

**Bici-Tour, Una nueva herramienta para promocionar el turismo urbano
Sostenible.**

Elaborado por:

Gina Paola López López

Pedro Felipe González Maldonado

Diego Roberto Perilla Sierra

Universidad EAN

Seminario de investigación

Especialización en gerencia de calidad e innovación

Especialización en gerencia de proyectos

Bogotá

7/11/2021

Tabla de contenido

Resumen	4
Problema de investigación	4
Objetivos	6
Objetivo general	6
Objetivos específicos	6
Justificación.....	8
Marco teórico	10
Turismo sostenible	10
Economía naranja y turismo cultural	13
Bici móviles	14
Marco institucional.....	15
Metodologías de la investigación.....	19
Primer nivel.....	19
Enfoque, alcance y diseño de la investigación.....	19
Definición de variables	20
Población y muestra	23
Segundo nivel.....	25
Selección de métodos o instrumentos para recolección de información.....	25
Técnicas y análisis de datos	27
Análisis y Discusión de los resultados	28
Informe técnico final de la investigación.....	38
Lista de referencias.....	46

Bibliografía	51
--------------------	----

Contenido de Tablas

Tabla 1 Variables.....	18
Tabla 2 técnicas y análisis de datos.....	23
Tabla 3. Análisis DOFA Bicitour Colombia.....	36

Tabla de ilustraciones

<i>Ilustración 1. Tipo de bicitaxi a utilizar en la prestación del servicio – Bicitour Colombia.</i>	17
<i>Ilustración 2. Estructura Organizacional Bicitour Colombia.....</i>	19
<i>Ilustración 3. Resultados Pregunta 1.....</i>	29
<i>Ilustración 4. Resultados Pregunta 2.....</i>	30
<i>Ilustración 5. Resultados Pregunta 3.....</i>	31
<i>Ilustración 6. Resultados Pregunta 4.....</i>	31
<i>Ilustración 7. Resultados Pregunta 5.....</i>	32
<i>Ilustración 8. Resultados Pregunta 6.....</i>	32
<i>Ilustración 9. Resultados Pregunta 7.....</i>	33
<i>Ilustración 10. Resultados Pregunta 8.....</i>	34
<i>Ilustración 11. Resultados Pregunta 9.....</i>	34
<i>Ilustración 12. Resultados Pregunta 10</i>	35
<i>Ilustración 13. Resultados Pregunta 11</i>	36
<i>Ilustración 14. Resultados Pregunta 12</i>	36
<i>Ilustración 15. Ruta 1 Ibagué Viva Tour</i>	43

Resumen

El turismo sostenible busca minimizar los impactos negativos hacia el medio ambiente, de manera que se siga promoviendo la economía, las experiencias en los turistas y las comunidades en general. En el presente trabajo se realiza un estudio donde se evidencian los beneficios del Bici-Tour como nueva herramienta de turismo, sistema de transporte alternativo y ecológico que poco a poco está cobrando un protagonismo, convirtiéndose en un fenómeno mundial. La investigación se desarrolla en campos de administrativos, legales, técnicos, financieros y ambientales. La metodología implementada se realiza desde una perspectiva cualitativa y cuantitativa, es decir con un análisis mixto de alcance exploratorio no experimental teniendo en cuenta la naturaleza del proyecto, se define una variable junto a unos indicadores que permitan obtener información de fuentes primarias y secundarias, entre otras el potencial turístico de la ciudad de Ibagué, lugares que visitan los turistas, recursos disponibles de los turistas para pagar por recorrido etc.

Palabras Clave: Turismo, bicicletas, sostenibilidad, bicitaxis, medio ambiente.

Problema de investigación

El turismo y las nuevas experiencias hacen parte de la cotidianidad de las personas, adicionalmente es cada vez más fácil y económico. “La facilidad en los desplazamientos se ha convertido en un cuasi derecho social, como la salud o la educación, o en un bien público, como el agua o la electricidad, del que nadie debiera ser privado”, y ello, a decir del sociólogo francés Georges Amar, devela una nueva concepción del viajero, quienes en los tiempos modernos suelen calificarse como *homo mobilis* en la nueva era de la movilidad. (Caribbean News Digital, 2018)

Se podría decir que, en la actualidad, viajar, conocer lugares diferentes y tener nuevas experiencias es moda. Se confirma así la nueva tendencia milenial y no tan milenial que consiste en presumir de viajes en las redes sociales para obtener el reconocimiento de amigos e incluso de simples conocidos. El 21% admite pasar más de cuatro horas al día con el móvil en la mano durante sus viajes para conseguir más y más ‘me gusta’, lo que a menudo implica estar más tiempo pendiente de la pantalla que prestando atención al entorno. (Your travel, 2021)

Viajar, conocer nuevos lugares y disfrutar de paisajes impresionantes son cosas que a gran parte de las personas les gusta. Sin embargo, el turismo ha generado importantes daños (de forma directa e indirecta) sobre la naturaleza (Twenergy, 2019). Con el turismo se ve afectado el medio ambiente en áreas como la vegetación, el agua, la geología, las ciudades, entre otras.

Entre los efectos negativos, tan importantes como los positivos, está el incremento del consumo de suelo, agua y energía, la destrucción de paisajes al crear nuevas infraestructuras y edificios, el aumento de la producción de residuos y aguas residuales, la alteración de los ecosistemas, la introducción de especies exóticas de animales y plantas, el inducir flujos de población hacia las zonas de concentración turística, la pérdida de valores tradicionales y de la diversidad cultural, el aumento de la prostitución (turismo sexual), el tráfico de drogas y las mafias, mayor cantidad de incendios forestales y el aumento de los precios que afecta a la población local, que a veces pierde la propiedad de tierras, casas, comercios y servicios. (Santamarta, 2000)

El turismo urbano también tiene su cuota de responsabilidad en la alteración medioambiental de la ciudad. Por ejemplo, cuando cambia el paisaje a consecuencia de la construcción de una gran infraestructura o, por el contrario, cuando existe una sobrecarga de edificaciones turísticas e incluso de visitas. Los eventos masivos suelen atraer a personas de todas las partes del mundo. Esto genera que las capacidades de las ciudades superen el límite y todo el entorno sufra las consecuencias (desde mayores cantidades de basura, hasta contaminación acústica). (Twenergy, 2019)

Para que el turista pueda conocer distintos lugares, debe hacer uso de diferentes tipos de transporte lo cual también contribuye a dañar el medio ambiente y la salud humana con la emisión de agentes contaminantes tóxicos y gases de efecto invernadero, la generación de residuos y contaminación acústica y la fragmentación del territorio. La mayoría de los indicadores clave del informe apunta tendencias desfavorables o señalan que todavía queda mucho para poder alcanzar los objetivos políticos de "hacer más verde" el transporte. (Agencia Europea de medio ambiente, 2001)

El transporte es uno de los factores determinantes del desarrollo internacional del turismo. Un transporte seguro y eficiente que proporcione accesibilidad desde el exterior y movilidad en el destino es una consideración crítica para facilitar el progreso, mientras que una ausencia de estas características actúa como barrera para el desarrollo turístico. (Henderson, 2009)

Con base a lo anterior nos atrevemos a plantearnos ¿Qué beneficios podría tener la implementación del programa de Bici móvil como herramienta para promocionar el turismo urbano sostenible?

Objetivos

Objetivo general

Analizar los posibles beneficios del uso del Bici-Tour como una alternativa para promocionar el turismo urbano sostenible.

Objetivos específicos

- Determinar el grado de satisfacción de los usuarios al realizar el planteamiento del proyecto.
- Describir los aspectos de funcionamiento y operatividad para el uso del Bici-Tour.
- Analizar los posibles impactos ambientales al realizar la implementación del proyecto.
- Generar un balance en relación al costo-beneficio de la implementación del proyecto
- Determinar las posibles rutas a seguir dentro del ofrecimiento de los paquetes turísticos.

