



Factores que motivan o inhiben el ecoturismo en Colombia enfocado en su demanda, oferta y contexto.

Efraín Alberto Argüelles Castro

Alejandro Torres Franco

Maestría en Dirección de Marketing

Colegio de Estudios Superiores de Administración - CESA

Bogotá

2020

Factores que motivan o inhiben el ecoturismo en Colombia enfocado en su demanda, oferta y contexto.

Efraín Alberto Argüelles Castro

Alejandro Torres Franco

Directora

Claudia Patricia Arias Puentes, Ph. D.

Maestría en Dirección de Marketing

Colegio de Estudios Superiores de Administración- CESA

Bogotá

2020

## Tabla de Contenidos

### Índice

1.	Problema.....	10
1.1	Pregunta de investigación.....	15
1.2.	Objetivos. ....	15
	Objetivo general. ....	15
	Objetivos Específicos. ....	15
2.	Marco Teórico. ....	16
2.1	Demanda del ecoturismo: Los <i>Backpackers</i> .....	18
2.2	Oferta del ecoturismo: diversidad natural y promoción.....	22
2.3	Contexto para el ecoturismo.....	27
3.	Estado del arte .....	33
3.1.	Estudios sobre factores de demanda.....	33
3.2	Estudios sobre factores de oferta.....	34
3.3	Estudios sobre factores del contexto. ....	36
4.	Hipótesis.....	38
5.	Metodología.....	39
5.1	Tipo de investigación. ....	39
5.2	Población y muestra de estudio.....	39
5.3	Herramienta e instrumentos de recolección .....	42

5.4	Análisis de la información.....	47
5.5	Recolección de información.....	52
5.4	Clasificación de unidades o segmentos.....	52
6.	Resultados.....	55
6.1	Descripción de factores .....	55
6.1.1	Factores de la demanda.....	55
6.1.2	Descripción de subcategorías de la oferta.....	77
6.1.3	Descripción de subcategorías del contexto .....	91
6.2.	Análisis de información. ....	98
6.2.1.	Análisis y hallazgos de las categorías de la demanda.....	98
6.2.2.	Análisis y hallazgos de las categorías de la oferta.....	100
6.2.3.	Análisis y hallazgos de las categorías del contexto. ....	103
7.	Conclusiones.....	106
8.	Limitaciones y recomendaciones para futuras investigaciones.....	110
9.	Anexos.....	111
	Anexo 1. Guía de entrevista .....	111
	Anexo 2. Transcripción Entrevistas .....	118
	Anexo 3. Unidades y segmentos de la demanda, oferta y contexto .....	190
	Referencias.....	237



## Índice de Tablas

Tabla 1. Número de visitantes a las áreas protegidas (AP) con vocación ecoturística.....	14
Tabla 2. Resultados 2019 del índice de competitividad de viajes y turismo .....	31
Tabla 3. Información sociodemográfica de los entrevistados (demanda).....	40
Tabla 4. Información de los entrevistados (oferta) .....	41
Tabla 5. Información de los entrevistados (contexto).....	42
Tabla 6. Matriz de factores de indagación de la demanda .....	44
Tabla 7. Modelo Ideal de Factores Relevantes Para el Desarrollo del Ecoturismo .....	50
Tabla 8. Segmentos por categorías de la demanda .....	53
Tabla 9. Segmentos por categorías de la oferta .....	54
Tabla 10. Segmentos por categorías del contexto.....	55
Tabla 11. Razón de ser Backpacker .....	56
Tabla 12. Motivaciones de los Backpackers.....	57
Tabla 13. Definición Ecoturismo.....	63
Tabla 14. Medios de información .....	65
Tabla 15. Recomendación.....	66
Tabla 16. Duración en Colombia .....	67
Tabla 17. Percepción de precios .....	67
Tabla 18. Seguridad .....	68
Tabla 19. Potencial.....	69
Tabla 20. Trato al cliente .....	70
Tabla 21. Biodiversidad .....	71
Tabla 22. Cultura .....	74

Tabla 23. Comida.....	74
Tabla 24. Extranjeros .....	75
Tabla 25. Nacionalidad .....	77
Tabla 26. Demanda .....	78
Tabla 27. Definición .....	79
Tabla 28. Actividades a realizar.....	80
Tabla 29. Filosofía .....	81
Tabla 30. Practicas eco amigables del hospedaje .....	82
Tabla 31. Beneficios de las prácticas sostenibles .....	84
Tabla 32. Estrategias de comunicación.....	85
Tabla 33. Plan de fidelización.....	87
Tabla 34. Formación y especialización.....	88
Tabla 35. Promoción país .....	89
Tabla 36. Infraestructura.....	90
Tabla 37. Bilingüismo.....	90
Tabla 38. Inexplorado .....	91
Tabla 39. Motivaciones.....	92
Tabla 40. Segmentos del ecoturismo .....	92
Tabla 41. Infraestructura.....	93
Tabla 42. Formación y capacitación .....	94
Tabla 43. Seguridad .....	95
Tabla 44. Normas técnicas.....	96
Tabla 45. Liderazgo del sector privado.....	96

Tabla 46. Alienación con objetivos internacionales .....	97
Tabla 47. Unidades y segmentos de la Demanda .....	190
Tabla 48. Unidades y segmentos de la Oferta.....	217
Tabla 49. Unidades y segmentos del contexto.....	230



## Índice de Figuras

Figura 1. Subsegmentos del mercado turístico en Colombia..... 13

Figura 2. Media de engagement por red social ..... 35

Factores que motivan o inhiben el ecoturismo en Colombia enfocado en su demanda, oferta y contexto.

### 1. Problema.

Desde la Cumbre Mundial para el Desarrollo Sostenible, celebrada en Johannesburgo en el año 2002, uno de los grandes retos difundidos fue “la tendencia marcada es la diversificación del mercado y el desarrollo de nuevas formas de turismo, especialmente las relacionadas con la naturaleza, la vida salvaje y la cultura” (Molina, 2011, pág. 1). Esto demuestra que este tema viene tomando relevancia internacional desde hace ya casi 20 años. Incluso Ospina Díaz, Mora y Romero Infante (2013), afirman que este ha venido creciendo año a año un 20%, por encima del turismo tradicional que ha madurado como mercado (pág. 13).

Inclusive, desde hace varios años se afirma que en América Latina “el ecoturismo emerge con fuerza como un nuevo nicho del mercado, es el último grito de moda y tanto los operadores como los políticos están utilizándolo como bandera en sus campañas” (Coppin, 1992, pág. 7). De la misma forma, afirman Bringas Róbago y Ojeda Revah (2000), que a pesar de no existir estadísticas específicas frente a el ecoturismo a nivel mundial, existen fuertes evidencias que permiten demostrar la importancia que ha tomado este fenómeno (pág. 380).

Por otro lado, es importante tener en cuenta los factores clave para analizar en el ecoturismo, y según Fernández (2003) “el conocimiento e investigación de los mercados es requisito indispensable para que los servicios turísticos sean competitivos; se deben identificar los segmentos potencialmente más importantes del mercado ecoturístico, con base en características geográficas y de comportamiento de la oferta y demanda” (pág. 49).

Adicional a la oferta y la demanda, otro factor importante es el contexto, que es la representación del Estado frente al ecoturismo. De acuerdo con Valverde Sánchez (2018), hay que tener en cuenta que, sin la adecuada supervisión del Estado, el ecoturismo no puede garantizar la sostenibilidad social ni ambiental (pág. 126). Así mismo, afirma Rebollo Soto (2012), que “el gobierno es el intermediario entre la comunidad y los empresarios; a través de leyes, decretos y convenios puede lograr un equilibrio donde el empresario (en este caso empresario en turismo) y la sociedad se integren y trabajen en cooperación y armonía para satisfacer las necesidades” (pág. 8). Por ejemplo, hay casos como el de México, en donde la falta de liderazgo de la oficina federal encargada del desarrollo del turismo (SECTUR), y su carencia de reacción, ha hecho que México sea superado por países como Costa Rica, y ha llevado a que la percepción internacional de México sea de un país que sólo depende de sus destinos tradicionales de playa (Guerrero Rodríguez, 2010).

