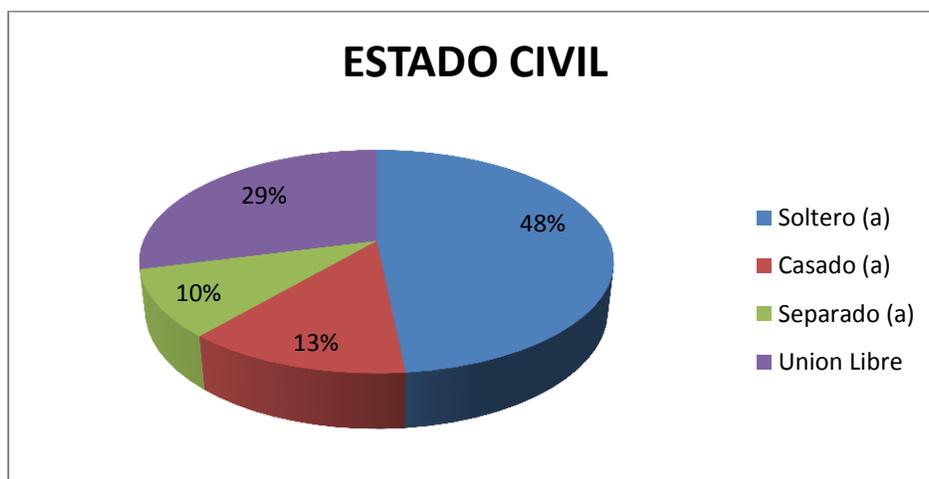
Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

Así mismo la gráfica 24 permite intuir que los ingresos de este sector de la población es mayor dado que posee un alto nivel académico y por consiguiente los ingresos son mayores a los habituales. Para este sector de la población se puede evidenciar que el porcentaje de personas que tienen educación básica es mínimo comparada con las personas que se encuentran en el rango de edad entre los 17 y 27 años.

3. Estado Civil

El segmento de la población que se encuentra entre los 28 y 38 años y como se presenta en la gráfica en un 48 % son personas solteras, el 29 % conviven en unión libre, el 13 % han formalizado la relación a través del matrimonio mientras que el 10 % se han separado

Gráfica 25 Estado Civil de la Población Entre los 28 y 38 años



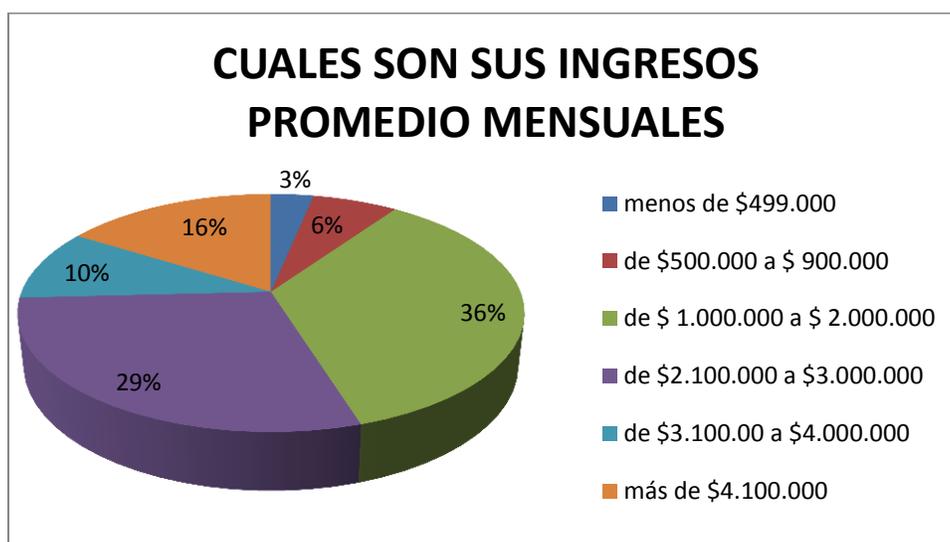
Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

Las personas que se encuentran casadas o viviendo en unión libre entre estos dos tipos de población suman el 42 % lo cual indica que una de las dos personas posee un título profesional y como consecuencia el nivel de ingresos será mejor comparado con las personas que se encuentran entre los 17 y 27 años.

4. Nivel de Ingresos

Una vez se ha identificado el sexo, nivel de estudios y estado civil se continúa el análisis del segmento del mercado a través de la identificación del nivel de ingresos de este sector de la población y para lo cual se presenta la siguiente gráfica:

Gráfica 26 Nivel de Ingresos de la Población entre 28 a 38 años



Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

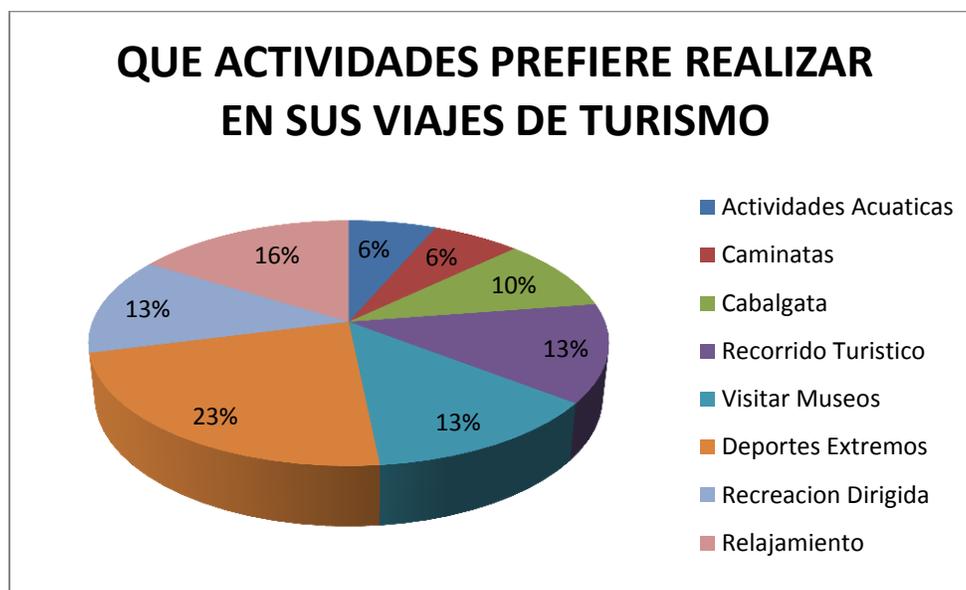
Debido que este segmento la población posee un nivel educativo alto los ingresos promedio mensuales se estiman entre el millón de pesos y los tres millones de pesos dado que estos dos segmentos de la población suman 75 % lo cual indica que estas personas se ubican entre los estratos 4, 5 y 6 dado que al juntar los ingresos se obtiene que esta parte de la población percibe entre dos y seis millones de pesos mensuales.

Sin embargo no hay que olvidar en el tercer lugar al segmento de mercado que percibe más de cuatro millones cien mil pesos lo cual amplía mucho más el espectro económico y las características de los potenciales clientes, a los cuales el empresario del sector turismo deberá diseñar unas estrategias de mercado acordes.