Justificación

El turismo sostenible es la clase de turismo que minimiza los impactos negativos, promoviendo los beneficios, satisfaciendo la necesidad del turista, pero también las de las comunidades receptoras, fomentando oportunidades en el presente y el futuro, complaciendo los aspectos económicos de las empresas, los prestadores de servicios, generando empleo digno, sin comprometer la integridad cultural, causando inclusión, equidad, puesta en valor del patrimonio local, incentivando la identidad de los lugares, favoreciendo el intercambio cultural genuino; estimando el patrimonio natural, preservando los recursos naturales al hacer un uso responsable de los mismos, y respetando la biodiversidad. (Esposito, 2018)

Resulta importante que las sociedades ante los problemas ambientales como la contaminación ambiental, causada por medio de los automóviles que emanan dióxido de carbono produciendo otros problemas más graves como el efecto invernadero, el calentamiento global, y el cambio climático que amenazan la existencia de la humanidad en el planeta, pongan en práctica alternativas y estrategias para minimizar estos impactos ecológicos por medio de la movilidad sostenible. Así pues, ante el congestionamiento vehicular y la contaminación de estos sobre la atmósfera, el hombre necesita urgentemente promover y fomentar el uso del mejor transporte ecológico como lo es la bicicleta. (Pineda, 2020)

En los últimos años, y en especial dados los más recientes acontecimientos relacionados con la pandemia del COVID-19, se ha puesto de manifiesto que el desarrollo de un turismo sostenible es, a la vez, una responsabilidad y una oportunidad para el sector en Colombia. Por un lado, el sector del turismo tiene la responsabilidad de contribuir a la preservación del capital natural y los valores ecológicos del país en la misma proporción en que hace uso de ellos para sustentar sus actividades. Y, por el otro, se encuentra ante la oportunidad de transformarse, convirtiéndose en uno de los principales motores de desarrollo social y económico del país, así como de protección de su medio ambiente, biodiversidad, paisajes, ecosistemas y recursos naturales excepcionales.

A nivel internacional, existe una aceptación generalizada de que el mundo se está enfrentando a un punto de inflexión ecológica y que el cuidado de las personas y el fortalecimiento económico solo serán posibles si el capital natural se ubica en el centro de la toma de decisiones de los gobiernos y de los sectores productivos. La Política de Turismo Sostenible del actual gobierno en Colombia tiene como objetivo sentar las bases para alcanzar este escenario.

Partiendo de lo anterior, la Política de Turismo Sostenible busca adoptar una visión estratégica y a largo plazo del sector, que ponga la sostenibilidad en el corazón del desarrollo del turismo en el país y la posición como factor de competitividad de los destinos y los negocios turísticos, para así fortalecer la reputación y el reconocimiento de Colombia como destino turístico sostenible de nivel mundial.

Marco teórico

Turismo sostenible

¿Qué es y qué relación tiene en nuestra investigación?

A pesar de que muchos aún piensen que el medio ambiente solo tiene que ver con los verdes prados, la selva o las ballenas, lo cierto es que el concepto va mucho más allá e implica muchos otros elementos, tales como la demografía, los aspectos sociales, el entorno, las relaciones laborales, etc.

El ambiente es un concepto muy amplio y globalizador que incluye prácticamente todo lo que nos rodea, incluidos nosotros mismos. Asimismo, una de las principales características del ambiente es su dinamismo, es decir, que se encuentra en permanente transformación. (Gonzalez). Lo que significa que todo lo que implique contacto o interacción con el mundo que nos rodea está directamente relacionado con el medio ambiente. Por tanto, para poder contextualizar el turismo y el desarrollo sostenible debemos tener una percepción amplia del mismo, conociendo las dimensiones que ocupa y su estrecha interrelación.

El medio ambiente o el entorno en el que se desenvuelve el ser humano es el conjunto de componentes bióticos y abióticos que reciben tanto nuestras actividades como su impacto, sea este beneficioso o perjudicial. Es rico en ecosistemas diferentes, en singularidades y particularidades que son apreciadas por el turismo nacional e internacional. De ahí que el mantenimiento de este entorno sea un factor clave para el desarrollo de una comunidad. Y no solo a nivel turístico, sino también social, económico y político.

En la actualidad, la idea que tiende a aceptarse en todo el mundo es que los problemas del medio ambiente son los problemas de desarrollo y que la meta del desarrollo sostenible debe ser la de conciliar el crecimiento económico para la población en general, presente y futura, con la renovabilidad de los recursos, proceso que implica cambios políticos, económicos, fiscales, industriales y de manejo de los recursos naturales, bióticos y energéticos. (Sanchez, 2002)

Según el artículo Turismo sostenible: importancia en el cuidado del medio ambiente (Barrera & Bahamondes, 2012) El turismo genera impacto en la economía, en la cultura social y en el medio ambiente de la siguiente forma:

A nivel económico

El turismo sostenible es una actividad que genera empleo y consume recursos. El balance entre lo gastado y lo recuperado debe ser a favor del empresario para que continúe la actividad. Por tanto, debe ser rentable. Ningún empresario apostará por la sostenibilidad si dicho negocio no genera valor. El turismo sostenible debe ser realizado bajo prácticas empresariales adecuadas, equilibradas con el entorno y responsables con el medio.

A nivel social

El turismo sostenible, debe ayudar a reforzar valores de relación, intercambio de experiencias y enriquecimiento cultural, tanto de los visitantes como de los habitantes del destino turístico. Debe potenciar las señas de identidad de un pueblo y fomentar su conocimiento y divulgación. Para ello, se deben considerar las posibles acciones y efectos del turismo en la zona geográfica, el propósito es realizar la actividad sin dañar a la sociedad existente, sino preservando, revitalizando y fortaleciendo los valores que la hacen original y genuina.

A nivel ambiental

El turismo sostenible tiene que colaborar en la protección y conservación del ambiente en el que se desarrolla. Es necesario responder al uso del medio ambiente hoy, sin dañar el uso futuro de este, es decir, sin comprometer la posibilidad de generaciones futuras de lo utilicen.

De acuerdo con Amos Bien, la Organización Mundial del Turismo incluye estas dimensiones en su definición actualizada de turismo sostenible. En el documento referido se menciona:

"Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

1. Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias. El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles." (OMT Organización mundial del turismo, 2004)

El turismo propone una alternativa de desarrollo social y económico, como actividad que despunta como la más intensa y lucrativa de todas las actividades humana. Ni Internet podrá sustituir el placer de un viaje a un lugar desconocido, la aventura de una noche al aire libre o el degustar de una comida típica o exótica (Delgado, 2004). El principal objetivo del

turismo sostenible es la promoción de la comprensión, la tolerancia y la solidaridad entre las civilizaciones y el medio ambiente, siendo así un puente de respeto, preocupación por la biodiversidad, conservación del patrimonio ecológico entre los turistas y el destino turístico.

Economía naranja y turismo cultural

¿En qué consiste y qué impacto tienen en nuestra investigación?

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) publicó en 2013 un estudio denominado “La economía naranja: una oportunidad infinita”. Fue un análisis sobre la importancia y el aporte de la economía cultural y creativa que, a la hora de concretarse por sectores, dio paso al término “turismo naranja” como el fomento del desarrollo cultural, económico y social popular con sostenibilidad.

Este concepto, en cuyo desarrollo intervino el presidente Iván Duque, encaja a la perfección en el turismo como el mejor vehículo para desarrollar la economía naranja y abre un enorme abanico de posibilidades para los destinos del país si tenemos en cuenta que varios de ellos han incorporado la cultura, la innovación y la creatividad como pilares.

Los “millennials” y los “centennials”, como se denominan a los grupos de la era digital según su año de nacimiento, son buenos focos para ensayar el turismo naranja. No son los turistas convencionales y su afán por informarse y conocer de la manera más completa e intensa posible el destino ha generado un modelo turístico donde estos jóvenes van tras experiencias que efectivamente marcan sus vacaciones, visitando espacios que los incorporen e integren con su generación local y sus comunidades. (Lacouture, 2019)

El turismo naranja es un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas.

En este sentido nuestra investigación encaja perfectamente dentro del esquema de turismo naranja ya que uno de los objetos principales es el de promover el patrimonio urbanístico, arquitectónico, cultural, folklórico y paisajístico a través de recorridos turísticos.

Divulgando a través de experiencias reales y entretenidas nuestros valores sociales y culturales. Nuestra iniciativa gira en torno en el aprovechamiento de nuestra riqueza como ciudad para promoverla a conciudadanos y visitantes.

Bici móviles

¿Qué son y que aplicaciones tienen?

La bici móvil (también conocido como bici taxi, Rick Shaw, pedicab, ecotaxi o velotaxi) es un vehículo habitualmente de 3 ruedas (y en algunos pocos casos 4) destinado al transporte de pasajeros, construido bajo el principio de la bicicleta, accionado con tracción humana, con una capacidad de hasta 3 pasajeros adultos sentados y su conductor. En épocas recientes se ha incorporado un motor eléctrico que funciona como asistente al conductor, ayudándole en trayectos largos y empinadas cuestas. (Wikipedia)

Por su configuración y alcance en distancia, su ámbito es el transporte urbano de pasajeros, dentro de este contexto en algunas ciudades especialmente europeas las bicis móviles se han destinado para paseos turísticos o visitas guiadas por la ciudad. En algunas ciudades colombianas especialmente en Bogotá, las bicis móviles se han usado para prestar servicio de taxi en distancias cortas (no más de 5 kms) entre los barrios de la ciudad y entre el domicilio del pasajero y la estación del sistema de transporte masivo conocido como Transmilenio.