Entrando al caso específico de Colombia, y según lo dicho por la directora de *Adventure Travel Trade Association* [ATTA] en Latinoamérica, Gabriella Stowell (2018), en el taller mercadeo de turismo de aventura para operadores receptivos, realizado en Yopal, Casanare: “Colombia tiene un potencial increíble en turismo ecológico y de aventura, pero no sabe cómo venderlo” (pág. 2). Como lo manifiesta Rodríguez Medina (2020) al indicar que el “turismo a pesar de crisis actual, sigue siendo visto como un eje o motor de desarrollo; ese “nuevo petróleo” debe estar en la agenda prioritaria de programas de recuperación” (pág. 13). Al igual, fuentes institucionales como la Asociación Nacional de Instituciones Financieras [ANIF] (2018) indican que hay optimismo frente al turismo debido a los siguientes tres puntos: 1. El posconflicto generaría más seguridad y confianza en el país; 2. El desalojo de zonas ricas en biodiversidad, por parte de los grupos armados ilegales; y 3. La mayor inversión en infraestructura de transporte (pág. 4). Otro artículo de la ANIF hace referencia a que es el ecoturismo el que puede llenar los huecos

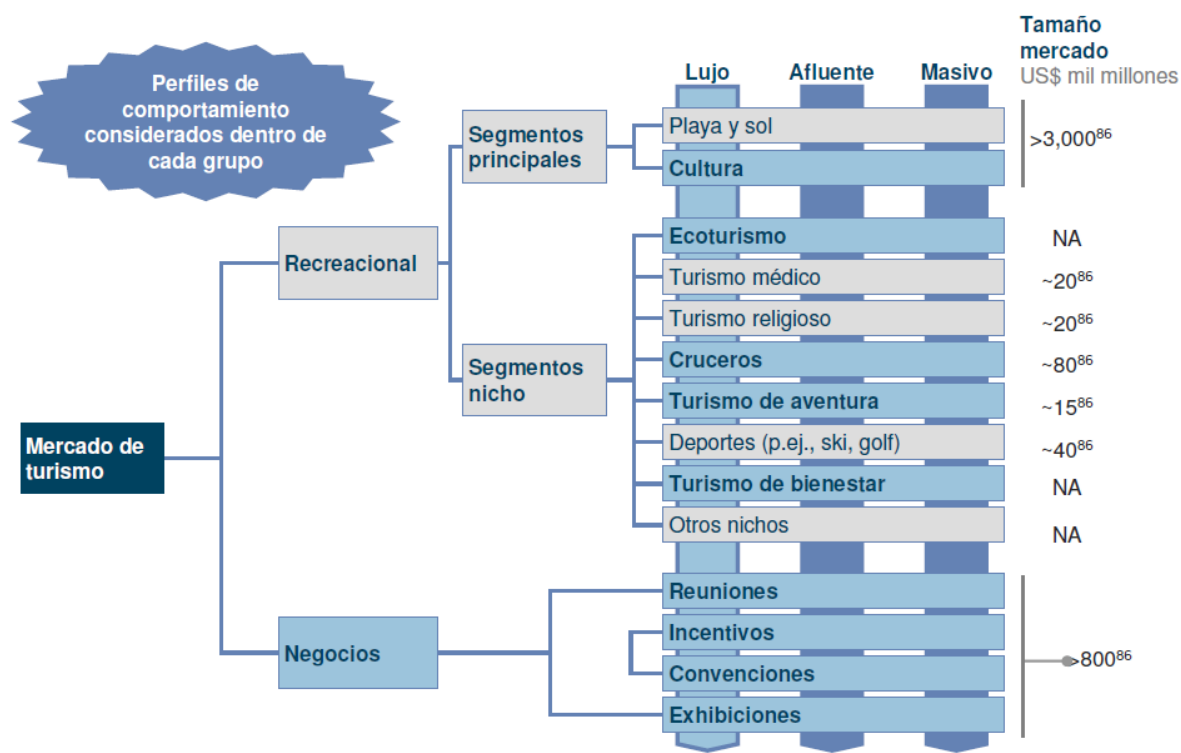
económicos que está dejando la industria petrolera en el país (Clavijo, 2018). Clavijo no es el primero en referirse al ecoturismo como el nuevo petróleo de Colombia, Juan Pablo Franky, antiguo viceministro de turismo, lo hizo en reiteradas ocasiones (Vargas Riaño, 2019, párrafo 1).

Aparte, es importante para un país como Colombia porque la industria del turismo y, particularmente el ecoturismo, es considerado como motor de crecimiento y, como forma alternativa de exportación ya que ayuda a generar nuevos empleos, contribuye a mejorar la balanza de pagos de un país y ayuda a generar ingresos fiscales (Riasi & Pourmiri, 2015, pág. 1).

Asimismo, Fernández (2003) valora que “el ecoturismo es uno de los productos especializados considerados fundamentales para la diversificación de la oferta cualificada del sector turismo en Colombia tanto para el mercado nacional como para el internacional” (pág. 26).

Ahora, pese al valor que se le ha dado en reiteradas ocasiones al potencial del turismo ecológico en Colombia, el país no cuenta con suficiente información cuantitativa de este sector, tanto que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Fondo de Protección Turística de Colombia no tienen datos oficiales del tamaño de su mercado.

Figura 1. Subsegmentos del mercado turístico en Colombia



Fuente: (Fondo de Promoción Turística Colombia, 2019)

Por otra parte, las cifras que se tienen no son determinantes al no tener en cuenta la diferencia entre el turismo de naturaleza y el ecoturismo. Por ejemplo, la Subdirección de Sostenibilidad y Negocios Ambientales de Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia (2019) presenta cifras de visitantes a áreas protegidas definiéndolos como visitantes con vocación ecoturística (pág. 2), siendo Parque Nacional Natural Corales del Rosario el que más visitantes tiene sin mostrar parámetros de identificación que diferencien estos dos tipos de turismo como se observa en la tabla 1.

*Tabla 1. Número de visitantes a las áreas protegidas (AP) con vocación ecoturística*

Área Protegida	Nº de Visitantes
PNN Corales del Rosario	<b>1.246.983</b>
PNN Tayrona	<b>458.755</b>
PNN Nevados	<b>45.029</b>
PNN Sierra Nevada	<b>27.425</b>
PNN Chingaza	<b>25.971</b>
PNN Old Providence	<b>23.416</b>
SFF Isla de la Corota	<b>18.416</b>
SFF Flamencos	<b>17.760</b>
PNN El Cocuy	<b>16.229</b>
PNN Sierra de la Macarena	<b>9.831</b>

Fuente: (Subdirección de Sostenibilidad y Negocios Ambientales, 2019)

Por otro lado, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2012), en su informe Diagnóstico Turismo de Naturaleza en Colombia maneja estimaciones donde se toma como “base de partida las llegadas internacionales por departamentos con vocación turística, entradas internacionales a Sistema de Parques Nacionales Naturales (SPNN) y participación de turistas internacionales en actividades de aventura para medir la demanda del turismo de naturaleza” (pág. 18).

En el mundo se han abordado los factores que influyen en el ecoturismo desde la demanda, la oferta y el contexto, sin embargo, en Colombia, este análisis no se ha explorado, incluso no hay cifras de fuentes institucionales concretas sobre la demanda ni la oferta tanto que dos ministerios del gobierno usan la entrada de visitantes a SPNN para medir la demanda de turismo de naturaleza como para la del ecoturismo.

Para entender que potencial tiene Colombia en este sector es importante identificar los factores que motivan o inhiben al desarrollo del ecoturismo en el país.

### 1.1 Pregunta de investigación.

¿Qué factores motivan o inhiben el desarrollo del ecoturismo en Colombia analizado desde la oferta, la demanda y el contexto?

### 1.2. Objetivos.

#### Objetivo general.

Identificar los factores que motivan o inhiben el desarrollo del ecoturismo en Colombia analizado desde la oferta, la demanda y el contexto.

#### Objetivos Específicos.

- Identificar los factores psicográficos que caracterizan a los *Backpackers* como segmento potencial (demanda) del ecoturismo en Colombia.
- Identificar el estado actual de Colombia en términos de infraestructura, seguridad y regulaciones, como factores de contexto fundamentales en la viabilidad del desarrollo del ecoturismo.
- Identificar la condición actual de Colombia como destino ecoturístico desde la oferta, frente a la promoción, propuesta de valor, filosofía sostenible y sus atributos de sostenibilidad.

