

Inversiones sostenibles: agroecoturismo.

Sustainable investments: agroecotourism.

Luisa Stella Paz Montes¹ Guillermo Enrique Contreras Lopez², Nevis Balanta Castilla³

^{1,2}Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta - Colombia

³Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas, Caldas - Colombia

Recibido: 17 de octubre de 2019.

Aprobado: 17 de diciembre de 2019.

Resumen— El turismo rural, es una práctica dirigida a las personas que les agrada el contacto con la naturaleza; incluye diversas actividades donde los turistas además de descansar, experimentan nuevas situaciones como alojarse en las viviendas campestres, disfrutar la parte agrícola o forestal y compartir las costumbres de los moradores de esos lugares. El objetivo del proyecto es analizar los recursos turísticos naturales de la vereda Uregue Rujas perteneciente al municipio de Chinácota que permita revelar, lo importante y viable que resulta el ejercicio productivo y comercial, en un entorno natural, con el menor impacto ambiental posible. Para ello, se apoya en la teoría de economía verde donde la tendencia es hacia la sostenibilidad ambiental y se recomiendan estrategias que signifiquen ahorro y viabilidad para las empresas. La investigación fue de tipo descriptivo, se caracterizaron diversos aspectos, que componen el diseño de un proyecto de inversión. Se presenta un diagnóstico del sector, que permitió establecer las características del mercado objetivo, e identificar sus competencias. Los resultados arrojaron que es notable plantear acciones que impulsen la creación de nuevos proyectos agro turísticos, generando ideas y confrontándolas para posteriormente consolidar el proyecto. Finalmente, existe un mercado efectivo e interesado en proyectos agroecoturísticos en el Municipio objeto de estudio que permitan incentivar el turismo, crear conciencia ecológica y fortalecer la economía al crear fuentes de empleo en inversiones sostenibles. Con la implementación de un proyecto agroecoturístico se permitirá el repunte de la región y la sostenibilidad en los ámbitos económico, social y ambiental, a través de la sinergia entre la conservación y la producción sostenible como estrategia de desarrollo.

Palabras Claves: agroturismo, inversión, sostenible, negocios verdes.

Abstract— Rural tourism is a practice aimed at people who like contact with nature; it includes various activities where tourists, in addition to resting, experience new situations such as staying in country houses, enjoying the agricultural or forestry part and sharing the customs of the inhabitants of these places. The objective of the project is to analyze the natural tourist resources of the Uregue Rujas village, which belongs to the municipality of Chinácota, in order to reveal the importance and viability of productive and commercial activities in a natural environment with the least possible environmental impact. To do this, it is based on the theory of green economy where the trend is towards environmental sustainability and recommends strategies that mean savings and viability for businesses. The research was of a descriptive type, and various aspects were characterized, which make up the design of an investment project. A diagnosis of the sector is presented, which allowed to establish the characteristics of the target market, and to identify its competences. The results showed that it is remarkable to propose actions that promote the creation of new agro-tourism projects, generating ideas and confronting them in order to later consolidate the project. Finally, there is an effective market interested in agro-ecotourism projects in the municipality under study, which will encourage tourism, create ecological awareness and strengthen the economy by creating sources of employment in sustainable investments. With the implementation of an agro-ecotourism project, the region will be able to recover and become sustainable in the economic, social and environmental spheres, through the synergy between conservation and sustainable production as a development strategy.

Keywords: agrotourism, investment, sustainable, green business.

*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: luisastellapm@ufps.edu.co (Luisa StellaPaz Montes).

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad de Santander.

Este es un artículo bajo la licencia CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Forma de citar: L.S. Paz-Montes, G. E. Contreras-Lopez y N. Balanta-Castilla, "Inversiones sostenibles: agroecoturismo", Aibi revista de investigación, administración e ingeniería, vol. 8, no. 1, pp. 140-146, 2020, doi: [10.15649/2346030X.687](https://doi.org/10.15649/2346030X.687)

I. INTRODUCCIÓN

El mundo globalizado y la constante preocupación por el medio ambiente hace necesario y recomendable desarrollar modelos productivos, que mejoren la calidad de vida de las comunidades sin detrimento de los recursos naturales de la zona donde estén ubicados; El propósito es incentivar el desarrollo de las regiones, generando ingresos mediante atractivos naturales y turísticos de interés para los visitantes. Esta alternativa, denominada “Ecoturismo” es una opción viable para generar progreso económico, cultural y bienestar social en las regiones donde se establecen. Vallejo (2010).