5. Gustos por Actividad

Una vez se han identificado las características demográficas de nuestro mercado objetivo se continúa con la indagación sobre los gustos turísticos que a continuación se relacionan:

Gráfica 27 Gustos por Actividad



Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

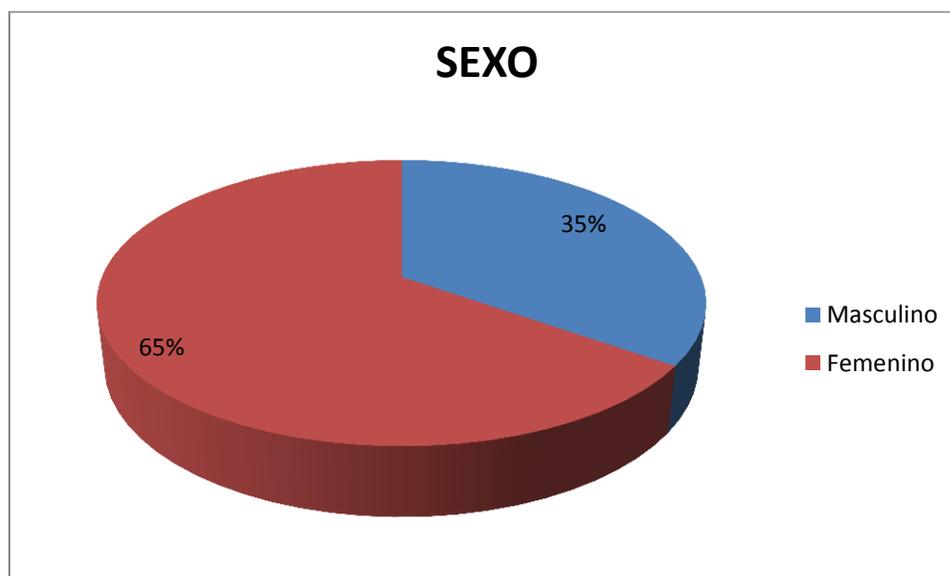
El 23 % de la población encuestada prefiere la práctica de deportes extremos, en el segundo lugar con el 16 % se encuentran las actividades de relajamiento mientras que en el tercer lugar con el 13 % se encuentran empatados la visita a museos, recreación dirigida y recorridos turísticos. Entre las actividades más destacadas se encuentran: visitas lugares turísticos, caminatas ecológicas, diversión en playa, turco, visita a museos, restaurantes típicos colombianos, observación de flora y fauna de la región de visita entre otras.

8.2.3 Características y Gustos de la población entre los 39 y 50 años.

1. Sexo

La población encuestada que se encuentra dentro del rango de los 39 a los 50 años está compuesto en el 65 % por las mujeres y 35% por los hombres de acuerdo a lo grafica 28.

Gráfica 28 Discriminación de sexo por población



Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

La tendencia continúa dado que las mujeres para este rango de edad representan la mayoría por lo que las estrategias comerciales en un principio deberían ir enfocadas hacia ellas con el fin de persuadir y llamar su atención.

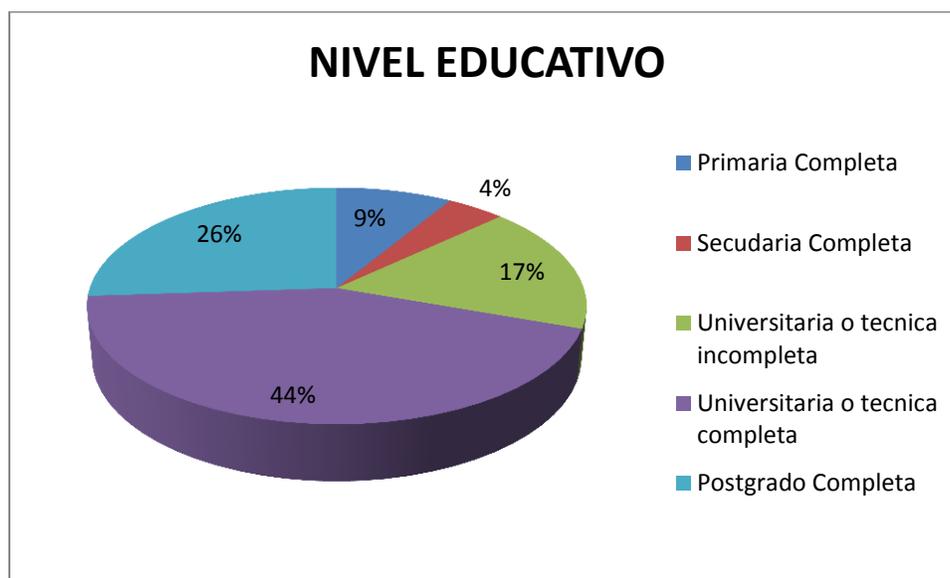
2. Nivel Educativo de la Población Encuestada

A continuación se presenta el nivel máximo de estudio alcanzado por las personas que se encuentran ubicadas entre los 39 y 50 años de edad. Este grupo se destaca por tener un proyecto de vida definido así como también su nivel académico se destaca por poseer un título profesional

entre la población de estrato medio alto mientras que la población de estratos medio bajos posee la educación primaria básica.

A continuación se presenta el nivel educativo logrado por este segmento de la población:

Gráfica 29 Nivel Educativo Alcanzado por El Segmento de la Población

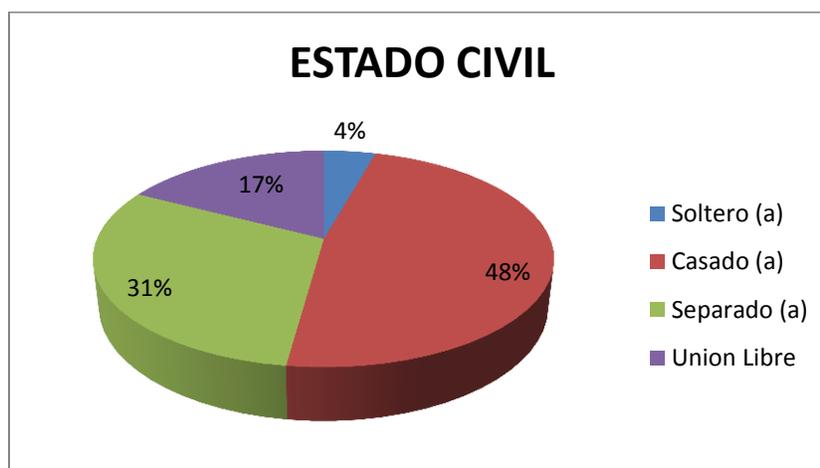


Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

El 44 % de la población encuestada contestó que posee una título técnico o universitario, en segundo lugar se encuentra los hombres y mujeres que han logrado realizar un posgrado completo lo cual representa un 26 %. En tercer lugar se encuentran aquellas personas que aún no han culminado su carrera universitaria o técnica lo cual influye en el nivel de ingresos.

3. Estado Civil

Identificar el estado civil de la población perteneciente a este rango de edad es importante para la investigación dado que como se muestra en grafica 30, el 48 % de la población se encuentra casada mientras que en el segundo lugar con el 31 % están las personas que son separadas. En ambos casos las personas pertenecientes a este segmento del mercado tienen hijos por lo que es importante destacar que los centros eco turísticos dentro de su portafolio de servicios deben ofrecer actividades tanto para padres como para hijos.