## 2. Marco Teórico.

Para iniciar, es importante conocer la definición de ecoturismo:

“Las expresiones turismo ecológico y ecoturismo han llegado a ser cada vez más populares tanto en la literatura científica como en el mercado turístico, y han aparecido normalmente refiriéndose al turismo interesado en visitar espacios naturales protegidos y conocer la flora y la fauna de los países y comarcas que se visitan, aunque, el uso generalizado del término ha hecho que no se clarifique el concepto de ecoturismo, y ha contribuido a la generación de numerosas definiciones sobre este término” (Orgaz Agüera & Castellanos Verdugo, 2013, pág. 5).

Por su parte, Riasi & Pourmiri (2015), definen el ecoturismo como un viaje responsable a áreas naturales que conserva el medio ambiente y mejora el bienestar de la población local (pág. 915).

Además, entendiendo el ecoturismo como el turismo basado en el desarrollo sostenible, se considera este concepto “como la necesidad de hacer un uso cada vez más racional de los recursos existentes en el planeta, y de contribuir de manera más equitativa la riqueza social, actuando conjuntamente para evitar que la acción del hombre deteriore el medio ambiente” (Buelvas Meza, Rojas Sevilla, & Tinoco Cantillo, 2014, pág. 123).

Entre los diversos tipos de turismo, el que está basado en la naturaleza es el que más ha crecido en el mundo, tendiendo a continuar en ascenso superando otros segmentos (Dias, 2008, pág. 140). Para entender este crecimiento, hay que distinguir el ecoturismo del turismo natural y del turismo de aventura. Este último hace referencia a una actividad en la cual se espera



experiencias de diferentes niveles de riesgo y por lo tanto diversas emociones que requieren elevados niveles de esfuerzo físico, mientras que el turismo natural se denomina a la actividad de viajar donde lo fundamental es la experiencia basada en sitios naturales mientras el ecoturismo se cimienta en la sostenibilidad, la educación, el desarrollo económico y social (Ospina Díaz, Mora, & Romero Infante, 2013, pág. 9).

Así mismo, Buckley (1994) define 4 enlaces entre turismo y medio ambiente: 1. Entorno natural que se pueda mercadear, 2. Reducir el impacto ambiental en la zona, 3. Destinar parte de los recaudos económicos de los turistas en la conservación de la zona y 4. Una buena actitud por parte de los turistas hacia la conservación del medio ambiente de la zona (pág. 661). De igual manera, Enríquez Martínez (2010) afirma que el nacimiento y evolución del ecoturismo como alternativa al turismo de masas supone, cuando menos en el discurso, una mayor preocupación por el medio ambiente y la búsqueda de desarrollo socioeconómico (pág. 37).

Björk (2000) también sugiere cuatro dimensiones fundamentales en las diferentes acepciones de ecoturismo que son: 1. El lugar de ecoturismo que es visitado se centra en naturaleza, cultura, aspectos sociales y sistemas ecológicos, 2. Los turistas se embelesan, disfrutan y estudian las características del entorno sin hacer daño alguno, 3. Conservar y contribuir al prestigio del ecoturismo para atraer visitantes que dejen rentas para la conservación ambiental del área, así como para el desarrollo económico de la comunidad local y 4. Consecuencias del comportamiento de los turistas en dichas áreas (2000, pág. 191).

Por consiguiente, este estudio se basa en la aproximación del ecoturismo de los autores Ospina Díaz, Mora, & Romero Infante (2013), donde definen que el ecoturismo y los bio servicios son la forma de abordar la producción y comercialización basado en una filosofía ecologista, que

conduzca a la sustitución del actual modelo de desarrollo por un modelo sustentable de los ecosistemas y por ende a una mejor calidad de vida de la población (pág. 12).

Para complementar este tema, es importante entender sus orígenes. Según Ospina Díaz et al. (2013) la dimensión del ecoturismo global se originó en la década de los noventa y ha venido creciendo sostenidamente un 20% por año, se resalta que en el año 2004 el ecoturismo aumentó 300% más rápido de lo que incrementó la industria del turismo como un todo (pág. 13). Situación que la valida Buckley cuando afirma que “El ecoturismo es posiblemente el subsector de más rápido crecimiento” (Buckley, 1994, pág. 668). Esto es especialmente estimulado por la generación de los *Baby Boomers*<sup>1</sup> y viajeros que sienten total respeto por los lugares, culturas, ecologías y ecosistemas que desean visitar con el mínimo daño posible (Ospina Díaz, Mora, & Romero Infante, 2013, pág. 13).

### 2.1 Demanda del ecoturismo: Los *Backpackers*

El consumidor de hoy, en términos de turismo, exige cosas diferentes. Por ejemplo, Pozo y Tachizawa (2018) afirman que los clientes en este nuevo entorno de negocios esperan interactuar con organizaciones que son éticas, tienen una buena imagen corporativa en el mercado y actúan de una manera ambientalmente responsable. En este entorno, ha surgido un concepto de responsabilidad social que enfatiza el compromiso de establecer relaciones sostenibles con las partes interesadas (pág. 40).

Días (2008) concuerda indicando que “las cuestiones ecológicas paulatinamente van teniendo mayor importancia porque hoy en día hay gran cantidad de consumidores que procuran productos y servicios que incorporen la variable ambiental” (pág. 142). Sin embargo, algunos

---

<sup>1</sup> García Fuentes (2018), define a Los *Baby Boomers* como las personas que nacieron durante la explosión de la natalidad posterior a la Segunda Guerra Mundial, entre 1946 y 1965 (pág. 1).

críticos consideran que el ecoturismo contribuye a la destrucción del medio ambiente (Das & Chatterjee, 2015, pág. 5).

Conociendo esta tendencia en el sector del turismo, investigaciones previas ya han destacado la importancia de conocer las motivaciones de los turistas de cara al posicionamiento y a la promoción de los destinos por parte de las organizaciones encargadas de la gestión de este. Mehmetoglu (2010) estableció la escala NES<sup>2</sup>, en donde identifica 4 perfiles de turistas de acuerdo a sus motivaciones ambientales y los agrupa en factores de naturaleza, conocimiento y sostenibilidad, estos perfiles son: el ecoturista, el turista motivado por la naturaleza, el turista sostenible y el turista de masas (pág. 188).

Recientemente han venido siendo relacionados como consumidores de productos amigables con el medio ambiente y con sensibilidad ambiental y social a los *Backpackers* (Ryan & Mohsin, 2003, pág. 124). Esto mismo lo reafirma Bell (2008), quien considera que el consumidor o turista que busca sitios con las características mencionadas anteriormente es el *Backpacker* (pág. 347) . Además, diferentes estudios afirman la necesidad de comprender muy bien a este consumidor para potencializar el turismo sostenible, pero teniendo en cuenta que no necesariamente todos los *Backpackers* van a contribuir a esto (Murphy & Brymer, 2010, pág. 733). De hecho, Scheyvens (2002) reconoció que el deseo de participar en ecoturismo no siempre se traduce en acción y descubrió que incluso aquellos *Backpackers* que declaraban una tendencia

---

<sup>2</sup> La escala NES, es un instrumento validado para la identificación de los cuatro segmentos de turistas que tiene en cuenta sus motivaciones ambientales. Esta escala está formada por siete ítems agrupados en tres factores: naturaleza, conocimiento y sostenibilidad. Los turistas sostenibles son aquellos que obtienen una puntuación media alta en el factor de sostenibilidad, los turistas motivados por la naturaleza son aquellos que obtienen una puntuación media alta en el factor de naturaleza, los ecoturistas son aquellos con altas puntuaciones en los tres factores mientras que los turistas de masas son aquellos con puntuaciones bajas en los tres factores (Mehmetoglu, 2010, pág. 188)

preexistente de vivir un estilo de vida sostenible, a menudo viajaban sin tener en cuenta las cuestiones ambientales (pág. 47).

El turismo asociado al *Backpacker* es definido como un tipo de turismo que involucra viajes de periodos largos organizados por cuenta propia de múltiples destinos que son visitados manejando un itinerario flexible (Martín-Cabello, 2014, pág. 405).

Con relación a lo anterior, ha habido varios puntos de vista sobre la definición de este grupo de personas, como el caso de O'Regan (2010), quien los define como una forma de turismo y estilo de vida que comúnmente se ha entendido como una categoría muy diferente a la del turismo convencional, una forma que se basa en estructuras complejas e interdependientes, que sigue su propio sistema de instituciones, transportes, guías, rutas y espacios simbólicos de consumo y cada vez más interconectados (pág. 193). Por su parte, Martín-Cabello (2014) los presenta como una subcultura con características y formas de interacción únicas que los definen y, por lo tanto, las características de los *Backpackers* no difieren entre países (pág. 406).