Granja Chibara es un proyecto de servicios de agro ecoturismo, a desarrollar en el Municipio de Chinácota, Norte de Santander, dado su gran potencial ecoturístico por su cantidad de zonas de esparcimiento al aire libre. Cuenta con variedad de caminos reales para el Turismo de senderismo, caminar, cabalgar o pedalear, sin mayor riesgo, pues son caminos con poco tránsito vehicular y de hermoso paisaje, su agradable clima que brinda temperaturas entre 19 a 30 grados centígrados, además de contar con todos los servicios públicos y comodidades de cualquier ciudad capital.

El ecoturismo como actividad económica ha reactivado gran cantidad de municipios en todo el territorio nacional. Según (Agudelo Morato, Ramirez Gomez, & Londoño Valencia, 2015) municipios igualmente desconocidos y golpeados por la violencia, como Cocorná, San Luis y Puerto Triunfo (Rio Claro), han logrado reactivarse y convertirse en íconos del turismo, es por ello, que se pretende diseñar un proyecto de agro ecoturismo en el municipio de Chinácota, que permita aprovechar las oportunidades que presenta la ciudad.

II. MARCO TEÓRICO

La OVNS (2014) Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles, ante la pregunta de ¿Qué son los negocios verdes? Los define como actividades en las que se ofrecen bienes o servicios, los cuales generan impactos positivos e incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio.

a. Criterios de los negocios verdes

De acuerdo con el Minambiente (2014) los Negocios Verdes se caracterizan porque ofrecen variadas opciones de distracciones realizadas en campo abierto y en contacto con la naturaleza, que motivan a las personas a optar por este tipo de turismo; de igual manera promueven la producción y consumo de productos provenientes directamente del campo, incentivando la cultura ambiental la cual esta basada en el uso eficiente de recursos (Botero, 2016). Estos aspectos son fundamentados para la sostenibilidad, la calidad del bien o servicio y la generación de impactos ambientales y sociales positivos.

b. Turismo alternativo, agro ecoturismo.

Debido al auge que tiene el turismo y su creciente demanda, la preocupación por el cuidado y conservación del entorno comenzó a tener gran relevancia. El turismo masivo en ocasiones causa efectos negativos en el ambiente, con el fin de disminuir su impacto nació el turismo alternativo, en los que los desplazamientos a zonas verdes han ganado importancia. (Bringas Rábago & Ojeda Revah, 2000).

El turismo alternativo se está imponiendo cada día más. Dicha modalidad trata de organizar el viaje, conforme a las necesidades y tiempo de los contratantes, hacia lugares desconocidos, busca explorar sitios alejados en espacios naturales y que estimulen el desarrollo personal de quienes participan y disfrutan del mismo, ofreciendo una experiencia.

En los últimos años, el turismo ecológico (antes considerado turismo alternativo) ha tomado relevancia, sobre todo en la versión de

de ecoturismo, la cual es una modalidad turística ambientalmente responsable, que propende por la visita de áreas especiales con la finalidad de descansar, disfrutar y apreciar los encantos y belleza que brinda la naturaleza en esas zonas, a través de un proceso que incentiva el cuidado y la conservación de las mismas, tiene bajo impacto ambiental y genera una alternativa de solución para la economía de los pobladores locales" Gutiérrez, M. et al, (2013).

El ecoturismo y el agroturismo comúnmente contribuyen al progreso de la zona donde se desarrolla, con aportaciones monetarias, tiempo y trabajo (Bringas Rábago & Ojeda Revah, 2000). Caso contrario sucede con el turismo de aventura, donde el ambiente natural es propicio para el disfrute de las actividades realizadas, pero estas en muchos casos, no contribuyen al mejoramiento del área donde se realizan. El turismo rural saca a las regiones del anonimato, valoriza la zona, su cultura, sus productos típicos, que de otra forma serían desconocidos y poco aprovechados.

El Ecoturismo es quizás la palabra mas comercial y fácilmente recordada, la cual ha tenido éxito en el desarrollo y mercadeo de un turismo novedoso, no convencional, que propende por el disfrute de la naturaleza y recursos culturales de una región (Báez & Acuña, 2003). El mercadeo, utilizando sus diferentes estrategias, en aras de ganar segmentos de mercado, ha llevado a que el término se utilice indiscriminadamente como producto comercial, creando confusión y haciendo creer que siempre esta actividad arroja beneficios para el medio ambiente, lo que no necesariamente es cierto.