Actualmente existen diseños futuristas de la bici móvil clásico que a su vez incorporan nuevas tecnologías tanto en materiales más resistentes y livianos como en componentes eléctricos y electrónicos haciendo la bici móvil más funcional, más práctico, más cómodo (tanto para el conductor como para los pasajeros) y con mejores prestaciones en el servicio a prestar.

Este sistema de transporte alternativo y ecológico poco a poco está cobrando un protagonismo inusitado convirtiéndose en un fenómeno mundial que ya se ha implantado en ciudades asiáticas, europeas, y americanas.

Marco institucional

Nombre de la empresa

Bici tour Colombia SAS

Determinación de la forma jurídica

La figura jurídica es una Sociedad por acciones simplificada (SAS) cuyo capital total (Inversión) es aportado por su único accionista.

Las principales características de la Sociedad por acciones simplificada (SAS) son:

- Es unipersonal
- Se constituyen por documento privado.
- Su término de duración es indefinido.
- El objeto social es indeterminado
- Se limita la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales.
- Cuenta con voto múltiple.
- Existe libertad de organización.
- La revisoría fiscal o la junta directiva no son obligatorias.
- Se eliminan los límites sobre la distribución de las utilidades.

Se escoge este tipo de sociedad (Sociedad por acciones simplificada SAS) por las ventajas que ofrece, entre las cuales se destacan:

- El empresario no se ve obligado a crear la junta directiva, ni tampoco a cumplir requisitos como la pluralidad de socios.
- Este tipo de asociación es más flexible y menos costosa para realizar negocios.
- Mayor facilidad para contar con apoyo de fondos de capital de riesgo y capital semilla.
- Es posible diferir el pago del capital hasta por un plazo máximo de dos años, sin que se exija el aporte de ningún monto específico mínimo inicial.

- Existe libertad para que la sociedad establezca las condiciones y proporciones en que se realice el pago del capital.

El valor total de la inversión del proyecto solo para Ibagué será de \$150.000.000 aunque la inversión total considerando otras ciudades será de \$400 millones Este valor se destinará para:

- Importar de China 41 Bici móviles asistidos eléctricamente
- Comprar los 5 existentes que ya están en la ciudad de Ibagué
- Adecuar el taller para el proceso de ensamble
- Mantener un capital mínimo en la cuenta bancaria de la compañía de \$20.000.000
- Retornar al propietario 25 millones relacionados con estudio de pre factibilidad

Ubicación

Ibagué Tolima

Sector de la economía acorde al CIU

- CIU 9102 (Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos)
- CIU 7912 (Actividades de operadores turísticos. Agencias operadoras. Los guías de turismo)
- CIU 4921 (Transporte de pasajeros Las empresas de transporte terrestre automotor especial, empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.)
- CIU 7310 Publicidad

Principales productos y procesos

- Servicio de transporte-turístico: Contribuir al desarrollo de la ciudad por medio de la innovación, ofreciendo recorridos a locales y turistas, dando a conocer la historia, los lugares emblemáticos a través de la experiencia de bici tour.

- Servicio de publicidad y campañas: las bicis móviles son una alternativa llamativa y diferente en la ciudad para la realización de campañas publicitarias.
- Servicio de alquiler de vehículos para eventos especiales: Un estilo original y único en la ciudad donde los clientes tendrán la oportunidad de alquilar los vehículos para eventos privados, empresariales o sociales.
- Venta de los triciclos y sus partes: Se cuenta con un inventario para la venta con destino al mercado en el exterior, así como sus componentes.

Ilustración 1. Tipo de bicitaxi a utilizar en la prestación del servicio – Bicitour Colombia



Fuente: Bicitour Colombia

Nichos de mercado

El público objetivo ha sido establecido de acuerdo a los cuatro principales servicios:

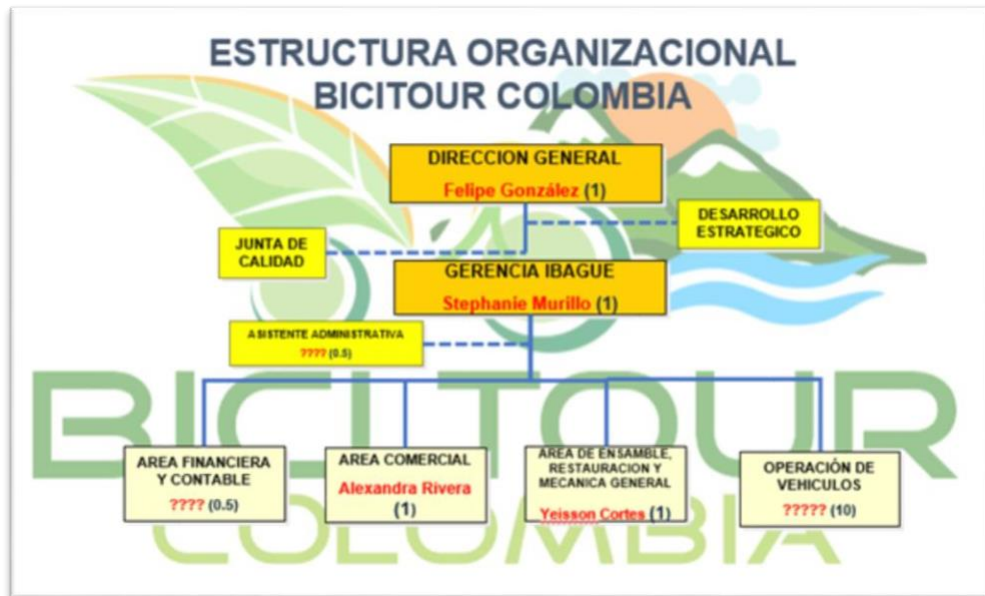
- Servicio de transporte turístico: Está dirigido a todas las personas que tengan un interés por ampliar la información de la ciudad. Aquellos residentes y visitantes que buscan una experiencia nueva de conocimiento a través de los sentidos, mediante la visión turística, es decir, poder recorrer y conocer la ciudad utilizando un medio de transporte diferente, amigable con el medio ambiente y de calidad.

También se ofrecerá el servicio a operadores turísticos, por medio de alianzas para la prestación de servicios a sus clientes.

- Servicio de publicidad y campañas de Mercadeo: Se el servicio de promoción de marca a empresas o instituciones interesados en la divulgación de sus productos o servicios a través de la publicidad en un medio de transporte amigable con el medio ambiente y generando un contacto directo con el público en general.
- Servicio de alquiler de vehículos para eventos especiales: El servicio de alquiler está dirigido a todo tipo de personas o entidades que quieran utilizar la bici móvil de manera privada o exclusiva para eventos sociales o empresariales, como una opción novedosa de recreación.
- Venta de los triciclos y sus partes: Dirigimos nuestro producto a personas o empresarios en el exterior que busquen la adquisición de los triciclos para su uso, acompañado del conocimiento técnico que implica para su calidad y buen funcionamiento.

Estructura organizacional

Ilustración 2. Estructura Organizacional Bicitour Colombia



Fuente: Propia

Metodologías de la investigación

Primer nivel

Enfoque, alcance y diseño de la investigación

Es necesario realizar un análisis desde una perspectiva cualitativa y cuantitativa, esto quiere decir que realizaremos un análisis mixto debido a los estudios que se deben ejecutar de alcance exploratorio no experimental teniendo en cuenta la naturaleza del proyecto; se define una variable junto a unos indicadores que permitan obtener la siguiente información de fuentes primarias y secundarias:

- Potencial turístico de la ciudad de Ibagué, Colombia.
- Turistas que llegan a la ciudad.
- Lugares visitados por los turistas.
- Personas interesadas en tener un servicio de turismo diferente e innovador.
- Rangos de tiempo por recorrido.

- Recursos disponibles de los turistas para pagar por recorrido.

Definición de variables

Se entiende que una variable es una propiedad que tiene variación y que esta puede medirse u observarse (Hernández, 2010) en este caso para el estudio de una alternativa turística que busque potencializar el turismo urbano sostenible en la ciudad de Ibagué, encontramos variables de tipos cuantitativas y cualitativas, como las siguientes:

Cualitativas: Sexo, nacionalidad, Idioma.

Cuantitativas:

- Pueden ser de tipo Continua, dentro de las cuales encontramos las siguientes: Distancia de los recorridos, peso de los pasajeros, horas de uso de los vehículos, forma de pago, tipo de moneda para pago.
- También existen de tipo Discretas, dentro de las cuales están variables como: Número de pasajeros a llevar, número de vehículos disponibles, cantidad de clientes.