Este autor estudió al segmento de *Backpackers* a través de las siguientes líneas analíticas:

La estructura de los significados; prácticas; y los artefactos asociados con esta subcultura. La subcultura de mochileros se basa en una clara distinción entre dos roles: el mochilero, definido como un viajero, en contraste con el turista. Esta dicotomía refleja los valores de la subcultura: la búsqueda de autenticidad, libertad y frugalidad; y de sus creencias: «el verdadero negocio está lejos de casa»; durante el viaje «se experimentan relaciones auténticas»; y, al ser mochilero, se puede llegar a conocer realmente el territorio y su gente. El arquetipo resultante es el «aventurero», que descubre el mundo viajando

fuera del circuito comercial y creando su propio camino” (Martín-Cabello, 2014, pág. 406).

Igualmente, es importante entender los dos precedentes históricos de los cuales hace referencia Martín-Cabello (2014) sobre el *backpacking*: El primero, es el *Grand Tour* de los aristócratas jóvenes durante los siglos XVII y XVIII, y segundo, el de los jóvenes de la clase trabajadora británica en el siglo XIX en busca de *tramping*, que es como se le denominaba al trabajo que realiza durante sus viajes este grupo de personas (pág. 405).

Según Martín-Cabello (2014), el nombre de *Backpackers* es institucionalizado en los años ochentas cuando deja de ser un movimiento minoritario y se convierte en un segmento específico de la industria del turismo (pág. 405). También concuerda con lo mismo McCulloch (1991) quien afirma que el término *Backpacker* es originado en North Queensland y es usado por primera vez en el año 1983 como nombre del hostel *Backpackers Inn* en Cairns, Australia, el cual fue abierto en el año 1983 (pág. 10).

Entendiendo este perfil de turista, según Bell (2008), en su investigación en Nueva Zelanda enfocada en la promoción de hostales, la experiencia del medio ambiente es la razón principal de compra de estos turistas y, por eso, son el principal *target* en la promoción de hostales (pág. 347). Al igual que Firth y Hing (1999), quienes investigaron las preferencias de estadía de los *Backpackers* y encontraron, que estos prefieren hospedarse en acomodaciones eco amigables (pág. 253).

Según Guerrero Rodríguez (2010), la demanda del ecoturismo la identifican dos factores:

1. El interés de los viajeros por explorar espacios de recreo más cercanos al medio ambiente natural
- y 2. El apoyo al desarrollo de esta actividad desde diversos frentes como: la infraestructura, la publicidad y el reconocimiento por parte de los gobiernos (pág. 40).

A partir de lo anterior, este estudio entiende al *Backpacker* o mochilero como el *target* o la representación de la demanda del ecoturismo, cuyo perfil demográfico se define como:

“Los mochileros suelen ser occidentales, jóvenes, de clase media y muy educados. Suelen viajar solos o con un solo acompañante durante una etapa de transición de su vida: la finalización de sus estudios, mientras se encuentran en proceso de divorcio o cuando están entre trabajos” (Martín-Cabello, 2014, pág. 405).

Por su parte, la motivación de los *Backpackers* de viajar a destinos basados en la naturaleza son la relajación física y mental, el tiempo de vacaciones, alejarse de las demandas diarias de la vida e ir a lugares que la familia o amigos no han visto (Divinagracia, et al., 2012, pág. 89).

Y es este perfil, el *Backpacker* o mochilero, pasa 28 días en Colombia, una cifra muy por encima del turista promedio, gasta US \$812 en alimentación, transporte y ocio, y US \$560 en alojamiento en promedio; además, pernocta la mayoría del tiempo en hostales (Colombian Hostels, 2018, párrafo. 18).

## 2.2 Oferta del ecoturismo: diversidad natural y promoción.

En cuanto a la oferta global, se conocen por parte de los operadores turísticos y los viajeros muy pocos sitios de ecoturismo y las actividades de mercadeo que se realizan están privadas de estrategias particulares enfocadas a ecoturismo (Ospina Díaz, Mora, & Romero Infante, 2013, págs. 12-16).

Es responsabilidad de los oferentes del sector ecoturístico diseñar productos que no solo sean llamativos para el *Backpacker* sino que a la vez eduque y genere buenas prácticas (Linares, 2014, pág. 459). Por ejemplo, Murphy y Brymer (2010) consideran importante facilitar el acceso a experiencias y productos eco sostenibles para maximizar el atractivo potencial a *Backpackers*,

dado que, si bien puede haber algunos que tienen mucho conocimiento en el área, hay otros que solo pueden ser persuadidos a través del suministro de información y experiencias atractivas (pág. 747). Con base en los resultados de Murphy y Brymer (2010), el mayor potencial de productos ecoturísticos radica en hacer que un hostel sea más ecológico mejorando el reciclaje, por ejemplo (pág. 747).

Otro aspecto a tener en cuenta es que “promocionar un solo lugar de ecoturismo cuesta bastante, pero si se promocionan varios sitios de ecoturismo, se benefician las diferentes partes involucradas” (Ospina Díaz, Mora, & Romero Infante, 2013, pág. 14).

Uno de los componentes básicos para el desarrollo del ecoturismo, de acuerdo con Ojeda et al., (2019) es el componente natural de la oferta (pág. 157). Buckley (1994) concuerda indicando que las características importantes para un destino turístico basado en la naturaleza es su componente natural medio ambiental (pág. 662). Se entiende por esto como la oferta natural expresa en términos de biodiversidad que posee la locación.

Colombia, cuenta con una gran oferta natural. Esta oferta, según el índice de competitividad de viajes y turismo de El Foro Económico Mundial, se encuentra en la posición número 19 entre 140 países que son calificados en dicho reporte (Foro Económico Mundial, 2019, pág. 69). Esta oferta de recursos naturales puede ser potencializada, ya que Colombia cuenta con la más grande diversidad del planeta por kilómetro cuadrado, por su ubicación geográfica (Ospina Díaz, Mora, & Romero Infante, 2013, pág. 13). El país posee todos los pisos térmicos, posee también la única montaña nevada del mundo al pie del océano que es la Sierra Nevada de Santa Marta. Además, una de cada diez especies de fauna y flora del mundo se encuentran en Colombia, así como cerca de 56 millones de hectáreas de bosques y la reserva marina de mayor tamaño en el mundo (San Andrés). Asimismo, Colombia es el tercer país en recursos hídricos, con la mitad de

los páramos del planeta (Lacouture, 2019, párrafo 3). Adicionalmente, el país cuenta con 59 áreas naturales que pertenecen al SPNN con una extensión de 14'268.224 hectáreas (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2020, párrafo 1).

Desde el año 2004 los PNN han sido la punta de lanza del gobierno colombiano para desarrollar el ecoturismo nacional, entregándolos a concesiones privadas durante un tiempo y asegurándose de esta forma la preservación del patrimonio natural (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2020, párrafo 8).

Dicho lo anterior, “dadas las condiciones naturales de Colombia, es un ambiente adecuado para propender el ecoturismo, el cual es una forma de exhibir al viajero las diversas alternativas existentes, con el fin de fomentar dichos lugares, así como formar a los turistas en la preservación de los mismos” (Ospina Díaz, Mora, & Romero Infante, 2013, pág. 14).

En la actualidad, gracias a la firma del tratado de paz entre el gobierno nacional con la guerrilla de las FARC<sup>11</sup> se ha abierto el camino para que en las zonas de mayor patrimonio natural se empiece a desarrollar el sector económico, convirtiéndolas en atractivo turístico nacional e internacional por estar aisladas durante más de 60 años.

Lo anterior, genera beneficios particularmente para la economía de áreas remotas; el ecoturismo ayuda a apoyar la diversificación de los medios de vida en estas áreas, tiene barreras de entrada al mercado muy bajas, requiere mucha mano de obra y puede crecer rápidamente incluso con mano de obra no especializada (Riasi & Pourmiri, 2015, pág. 916).

Además de los requisitos de diversidad de recursos naturales necesarios para el desarrollo del ecoturismo, un factor primordial para esto, es la comunicación para promover estos espacios. Incluso, hay autores que hacen referencia a la orientación del *marketing* hacia el medio ambiente.



Por ejemplo, Dias (2008) considera que es necesario satisfacer las necesidades de los consumidores de productos ambientalmente positivos (pág. 142).