Gráfica 30 Estado Civil de la Población de 38 a 50 Años

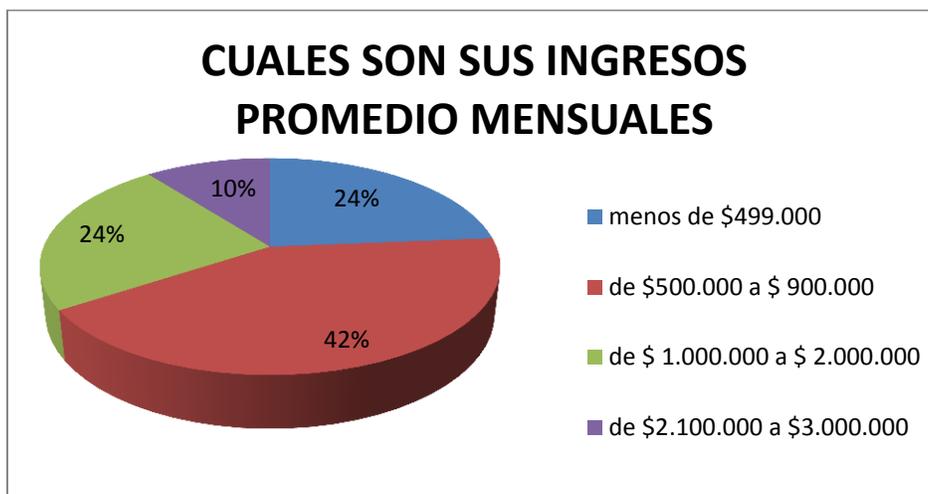
Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

En tercer lugar se encuentran las personas que conviven en unión libre, por lo que al sumar los tres primeros resultados no da que el 96 % se espera que tengan hijos por lo que el diseño de actividades deben estar enfocadas hacia este segmento de la población.

4. Nivel de Ingresos

Una vez se ha determinado el nivel educativo de este parte de la población, se continúa con el análisis de los ingresos mensuales percibidos por este segmento del mercado en donde el 48% es casado y donde se perciben ingresos entre Quinientos Mil Pesos (\$500.000) y los Tres Millones de Pesos (\$3.000.000), siendo la población que está entre los Quinientos y Novecientos la que representa una mayor porción.

Gráfica 31 Nivel de Ingresos Promedio de la Población entre 39 y 50 años.



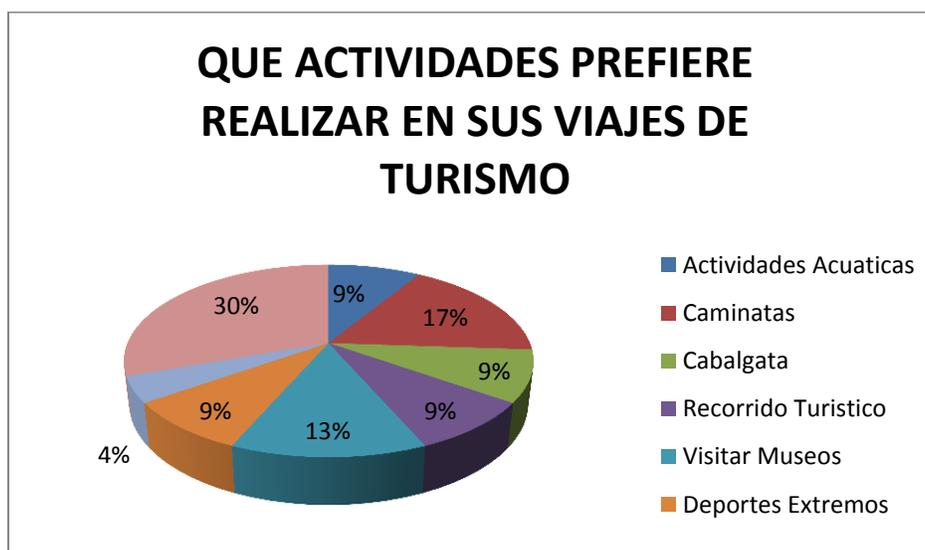
Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

A pesar de que el 44 % de la población tiene un título profesional el nivel de ingresos no es acorde al nivel académico dado que estas personas no tienen un trabajo estable y la distribución del ingreso debe ser lo mejor administrada. No obstante la población que percibe entre 1 Millón y 3 Millones suma el 34 % que en parte sustituyen a algunos clientes por lo que estos últimos se ubican en los estratos 4 y 5.

5. Gustos por Actividad

El segmento de la población escogido entre los 38 y 50 años se caracteriza por tener un estilo de vida agitado, por lo que en la gráfica 32 las actividades que este segmento de la población prefiere realizar y con un 30% son las actividades asociadas con el relajamiento, en segundo lugar con 17% se encuentran las caminatas en las cuales sean de baja moderación y a su vez se pueda contemplar la fauna y flora de la zona de visita así como también los paisajes. En tercer lugar con el 13 % se encuentra la visita a museos los cuales resultan de un gran aporte cultural para este tipo población y a su vez transmiten los conocimientos adquiridos en estos lugares a los más pequeños del hogar.

Gráfica 32 Actividades Preferidas por la Población entre 39 y 50 años



Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

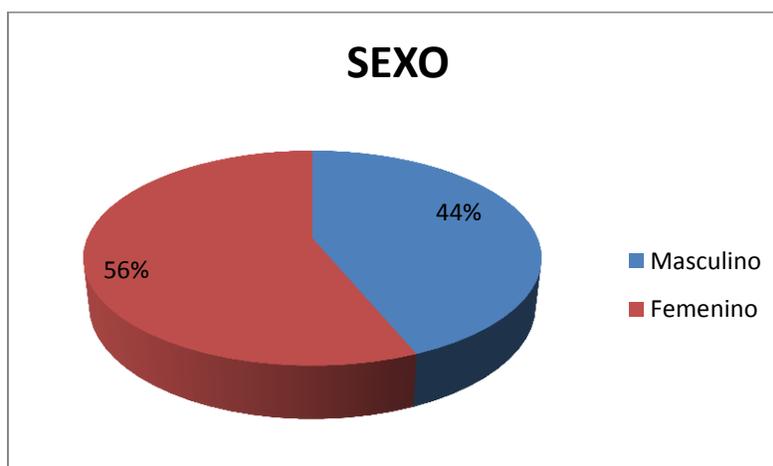
La actividad que prefiere este grupo de edad corresponde a: las caminatas con un 17%, luego le sigue con un 13% la visita a los museos y en el tercer lugar resulta empatados con un 9 % la: práctica de deportes extremos, recorridos por lugares turísticos, cabalgatas y actividades acuáticas por lo que estas cuatro son actividades sustitutas pero amigables con el medio ambiente dado que para la realización de estas no se requiere la intervención de zonas ambientales sino el acondicionamiento preventivo para la correcta practica bajo las normas de seguridad existentes.

No obstante este segmento de la población mencionó las siguientes actividades de su preferencia: Caminatas ecológicas, recorridos por lugares turísticos, visita a parques naturales, actividades acuáticas, rumba, práctica de deportes extremos, visitas a museos, día de sol, compras en lugares emblemáticos, cabalgatas, recreación dirigida, Wind Surf, buseo, surf, gastronomía entre otros.

8.2.4 Características y Gustos de la población mayor a 51 años.

1. Sexo

En este grupo de población fueron encuestadas dieciséis (16) personas las cuales se componen de siete (7) hombres y nueve (9) mujeres en donde el resultado fue el siguiente:

Gráfica 33 Distribución de Hombres y Mujeres por Población Mayor a 51 años

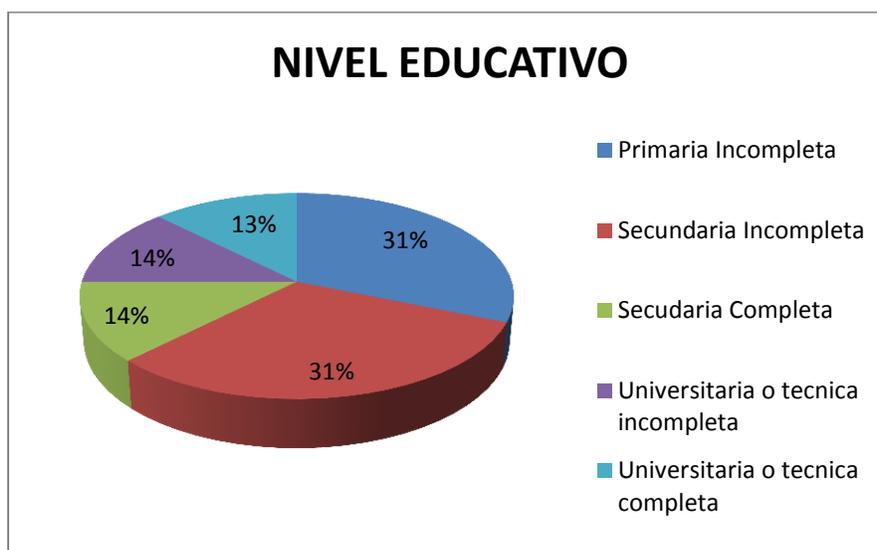
Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

El 44 % de las personas encuestadas pertenecen al sexo masculino mientras que el 56 % restante son mujeres. Es importante destacar que las mujeres a lo largo de la investigación de mercados representó mayoría por lo que son ellas a las en principio se les debe satisfacer las necesidades propias.