La meta de esta modalidad de recreación es lograr el disfrute y desarrollo de la naturaleza de una forma sostenible e integral. La incorporación del turismo rural como estrategia para hallar múltiples funciones al espacio, propende por aumentar la calidad de vida de sus habitantes y disminuir el estado de pobreza de las familias rurales Gutiérrez, (2013).

c. Capacidad de Carga Turística

“Una herramienta efectiva al momento de planificar la capacidad turística de un lugar es determinar su capacidad de carga, lo cual conlleva a diseñar lugares economicamente sustentables. No obstante, muchos administradores hacen caso omiso de dicha herramienta en sus proyecciones.” (Dias e Cordeiro, Korossy, & Frago Selva, 2012)

La capacidad de carga turística se define como: “El número máximo de personas que pueden visitar al mismo tiempo un lugar turístico, sin dañar el medio físico, económico o sociocultural, y sin reducir la calidad de la experiencia de los visitantes” (Marentes González, 2009).

Por otra parte, (Marentes González, 2009) también señala que esta técnica depende de la capacidad de carga ambiental, social, del turista y económica, las cuales se definen a continuación:

- *Ambiental*: “límite de personas con las cual se puede realizar una actividad ecológica, sin que su desarrollo o ejecución afecte el ecosistema de manera negativa”.
- *Social*: “máximo de personas que pueden disfrutar de una actividad, en forma simultanea, sin que cause malestar o rechazo por parte de la población del lugar”.
- *Turista*: “número adecuado de participantes en una actividad turística, al mismo tiempo, su exceso puede llevar a que la actividad no se realice o disfrute a plenitud, ocasionando una experiencia desagradable para el turista”.
- *Económica*: “es el equilibrio entre los costos ocasionados por la actividad recreativa y los beneficios o utilidad económica generada por la realización de la misma”.

Asimismo (López Bonilla & López Bonilla, 2008) señala que “el concepto de capacidad de carga turística necesita una revisión y una actualización para tratar de reforzar ideas diversas, sobre todo, para tratar de acercar planteamientos divergentes”. El concepto debe ser

claro y preciso, consolidar todas las definiciones anteriores y reducir al mínimo erróneas interpretaciones.

Basándonos en lo anterior, se propone la siguiente definición:

“La capacidad de carga turística son indicadores que proporcionan información importante y concisa sobre el nivel de uso que se puede admitir o tener en un sitio turístico, sea natural o artificial, con fin de conservar el equilibrio de su entorno, sin descuidar la satisfacción de los visitantes y fortaleciendo su atractivo a corto, medio y largo plazo.” (López Bonilla & López Bonilla, 2008).

Cifuentes (1992) desarrolló esta metodología, con la finalidad de estimar el número máximo de visitantes que podrían utilizar y disfrutar determinado sitio durante un periodo, sin causar efectos negativos a los ecosistemas existentes. La propuesta de Cifuentes, comenzó a ser utilizada porque agrega el componente biológico y el social, al estudio.

Según la metodología propuesta por Cifuentes et al. (1992) la capacidad de carga física se determina teniendo en cuenta la evaluación del área disponible, los factores relacionados con la visita (tiempo de visita y tiempo durante el cual el atractivo permanece abierto a las visitas) y el espacio ocupado por cada visitante; si a esta se le aplican Factores de Corrección se obtiene la capacidad de carga real. La carga efectiva se obtiene considerando la disponibilidad de recursos operativos e infraestructura.

Para que el proyecto de agroecoturismo brinde los resultados esperados, debe definir su capacidad de funcionamiento teniendo en cuenta el sitio donde estará ubicado, la tecnología con la que dispone y los recursos con los que cuenta, siempre enfocado en el mercado objetivo al que va dirigido su producto o servicio.

III. METODOLOGÍA O PROCEDIMIENTOS

De acuerdo con (Delaval, 2016) se plantea de la siguiente manera el *diseño metodológico* del proyecto:

a. Naturaleza de la Investigación

El proyecto según su ámbito se clasifica como investigación de campo, y se desarrolló además a nivel documental, a través de un análisis de fuentes secundarias tales como publicaciones, artículos, libros.

La investigación fue de tipo exploratoria y descriptiva, se midieron y evaluaron diversos aspectos, elementos o dimensiones que componen el diseño de un proyecto de inversión.

b. Población y muestra

La población objeto de estudio son los habitantes de la ciudad de Cúcuta como capital del departamento y la población de Chinácota, hombres y mujeres entre los 25 y 60 años, que se consideran como la población económicamente activa. La población comprendida en los municipios de Cúcuta y Chinácota de acuerdo con la proyección de población realizada por (DANE, 2018), hombres y mujeres en edades de 25 a 60 años es la siguiente: Cúcuta, 296.894 personas; Chinácota, 7.082 personas; para un total de 303.976 personas.