En cuanto a la comunicación que se requiere, la oferta turística opta por adaptarse a la nueva tendencia de comportamiento de los turistas, volviéndose cada vez más activas en las redes sociales, que han revolucionado las interacciones comunicativas y, en consecuencia, la comercialización de destinos turísticos y estrategias empresariales (Sotiriadis & van Zyl, 2013, pág. 103).

En efecto, Divinagracia et. al, (2012) definen que las cinco fuentes de información más importantes sobre el turismo basado en la naturaleza son los motores de búsqueda (por ejemplo, *Google*), anuncios en internet, sitios web específicos de turismo como sitios web de viajes y vacaciones, sitios web de aerolíneas y sitios web de turismo del gobierno (pág. 87).

La aparición de redes sociales y el aumento en la cantidad de información se encuentran estrechamente vinculados, ya que el aumento de la información y los elementos turísticos en la red se han encontrado con la información producida por los usuarios como consecuencia del surgimiento de la *web 2.0* y de los nuevos elementos sociales relacionados con este avance (Sotiriadis & van Zyl, 2013, pág. 104).

En realidad, un gran número de personas dispuestas a viajar a un destino turístico eligen las alternativas de comunicación y planificación en línea, entre las que destacan las redes sociales (Răzvan & Sabou, 2012, pág. 24). Dicho de otra forma, Zainal et. al, (2019) afirman que, con el avance de la tecnología, los visitantes tienen más expectativas al planificar sus viajes (pág. 208).

La industria del turismo fue una de las primeras que sintió la necesidad de adoptar soluciones basadas en servicios de internet móvil, su integración en la oferta de servicios turísticos se convirtió en un objetivo importante para los desarrolladores y proveedores de servicios turísticos mundiales (Tutunea, 2016, pág. 55). Por lo tanto, las comunidades de marcas en línea funcionan

no solo como un canal para que las entidades se comuniquen con los clientes, sino también como una herramienta importante para construir relaciones con los clientes. (Gutiérrez Montoya et al., 2018, pág. 136). Incluso, pueden aprovecharse las tecnologías de la información y de la comunicación para fines de marketing al comunicar imágenes de dicho destino al turista, ya que el turismo es en gran medida de naturaleza visual y especialmente, debido al uso creciente de internet por parte de los posibles turistas por su velocidad, interactividad y flexibilidad (Choy-Sheung, Atang, Lo, & Ramayah, 2017, pág. 776).

Otra característica importante de la comunicación digital es “la interacción que hacen sus usuarios. Estos no solo tienen la capacidad de aumentar o disminuir las visitas turísticas, sino también desarrollar expectativas del consumidor hacia el destino turístico” (Noer Fatanti & Suyadnya, 2015, pág. 1090).

La forma de llegar a los *Backpackers*, no se aleja a los demás consumidores del turismo, conjuntamente, se realiza de forma digital, pues hay alrededor de cuatro millones de páginas de internet promocionando productos ecoturísticos en una amplia gama de ubicaciones alrededor del mundo (Bell, 2008, pág. 347). Inclusive, la subcultura de *Backpackers* puede vincularse con la aparición de redes globales y la aparición de ideologías, prácticas y artefactos típicos de una cultura globalizada (Martín-Cabello, 2014, pág. 407).

Cercano a las estrategias de comunicación y promoción están las estrategias de comercialización, para las que los medios digitales también son clave. Como lo manifiesta Riasi y Pourmiri (2015) en su estudio sobre el ecoturismo en Irán, internet ha ayudado a las firmas prestadoras de servicios ecoturísticos a proveer información sobre los destinos y a organizar los preparativos del viaje (pág. 916). Del mismo modo, Bell (2008) enfatiza en su estudio realizado

que Nueva Zelanda promociona su oferta ecoturística a grupos de *Backpackers* mediante internet con gran efectividad (pág. 348).

Se concluye que el comercio electrónico es la forma predominante de comercio, ya sea que se realice a través de sitios web, redes sociales o de telefonía móvil, por lo tanto, las empresas de turismo deben continuar esforzándose por desarrollar la lealtad en línea entre sus clientes (Parra-Lopez, Martínez-González, & China-Martín, 2019).

### 2.3 Contexto para el ecoturismo

Los factores de contexto que influyen en el desarrollo del ecoturismo son las certificaciones, las regulaciones existentes, la seguridad y la infraestructura.

Frente a las certificaciones, la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas [UNWTO] refuerza que los sistemas de certificaciones de turismo “pueden generar beneficios a la sociedad, el medio ambiente, gobiernos, empresas privadas y consumidores” (Duffy & Fogle, 2018, pág. 138).

Por ejemplo, existen países, como Costa Rica, en donde las certificaciones favorecen el ecoturismo. Ejemplo de ello es el Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) que “influye de manera favorable en la percepción de los impactos socioeconómicos positivos que los hoteles tienen en las comunidades donde operan” (Molina -Murillo, 2019, pág. 363). Este certificado “tiene un objetivo estratégico de negocio: ser más ecoeficiente y reducir costos, por tanto, los posibles impactos socioeconómicos sobre las comunidades locales donde operan parecieran ser efectos colaterales y no la razón principal para adoptar el CST” (Molina -Murillo, 2019, pág. 364).

Otro referente es Australia, que desde 1991 estableció el ente Asociación de Ecoturismo de la Región Indo-Pacífico para fortalecer las buenas prácticas del ecoturismo y crecer toda la región en este sector (Duffy & Fogle, 2018, pág. 142).

En Colombia, el mayor acercamiento a una certificación, como las mencionadas anteriormente, hace referencia al turismo sostenible más no al ecoturismo. Esta certificación fue creada en el año 2006, por el Ministerio de Ambiente que establece, mediante el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación [INCONTEC], la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 001-1 sobre los requisitos de sostenibilidad de los destinos turísticos de Colombia. Lo anterior, con el fin de atender una demanda turística cada vez más exigente y mejor informada, así como atender las necesidades de mejoramiento de la calidad de la oferta turística, bajo un enfoque de turismo sostenible (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial de Colombia, 2006, pág. 1).

Otro factor de contexto que influye en el desarrollo del ecoturismo son las regulaciones, que hacen referencia a las normas jurídicas que rigen las actividades ambientales y turísticas. Dentro de las regulaciones, las áreas protegidas son un instrumento que usa el gobierno para que el hombre no intervenga de manera directa en ellas y así poder conservarlas.

Sirva de ejemplo, el caso de Costa Rica, donde el Sistema Nacional de Áreas de Conservación [SINAC] creado en 1998, bajo el acto legislativo de biodiversidad 7788, tomó el control de la protección de once áreas de conservación las cuales representan el 25% de la extensión total del país (Valverde Sánchez, 2018, pág. 117).

En el caso de Colombia, el país cuenta con varias áreas protegidas por su importancia en la biodiversidad de la nación y por ser atractivos turísticos por excelencia. Como respuesta a esto, se empieza a regular el Sistema Nacional de Áreas Protegidas [SINAP] mediante el Decreto 2372 del año 2010 para que puedan empezar a prestar servicios ecoturísticos y en especial los PNN por medio de la Resolución 31 del año 2013 en donde establece “el fomento de las inversiones en el turismo sostenible, incluidos el ecoturismo y el turismo cultural, lo cual puede consistir en crear empresas pequeñas y medianas y facilitar el acceso a recursos financieros, entre otras cosas, mediante iniciativas de microcréditos para las comunidades pobres, indígenas y locales de zonas con gran potencial ecoturístico. A este respecto, subrayamos la importancia de establecer, en caso necesario, directrices y reglamentos apropiados, de conformidad con las prioridades y leyes nacionales, para promover y apoyar el turismo sostenible” (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2010, pág. 4).

Otra medida regulatoria en Colombia es la legislación tributaria que busca mediante la exoneración de pago de impuestos fomentar la industria del ecoturismo mediante el Decreto 2755 de 2003 en su artículo 10 que indica: “Las rentas provenientes de los servicios de ecoturismo prestados dentro del territorio nacional están exentas del impuesto sobre la renta por el término de 20 años, a partir del 1º de enero de 2003, siempre que se cumplan los requisitos establecidos en el presente Decreto” (Ministro del Interior y de Justicia, 2003, pág. 4).

De la misma forma, en el Decreto 2590 del año 2009 se le da un cuadro legal a los servicios de vivienda turísticas que son los que brindan los servicios de hospedaje en las zonas ecoturísticas del país.