2. Nivel Educativo de la Población Encuestada

El segmento de la población encuestada mayor a 51 años muestra con un 31 % que cursaron solo la primaria o hasta cuarto de bachillerato sin lograr llegar a ser bachiller académico por las circunstancias del momento en el que se adelantaban los estudios. No obstante en el tercer lugar con el 13 % se encuentra la población que adelanto semestres universitarios y a su vez tubo la posibilidad de culminarlos con éxito.

Gráfica 34 Resultados Nivel Educativo de la Población Mayor a 51 años



Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

Es importante destacar que este segmento de la población se identifica por tener una vida social y laboral estable dado que ellos cuenta con la experiencia o también se encuentran pensionados por alguna de las empresas público o privadas del país.

3. Estado Civil

El 56 % de la población encuestada al interior de nuestro nicho de mercado son personas casadas, seguidas del 25 % las cuales se encuentran separadas mientras que el 13 % tienen un estado civil de ser persona viudas.

Gráfica 35 Estado Civil de la Población Mayor a 51 Años

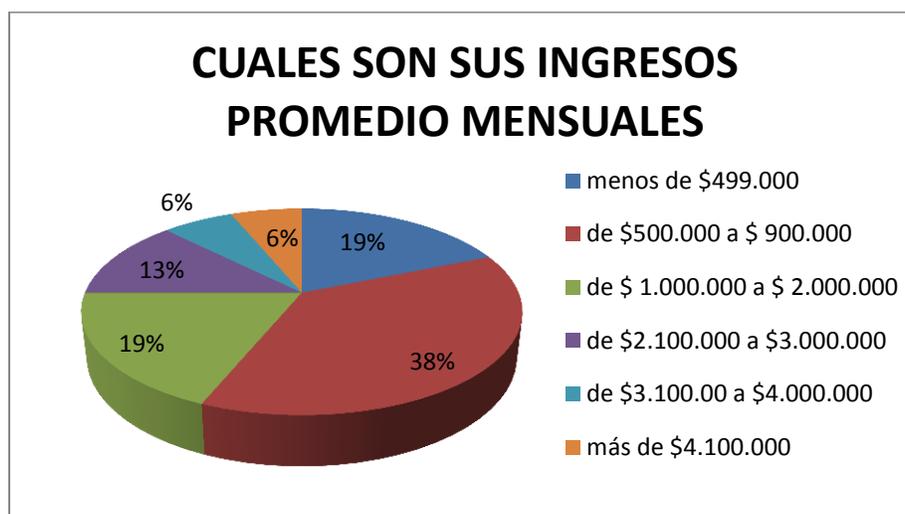
Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

Solo el 6 % de la población encuestada son personas solteras pero que andan en busca de una relación con el fin de compartir esta nueva etapa de la vida.

4. Nivel de Ingresos de la Población Mayor a 51 Años

Una vez se ha identificado el nivel máximo de educación junto con el estado civil se procede a indagar acerca de los ingresos mensuales promedios con el fin de identificar el estrato socioeconómico del cliente objetivo y para lo cual se presenta la gráfica 36

Gráfica 36 Ingresos Promedios Mensuales de la Población Mayor a 51 Años



Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

Dado que el 62 % de la población encuestada tienen un nivel escolar bajo esto se ve reflejado en los ingresos mensuales promedios dado que el 37 % de la población percibe ingresos entre los Quinientos Mil y Novecientos Mil lo cual estima que la población se encuentra entre los estratos 2 y 3 mientras tanto y con un 19 % empatados en el segundo lugar las personas que perciben menos de Quinientos Mil Pesos y las que se ganan entre Un Millón y Dos Millones de Pesos.

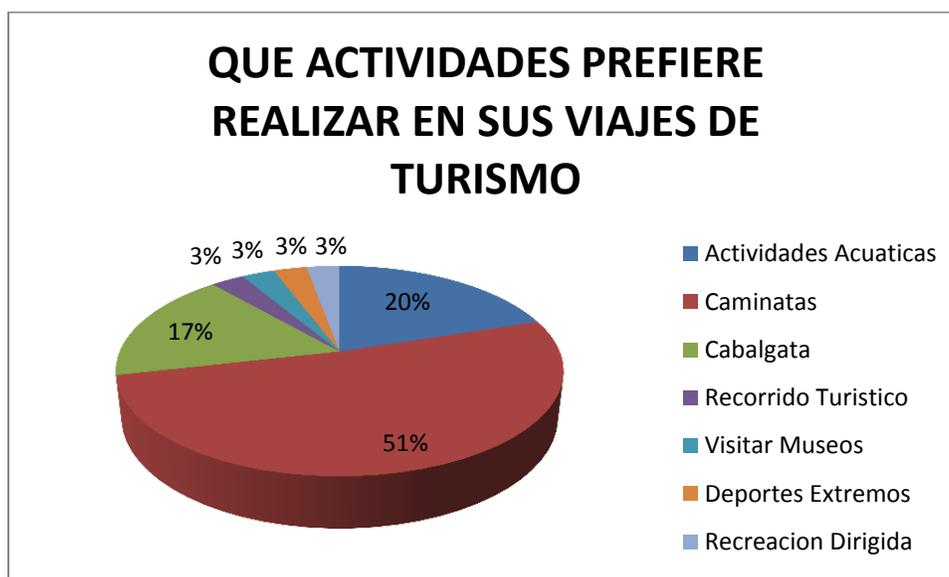
No obstante en el cuarto lugar con un 13 % se encuentra la población que gana más de Dos Millones Cien Mil Pesos y en cuarto lugar los que perciben más de Tres millones lo cual representa un mercado interesante por el nivel de sus ingresos

5. Gustos Por Actividad

Identificar las actividades que son de preferencia del cliente en este sector de la población permite diseñar un portafolio de servicios acordes a las necesidades del cliente, sin embargo este tipo de cliente se caracteriza por buscar actividades nuevas y des estresantes dado que ellos llevan un ritmo de vida agitada.

A continuación se presenta el resultado sobre los gustos por actividad de las personas mayores de 51 años:

Gráfica 37 Gustos por Actividad de la Población Mayor a 51 Años



Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación.

El 51 % de la población encuestada mayor de 51 años respondió que la actividad preferida durante los viajes de turismo son las caminatas dado que durante estas tienen un contacto directo con la naturaleza además que pueden observar el paisaje de la zona de vista, en segundo lugar se encuentra con un 20 % las actividades acuáticas dado que durante la práctica del canotaje o rapel se busca votar la adrenalina por lo que la actividad se hace des estresante. En tercer lugar con un 17 % las cabalgatas es una actividad preferida por este segmento de la población debido que les permite acercarse a la naturaleza y acceder a zonas de difícil acceso para aquellas personas que tienen problemas físicos al momento de caminar.