Para los propósitos de la investigación se realizó un muestreo probabilístico, por medio de un procedimiento aleatorio simple que consiste en elegir una muestra aleatoria a partir de un marco muestral que representa la población, donde los elementos que la constituyen tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

c. Tamaño de la muestra

Aplicando la fórmula para hacer el cálculo del tamaño de la muestra previamente definida para poblaciones finitas, se obtiene como resultado un total de 150 personas, como muestra representativa para los fines del proyecto.

d. Instrumentos para la recolección de información

Se utilizó la técnica de análisis de contenido, por medio de instrumentos como: documentos impresos, electrónicos, material audiovisual. Paralelamente se acudió a técnicas directas como: encuestas al público objetivo, que proporcionaron datos e información necesaria para el proyecto.

IV. RESULTADOS, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El mercado potencial hacia el cual será dirigido el proyecto de agroecoturismo *Granja Chibara* es amplio y está conformado por gran parte de la población de la ciudad de Cúcuta, cuyas edades fluctúan entre 25 a 60 años. Además, se toman en cuenta los habitantes de Chinácota [cuyas edades igualmente fluctúan desde los 25 a 60 años] y, finalmente los visitantes nacionales que llegan al departamento Norte de Santander por motivos de vacaciones o de trabajo.

Igualmente los jóvenes estudiantes o investigadores, enfocados en temáticas que contengan la conservación ambiental y el desarrollo sostenible, conforman este mercado objetivo.

La oferta del servicio del agroecoturismo está dirigido a aquellos individuos que cuenten con una gran conciencia ambiental, así como una sensibilidad hacia la conservación de los recursos naturales para así lograr un desarrollo sostenible, estas actividades se lograrán a través de recorridos o caminatas ecológicas que permitan apreciar la naturaleza y belleza de sus paisajes, creando una conexión con la naturaleza o realizando deportes típicos del lugar, además de otras actividades experienciales cuyos objetivos sean la enseñanza y disfrute del ecosistema propio de la zona.

De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas, se obtiene la caracterización del sector, de los servicios demandados y los que serán ofrecidos, así como las características de los mismos.

a. Diagnóstico del sector

A partir del instrumento utilizado [encuesta] en la investigación de mercados, complemento de la información secundaria analizada, se establece que el perfil general de la demanda turística en Norte de Santander se podría caracterizar de la siguiente manera:

El 49% de los turistas con una edad que fluctúa entre los 25 a 30 años, son solteros, el mayor grupo lo representan los estratos 3 y 4 con un 58%, son trabajadores, el nivel académico se encuentra representado por un 50% por profesionales y un 23% por técnicos, el 85% acostumbra a visitar municipios cercanos, cuyo destino de preferencia es Chinácota seguido de Pamplona y Bochalema; su estancia es de 1 a 2 noches, el 29% retorna 6 o más veces al año al lugar de destino, opta por viajar los fines de semana (52%) y puentes festivos (39%), se aloja en finca - casa de familiares y/o amigos, viaja con su núcleo familiar que incluye pareja e hijos y se transporta en vehículo particular.

El 72% organiza su viaje y se informa por medio de referencias de familiares o amigos, 60% estarían dispuestos a invertir o pagar hasta \$100.000 (cien mil pesos) por el servicio de alojamiento por noche, por persona, destinaría hasta \$100.000 por persona por servicios turísticos distintos a hospedaje; además les gustaría encontrar en el lugar de alojamiento otros servicios adicionales tales como: actividades al aire libre, senderismo (57%), alimentación,

gastronomía, comidas típicas (49%), aventura y deportes (46%), el disfrute de la naturaleza, avistamiento de aves (44%); para lo cual estaría dispuesto a invertir o pagar hasta \$150.000 pesos por día, por persona.

b. Oferta, competencia y estrategias promocionales

Se puede apreciar que en Chinácota hay empresas que prestan u ofrecen servicios de alojamiento, alimentos y recreación, pero gran parte de sus instalaciones son en naturaleza dura, los servicios ofertados al turismo de naturaleza o ecoturismo son mínimos, pues aquellos que ofrecen este servicio únicamente cuentan con actividades que pueden ser realizadas de manera aislada, además no cuentan con personal debidamente capacitado para prestar un servicio de esta naturaleza y magnitud, de manera eficiente, por lo que el proyecto de la granja turística, se enfoca en la importancia de ofertar de manera integral los servicios especializados que necesita este tipo de mercado para así ser mas competitivos.

Los aspectos más importantes para destacar del servicio a prestar son, el ofrecimiento de experiencias o contacto directo con la naturaleza, el carácter educacional y aventurero de la visita y la calidad total con la que se entregará el servicio.

Las estrategias de promoción y publicidad son un factor clave en el éxito del proyecto pues de ellas depende el nivel de captación de clientes regionales, nacionales, e internacionales. Es por ello por lo que se destinó dentro del presupuesto, la inversión en marketing digital, con la intención de que pueda influir directamente sobre el número de personas que utilicen los servicios ofertados.

c. Estudio técnico

Fue desarrollado definiendo aspectos como: las operaciones del proyecto de agro ecoturismo *Granja Chibara*, su localización, el tamaño, ingeniería del proyecto, así como los recursos que utilizará para su funcionamiento.