Con respecto a los factores de certificaciones y regulaciones presentados anteriormente, hay un indicador a nivel mundial que unifica estos dos factores como un solo, elaborado por el

Foro Económico Mundial, en su reporte anual de competitividad de turismo y viajes, nombrado sostenibilidad ambiental, que se define como un pilar que consta de indicadores de política tales como el rigor y el cumplimiento de las regulaciones ambientales del gobierno y las variables que evalúan el estado del agua, los recursos forestales y la vida marina, representadas por el estado de la población de peces. Dados los impactos ambientales del turismo en sí, se tiene en cuenta hasta qué punto la industria de viajes y turismo se desarrolla de manera sostenible (Foro Económico Mundial, 2019, pág. xi).

En lo concerniente a seguridad e infraestructura, este mismo reporte presenta un indicador referente a seguridad y tres indicadores de infraestructura. El de seguridad indica que la seguridad y la protección son factores críticos que determinan la competitividad de la industria de viajes y turismo de un país. Es probable que los turistas se vean disuadidos de viajar a países o regiones peligrosas, lo que hace que sea menos atractivo desarrollar el sector de viajes y turismo en esos lugares (Foro Económico Mundial, 2019, pág. xi). Por eso se tiene en cuenta el costo del crimen común y la violencia, así como el terrorismo, y hasta qué punto se puede confiar en los servicios policiales para brindar protección contra el crimen (Foro Económico Mundial, 2019, pág. xi).

Además, los indicadores de infraestructura se encuentran divididos en tres: Transporte aéreo, planta y puertos, y servicios de turismo.

Frente al transporte Aéreo, es definido como la conectividad aérea esencial para la facilidad de acceso de los viajeros hacia y desde los países, así como para el movimiento dentro de muchos países (Foro Económico Mundial, 2019, pág. xi). En este pilar se mide la cantidad de transporte aéreo, utilizando indicadores como los kilómetros de asientos disponibles, el número de salidas, la densidad del aeropuerto y el número de aerolíneas operativas, así como la calidad de la

infraestructura de transporte aéreo para vuelos domésticos e internacionales (Foro Económico Mundial, 2019, pág. xi).

En cuanto a planta y puertos, este se define como la disponibilidad de transporte eficiente y accesible a los principales centros de negocios y atracciones turísticas. Por lo que se requiere una red e infraestructura de carreteras y ferrocarriles suficientemente extensa, que cumplan con los estándares internacionales de confort, seguridad y eficiencia modal (Foro Económico Mundial, 2019, pág. xi). Este pilar también tiene en cuenta los caminos sin pavimentar, que permitan conexiones locales y, hasta cierto punto, puedan representar la existencia de caminos pintorescos, que pueden, en contextos muy específicos, atraer turistas (Foro Económico Mundial, 2019, pág. xi).

Y, por último, los servicios al turismo se definen como la disponibilidad de alojamiento, complejos turísticos e instalaciones de entretenimiento de calidad suficiente que pueda representar una ventaja competitiva significativa para un país (Foro Económico Mundial, 2019, pág. xi). Estos se miden por el nivel de infraestructura de servicios turísticos a través del número de habitaciones de hotel complementado por el grado de acceso a servicios como alquiler de autos y cajeros automáticos (Foro Económico Mundial, 2019, pág. xi). De acuerdo con los indicadores anteriores y teniendo en cuenta los países mencionados, la calificación de estos índices son los que se muestran en la siguiente Tabla 2:

*Tabla 2. Resultados 2019 del índice de competitividad de viajes y turismo<sup>3</sup>*

PAIS	RANKING GLOBAL	Seguridad y vigilancia	Sostenibilidad ambiental	Infraestructura de transporte aéreo	Infraestructura de planta y puertos	Infraestructura de servicios al	Recursos naturales
Australia	7,0	6,1	4,4	6,0	3,6	6,1	5,5
Mexico	19,0	4,2	3,9	4,0	3,2	4,8	6,0
Costa Rica	41,0	5,4	4,9	3,1	3,0	5,4	4,9
Colombia	55,0	3,8	4,4	3,0	2,5	3,8	4,4

<sup>3</sup> El coeficiente del índice de competitividad de viajes y turismo está presentado en una escala de 1 a 7, siendo 1 el puntaje menor y 7 el deseado.

Nota: Tomado del Reporte de competitividad de Viajes y Turismo 2019 (Foro Económico Mundial, 2019, pág. xi)

Según lo anterior, Colombia se encuentra rezagado fuertemente en seguridad y vigilancia, y los tres indicadores de infraestructura.



### 3. Estado del arte

Desde que inició el auge del ecoturismo en el mundo se han venido generando varios estudios e investigaciones respecto a factores que inhiben o motivan el desarrollo de este por su impacto en la industria del turismo. Sirva de ejemplo una investigación hecha por Ionel (2019) en Rumania, la cual determinó que el ecoturismo es una pieza clave para la industria de turismo en ese país, y este concluyó que el fortalecimiento del ecoturismo representa beneficios para el desarrollo natural, cultural y social de estas áreas (pág. 304).

Los estudios encontrados para este trabajo de investigación abordan el ecoturismo desde la demanda, la oferta o el contexto.

#### 3.1. Estudios sobre factores de demanda.

Los factores que han favorecido la demanda del ecoturismo según Dias (2008) son: 1. El auge de la concientización respecto de la necesidad de preservar los recursos naturales, 2. la necesidad de las personas de encontrar alternativas de recreación diferentes a las que existen en los grandes centros urbanos, 3. el deseo de acercarse a estilos de vida más simples en contraposición con la compleja vida moderna de las grandes ciudades y 4. la búsqueda de una mejor calidad de vida, con mayor interacción con la naturaleza (pág. 142). Cabe señalar, que un mercado que se percibe que contribuye al objetivo de garantizar que el crecimiento y el desarrollo del turismo sean coherentes y sensibles a las aspiraciones, los valores sociales y los recursos medioambientales es el segmento de los *backpackers* (Firth & Hing, 1999, pág. 251).

Del mismo modo, Ryan y Mohsin (2003), en su investigación sobre los motivos, comportamiento y motivaciones de los *Backpackers*, manifiestan que este consumidor tiene como principales motivos de viaje, conocer a otras personas y viajar con flexibilidad, así como recorrer rutas turísticas que incluyan atracciones naturales (pág. 113).

3.2 A propósito de este perfil, Martín-Cabello (2014) realizó un estudio en Chile en donde determinó el perfil demográfico más común de los *Backpackers*, concluyendo que existe cierta homogeneidad entre los que hacen parte de esta cultura de viaje. McCulloch (1991) amplía en su investigación realizada en Queensland, Australia este perfil desde el punto de vista de edad, género, ocupación, gasto promedio por viaje y país de donde viene, logrando determinar sus hábitos de consumo. Estudios sobre factores de oferta.

Frente a la oferta, hay autores como Guerrero Rodríguez (2010) quien afirma que la evidencia derivada en casos de estudio en México muestra que “el ecoturismo se ha desarrollado a partir de una inercia discursiva mundial y la especialización de nichos de mercado más cercanos a la conservación y ecología” (pág. 57). Así mismo, Molina -Murillo (2019) asevera que promover el turismo responsable en destinos ambientales y socialmente vulnerables debe ser una prioridad de las organizaciones del sector para proteger el patrimonio sociocultural y ambiental y asegurar la sostenibilidad a largo plazo (pág. 363).

Por otra parte, uno de los factores que se han estudiado dentro de la oferta como una barrera para el ecoturismo es la falta de promoción. En el estudio de Asgharzadeh & Mousavi (2012) sobre las barreras sociales y financieras contra la expansión del ecoturismo en Irán, encontraron que la razón principal por la que los inversores son prácticamente reacios a invertir en esta industria es que no hay suficiente demanda para visitar estas atracciones turísticas naturales. Esto se debe principalmente a que no hay suficiente publicidad sobre ecoturismo (pág. 55).