No obstante y durante el diligenciamiento de la encuesta, los potenciales clientes describieron las siguientes actividades como sus favoritas: visitas Parques Naturales, caminatas ecológicas, actividades de esparcimiento, visita a lugares históricos, visita a museos, visita de restaurantes típicos, actividades acuáticas, escalada moderada, piscina, montar a caballo, acampar, actividades deportivas, lugares de encuentros sociales, recreación, playa y paseos por la ciudad.

9. CLASIFICACIÓN DE GUSTOS ECOTURISTICOS A PARTIR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

9.1 Estratificación Socioeconómica de los Clientes Encuestados

A partir de la investigación de mercados realizada al nicho de mercado escogido en la cual buscaba por objetivo principal identificar las características sociales y económicas del segmento del mercado a partir de preguntas claras y sencillas. No obstante y para realizar la estratificación socioeconómica de acuerdo a la metodología empleada por el DANE y las Secretarías de Planeación de cada uno de las ciudades la cual generalmente se realiza por las características sociales y económicas, características físicas de la vivienda, el entorno inmediato y el contexto urbano o rural de la zona. (DANE – 2007)

Por consiguiente y a partir de las condiciones económicas se procede a realizar la clasificación socioeconómica para la investigación la cual se presenta a continuación:

Tabla 7 Estratificación del cliente objetivo por Nivel de Ingresos

RANGO DE EDAD EN AÑOS	NIVEL DE INGRESOS					
	< \$499.000	de \$500.000 a \$900.000	de \$1.000.000 a \$2.000.000	de \$2.100.000 a \$3.000.000	de \$3.100.000 a \$4.000.000	> \$4.100.000
	ESTRATO					
	1	2	3	4	5	6
de 17 a 27	9	16	9	4	-	-
de 28 a 38	1	2	11	9	3	5
de 39 a 50	2	3	3	4	3	8
mayor de 51	3	6	3	2	1	1

Fuente: Elaboración de la autora con base en los resultados de la investigación

La tabla 7 muestra la distribución de la población por estrato socioeconómico de acuerdo al nivel de ingresos y el rango de edad. Se hace importante destacar que la mayoría de encuestados se encuentran ubicados en los estratos 2, 3 y 4 debido que al sumar estos tres grupos nos da un total de setenta y dos (72) personas, siendo la población entre los 28 y 38 años la que mayor representación tiene. Entre tanto en los estratos medios altos y alto que se componen del 4, 5 y 6 son las personas que tienen entre 39 y 50 años.

Una vez se ha clasificado la estratificación de la población encuestada se continua con la agrupación de los gustos del segmento del mercado en cinco categorías.

9. 2. Categoría de las actividades comunes

Al realizar la estratificación socioeconómica del segmento del mercado escogido se continua con la clasificación de las actividades escogidas por la población encuesta en siete grandes grupos los cuales se caracterizan por homogenizar las actividades cuidando la esencia de cada una de estas.

Clasificar cada una de las actividades mencionadas le permite al lector identificar cada una de estas de acuerdo a sus características, no obstante se presenta a continuación cada una de las siete categorías:

- a. **Visita a Principales Destinos Turísticos:** en esta categoría se enlistan todas aquellas actividades en las cuales se visita uno o varios lugares turísticos de la zona de visita, los cuales se caracterizan por su paisaje urbanístico o rural, historia, por su contexto cultural entre otras cosas.
- b. **Restaurantes emblemáticos de la región:** a lo largo de los años en cada una de las ciudades del país y en especial en Bogotá se han ido construyendo restaurantes los cuales rescatan las recetas tradicionales de la región así como también la función de nuevas propuestas gastronómicas. Así mismo la comida típica de la región se caracteriza por su preparación y la construcción de una marca propia en restaurantes típicos.
- c. **Actividades Acuáticas:** estas son la pesca deportiva, canotaje, wind surf, rapel, nadar en piscinas de agua naturales, deportes de vela, buceo entre otros los cuales suelen ser practicados en lagos, represas naturales, ríos y todo aquel provecho que se pueda hacer con el agua para la práctica de un deporte acuático.

- d. **Diversión Nocturna:** las actividades que comprenden diversión nocturna se asocian a la visita de destinos turísticos durante la noche o lugares de rumba en donde se pueda escuchar la música típica de la región de visita y a su vez disfrutar de los bailes.
- Así mismo es importante destacar esta categoría de actividad dado que durante la realización de esta se pueden intercambiar ideas o hacer vida social.
- e. **Contacto con la naturaleza:** la visita a reservas naturales, caminatas, cabalgatas y toda actividad que implique contacto directo con la naturaleza en el cual el acercamiento a la flora y fauna de la región permita reconocer las características propias de la región de visita.
- Así mismo el contacto directo con la naturaleza implica sensibilizar al turista con respecto al uso de los recursos naturales dado que la afectación del paisaje en ciertas zonas montañosas se está afectando.
- f. **Deportes Extremos:** son actividades que se desarrollan bajo las más estrictas medidas de seguridad en lugares naturales que para el caso del departamento de Cundinamarca como Bunjing Jumping en la represa del neusa, salto en paracaídas en Fresno (Tólima), Canopy, escalada en roca y en cascada. Por lo general estos deportes son practicados por los jóvenes mayores de 17 años los cuales gustan de este tipo de actividades dado que implican aventura y acción.
- g. **Actividades des estresantes:** son desarrolladas en lugares tranquilos en donde la naturaleza se junta con la tranquilidad del lugar ya que la privacidad se mantiene. Las actividades que se pueden desarrollar son todas aquellas: spa, días de playa, masajes relajantes, musicoterapia, terapias con elementos naturales de la tierra como el azufre o barro.

Una vez se han categorizado en siete grupos las principales actividades de la población encuestada, se enlistan en una matriz con el fin de identificar las principales actividades mencionadas por cada grupo de edad.

9.3 Matriz de Clasificación de Gustos Por Estrato Socioeconómico

Al reunir cada una de las actividades mencionadas por los clientes objetivos en siete categorías principales, permite en el lector identificar a través de una matriz los gustos por edad y por estrato la cual puede ser utilizada a manera de ejemplo en la calificación de actividades en sectores como diversión y entretenimiento.

La matriz de clasificación y calificación le permite a los profesionales del área de mercado y ventas diseñar estrategias de acuerdo al cliente objetivo debido que una estrategia para las personas mayores de cincuenta y un (51) años debe ser totalmente diferente con respecto a las enfocadas a los jóvenes y jóvenes adultos que se encuentra entre los diecisiete (17) y veintisiete (27) años, ya que en este último se deben destacar los deportes extremos o actividades acuáticas dado que son de la preferencia de este grupo de edad.

Una vez se ha identificado el gusto por actividad, nivel de ingresos y características propias de la población encuestada y las actividades de su gusto se procede a construir la siguiente matriz la cual su eje horizontal tiene las categorías de las actividades mientras que en eje vertical se encuentra en estrato y el rango de edad:

Tabla 8 Matriz de Calificación y Clasificación de Actividades por Grupo de Edad y Estrato Socioeconómico.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	POBLACIÓN															
	ESTRATO 3				ESTRATO 4				ESTRATO 5				ESTRATO 6			
	17 a 27	29 a 38	39 a 51	> 51	17 a 27	29 a 38	39 a 51	> 51	17 a 27	29 a 38	39 a 51	> 51	17 a 27	29 a 38	39 a 51	> 51
Visita a Principales Destinos Turísticos																
Restaurantes Emblemáticos de la región																
Actividades Acuáticas																
Diversión Nocturna																
Contacto con la Naturaleza																
Deportes Extremos																
Actividades Desestresantes																

Fuente: Elaboración propia de la autora con base en la información recolectada

Antes del diligenciamiento de la matriz, resulta importante tener una escala de puntaje para cada una de las actividades debido que el determinar los intereses de actividades por grupo de edad y estrato socioeconómico permite desarrollar un portafolio de servicios acorde a las necesidades del cliente quién es la persona más importante al momento de aprobar o desaprobar una actividad ecoturística.