El objetivo de agro ecoturismo, es apoyar el turismo con filosofía conservacionista y de respeto por la naturaleza, permita demostrar, lo importante y viable que resulta el ejercicio productivo y comercial, en un entorno natural, con el menor impacto ambiental posible, filosofía que busca inculcar en cada uno de los visitantes, vecinos, colaboradores y socios de este emprendimiento regional, el respeto por la naturaleza.

Asimismo, se requiere aprovechar los recursos y espacios naturales disponibles para el desarrollo de diferentes actividades de agroecoturismo.

d. Servicio de alojamiento

En la parte turística, se pretende prestar los servicios de alojamiento en opciones de: zona de camping, debidamente equipada, con servicios sanitarios y demás indispensables, zonas de casas de árbol, zona de chalets y zona de alojamiento principal en habitaciones individuales y múltiples. A su vez una amplia zona de recreación, deportes, zona de servicios, restaurante, bar, taberna, lavandería, kioscos múltiples, auditorios, zonas húmedas de spa, masajes y fitoterapias.

- Granja Temática

El espacio contará con acceso a una Granja temática, de filosofía verde y explotación intensiva, siempre respetando el confort y la salud animal y del entorno, la cual buscará enseñar a actuar bajo parámetros de las buenas prácticas agrícolas y pecuarias y el uso eficiente de los recursos comprometidos. Brindar espacios de aprendizaje experiencial a través de actividades que incentiven la educación y la sensibilización hacia el medio ambiente y la labor agropecuaria.

- Turismo de Aventura

Contara con actividades de: caminata, ciclismo de montaña y, cabalgata.

El predio establecido para el proyecto cuenta con 100.000 m2, en los cuales se tratará de no hacer crecer la red eléctrica actualmente disponible, por lo que se proyecta atender la demanda con energías alternativas y apoyadas en tecnologías sencillas, adicionales para el manejo de otras actividades.

En lo posible se usará para la obra civil, cada uno de los materiales disponibles de la zona, incluso se acudirá a técnicas constructivas ancestrales, que permitan que la región tenga la oportunidad de dar a conocer su economía, confort y durabilidad, además del beneficio ambiental por su poco impacto y gran belleza paisajística aportada.

Se mantendrán los accesos y caminos desde y hacia el predio, de acuerdo con lo usado por la costumbre ancestral, con una delimitación natural, y un manejo responsable de los residuos sólidos y aguas limpias, servidas y residuales, ecológicamente respetuosas. Conscientes con el compromiso de ser sostenibles y amigables en el uso y disfrute de los recursos que nos brinda el entorno.

- Localización

El proyecto de agro ecoturismo Granja Chibara se encontrará en un terreno de 100.000,00 m2, situado en la vereda Urengue Rujas perteneciente al municipio de Chinácota.

Lo anterior, con el fin de aprovechar la ubicación estratégica del predio (vereda Urengue Rujas) que se encuentra a: 40.5 Kilómetros (km) de la Capital del departamento, Cúcuta; vía directa a la Calzada Cúcuta/Pamplona, a 1.4 km, por ramal de acceso a la vereda en mención; con altitud entre 1240 a 1300 metros sobre el nivel del mar. Así como su equidistancia a localidades como: Pamplonita, 25 km; Pamplona, 36 km; Toledo, 40 km; Chinácota Cabecera Municipal, 16 km; Ragonvalia, 40 km; Durania, 38 km.

e. Descripción del proceso de prestación de servicios

El proceso se inicia con la contratación del servicio, el día acordado o reservado, el cliente llega a las instalaciones, una vez realizado el correspondiente check in, recibe una charla sobre los servicios, metodologías de aprendizaje ofrecidos en la granja y una presentación del ecosistema propio. Durante la permanencia en la granja y dependiendo del plan y las actividades contratadas, se dan las instrucciones pertinentes y se inician con el acompañamiento del guía o persona a cargo del lugar o actividad.

Al finalizar la estancia o paquete turístico se realiza la retroalimentación, a través de una encuesta, donde el visitante manifiesta su opinión acerca de las actividades realizadas, con la finalidad de mejorar continuamente la prestación del servicio.

f. Capacidad de Carga Turística

Respecto a la manera de diseñar los servicios que se ofrecerán, se definió su capacidad en función al segmento de mercado a quien esta dirigido el proyecto, la localización o ubicación del sitio donde se prestaran los servicios, la tecnología disponible y los recursos con que cuenta la Granja para su funcionamiento. El diseño y programación de los servicios a prestar se basó principalmente en el cálculo de la *Capacidad de Carga Turística*.