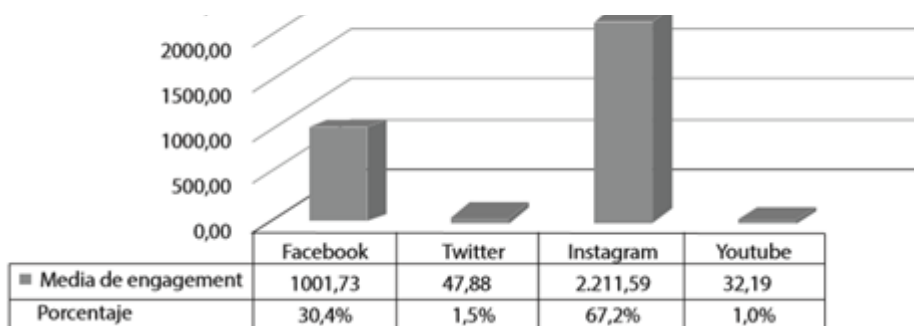
Un estudio realizado por Choy-Sheung et al. (2017) en Ba´Kelalan, Malasia determinó que los oferentes de hospedajes rurales dependen en gran medida por la promoción voz a voz y del contacto directo vía teléfono y correos electrónicos con los clientes, este estudio concluyó que no

hay conocimiento del potencial existente del marketing digital (pág. 775). En efecto, una investigación llevada a cabo por Reichstein y Härting (2018) muestra que un enfoque personalizado para el cliente en los canales de comunicación digital representa un requisito esencial en la provisión futura de servicios, para satisfacer las necesidades cambiantes del turista durante todo el *Consumer Journey*<sup>4</sup> (pág. 1492).

Acorde a lo anterior, pero enfocado en Iberoamérica, Sánchez Jiménez et. al, (2018) estudiaron el impacto de las redes sociales en el sector de turismo de 22 países en los que se encuentra Colombia y determinaron que las dos redes sociales en las que hay que enfocarse en el sector del turismo son *Instagram* y *Youtube* debido a que hacer publicaciones de carácter visual (de imágenes y videos) genera mayores interacciones (pág. 144).

En la gráfica 2 se muestra el *engagement*<sup>13</sup> que generan las diferentes redes sociales en el sector de turismo de los 22 países analizados:

Figura 2. Media de engagement por red social



Fuente: (Sánchez Jiménez, Gutiérrez Montoya , & Galiano Coronil, 2018, pág. 144)

<sup>4</sup> Según la definición dada por Latevaweb (2018), “El Customer Journey es el itinerario que sigue un usuario desde que se propone comprar o adquirir un producto / servicio, hasta que obtiene dicho producto / servicio” (pág. 4)

En otro estudio realizado por Lemoine Quintero et al. (2018) de redes sociales en Ecuador se determinó que “la publicidad permite obtener resultados satisfactorios para las ventas y el desarrollo turístico sostenible” (pág. 32).

Como también es importante, como lo manifiesta González Fernández-Villavicencio (2016), la creación de un conjunto de indicadores y métricas únicas, que midan el impacto en los usuarios y la rentabilidad de la marca en la web social y sirva también como análisis competitivo (pág. 3).

Otro aspecto considerado de la oferta en diferentes estudios, son las prácticas sostenibles. Frente a este aspecto, Bell (2008) afirmó, en un estudio realizado en Nueva Zelanda, que cuando se trata de responsabilidad ambiental, la mayoría de los hostales, en sus prácticas verdes, tenían un compromiso limitado para igualar sus prácticas a la imagen que realmente proyectan, la inmensa mayoría de estos tiene una vaga definición del término, pero aun así, lo ven cómo una ventaja competitiva en el sector de turismo para *Backpackers* (pág. 350). Otro estudio realizado en Byron Bay, Australia por Firth y Hing (1999), concuerda con el compromiso limitado de algunos hostales en prácticas sostenibles y concluye de igual manera que mostrarse como un alojamiento eco amigable es un valor agregado buscado por los *Backpackers* (pág. 252).

### 3.3 Estudios sobre factores del contexto.

Un estudio hecho en por Crespo Jareño (2018) en Chile y España, determinó la importancia del rol del gobierno para tener un óptimo desarrollo del ecoturismo, según este, se deben tener esfuerzos coordinados con el sector privado y las demás partes interesadas, esa investigación concluyó que además de conocer bien el comportamiento de los ecoturistas y los motivos de elección de destino, son importantes los sellos de calidad y las certificaciones de sostenibilidad (pág. 19).

En otra investigación, Valverde Sánchez (2018) hace referencia a este mismo tema, haciendo referencia al caso de Costa Rica, concluyendo que el auge del turismo en este país en la década de 1990 desencadenó una serie de nuevas estrategias de conservación y políticas sociales y económicas que cambiaron la dinámica económica del país, haciendo que en menos de una década, el turismo se convirtiera en la principal actividad económica del país (pág. 125).

Por otro lado, un factor considerado dentro del contexto es la percepción de seguridad. Un estudio realizado Shokoohyar (2019) sobre la sensación de seguridad del *Backpacker* concluyó que la percepción de seguridad depende de la ubicación del destino (pág. 267) .

Ahora, Hernández Ramírez (2010) relaciona en su estudio que el ecoturismo y la infraestructura vial son el detonante de la economía local donde se establecen proyectos de ecoturismo, partiendo de una buena conectividad vial (pág. 43).

#### 4. Hipótesis.

Este estudio al ser de carácter exploratorio no pretende probar una hipótesis como tal sino más bien comprender un fenómeno en profundidad como lo es el ecoturismo y los factores que se requieren para su desarrollo en Colombia. Por lo anterior, y de acuerdo con la revisión de literatura, se plantea la siguiente premisa: En Colombia se requiere de factores desde la oferta demanda y contexto para desarrollar una propuesta de ecoturismo en el país. Es posible que, al finalizar el estudio, surjan hipótesis sobre estos factores que puedan ser probadas hacia adelante a través de futuros estudios (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 365). Lo anterior, será precisado en las conclusiones de esta investigación.

## 5. Metodología.

En este aparte se describirá el método que se usará en la investigación, la estructura de los tres tipos de entrevistas a profundidad enfocadas a identificar los factores de demanda, oferta y contexto, así como la muestra con el perfil de las personas entrevistadas. Debido a la poca literatura académica enfocada en el ecoturismo visto de forma integral desde los factores de oferta, demanda y contexto, surge la necesidad de hacer una investigación de tipo exploratorio.

### 5.1 Tipo de investigación.

El presente estudio se hizo siguiendo un diseño de tipo cualitativo debido a que “se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 358). En particular, este estudio se orienta a comprender con profundidad el ecoturismo en Colombia, a través de identificar los factores que desde la demanda, oferta y contexto motivan o inhiben el desarrollo de este tipo de turismo en el país. De ahí que se oriente en seguir un diseño fenomenológico cuyo propósito principal es “explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias” (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 493).

### 5.2 Población y muestra de estudio.

Las muestras tomadas para este estudio son orientadas a la investigación cualitativa por ende son muestras no probabilísticas (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 387). Para la selección del tamaño de la muestra se tuvo en cuenta tres factores: La capacidad operativa de recolección de análisis, el entendimiento del fenómeno o criterio de saturación y la naturaleza del fenómeno de análisis (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, &

Baptista Lucio, 2014, pág. 384). Cabe resaltar que inicialmente el estudio se planeaba realizar en campo, en zonas de influencia ecoturística donde se pudiera tener contacto con muchos más actores de la oferta y la demanda, pero por la situación de la pandemia mundial del Covid-19 que tuvo un impacto directo en el sector del turismo, las entrevistas de profundidad se llevaron a cabo por medios virtuales reduciendo el tamaño de la muestra. De igual forma, el criterio de saturación fue el factor principal para la definición del tamaño. Y se eligieron según la orientación requerida para los factores de demanda, oferta y contexto.

Para el factor de demanda, se realizó una muestra homogénea, ya que “las unidades que se seleccionaron poseen un mismo perfil o características, o bien comparten rasgos similares” (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 388). La selección de esta muestra se basó en características psicográficas y se usó como unidad de análisis personas que comparten la forma de consumo y de turismo *Backpackers* por sus ideales y la forma de realizar sus viajes. Véase en la tabla 3 los perfiles de esta muestra.