A continuación, relacionamos su descripción:

Tabla 1 Variables

VARIABLE	TIPO	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL
Sexo	Cualitativa	Sexo del cliente	Femenino, Masculino

Nacionalidad	Cualitativa	El Lugar de Procedencia del Cliente	país o Ciudad
Distancia Recorridos	Cuantitativas / Continua	Se evaluará la distancia según el plan o recorrido que elija el cliente	Metros/Minutos
Peso Pasajeros	Cuantitativas / Continua	Se evaluará el peso de cada uno de los pasajeros	Kilogramos
Horas Uso vehículos	Cuantitativas / Continua	Se evaluará el uso del vehículo en el día	Minutos
Formas de Pago	Cuantitativas / Continua	Se define para el tipo de pago del cliente	Efectivo, Transferencia (PSE o Cuenta)

Moneda de Pago	Cuantitativas / Continua	Se define la moneda con la cual paga el cliente	Pesos, USD, EUR
Numero Pasajeros	Cuantitativas /Discretas	Se define por 1 o 2 pasajeros por vehículo	1 o 2 personas

Cantidad vehículos de la flota	Cuantitativas /Discretas	Se define la cantidad de vehículos de la empresa	Total vehículos
Numero vehículos Ocupados	Cuantitativas /Discretas	Se define la cantidad de vehículos ocupados	# vehículos Ocupados
Numero vehículos Disponibles	Cuantitativas /Discretas	Se define la cantidad de vehículos disponibles	VH. Disponibles= Total vehículos- Veh. Ocupados
Cantidad Clientes	Cuantitativas /Discretas	Se definen los clientes por día	# total de Clientes
Empleados	Cuantitativas /Discretas	Se definen el total de los empleados	# Empleados
Empleados Ocupados	Cuantitativas /Discretas	Se definen el total de los empleados ocupados	# Empleados Ocupados
Empleados Disponibles	Cuantitativas /Discretas	Se definen el total de los empleados disponibles	Empleados Disponibles= Total Empleados - Empleados Ocupados

Fuente: Propia

Población y muestra

La población de análisis son las personas interesadas en realizar los recorridos turísticos en la ciudad de Ibagué, usando como vehículo de transporte las bicicletas de la empresa. Se usará una metodología para muestras infinitas realizando un muestreo probabilístico aleatorio para la recolección y análisis de datos. (Hernández, 2010)

Según un estudio realizado por la Universidad Cooperativa de Colombia la ciudad de Ibagué tiene una población de 541.101 Habitantes al año 2018; Ibagué no es una de las ciudades más turísticas de Colombia pero tiene muchos lugares de interés como por ejemplo el cañón del Combeima; éste cuenta con el museo veredal ubicado en juntas, el balneario El Rancho, ascenso al Nevado del Tolima, Villa Restrepo y las misas de sanación, el mirador, teleférico y la casa de Jorge Isaac, además de diferentes restaurantes de comida típica, hoteles como Iguaima y diferentes atracciones turísticas.

El jardín botánico San Jorge (barrio el Carmen), fundación orquídeas del Tolima,(barrio Darío Echandía), Santafé de los Guadales, (cerca al puente de la variante armenia), Parque Museo la Martinica, Plaza de Bolívar, Parque Centenario, Museo del Arte del Tolima (ubicado en Belén), Conservatorio de Música, Museo Antológico (en la Universidad del Tolima).

El Salado, llamado ahora el pueblito tolimense, donde se encuentran diferentes fincas y villas que prestan servicio de alojamiento, restaurante y baño a sus visitantes, discotecas y demás.

Parques acuáticos: Tierra Caliente, Parque Deportivo, Comfenalco, Confatolima Club.

Bares: Estanco Modos, El Faro, Simón Dice, El Tereque, Franvel, la Baranda, La Estación Bar, Palla Caviche, El Club de los Salseros.

Restaurantes: Garbo, Altamirada, la Casona del Chuzo, la Parilla de Marcos, Lechoneria Eduvina, El Establo.

Deportivos: Parque deportivo y coliseo de las piscinas olímpicas, la ciclovia todos los domingos y festivos por la carrera 5.

Centros comerciales: Centro Comercial Combeima, Multicentro, la Estación, donde se encuentra una gran variedad en restaurantes, almacenes, teatros, juegos, supermercados.

Sus principales eventos de atracción turística son la celebración del festival folclórico colombiano que atrae gran cantidad de personas de todo el país e incluso extranjeros, de igual manera se realiza el festival de música colombiana anualmente.

En cuanto a hoteles la ciudad cuenta con dos hoteles cinco estrellas y otro que está en construcción, además cuenta con gran cantidad de hoteles que suplen las necesidades turísticas de la ciudad, como el Hotel Dann, Cacique Ibagué, Lusitania, Ambalá.

A pesar de no ser actualmente un principal destino de vacaciones para los colombianos Ibagué está proyectada a ser una ciudad Turística por su estratégica ubicación en el triángulo de oro (Bogotá- Cali- Medellín). (Universidad Cooperativa De Colombia, 2018)

Para el desarrollo de la metodología de investigación usaremos la fórmula para determinar el tamaño de la muestra infinita definida así:

$$z_{\alpha/2} \times \sqrt{P \times Q}$$

$$n = \frac{\quad}{e^2}$$

Donde n: es el tamaño de la muestra buscado, N: Tamaño de la población; Z: parámetro estadístico que depende del Nivel de Confianza (NC); e: error de estimación máximo aceptado; P: probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito); Q: Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

$$n = \frac{1.467 \times 0.5 \times 0.5}{0.05}$$

$$n = 215.2$$

Según el resultado obtenido de la ecuación se procede a realizar 215 encuestas las cuales servirán como análisis y recolección de información.

Segundo nivel

Selección de métodos o instrumentos para recolección de información

Para nuestro caso de estudio en donde tenemos una investigación mixta, debemos hacer uso de los métodos cualitativos y cuantitativos como:

Observación: Consiste en observar a los individuos en su entorno natural o en una situación que se produce de forma natural.

Los procesos que se observan son normales. Pueden abarcar desde casos individuales hasta grupos y comunidades enteras. La recolección de datos es laboriosa y requiere mucho tiempo y puede tener que repetirse para garantizar la fiabilidad. Sin embargo, los programas de observación basados en un conjunto de expectativas pueden facilitar la recolección de datos.

El nivel de participación del observador puede variar desde participante hasta no participante. El observador no participante tiene una interacción limitada con las personas observadas.

Los observadores pueden recolectar datos a través de notas de campo, grabaciones de vídeo o de audio, que pueden analizarse mediante herramientas de análisis cualitativo. Si se codifican las observaciones para obtener datos numéricos exactos, pueden analizarse mediante un enfoque cuantitativo.

Una de las principales ventajas de utilizar una observación es que puede dar lugar a una buena relación con los participantes, lo que les anima a hablar libremente. Esto contribuye a la riqueza de detalles de los datos recolectados.

Grupos de enfoque: es un método cualitativo de recolección de datos. Se trata de una técnica de entrevista en grupo, un moderado neutral, cuyo objetivo es recoger información sobre un número limitado de preguntas predefinidas.

La realización de focus groups requiere el respeto de ciertas normas metodológicas para garantizar la validez y el carácter científico.

Es uno de los instrumentos para recopilar información que permite explorar y estimular diferentes puntos de vista, gracias al encuentro de diversas personalidades que favorecen la expresión y el debate de opiniones.

Entrevistas: Son una herramienta principalmente para la recolección de datos cualitativos y son populares como instrumentos para recopilar información debido a su flexibilidad.

Las interacciones que se generan en una entrevista pueden presentarse de forma estructurada o semiestructurada para generar ideas y conceptos.

Al planificar y considerar una entrevista, se tienen en cuenta los siguientes factores:

Exhaustividad, Tacto, Precisión, Exactitud, Confidencialidad

Las entrevistas requieren habilidades especializadas por parte del entrevistador, que tendrá que tener una buena relación con el entrevistado para garantizar que realmente se recolecten y transcriban eficazmente un conjunto de datos cualitativos muy detallados y válidos.

Existen diferentes tipos de entrevista:

- Individuales, de intercambio verbal cara a cara
- Entrevistas grupales cara a cara (grupos de discusión)
- Encuestas telefónicas
- Las entrevistas pueden ser:
 - Realizadas de una sola vez
 - Realizadas como sesiones múltiples y más largas
- Entrevistas estructuradas, semi-estructuradas, no estructuradas

Encuestas: Son una herramienta diseñada para la recolección de datos cuantitativos, y se utiliza mucho en la investigación, ya que es un buen instrumento de investigación para recolectar datos estandarizados y hacer generalizaciones.