La escala asignada para la calificación de la matriz es la siguiente:

- 1: Totalmente en Disgusto
- 2: No está a Gusto
- 3: Medio a Gusto
- 4: A Gusto
- 5: Totalmente a Gusto

Una vez se ha descrito la matriz y su funcionalidad así como también la escala de puntaje de acuerdo al nivel de gusto por cada uno de los rangos de edad se procede a calificar la actividad con el fin de identificar los gustos y de esta forma proceder más adelante a realizar una calificación de oferta de servicios de eco turísticos la cual fue hecha por Mario Andrés Jiménez Hernández en su trabajo de grado titulado: “*Levantamiento del Inventario Sobre Proyectos Eco turísticos Para Pequeños Empresarios en Bogotá y Cundinamarca*”.

El documento investigativo realizado por Mario Jiménez (2010) describe a través de una matriz los diferentes destinos eco turísticos en el departamento de Cundinamarca así como también la oferta de servicios por cada uno de estos. No obstante el trabajo realizado por el autor se complementa con la presente investigación dado que al determinar los gustos del mercado capitalino el empresario del sector eco turístico realizará campañas promocionales acordes a las necesidades del mercado así como también diversificara la oferta de servicios.

9.3.1 Calificación de Actividades a Partir de la Investigación de Mercados

La calificación por gustos de actividades se realiza a partir de los resultados de la investigación de mercados en el aspecto general así como también la específica dado que los porcentajes entre rango de edad varían dado que los gustos varían dado que de acuerdo a las características de la zona de visita se pueden realizar actividades amigables con el medio ambiente.

A continuación se presenta la calificación de los gustos por edad y estrato de acuerdo a los resultados obtenidos durante la investigación de mercados:

Tabla 9 Calificación de Actividades Por Edad y Estrato Socioeconómico

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	POBLACIÓN															
	ESTRATO 3				ESTRATO 4				ESTRATO 5				ESTRATO 6			
	17 a 27	28 a 38	39 a 51	> 51	17 a 27	28 a 38	39 a 51	> 51	17 a 27	28 a 38	39 a 51	> 51	17 a 27	28 a 38	39 a 51	> 51
Visita a Principales Destinos Turísticos	5	3	3	4	5	3	3	4	5	4	3	5	4	5	3	5
Restaurantes Emblemáticos de la región	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
Actividades Acuáticas	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3
Diversión Nocturna	3	4	3	2	3	4	3	2	4	4	2	2	3	4	2	2
Contacto con la Naturaleza	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	3	4	4
Deportes Extremos	5	4	3	1	5	4	3	1	5	4	3	1	5	3	2	1
Actividades Desestresantes	2	5	5	5	3	4	5	5	3	4	3	5	2	4	5	5

Fuente: Elaboración propia de la autora con base en la información recolectada

La calificación de la matriz de gustos por actividades se realizó a partir de la tabulación de las encuestas dado que una a una las encuestas fueron numeradas y clasificadas por los rangos de edad. Una vez tabulada se procedió a clasificar y calificar las actividades de acuerdo a la de mayor aceptación se le da una calificación de 5 mientras que a las de media y baja aceptación se les da una calificación de 4 y 3.

Como resultado de la calificación de la matriz de gustos de acuerdo a los resultados obtenidos por rango de edad nos da que las actividades preferidas por la población que se encuentra entre los 17 y 27 años son: deportes extremos, visita a los principales destinos turísticos, contacto con la naturaleza y las actividades acuáticas.

Los hombre y mujeres que se encuentran entre los 28 y 38 años de edad las actividades des estresantes son las preferidas por este segmento de la población, seguidas en segundo lugar por las actividades nocturnas en las cuales buscan espacios de rumba o donde se pueda disfrutar de los bailes y música típica de la región en el tercer lugar se encuentran los deportes extremos.

Para la población ubicada entre los treinta y nueve (39) y cincuenta (50) años, e incluso los mayores de cincuenta y un (51) años la actividad preferida son aquellas que se relacionadas con las desestresantes tales como: días de playa, sesiones de masajes en zonas húmedas, baños en aguas termales entre otras, en segundo lugar se encuentran los restaurantes de comida típica de la región en los cuales el comensal busca disfrutar de los sabores propios de la zona. En tercer lugar se encuentran las actividades acuáticas más exactamente la pesca deportiva la cual se desarrolla en lagos, ríos o embalses.

9.4 Oferta de Servicios Eco turísticos en Bogotá y Cundinamarca.

Una vez se ha identificado, inventariado y calificado la demanda de servicios en los potenciales clientes del mercado bogotano los cuales se encuentran a partir del estrato 3 se proceda a evaluar la oferta eco turística en Bogotá y sus alrededores a partir de la información recolectada en el documento *“Levantamiento del Inventario Sobre Proyectos Eco turísticos Para Pequeños*

Empresarios en Bogotá y Cundinamarca” elaborado por Mario Jiménez en el cual realiza una completa investigación acerca de la oferta eco turística.

Una vez se ha documentado la oferta de actividades eco turísticas se procede a registrar los servicios que cada uno de estos centros ecológicos en los cuales se mezcla la biodiversidad con el paisaje y las áreas de influencia directa e indirecta. La matriz se construye a partir del inventario de servicios y los rangos de edad en cada uno de los estratos en los cuales se encuentra nuestro mercado objetivo.

La tabla 10 es el resultado de lo mencionado anteriormente y en la cual se califica con 1 la actividad en el centro ecoturísticos que al final será sumado de forma horizontal con el fin de identificar el segmento de la población desatendida de acuerdo a los gustos registrados en la investigación de mercados.

Tabla 10 Inventario de Actividades Por Rango de Edad y Estrato Socioeconómico.

La tabla a la cual se hace referencia en esta parte del documento se encuentra en el archivo Excel dado que por motivos de presentación final del documento esta será impresa desde este archivo y anexada en las siguientes dos hojas.

Fuente: Elaboración de la autora con base en la información registrada en el documento *Levantamiento del Inventario Sobre Proyectos Ecoturísticos Para Pequeños Empresarios en Bogotá y Cundinamarca*”. Jiménez M – 2010.

Aunque en los diferentes centros eco turísticos de la zona existente actividades acordes al lugar de visita aún hay población y actividades desatendidas dado que en estos centros para las personas mayores de cincuenta y un (51) años no existe oferta para la visita de zonas húmedas como aguas termales, baños turcos, masajes relajantes y demás ya que como se expuso en la investigación de mercados este segmento de la población busca este tipo de actividades.

Entre tanto para los hombres y mujeres que tienen entre treinta y nueve (39) y cincuenta (50) años gusta de actividades acuáticas como la pesca deportiva la cual se practica en ríos, lagos y zonas en donde se practica la piscicultura. A sí mismo la visita a centros históricos en los destinos turísticos es una actividad del agrado de este sector de la población dado que el reconocimiento de los asentamientos históricos permiten enriquecer la cultura.

Así mismo en los centros ecológicos de interés general existe la posibilidad de la práctica rapel, escalada en roca, caminatas eco turísticas, cabalgatas en los cuales se pueda contemplar la diferente biodiversidad de la zona.