El cálculo de capacidad de carga se determinó basándose en la metodología de Cifuentes (1992) la cual busca definir el número máximo de visitas que puede recibir un área protegida con base en las condiciones físicas, biológicas y de manejo que se presentan, al momento de realizar el estudio.

El proceso consta de tres niveles: cálculo de Capacidad de Carga Física (CCF), cálculo de Capacidad de Carga Real (CCR) y cálculo de Capacidad de Carga Efectiva (CCE).

Los tres niveles de capacidad de carga tienen una relación que puede representarse como sigue:

$$CCF \neq CCR \neq CCE$$

Tabla 1. Resultados de la determinación de la Capacidad de Carga

Capacidad de Carga	Recorrido 1	Recorrido 2	Recorrido 3
Longitud del recorrido	4400ml	5100ml	4700ml
Número de estaciones	5 estaciones	5 estaciones	5 estaciones
Tiempo de visita a cada recorrido	3.5 horas	3.8 horas	3.6 horas
Física (CCF)	6746 visitas/día	7140 visitas/día	6893 visitas/día
Real (CCR)	106 visitantes/día	122 visitantes día	85 visitantes/día
Cap de Manejo (CM)	33%	33%	33%
Efectiva (CCE)	35 visitas/día 12775 visitas/año	40 visitas/día 14600 visitas/año	28 visitas/día 10220 visitas/año

Fuente: Elaboración propia.

Lo anterior muestra la capacidad de carga ecoturística, la cual permitió determinar las diferentes capacidades con una ocupación del 33% e igualmente determinar, que cuando la capacidad de manejo sea del 100 %, la capacidad de carga permisible será igual a la capacidad de carga real y en ningún momento los impactos generados en el territorio serán significativos.

g. Capacidad instalada para otras zonas

La capacidad del proyecto se define teniendo en cuenta que los diferentes servicios o actividades a ofrecer no dañen el medio ambiente, que sean de calidad y la influencia que pueda tener el ingreso de personas ajenas a la comunidad donde se realizan las actividades, que no causen impactos negativos.

En cuanto a la capacidad límite de servicio que será ofrecida por el proyecto según la demanda y propendiendo por prestar servicios de calidad y que genere satisfacción en los visitantes, será de 150 a 170 turistas máximo, por fin se semana en el área de hospedaje, considerando 30 a 45 turistas en la casa o alojamiento principal, 18 turistas en 9 chalets para 2 personas; en el área de camping la capacidad de 68 visitantes por día, en carpas para 2, 4 y hasta 10 personas y 40 turistas en 20 casas de árbol para 2 personas.

Asimismo, la zona de recreación y deportes incluye canchas múltiples de voleibol, tenis, microfútbol, baloncesto, tejo, bolas criollas, y juegos de mesa.

La recepción y zona de servicios tendrá un espacio cómodo para 15 y 30 personas respectivamente, finalmente, se tendrá estacionamiento con capacidad para 50 vehículos en un espacio de 1000 m² designado para este fin.

En los servicios de turismo de naturaleza, de aventura y ecoturísticas se establecerá una capacidad limitada de turistas o visitantes por día; además de contar con el guía, el instructor, o el líder encargado de realizar cada actividad.

h. Estudio legal

En cuanto a la parte legal, se establece según (Guerrero Vargas & Espinosa Castro, 2017) que debido a que en Colombia el turismo ha venido presentando un incremento sustancial en los últimos años, aportando un gran monto al PIB, es natural que se incentive la búsqueda de políticas o regulaciones con respecto a la administración, caracterización e inversión de estos planes, teniendo en cuenta las políticas, los escenarios y proyectos turísticos que se desean llevar a cabo a nivel nacional, para así asegurar un crecimiento sostenible del sector. Entre las leyes se destacan la Ley 300 de 1996, también conocida como la Ley General de Turismo, la cual definió la estructura del turismo nacional y a su vez estableció el marco normativo tributario, administrativo y de planeación turística nacional.

Otros decretos y leyes, como el Decreto 2755 del 2003 que “reglamenta en el artículo 207 – 2 del Estatuto Tributario, como exenciones tributarias para quienes ejercen ecoactividades” (Agudelo Morato, Ramirez Gomez, & Londoño Valencia, 2015).

i. Financiamiento del proyecto

Según (Angulo Aguirre, 2016), “El esquema de financiamiento más aconsejable es aquel donde se plantea la contratación de préstamos a largo plazo, para suplir los recursos necesarios para la adquisición de activos fijos (construcciones, maquinarias, etc.).”