Las encuestas pueden proporcionar respuestas rápidas, pero hay que tener el debido cuidado a la hora de elaborarlos, para asegurarse de que no se influye en la respuesta que se recibe. El diseño de la encuesta debe reflejar los objetivos de la investigación. (Pro, 2021)

Técnicas y análisis de datos

Tabla 2 Técnicas y análisis de datos

Instrumento	Tecnica de Analisis	Descripcion
Entrevistas/ Encuestas	Estadística Descriptiva	Se basa en el recuento, ordenación y clasificación de los datos plasmados en tablas, gráficos; asigna la muestra a su mismo comportamiento, parte de lo general a lo particular
	Estadística Inferencial	Se apoya en el cálculo de probabilidades para la obtención de conclusiones; usa la técnica del muestreo y va de lo particular a lo general
	análisis del discurso	estudia el discurso como un suceso de comunicación, o una interacción verbal, junto con los elementos que lo circundan, ya sea aquellos propios del acto comunicativo en sí, o los relacionados con sus condiciones de producción y recepción
	Teoría Fundamental	propone construir teorías, conceptos, hipótesis y proposiciones partiendo directamente de los datos obtenidos en el campo de estudio, y no de supuestos a priori, de otras investigaciones o de marcos teóricos existentes.

Fuente: Propia

Análisis y Discusión de los resultados

Con el fin de conocer las preferencias del mercado se realizó una encuesta en los meses de Octubre y Noviembre de 2021 con los siguientes resultados.

Fecha de Realización: Octubre 15 – Noviembre 2

Tamaño de la muestra: 215 Respuestas

Numero de preguntas: 12

Método de realización: Virtual

Enlace a los resultados:<https://docs.google.com/forms/d/1o1JB5OaU-RsMaq5QSuWDPkjnoJUR8Wp6aAT1ZwGJOI/edit#responses>

Pregunta 1.

Edad
215 responses

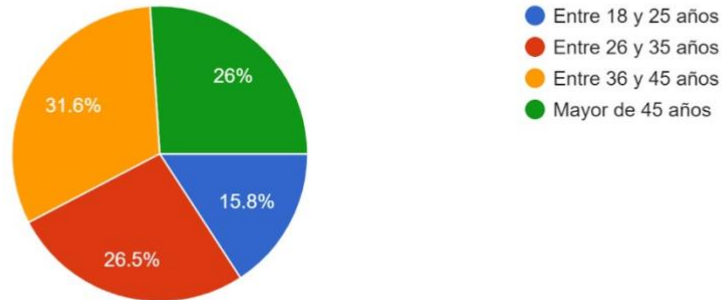


Ilustración 3. Resultados Pregunta 1

La mayoría de los encuestados presentó un rango de edad entre 36 y 45 años (31.6%), seguido por los rangos 26 y 35 (26.5%) y Mayor de 45 años (26%), el menor grupo fue el rango entre 18 y 25 años (15.8%). Se puede evidenciar una distribución equitativa entre 3 de los rangos de edad salvo el grupo de los más jóvenes quienes tuvieron una menor representación en la muestra.

Pregunta 2:

Genero
215 responses

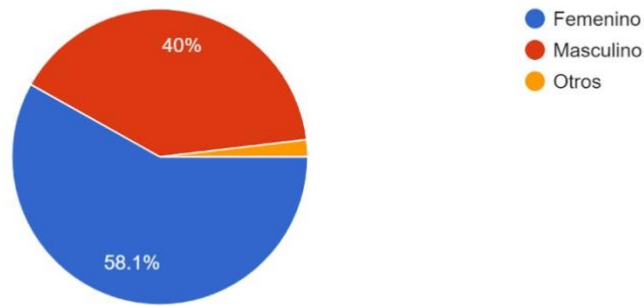


Ilustración 4. Resultados Pregunta 2

El 58.1% de los encuestados es de género femenino, mientras que el 40% es de género masculino, una participación inferior al 2% es indeterminado. Existe una leve inclinación hacia el género femenino en el desarrollo de esta encuesta.

Pregunta 3.

Le gusta Viajar?
215 responses

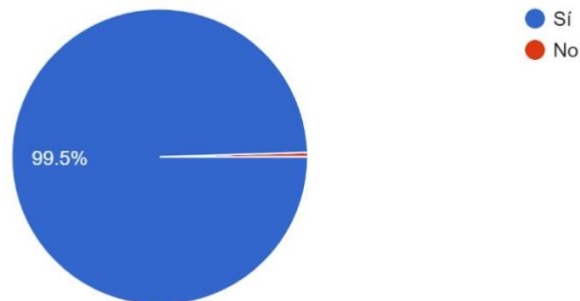


Ilustración 5. Resultados Pregunta 3

Para esta pregunta un 99.5% contestó que sí, menos de un 0.5% manifestó no gustarle viajar.

Pregunta 4.

Con que frecuencia viaja?

215 responses

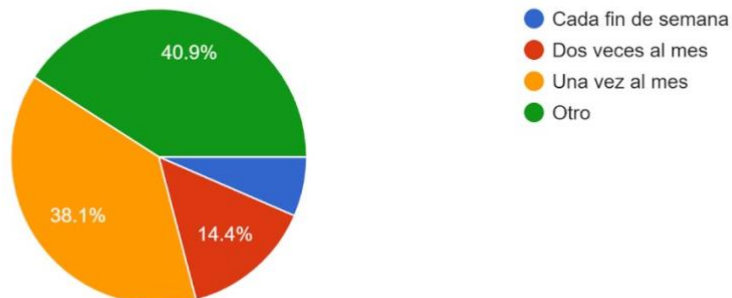


Ilustración 6. Resultados Pregunta 4

Casi el 41% contestó “otro”, el 38.1% contestó hacerlo al menos una vez al mes, el 14.4% dos veces al mes y una proporción inferior al 7% cada fin de semana.

Pregunta 5.

Que medio de transporte utiliza para visitar sitios turísticos?

215 responses

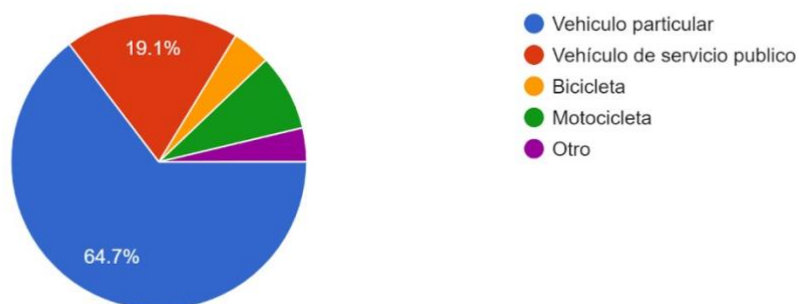


Ilustración 7. Resultados Pregunta 5

La gran mayoría de los encuestados (64.7%) manifestó transportarse para visitar los sitios turísticos en vehículo particular, seguido por vehículo de servicio público (19.1%) y motocicleta (10%). Muy pocos encuestados manifestaron transportarse en bicicleta o utilizar otro método de transporte.

Pregunta

6.

Ha escuchado o conoce el Bicitaxi?
215 responses

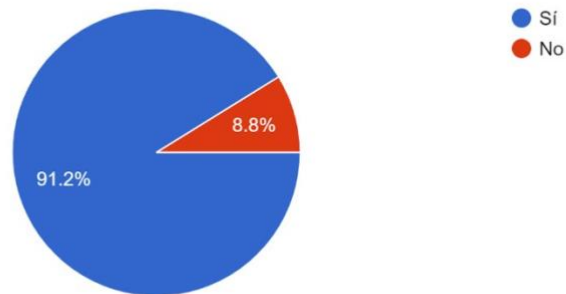


Ilustración 8. Resultados Pregunta 6

La gran mayoría de los encuestados ha escuchado o conoce el bicitaxi (91.2%) solo un 8.8% manifiesta no haber escuchado acerca del bicitaxi.

Pregunta 7.

Usted sabía que los Bicitaxis son utilizados como medio de transporte turístico sostenible?

215 respuestas

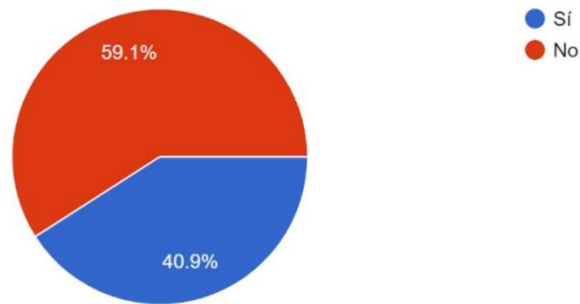


Ilustración 9. Resultados Pregunta 7

La mayoría de los encuestados (59.1%) manifiesta NO conocer que los bicitaxis son utilizados con fines de transporte turístico sostenible. Un 40.9% si manifesto SI conocer que los bicitaxis se utilizan con propósitos turísticos.