No obstante y como se puede comparar entre las actividades preferidas por el mercado potencial y las ofrecidas por los centros ecológicos aún existe una diferencia muy amplia dado que estos no ofrecen para la población entre diecisiete (17) y veintisiete (27) años la práctica de deportes extremos en lugares equidistantes a la ciudad de Bogotá. Entre la población entre los veintiocho (28) y treinta y ocho años (38) durante sus viajes de turismo la práctica de deportes náuticos debido que el contacto con el agua y su entorno les permite relajarse durante su tiempo de estadía.

Se hace importante mencionar que para la práctica de las actividades mencionadas y las demás que podrán ser incluidas a partir de la investigación realizada que los turistas dado que el tiempo máximo de permanencia de la mayor parte de la población encuestada se encuentra entre los seis (6) y diez (10) días por lo que el ofrecimiento de este tipo de actividades deben estar basadas en la vivencia de nuevas experiencias a partir del cuidado y conservación del medio ambiente que nos rodea con el fin de que este pueda ser aprovechado por las próximas generaciones y que mejor oportunidad que sea a través del ecoturismo.

Conclusiones

- A pesar de que en Colombia existe una normatividad sobre el uso de los recursos naturales para la satisfacción de las necesidades básicas de la humanidad, para la ciudadanía en general no existen programas de sensibilización en favor de la protección y conservación de los recursos naturales.
- La dinámica económica de país permite que Colombia se encuentre a la altura para el desarrollo de proyectos turísticos que logren transformar y convertir este sector de la economía en un jugador de talla internacional de acuerdo a la visión país 2019.
- La falta de una política clara, precisa y contundente para un correcto aprovechamiento de los recursos naturales como fuente de ingresos para los colombianos hace que la dinámica ecoturística no sea expuestas en los congresos mundiales de turismo.
- Para el cumplimiento de los objetivos del nuevo milenio y en especial el número 7: “*Garantizar el sustento del medio ambiente*” (ONU, 2000, p. 6) Colombia debe sensibilizar y alinear todas las entidades públicas y privadas alrededor del cuidado y protección del medio ambiente.
- Dado los cambios climáticos y ecológicos mundiales Colombia adopto un programa con el fin de proteger zonas de conservación animal y vegetal con el fin de garantizar la subsistencia de todo ser viviente de la tierra y en especial de los ciudadanos colombianos
- De acuerdo a la investigación de mercados realizada entre los habitantes de la ciudad de Bogotá se demostró que en ellos existe un interés por la práctica de actividades o ecoturísticas, por lo tanto se hace necesario realizar campañas publicitarias innovadoras y persuasivas que atraigan al cliente para la realización de estas.
- Con la realización de la investigación de mercados se determinó que en la actualidad el poder de compra lo tienen las mujeres dado que son ellas representan la mayoría en cada uno de los estratos y rangos de edad.

- La evolución económica del país ha permitido que el 49% de la población encuestada realice sus viajes de corta y larga duración al interior del territorio nacional en avión dado el bajo costo de los tiquetes aéreos y el ahorro de tiempo.
- A pesar de que la región andina es la zona más visitada por los turistas nacionales y extranjeros aún en esta la diversificación de actividades ecoturísticas aún es mínima dada las condiciones de acceso, uso y aprovechamiento de los recursos naturales.
- La falta de capacitación y ofrecimiento de oportunidades empresariales en el sector ecoturístico para los habitantes de la zona de influencia directa no permiten el desarrollo de verdaderos centros ecológicos los cuales sean reconocidos a nivel mundial por adaptación y amabilidad con el medio ambiente.
- El estado civil de la mayoría de los encuestados es soltero ya que representan el 57 % de la población aunque se encuentran comprometidos por lo que el diseño de actividades por parejas puede resultar innovador en los centros ecoturísticos.
- Los potenciales clientes del sector se encuentra a partir del estrato 3 debido que la investigación de mercados permitió hallar que en este segmento de la población se encuentran habitantes que perciben ingresos por encima del millón de pesos.
- Los gustos alimenticios hallados en el segmento de la población encuestada determinó que el gusto por la comida típica de la región es el de mayor aceptación dada la amplia variedad de insumos alimenticios que se encuentran en el mercado bogotano.
- La población encuestada escogió como el mejor lugar para disfrutar y descansar durante sus viajes de turismo las cabañas debido que están ofrecen espacios amplios y privacidad.
- Con la entrada de nuevas empresas de transporte aéreo de pasajeros al mercado colombiano éste se ha dinamizado y en consecuencia se consiguen pasajes más baratos de lo normal y por lo cual el segmento de la población encuestada determinó que los viajes de turismo los prefieren realizar por vía aérea.

- Los deportes extremos son las actividades preferidas por la población encuestada que se encuentra entre los 17 y 27 años dado que este nicho de mercado gusta de actividades en las cuales implique riesgo pero también aventura.
- Las personas mayores de 29 años por el estrés diario de su trabajo prefiere las actividades en las cuales las actividades a desarrollar sean de relajamiento tales como: caminatas ecológicas, visitas a museos, centros turísticos de la región entre otras.
- La investigación de mercados realizada en una porción del mercado bogotano permitió identificar las necesidades de actividades que tienen estos clientes dado que a partir de estas se pueden desarrollar una nueva oferta de servicios.
- En la investigación de mercados realizada se pudo determinar que la población encuestada no se encuentra plenamente atendida dado que la matriz de calificación evidenció que a la fecha se encuentran necesidades por atender en el cliente.
- Durante la fase de la elaboración de las encuestas solo se incluyeron aquellos destinos turísticos que cuentan con una infraestructura ecoturísticas dado que estos sitios pueden desarrollar ventajas competitivas a través de la satisfacción de las necesidades del cliente.
- Cada uno de los destinos turísticos mencionados a lo largo del documento fueron escogidos por sus características topográficas y el posible trabajo en cadena productiva para lograr el objetivo de Visión Colombia 2019 el cual es transformar el sector turístico en uno de talla mundial.
- De acuerdo a la investigación de mercados realizada el tiempo máximo de estadía de los turistas bogotanos se encuentra entre los seis (6) y diez (10) días por lo que se estima que el gasto diario promedio se encuentra entre los cincuenta mil y cien mil pesos.

- El segmentar las actividades en siete grupos permite identificar con mayor facilidad las necesidades del cliente y de esta forma crear nuevas actividades en los centros ecoturísticos.
- Aunque la oferta actual es abundante, está no cumple con las expectativas del mercado dado que no son las que esperan los clientes y que fueron identificadas en la investigación de mercados.
- Una vez identificadas las necesidades de los potenciales clientes e investigado las actividades eco turísticas se determinó que los empresarios no contemplan dentro de su portafolio de servicios actividades como: cursos de siembra, granja domestica, miradores de paisajes entre otras.
- El objetivo general de la presente monografía se cumplió dado que se identificó el potencial del mercado eco turístico en la población bogotana a través del hallazgo de las necesidades y gustos de acuerdo a los grupos de edad y estrato socioeconómico.

Recomendaciones

- Los empresarios del sector eco turísticos deben revisar las estrategias comerciales dado que el potencial de clientes que realizarían actividades ecológicas es bastante dado la generación de conciencia ambiental.
- De acuerdo a la necesidad de actividades identificadas en los clientes se recomienda a los empresarios del turismo diseñar nuevas ofertas de servicios dado que son estas las que cautivan la atención del mercado objetivo.
- Realizar una investigación de las condiciones y características de la zona en donde se encuentran los destinos ecoturísticos permitirá diseñar actividades creativas e innovadoras que atraigan nuevos clientes.
- Al identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del centro eco turístico, las estrategias comerciales y el recurso humano logístico y de apoyo por parte del empresario se puede diseñar el plan estratégico con unos objetivos medibles y cuantificables al corto, mediano y largo plazo.
- A través de los centros de formación e investigación en turismo se pueden identificar una nueva oferta de servicios los cuales pueden ser utilizados en los centros ecoturísticos de acuerdo a las condiciones y características de la zona.
- Aunque Colombia tienen ventajas competitivas en materia de eco turismo están no son debidamente aprovechadas dado que las políticas macroeconómicas no son lo debidamente difundidas por el Gobierno nacional y los establecimientos de enseñanza especializados en el sector turístico.
- A través de un benchmarking con el país centroamericano como lo es Costa Rica se pueden identificar las ventajas y desventajas de las condiciones ambientales y demográficas con respecto a este país potencia mundial en turismo ecológico.