El estado a través de Findeter ofrece financiación para proyectos en el sector turismo y dentro de sus líneas está la Infraestructura turística y la puesta en marcha de actividades turísticas no convencionales.

Los empresas del sector públicos y privados pueden obtener de Findeter créditos de redescuento para sufragar hasta el 100% del costo total de sus proyectos; con vencimiento de hasta de 15 años, incluidos hasta 3 años de gracia; con posibilidad de pagos parciales que pueden realizarse en pesos o en dólares, y a tasas de interés en (IPC) Índice de Precios al Consumidor, (DTF) Depósitos a Término Fijo o (IBR) Indicador Bancario de Referencia.

V. CONCLUSIONES

Con base en los resultados obtenidos se puede llegar a la conclusión de que existe un mercado efectivo e interesado en desarrollar actividades como el avistamiento de aves, la aventura y los deportes, servicios que pretenden ofrecer el proyecto de agroecoturismo, siendo el municipio de Chinácota el destino preferido por el grupo encuestado, para pasar los fines de semana o tiempo de descanso, lo cual valida la propuesta inicial de desarrollar el proyecto en dicho lugar.

Además la propuesta la consideran interesante, dado el clima de la zona y los aportes que traerá para el municipio al incentivar el turismo, crear conciencia ecológica entre los visitantes y moradores de la región y fortalecer la economía al promocionar los productos del municipio y crear fuentes de empleo.

Sin embargo, se denota una clara indicación por parte del grupo de personas encuestadas a no contar con intermediaciones, basado en que la organización de sus viajes la hacen por medio de información que reciben a través de referencias de familiares y amigos, por lo cual, se optará por tener un canal directo de comunicación con el cliente.

Los beneficios que el proyecto genera para la región donde estará ubicado son grandes, pues es considerado incluyente con la comunidad, además de proporcionar ganancias económicas y sociales y sobre todo ambientales que son las bases de una empresa sustentable.

La implementación del proyecto hará que se logre el repunte de la región y la sostenibilidad en los ámbitos económico, social y ambiental, a través de la sinergia entre la conservación y la producción sostenible como estrategia de desarrollo, tanto la planeación estratégica como los modelos de operación fueron definidos con miras a preservar tal equilibrio ambiental y económico.

VI. RECOMENDACIONES

Con la finalidad de promover el turismo sostenible y sustentable de forma correcta, el municipio de Chinácota, más específicamente en la vereda de Urengue Rujas; se presentan las recomendaciones que permiten el desarrollo de una empresa basada en el agro y ecoturismo. El criterio de sostenibilidad como se ha mencionado anteriormente, nace de tres pilares: la economía, la sociedad y el ambiente; en base a estos se propone:

En el enfoque que parte de la sustentabilidad ambiental se considera:

- Implementar programas que estén dirigidos a mantener dentro del proyecto una aceptable capacidad turística en la granja.
- Aplicar en conjunto con instituciones especializadas en el tema, programas de diagnóstico ambiental que supervisen el uso de los recursos naturales y definir acciones que mantengan el espacio en condiciones ideales para su uso.
- Diseño de talleres ambientales dirigidos a los turistas y visitantes para que tengan un impacto positivo en su lugar de origen y de igual manera en la granja.
- Diseño e implementación de un plan de rescate y conservación medioambiental sustentable realizada junto con los empleados, visitantes y/o turistas en la comunidad y sus alrededores.

Para la sustentabilidad económica se propone:

- Diseño y evaluación de estrategias de ventas dirigidas hacia otros públicos, como: personas de la tercera edad, turistas extranjeros interesados en actividades ecológicas con el fin de optimizar el tiempo de operación de la granja, incrementando así los ingresos brutos, todo ello vinculado a un eficiente manejo de los costos y gastos asociados a dicha ampliación de los servicios.

En cuanto al proyecto de agro ecoturismo las propuestas para un desarrollo de alcances interdisciplinarios son:

- Efectuar un diseño de mercadotecnia empresarial para la imagen y la publicidad que habrán de identificar a la empresa.
- Gestionar el registro de la marca empresarial ante las autoridades competentes.