Pregunta 8.

Le parece interesante la implementación de este tipo de transporte (BiciTaxi) para conocer y visitar sitios turísticos?

215 respuestas

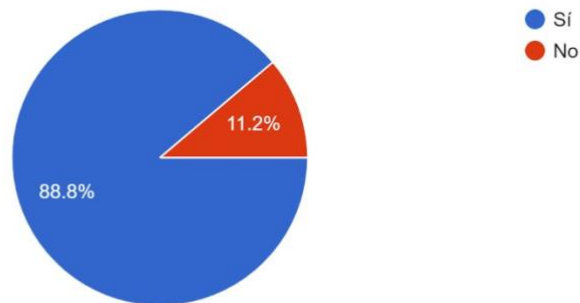


Ilustración 10. Resultados Pregunta 8

La inmensa mayoría de los encuestados (88.8%) manifiesta como interesante la implementación de los bicitaxis con propósitos y fines turísticos. Solo un 11.2% piensa que no es interesante conocer y visitar sitios turísticos a través de un bicitaxi.

Pregunta 9.

Cree usted que el uso del BiciTaxi favorece el cuidado del medio ambiente?

215 respuestas

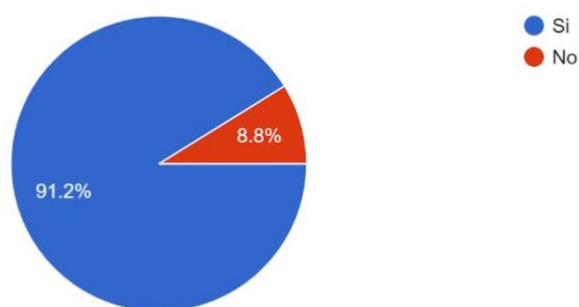


Ilustración 11. Resultados Pregunta 9

El 91.2% de los encuestados cree que el bicitaxi favorece el cuidado del medio ambiente, un 8.8* considera que no lo favorece.

Pregunta 10.

El BiciTour es un medio de transporte que piensa en la sostenibilidad y cuidado del medio ambiente. Estaría usted dispuesto a usarlo?

214 responses

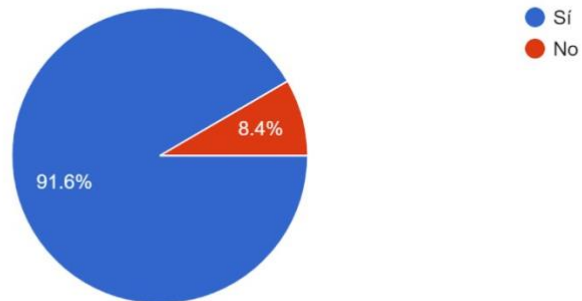


Ilustración 12. Resultados Pregunta 10

La gran mayoría de encuestados (91.6%) estaría dispuesto a usar el bicitaxi, una minoría (8.4%) definitivamente no lo usaría.

Pregunta 11.

Qué tan interesante le parece la ciudad de Ibagué como destino turístico?

215 responses

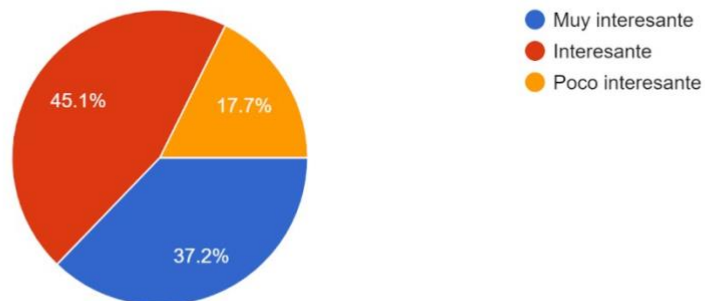


Ilustración 13. Resultados Pregunta 11

En cuanto a que tan interesante los encuestados perciben la ciudad de Ibagué como destino turístico, el 45.1% manifestó percibir la ciudad como un destino interesante, el 37.1% como muy interesante y solo un 17.7% piensa que el destino es poco interesante.

Pregunta

12.

Por ultimo, en la ciudad de Ibague se encuentran diferentes sitios turísticos, cuales de las siguientes rutas le gustaría realizar, utilizando como medio de transporte el BiciTour

215 respuestas



Ilustración 14. Resultados Pregunta 12

El 36.3% considera todas las rutas como interesantes para realizar, seguido por la ruta de los parques acuáticos (34%), Bares & Estancos (7%), Ninguna de las anteriores (7%) y Centros Deportivos 6%.

Como conclusiones que podemos desprender de la encuesta realizada es que a la gran mayoría de los encuestados les gusta viajar, pero no es tan frecuente, posiblemente realicen viajes con fines turísticos entre 3 y 4 veces al año, es una actividad de alta preferencia por la mayoría. Cuando lo hacen lo hacen principalmente en vehículo particular. El bicitaxi es percibido como un vehículo interesante y llamativo para la mayoría con la ventaja de ser amigable con el medio ambiente y en línea con los principios de sostenibilidad urbana. Finalmente, la mayoría encuentra la ciudad de Ibagué como un destino medianamente

interesante y en caso de realizar un tour pareciera que los parques temáticos y de diversiones, así como los bares y estancos serían los lugares predilectos de los turistas.

Análisis relacionado con los objetivos específicos

- Determinar el grado de satisfacción de los usuarios al realizar el planteamiento del proyecto.

La gran mayoría de usuarios percibe el proyecto como una interesante alternativa para la ciudad así como un método diferente para realizar turismo, percibe las ventajas medioambientales del vehículo y se sentiría dispuesto a utilizar el servicio. Igualmente percibe la ciudad de Ibagué al menos como un destino interesante para conocer.

- A nivel de funcionamiento y operatividad para un operador de una flota de bicitaxis se relacionan a continuación los siguientes modelos de negocio:

Servicio de transporte-turístico: Se contribuye a ampliar la oferta turística ofreciendo recorridos en lugares emblemáticos e importantes de la ciudad. Se brinda un punto de vista diferente como alternativa de turismo en la ciudad.

Servicio de publicidad y campañas: los bici móviles son una alternativa llamativa y diferente en la ciudad para la realización de campañas publicitarias. Se genera expectativa con el bicitaxi. Se logra entrar en contacto con los habitantes de la ciudad en su día a día y se realiza un apoyo en las estrategias de mercadeo para muchas compañías como medio publicitario de sus productos o servicios.

Servicio de alquiler de vehículos para eventos especiales: Bicitaxis disponibles para utilizar en eventos privados empresariales o sociales.

Venta de triciclos y sus partes: Con un inventario adicional se puede lograr un ingreso extra relacionado con la venta de triciclos partes y su servicio posventa.

• Analizar los posibles impactos ambientales al realizar la implementación del proyecto. Con una flota de bicitaxis asistidos eléctricamente se presenta:

Un mejoramiento en la calidad del aire ya que son vehículos no contaminantes

Disminución en la congestión vehicular al ocupar un espacio mucho menor que un vehículo convencional (van, minivan)

Disminución en la contaminación auditiva al ser vehículos completamente silenciosos.

Un mejoramiento en la apariencia estética de la ciudad con un diseño moderno y estilizado.

• Generar un balance en relación con el costo-beneficio de la implementación del proyecto.

Para contestar a esa pregunta se realizó el siguiente análisis DOFA.

Tabla 3. Análisis DOFA Bicitour Colombia

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">▪ Modelo de negocio novedoso y exclusivo▪ Propuesta ecológica de gran acogida	<ul style="list-style-type: none">▪ Ibagué no es una ciudad dedicada fuertemente al turismo

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Solvencia económica previa ▪ experiencia en el sector Equipo promotor ▪ capacitado Tres formas de ▪ generación de ingresos Prestación de servicio turístico ▪ personalizado Flexibilidad durante los recorridos turísticos ▪ Página Web estructurada Soporte de casa matriz ▪ Alianza con el proveedor 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hay sectores y rutas por la ciudad donde sería imposible circular por los accidentes geográficos ▪ Periodo inicial de adaptación y marcha del negocio ▪ Se comienza con un número limitado de vehículos y licencias
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promoción de la alcaldía a las iniciativas verdes ▪ Condiciones de clima favorables para la prestación del servicio durante todo el año 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Situación económica del país ▪ Restricción de leyes (permisos y licencias) ▪ Posible entrada de competencia directa ▪ Medidas que puedan tomar la competencia indirecta

- No existencia de competencia directa
- El Turismo se está promoviendo fuertemente en la ciudad
- Posibilidad de expansión del negocio a otras ciudades en Colombia.
- Tendencia de la población al apoyo de las empresas con propuestas ecológicas
- Cambio brusco en clima (temporada de lluvia)

Determinar las posibles rutas a seguir dentro del ofrecimiento de los paquetes turísticos.