- Es importante que las instituciones nacionales, departamentales y distritales enfoquen sus planes estratégicos con respecto al sector turismo a la investigación y desarrollo de nuevas alternativas ecológicas a partir de las ventajas competitivas.
- Se recomienda a los empresarios del sector incluir en su portafolio de servicios eco turísticos aquellas actividades identificadas en la matriz de gustos por actividades debido a que están se encuentran desatendidas por parte del empresario.
- El segmento de mercado encuestado no se encuentra plenamente atendido dado ellos buscan realizar actividades tales como: caminatas ecológicas, deportes extremos o de aventura, actividades acuáticas, relajantes entre otras por lo que los empresarios que tienen la posibilidad de ofrecer este servicio lo puedan incluir dentro de su portafolio de servicios.
- Diseñar actividades complementarias o sustitutas para cada uno de los segmentos de edad identificados durante la investigación de mercados puede permitir en el empresario ofrecer un amplio portafolio de servicios y ser a su vez reconocidos como uno de los mejores a nivel nacional.
- Se recomienda al empresario del sector año tras año ofrecer una oferta diferente de servicios dado que al ser creativos le permite identificar nuevos proyectos que sean del agrado y gusto del cliente.
- La falta de liderazgo en el desarrollo de proyectos eco turísticos por parte de las entidades nacionales, departamentales o distritales junto con los nuevos empresarios del sector no logran cumplir la meta planteada en el documento Colombia 2019 por lo que se recomienda realizar alianzas público, privadas o mixta con el fin de darle crecimiento y desarrollo al sector.

ANEXOS

MODELO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA Y FINANZAS
Encuesta para trabajo de grado

1. ¿Cuál es su rango de edad en años?
 - a. De 17 a 27
 - b. De 28 a 38
 - c. De 39 a 50
 - d. Mayor a 51 años

2. ¿Cuál es su sexo?
 - a. Femenino
 - b. Masculino

3. ¿Cuál es su nivel educativo?
 - a. Ninguno.
 - b. Primaria incompleta.
 - c. Primaria completa.
 - d. Secundaria incompleta.
 - e. Técnico o universitario incompleto.
 - f. Técnico o universitario completo.
 - g. Posgrados incompleto
 - h. Posgrado completo

4. ¿Cuál es su estado civil?
 - a. Soltero (a)
 - b. Casado (a)
 - c. Separado (a)
 - d. Viudo (a)
 - e. Unión libre

5. ¿Cuál es su ingreso mensual promedio?
 - a. Menos a \$499.000
 - b. Entre \$500.000 y \$900.000
 - c. Entre \$2.100.000 y \$3.000.000
 - d. Entre \$3.100.000 y \$4.000.000
 - e. Mayor a \$4.100.000

6. Cuál es su motivo principal para viajar al destino?
 - a. Esparcimiento.
 - b. Aventura.
 - c. Turismo.
 - d. Turismo ecológico.
 - e. Otro

7. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría que le ofrecieran?
 - a. Buffet.
 - b. A la carta.
 - c. Comida internacional.
 - d. Comida típica de la región.
 - e. Ligero (sándwich, jugos, snack)
 - f. Otro.

8. ¿Qué tipo de alojamiento le gustaría?
 - a. Hotel.
 - b. Cabaña.
 - c. Apartamento.
 - d. Camping.
 - e. Otro.

9. Normalmente de ¿Cuántos días dispone para sus vacaciones?
 - a. 2 a 3 días.
 - b. 4 a 6 días.
 - c. 7 a 10 días.
 - d. Más de 11 días.

10. ¿Qué medio de transporte le gustaría utilizar para llegar y salir de zona que escogió como destino?
 - a. Carro.
 - b. Avión.
 - c. Bus.
 - d. Otro.

11. ¿Cuánto dinero acostumbra a gastar en sus viajes?
 12. Menos de \$500.000
 13. De \$500.000 a \$1.000.000
 14. De \$1.000.001 a \$1.500.000
 15. Más de \$1.500.001

12. ¿Qué actividades le gustaría realizar durante su viaje? Por favor enumérelas dando una prioridad, siendo 1 la más importante y 5 la menos importante. Como por ejemplo: (Visita a Parques Naturales, actividades acuáticas, caminatas, etc.)

- a. Visitas a Parques Naturales.
- b. Caminatas
- c. Esparcimiento
- d. Visita a sitios históricos.
- e. Visitas a museos

Muchas gracias por su amable atención y colaboración.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alfonso A, Nury Z.H (2012). Principios básicos para la gestión ambiental. Biblioteca Hildebrando Perico Afanador. Universidad EAN.

Barry J. Babin, Zikmund William G. (2009) Investigación de Mercados. Biblioteca Hildebrando Perico Afanador. Universidad EAN.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. *Censo Poblacional 2005*. Recuperado el 10 de abril de 2013 del sitio http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&id=307&Itemid=124

CARC (2012) Plan de Gestión Ambiental Regional 2012-2013. Biblioteca Virtual. Recuperado el 17 de Abril en <http://www.car.gov.co/?idcategoria=21095>

Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca. *Plan de Gestión Ambiental Regional*. No 1. Recuperado el día 6 de Abril de 2013 de <http://www.car.gov.co/?idcategoria=1216>

Jiménez, L. (2010) Ecoturismo Oferta y desarrollo sostenible. (pp 12 – 28). (1ra Ed.) Bogotá Colombia. Universidad Jorge Tadeo Lozano

Jiménez. M (2010) Levantamiento del inventario sobre proyectos ecoturísticos para pequeños empresarios en Bogotá y Cundinamarca. (pp 67 – 72). Monografía de Grado. Biblioteca Hildebrando Perico Afanador. Universidad EAN

Hernández R. (2008) Ecoturismo (pp 2 – 15). (1ra Ed) Bogotá Colombia. Biblioteca Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Mihelcic. James R. (2012) Ingeniería Ambiental: fundamentos, sustentabilidad, diseño. Biblioteca Hildebrando Perico Afanador. Universidad EAN.

Ministerio de Medio Ambiente. Diario Oficial 2004. http://www.minambiente.gov.co/documentos/normativa/decreto/dec_1200_200404.pdf

Organización de las Naciones Unidas. (2000). Objetivos de Desarrollo del Milenio. Recuperado el 10 de abril de 2013, de http://www.undp.org/cu/documentos/MDG_Report_2011_SP.pdf

Sánchez T. Diana L & Cruz C. Gabriel (2007) Marco Conceptual para el Desarrollo de Indicadores de sostenibilidad. ISSN 0568-3076. Universidad de Caldas

Serna G. Humberto. (2009). Gerencia estratégica: teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos. Biblioteca Hildebrando Perico Afanador. Universidad EAN.

Sistema de Información Ambiental Colombiana. *Conceptos, definiciones e instrumentos de la Información Ambiental en Colombia*. Tomo I. Recuperado el 13 de abril de 2013 de <https://documentacion.ideam.gov.co/openbiblio/Bvirtual/002590/Tomo1CONCEPTOS.pdf>

Sierra G, Rey Manuel. (2006) *Introducción al Mercadeo Turístico*. (pp 34-67) Cartagena de Indias. Centro de Documentación Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.g