VII. REFERENCIAS

- [1] A. Agudelo-Morato, D. Ramirez-Gomez y V. Londoño-Valencia, “Plan de negocios para una empresa de ecoturismo y aventura en el municipio de San Francisco Antioquia”, 2015. Obtenido de Repositorio Uniminuto: https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5596/T_EGP_AgudeloMoratoAstridElena_2015.pdf?sequence=1
- [2] L. Angulo-Aguirre, “Proyectos: Formulación y evaluación”, Lima, Perú, 2016.
- [3] N.L. Bringas-Rábago y L. Ojeda-Revah, “El ecoturismo: ¿una nueva modalidad de turismo de masas? *Economía, Sociedad y Territorio*”, 2(7), 373-403, 2000. Recuperado el 27 de Junio de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/111/11100701.pdf>
- [4] M.B. Cifuentes-Arias, C.A. Mesquita, J. Méndez, M.E. Morales, N. Aguilar, D. Cancino y M. Turcios, “Capacidad de Carga Turística de las Áreas de Uso Público del Monumento Nacional Guayabo”, Costa Rica, 1999. Obtenido de WWF Centroamérica: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2016/05/Capacidad-de-Carga.-Monumento-Nacional-Guayabo-Costa-Rica.pdf>
- [5] M. Cifuentes, “Determinación de la capacidad de carga turística en áreas protegidas”. Obtenido de Centro Agronomico Tropical de Investigación y Enseñanza. Costa Rica, 1992.
- [6] DANE. “Proyección de población”, Recuperado el 27 de Junio de 2018, de Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, 2018.
- [7] G.R. Delaval, “Proyectos de investigación en ciencias empresariales Cartilla-Guia para estudiantes universitarios”, En *diseño metodologico* (págs. 53-63), 2016.
- [8] J.J. Guerrero-Vargas y J.F. Espinosa-Castro, “Norte de Santander, Colombia. turismo historicocultural, naturaleza y aventura: apuesta estrategica para la proyeccion departamental en el posconflicto”, *International Journal of scientific Management and Tourism*, 3(1), 145-175, 2017.
- [9] M. Gutiérrez, M. Perez-Vazquez, A. Piñar-Alvarez, M. Garcia-Alvarado, J. Cruz y A. Asiain-Hoyos, (16-29 de Mayo-Junio de 2013). Potencial agroecoturistico del estado de Veracruz mediante un Sistema de Información Geografica, 2016.
- [10] MINAMBIENTE. “plan nacional de negocios verdes”. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible: 2014.
- [11] OCDE. “Hacia el crecimiento verde. Un resumen para los diseñadores de Políticas”, Reunión del Consejo en Nivel Ministerial de la OCDE, Declaración sobre Crecimiento Verde, París, 2011.
- [12] ONVS. “¿Que son los negocios verdes?” Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles: 2014.
- [13] Presidencia de la República, *ABC de Colombia en OCDE*, 2013.
- [14] L. Vallejo-Rico, “marco de referencia para la gestion del ecoturismo en Pereira”, 2010.
- [15] G. Armstrong y P. Kotler, “Fundamentos de marketing”, Decimoprimer edición, México: pearson educación, 2013.
- [16] J. Arroyave-Osorio y L. López-Idárraga, “Repository UTP. plan de negocio para la creación de un proyecto de turismo especializado en dos fincas ubicadas en la ciudad de Pereira”, 2016.
- [17] A.L. Báez y A. Acuña, “guía para las mejores prácticas de ecoturismo en areas protegidas”. Comision Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indigenas, 159, 2013.
- [18] J. Botero, “¿Bajo qué criterios se pueden construir negocios verdes?” Obtenido de AISO- Academia de Innovación para la Sostenibilidad, 2016.
- [19] K.L. Cordon-Alfárez, “plan de manejo ambiental (pma) del turismo ecológico municipal de la laguna del tabacal en el municipio de la vega Cundinamarca”, 2015.
- [20] J. Dávila, “Plan de Negocios, Marco Teorico y Perspectiva Estrategica”. Universidad Politecnica de Cataluña: 2009.
- [21] E. Diaz, I. Cordeiro, N. Korossy y V. Fragoso-Selva, “determinacion de la capacidad de carga turística”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 1630 – 1645, 2012.
- [22] O. Gomez-Bernal, “Repository Javeriana. Ecoturismo”, 2012.
- [23] M. González, “Portafolio. Ecoturismo genera tres veces más ingresos que el turismo tradicional”, 2017.
- [24] H.E. López-Bandera, “diseño del producto turístico de norte de Santander”, informe final – tomo I de II, 2014.
- [25] H.E. López-Bandera, “diseño del producto turístico de Norte de Santander”, informe final – tomo II de II, 2014.

- [26] J. López-Bonilla y L. López-Bonilla, “La capacidad de carga turística: Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad”, *El Periplo Sustentable* (15), 123 – 150, 2008.
- [27] MINCIT, “Marco Normativo para el Turismo de Naturaleza”, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo, 2013.
- [28] MINCIT. “Oficina de Estudios Economicos”, *Boletín Mensual Turismo* Agosto 2018.
- [29] OMT. “Organización Mundial del Turismo. Entender el turismo”. 2011.
- [30] PDM CHINACOTA. “Plan de Desarrollo Municipal de Chinácota- Norte de Santander 2016-2019” construyendo futuro por 2016 – 2019.