Rutas propuestas

VIVA IBAGUÉ TOUR

Zona de visita: Centro Histórico de la Ciudad

Duración estimada del recorrido: 1 hora

Distancia recorrida: 6.76 kms



Ilustración 15. Ruta 1 Ibagué Viva Tour

Paradas a realizar:

Carrera Tercera

Teatro Tolima

Plazoleta y Biblioteca Darío Echandía

Parque Manuel Murillo Toro

Edificio Banco de la República

Gobernación del Tolima

Plaza de Bolívar

Catedral Primada de Ibagué

Edificio de la Arquidiócesis

Edificio Urrutia

Edificio Nacional

Alcaldía de Ibagué

Palacio de Justicia

Conservatorio del Tolima

Parque de la Música (Parada 1)

Zona antigua barrio La Pola

Museo de Arte del Tolima (Parada 2)

Panóptico (Parada 3)

EFAC

Calle 10 Terraplén parque Centenario

Plazoleta de Artesanos

Calle 10 monumentos

GOLDEN MILE TOUR

(Zona nueva de la ciudad centros comerciales, estancos y bares)

Zona Calle 60

Duración estimada del recorrido: 1 hora

Distancia recorrida: 5 kms

Conclusiones

¿Qué beneficios podría tener la implementación del programa de Bici móvil como herramienta para promocionar el turismo urbano sostenible? - Analizar los beneficios del uso del Bici-Tour como una alternativa para promocionar el turismo urbano sostenible.

A través de una moderna flota de triciclos asistidos eléctricamente y sus correspondientes conductores, la compañía operadora de bicitaxis puede ofrecer paseos turísticos de una manera original (diferente), divertida, y amigable con el medio ambiente, recorriendo y disfrutando de los tesoros arquitectónicos, históricos, urbanísticos, culturales propios de las ciudades colombianas.

Sin embargo, resulta pertinente y apropiado validar el proyecto de alcance nacional con uno de alcance local que sirva de piloto en donde se pueda probar el plan de negocio, entender de primera mano el mercado, y evaluar tanto el impacto del servicio, como los posibles ajustes que en el camino se puedan presentar.

De acuerdo a los resultados de la encuesta se concluye que Ibagué es percibida como una ciudad intermedia con altas posibilidades de proyección al turismo nacional donde la competencia de paseos turísticos es casi nula. Ibagué es una ciudad ubicada entre tres de los centros poblados mas importantes del país (Bogotá, Medellín y Cali) a través del servicio de bicitaxi se puede contribuir en la divulgación y conocimiento del patrimonio, cultura y riqueza histórica de la ciudad a través de la prestación de un servicio seguro, profesional e innovador.

Consideramos que el servicio turístico prestado en bicitaxi no solo se relaciona con un medio de transporte diferente sino que hace parte de una tendencia actual arraigada con una mentalidad ecológica y de cuidado del medio ambiente. Al tratarse de un transporte alternativo y limpio para la ciudad, se logra enviar un mensaje positivo de transformación en la que los vehículos de combustión gradualmente deberán ser reemplazados por otros de

tecnologías limpias como los eléctricos o asistidos eléctricamente, adicionalmente se trabaja en el mejoramiento de la calidad del aire, la disminución en la congestión vehicular y disminución de la contaminación auditiva.

Debido a la innovadora apariencia de los triciclos, diseño atractivo, bajos costos de impresión y versatilidad, los bicitaxis podrían ofrecer a la ciudad una alternativa para anunciantes y publicistas, promocionando en exteriores sus diferentes marcas, haciendo sostenible el modelo de negocio.

La gran mayoría de usuarios percibe el proyecto como una interesante alternativa para la ciudad así como un método diferente para realizar turismo, percibe las ventajas medioambientales del vehículo y se sentiría dispuesto a utilizar el servicio. Igualmente percibe la ciudad de Ibagué al menos como un destino interesante para conocer.

A nivel de funcionamiento y operatividad para un operador de una flota de bicitaxis los modelos de negocios mencionados son: Servicio de Transporte-turístico, Servicio de campañas de publicidad, servicios de alquiler para eventos especiales y venta de triciclos y sus partes.

En cuanto a los posibles impactos ambientales con la implementación del proyecto se tiene un mejoramiento en la calidad del aire, una disminución en la congestión vehicular, una disminución en la contaminación auditiva y un mejoramiento en la apariencia estética urbana.

En relación con el análisis costo-beneficio de la implementación del proyecto se tiene una inversión considerable al comienzo del proyecto con una proyección de ingresos sostenida a lo largo del tiempo apoyada en un modelo de negocio novedoso, un equipo promotor capacitado y un modelo flexible de negocio y de propuestas en las rutas. No hay que perder de vista sin embargo que existe un periodo inicial y de adaptación, la cantidad de vehículos es limitada y en la actualidad con la pandemia el sector turismo es una de las industrias más afectadas y se espera una lenta recuperación.

Lista de referencias

Agencia europea de medio ambiente. (11 de 09 de 2001). El transporte resulta cada vez más nocivo para el medio ambiente europeo. Europa.

Amos Bien. (s.f.). UNA GUÍA SIMPLE PARA LA PARTICIPACIÓN DEL TURISMO. Center for Ecotourism and Sustainable Development.

ANI (2019). Plan de Transporte Multimodal.

<https://www.ani.gov.co/planes/planmaestrohttps://www.ani.gov.co/planes/plan-maestro-de-transporte-intermodal-22006de transporte-intermodal-22006>

Barrera, C., & Bahamondes, R. (02 de 11 de 2012). Revistas académicas Chilenas.

Obtenido de Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente: <https://revistaschilenas.uchile.cl/handle/2250/36829>

Benito Fraile, A. E. (2007). Del Turismo Sostenible al Turismo Socialmente Responsable.

En: Desafíos y compromisos del turismo: hacia una visión más humana. Congreso UNIJES.

Bilbao: Universidad de Deusto, pp. 333-345.

Borrero, N., Gómez, G., & Morcate, F. (2015). El Puerto de Boniato. Alternativas para un desarrollo sustentable. *Arquitectura y Urbanismo*, 36(2), pp. 41-62. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-58982015000200004

Boyra Amposta, J. (2007). Turismo y Desarrollo: los términos de una dialéctica.

En:

Desafíos y compromisos del turismo: hacia una visión más humana. Congreso UNIJES.

Bilbao:

Universidad de Deusto, pp. 177-203.

Cardenas Rivera, L. A. (2020). Proyecto de investigación. Ecoturismo, oportunidad sostenible de desarrollo económico en el municipio de Sotaquirá. Boyaca.

Cardoso, C., Castillo, M., & Hernández, C. (2014). Sosteniendo al turismo o turismo sostenible. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23, pp. 376-395. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180730867009.pdf>

Caribbean News Digital. (21 de 03 de 2018). Viajar, cada vez más fácil y barato. Obtenido de <https://www.caribbeannewsdigital.com/es/noticia/viajar-cada-vez-mas-facil-ybarato>

Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo. Internacional Council on Monuments and Sites (ICOMOS). Disponible en: http://www.international.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf

Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo y Brundtland, G. H. (1989).

Nuestro Futuro Común. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/105305734/> ONU- Informe-

Brundtland-Ago-1987-Informe-de-la-Comision-Mundial-sobre- Medio-Ambiente-y- Desarrollo.

Delgado, A., & Pantoja, F. (2016). Valoración del paisaje en una propuesta de turismo sostenible: la "Ruta del Oro", Nariño (Colombia). *Revista Colombiana de Geografía*, 25(1), pp.

233-253. Recuperado de Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcdg/v25n1/v25n1a16.pdf>

Delgado, J. (06 de Febrero de 2004). Turismo Responsable: una visión homeostática.

Recuperado el 17 de Enero de 2011, de ECOPORTAL.NET:
<http://www.ecoport.net/content/view/full/25702>

Departamento Nacional de Planeación, Una política ambiental para Colombia, documento CONPES DNP 2544, 1991.

Departamento Nacional de Planeación y Presidencia de la República, Plan nacional de desarrollo: “el salto social”, 1994. Departamento Nacional de Planeación, Unidad de Política Ambiental, “Crisis ambiental en Colombia”, en revista Planeación y Desarrollo, vol. XXVI, nº 3, julio-septiembre 1995.

Ecoturismo. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_ecol%C3%B3gico

ENKERLIN, E; CANO, G.; GARZA, R.; VOGEL, E., Ciencia ambiental y desarrollo sostenible, Internacional Thomson Editores, 1997.

Epler Wood, M. (2002). Ecotourism: principles, practices & policies for sustainability. Paris: United Nations Environment Programme (UNEP).

Esposito, L. G. (03 de 08 de 2018). Entorno turístico. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/turismo-sustentable-por-que/>

FLORÉZ, A.G.; BAPTISTE, L.G., Ecología y política internacional. El caso colombiano, en CEI, Universidad de los Andes, 1990.

Giné, H. (1996). El uso del potencial natural de los paisajes como recurso turístico. Implicaciones medio ambientales. Revista de desarrollo rural y cooperativismo agrario.

Lacouture, M. C. (29 de 03 de 2019). Turismo Naranja. La importancia y el aporte de la economía cultural y creativa que, a la hora de concretarse por sectores.

Las nuevas formas del turismo y el valor del patrimonio (s.f.). Recuperado el 18 de

Diciembre de 2011, de [http://turismoarauca.com/content/view/496001/LAS-](http://turismoarauca.com/content/view/496001/LAS-NUEVAS-)

FORMAS-DEL-TURISMO-Y-EL-VALOR-DEL-PATRIMONIO.html

Ministerio del Medio Ambiente e ICFES, Cuentas ambientales y economía de la sostenibilidad, 1997.

Ministerio del Medio Ambiente, Ley 99 de 1993.

MinCIT (2020). Ministerio de Industria, comercio y Turismo de Colombia. Informes de Turismo. <http://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-einformes/informes-dehttp://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-einformes/informes-de-turismoturismo>

Morillo Moreno, M. (2007). Turismo sustentable. Recuperado el 2012 de Enero de 05, de http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17208/1/morillo_turismo_sustentable.pdf

Noguera Tur, J., Ferrándis Martínez, A. y Riera Spiegelhalder, M. (2012). De complemento a motor: la transformación de la función del ocio y turismo en las estrategias de desarrollo local. El caso de la recuperación y valorización del patrimonio cultural. Arbor, 188, 754, pp. 379-393. <https://doi.org/10.3989/arbor.2012.754n2010>

OMT Organización mundial del turismo. (2004). Organización mundial del turismo.

Obtenido de Objetivos de desarrollo sostenible: <https://www.unwto.org/es/desarrollosostenible>.

OMT. (Agosto de 2004). Desarrollo Sostenible del Turismo - OMT. Recuperado el 05 de Enero de 2012, de Definicion Conceptual:

<http://www.manizales.unal.edu.co/modules/ununesco/admin/archivos/desarrollosostenible/elturismo.pdf>

Organización internacional del trabajo. (2019). El turismo sostenible: un catalizador del desarrollo socio económico.

Perspectivas y tendencias del ocio y la recreación en el siglo XXI. (2008). Recuperado el 05 de Enero de 2012, de <http://www.ipef.edu.ar/investigacion/nucleo/ulpgc/pon12b.pdf>

Pineda, J. (2020). La Bicicleta como el Mejor Transporte Ecológico del Futuro. Obtenido de <https://encolombia.com/medio-ambiente/interes-a/fomentar-uso-bicicleta/>

PONCE DE LEÓN, EUGENIA, “Evolución y perspectivas de la legislación ambiental en Colombia”, en seminario internacional “desarrollo sostenible”, diario El Espectador, CEI, PNUD, Ministerio del Medio Ambiente, 1997.

Programa de turismo responsable. (2008). Estrategia de turismo sustentable. Argentina.

Pulido Fernández, J. I. (2003). Turismo de naturaleza y sostenibilidad. A Distancia, 21, 1, pp. 32-46.

Ramírez Guerrero, G. (Junio de 2015). LA GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE.

RAMÍREZ, J.M., “Políticas ambientales en Colombia: un modelo de equilibrio general”, en revista Planeación y desarrollo, vol. XXVII, nº 2, abril-junio de 1996.

Rivas García, J. y Magadán Díaz, M. (2008). Planificación y Gestión Sostenible del Turismo, Oviedo: Septem ediciones.

Rodríguez Alarcón, A. (2019). TURISMO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN CONTEXTO DE POSCONFLICTO.

Sancho, A. y Buhalis, D. (dirs.) (1998). Introducción al turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo. Disponible en: https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/81-introduccionalturismo_omt.pdf

Tovar, L., Mendoza, R., & Castillo, M. (2015). La responsabilidad social en el conocimiento turístico: una reflexión filosófica. *Revista de Cultura e Turismo - Cultur*, 9(3), pp. 1-22. Recuperado de <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano9-edicao3/1.pdf>

Turismo Responsable. (07 de Abril de 2010). Viaje a la Sostenibilidad, ¿Qué es el turismo Responsable? Recuperado el 05 de Enero de 2012, de <http://turismohttp://turismosostenible.net/2010/04/07/%C2%BFpero-que-es-el-turismo-responsable/sostenible.net/2010/04/07/%C2%BFpero-que-es-el-turismo-responsable/>

Twenergy. (06 de 11 de 2019). Twenergy. Obtenido de <https://twenergy.com/ecologia-y-reciclaje/medio-ambiente/consecuencias-turismo-medioambiente/reciclaje/medio-ambiente/consecuencias-turismo-medio-ambiente/>

Your travel. (28 de 12 de 2021). Your travel. Obtenido de Viajar está de moda: <https://viajarconpromociones.com/viajar-esta-de-moda/>

Zárate Martín, M. A. (2012). Paisaje, forma y turismo en ciudades históricas. *Estudios Geográficos*, 73, 273, pp. 657- 694. <https://doi.org/10.3989/estgeogr.201223>

Bibliografía

Agencia Europea de medio ambiente. (11 de 09 de 2001). El transporte resulta cada vez más nocivo para el medio ambiente europeo. Europa.

Barrera, C., & Bahamondes, R. (02 de 11 de 2012). *Revistas académicas Chilenas*. Obtenido de Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente: <https://revistaschilenas.uchile.cl/handle/2250/36829>

Caribbean News Digital. (21 de 03 de 2018). Viajar, cada vez más fácil y barato. Obtenido de <https://www.caribbeannewsdigital.com/es/noticia/viajar-cada-vez-mas-facil-ybarato>

Delgado, J. (06 de Febrero de 2004). *Turismo Responsable: una visión homeostática*. Obtenido de <http://www.ecoportel.net/content/view/full/25702>

Esposito, L. G. (03 de 08 de 2018). *Entorno turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/turismo-sustentable-por-que/>

Gonzalez, E. (s.f.). El ambiente: Mucho mas que ecologia.

Henderson, J. (2009). Transport and tourism destination development: An Indonesian perspective.

Hernandez, F. y. (2010). Metodologias de la investigacion . mexico, Mexico: McGraw Hill.

Lacouture, M. C. (29 de 03 de 2019). Turismo Naranja. *La importancia y el aporte de la economía cultural y creativa que, a la hora de concretarse por sectores*.

OMT Organización mundial del turismo. (2004). *Organización mundial del turismo*. Obtenido de Objetivos de desarrollo sostenible: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Pineda, J. (2020). *La Bicicleta como el Mejor Transporte Ecológico del Futuro*. Obtenido de <https://encolombia.com/medio-ambiente/interes-a/fomentar-uso-bicicleta/>

Pro, Q. (2021). *Instrumentos para recopilar información*. Obtenido de

<https://www.questionpro.com/blog/es/instrumentos-para-recopilar-informacion/>

Sanchez, G. (Marzo de 2002). *Desarrollo y medio ambiente: una mirada a Colombia*.

Santamarta, J. (2000). *El turismo y el medio ambiente*.

Tang, C. (2015). Energy consumption and carbon emission for tourism transport in World Heritage Sites: a case of the Wulingyuan area in China. *A United Nations Sustainable Development Journal*.

Twenergy. (06 de 11 de 2019). *Twenergy*. Obtenido de <https://twenergy.com/ecologiayreciclaje/medio-ambiente/consecuencias-turismo-medio-ambiente/>

Universidad Cooperativa De Colombia . (2018). *Universidad Cooperativa De Colombia*

Internacionalización Ibagué. Obtenido de

<https://www.ucc.edu.co/internacionalizacion/Paginas/ibague.aspx>

Wikipedia. (s.f.). *Bicitaxi*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Bicitaxi>

Your travel. (28 de 12 de 2021). *Your travel*. Obtenido de Viajar está de moda:

<https://viajarconpromociones.com/viajar-esta-de-moda/>