*Tabla 3. Información sociodemográfica de los entrevistados (demanda)*

Entrevistado	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Edad</b>	35 años	33 años	32 años	31 años	24 años	34 años	36 años	23 años
<b>Género</b>	masculino	masculino	masculino	masculino	femenino	masculino	masculino	femenino
<b>Nacionalidad</b>	colombiana	colombiana	colombiana	colombiana	colombiana	húngara	colombiana	alemana
<b>Residencia</b>	Bogotá, Colombia	Bogotá, Colombia	París, Francia	Madrid, España	Villa de Leyva, Colombia	Budapest, Hungria	Budapest, Hungria	Múnich, Alemania
<b>Tiempo viajando</b>	10 años	4 a 5 años	5 años	12 años	6 años	10 años	10 años	1 año

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al factor de oferta, se utilizó una muestra diversa o de máxima variación con la finalidad de “mostrar distintas perspectivas y representar la complejidad del fenómeno estudiado, o bien documentar la diversidad para localizar diferencias y coincidencias, patrones y particularidades” (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 388). En



esta muestra se usó como unidad de análisis los representantes de hostales ubicados en ciudades turísticas y de *lodges* ubicados en zonas con potencial ecoturístico. Véase en la tabla 4 los perfiles de esta muestra.

*Tabla 4. Información de los entrevistados (oferta)*

Entrevistado	9	10	11
<b>Rol</b>	Propietario y gerente	Propietario y gerente	Gerente sede Cartagena
<b>Tipo de alojamiento</b>	Lodge	Lodge	Cadena de hostales
<b>Número de sedes</b>	1	1	4
<b>Ubicación de la sede 1</b>	Macarena, Meta	Nuquí, Chocó	San Andrés, San Andrés y Providencia
<b>Ubicación de la sede 2</b>	N/A	N/A	Cartagena, Bolívar
<b>Ubicación de la sede 3</b>	N/A	N/A	Santa Marta, Magdalena
<b>Ubicación de la sede 4</b>	N/A	N/A	Bogotá D.C

Fuente: Elaboración propia

Por último, para el factor de contexto, se usó una muestra en cadena o por redes, donde se identifican participantes clave y se les pregunta si conocen a otras personas que puedan proporcionar más información o ampliar los datos (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 388). Inicialmente se contactó al entrevistado número 13, quien contaba con amplia experiencia en el sector turístico en Colombia y fue este quien nos contactó con el entrevistado número 12, que se encuentra actualmente vincula al Viceministerio de Turismo. Como unidad de análisis se usó personas vinculadas a entes gubernamentales dedicados al turismo. Véase en la tabla 5 los perfiles de esta muestra.

*Tabla 5. Información de los entrevistados (contexto)*

Entrevistado	12	13
<b>Rol desempeñado 1</b>	Asesora del Viceministerio de Turismo, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. A cargo de proyectos de formación y capacitación; entre ellos, el programa “Colegios amigos del turismo”	Coordinador del área de desarrollo empresarial y formación en el Instituto Distrital de Turismo
<b>Rol desempeñado 2</b>	N/A	Capacitación y Sensibilización Turística en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
<b>Experiencia sector turismo</b>	Año y medio	13 años

Fuente: Elaboración propia

### 5.3 Herramienta e instrumentos de recolección

El problema estudiado se investigó desde las tres perspectivas mencionadas (demanda, oferta y contexto) mediante el desarrollo de entrevistas a profundidad con actores clave que podían suministrar información sobre cada uno de los factores de interés. Estos actores fueron descritos en la sección anterior (población y muestra).

Por cuestiones de ética, en este trabajo nos acogemos al principio de confidencialidad. Para esto, vamos a sustituir a los participantes por códigos numéricos dados por orden de realización de la entrevista.

Las entrevistas en profundidad siguieron un formato semiestructurado que cubría los diferentes temas asociados a cada uno de los factores de interés. En el anexo 1 se presenta el formato de guía de entrevista para indagar por los factores de demanda, oferta y contexto del ecoturismo en Colombia.

Para definir los temas a indagar por cada factor, se tomó como marco de referencia aquellos que la literatura previa ha señalado en estudios relacionados con aspectos de demanda, oferta y

contexto del ecoturismo. La Tabla 6 muestra los factores tomados como base para orientar el diseño de la guía de entrevista, a partir de los estudios previos sobre el tema.

Tabla 6. Matriz de factores de indagación de la demanda

FACTORES PARA INDAGAR	AUTOR
<b>OFERTA</b>	
<b>Backpackers</b>	
Percepción de los <i>Backpackers</i> desde la oferta: dueños de hostales y guías turísticos.	Martín-Cabello (2014).
Motivaciones de viaje.	Divinagracia, et. al, (2012).
<b>Ecoturismo</b>	
Atributos del destino turístico basados en la naturaleza esperados por los encuestados.	Divinagracia, et. al, (2012).
¿Por qué no ofertan parques naturales?	Ospina Díaz, Mora y Romero Infante (2013).
Como cumplen su promesa de ser eco amigables.	Bell (2008).
Si los conceptos ecológicos es simplemente una táctica de marketing, sin relación con el compromiso con las prácticas reales.	Bell (2008).
Orientación oferta destinos turísticos.	Ospina Díaz, Mora y Romero Infante (2013).
Lo que los operadores vieron como su propio papel en la promoción verde (ecoturismo).	Bell (2008).
<b>Promoción</b>	
Fuentes de comunicación digital para elegir destinos turísticos basados en naturaleza.	Divinagracia, et. al, (2012).
¿Tiene su negocio de turismo un sitio web?	Choy-Sheung, Atang, Lo, & Ramayah (2017).

En caso afirmativo, ¿para qué lo usa?	Choy-Sheung, Atang, Lo, & Ramayah (2017).
¿Cómo lo encuentran sus clientes (turistas)?	Choy-Sheung, Atang, Lo, & Ramayah (2017).
¿Cómo promociona actualmente su negocio de turismo?	Choy-Sheung, Atang, Lo, & Ramayah (2017).
¿Qué hace ¿Le gustaría emplear el marketing digital para su negocio turístico?	Choy-Sheung, Atang, Lo, & Ramayah (2017).
Actividades de marketing más utilizadas en la agencia.	Ospina Díaz, Mora y Romero Infante (2013).
Canales de comunicación.	Ospina Díaz, Mora y Romero Infante (2013).
Estrategias de mercadeo.	Ospina Díaz, Mora y Romero Infante (2013).
Medir un comportamiento de las ventas.	Lemoine Quintero et. al (2018).
Medir la efectividad de la publicidad realizada en el negocio.	Lemoine Quintero et. al (2018).

---

## DEMANDA

---

### Caracterización

Ocupación o profesión de los <i>Backpackers</i> .	Ryan y Mohsin (2003).
Interacción entre mochileros.	Martín-Cabello (2014).
Interacción entre mochileros y población local.	Martín-Cabello (2014).
Sitios turísticos y cultura material asociada a la subcultura de <i>Backpackers</i> .	Martín-Cabello (2014).
Características sociodemográficas de <i>Backpackers</i> .	Martín-Cabello (2014).
Variables demográficas y relacionadas con el viaje, motivaciones de viaje, interés en una variedad de tendencias futuras de viajes.	Murphy y Brymer (2010).

### Motivaciones

Motivaciones de los <i>Backpacker</i> para viajar.	Ryan y Mohsin (2003).
Motivaciones de viaje por nacionalidad.	Ryan y Mohsin (2003).
Motivaciones de viaje.	Murphy y Brymer (2010).
Ranking de sitios turístico a viajar.	Ryan y Mohsin (2003).

### **Ecoturismo**

Impactos percibidos de las inquietudes medioambientales de los <i>Backpackers</i> .	Murphy y Brymer (2010).
Experiencias o productos eco amigables que le gusta encontrar en sus viajes.	Murphy y Brymer (2010).
Barreras para hacer un futuro viaje.	Murphy y Brymer (2010).
Factores para evaluar para elegir destino.	Ryan y Mohsin (2003).

---

## **CONTEXTO**

---

### **Percepción de la normatividad actual**

Retos políticos para el turismo verde.	Fogle y Duffy (2018).
Barreras organizacionales para adoptar eco-certificaciones.	Fogle y Duffy (2018).
Recomendaciones para superar estos retos.	Fogle y Duffy (2018).
Afectación de las políticas al ecoturismo.	Fogle y Duffy (2018).
Estrategias de conservación, áreas protegidas y políticas medioambientales.	Valverde Sánchez (2018).
Veracidad de los proyectos ecoturísticos.	Guerrero Rodríguez (2010).
Ecoturismo como medio de desarrollo.	Guerrero Rodríguez (2010).

### **Infraestructura**

Disponibilidad de alojamiento y complejos turísticos.	Foro Económico Mundial (2019).
Conectividad aérea del país.	Foro Económico Mundial (2019).

Infraestructura de transporte interno.	Foro Económico Mundial (2019).
Seguridad.	Foro Económico Mundial (2019).

---

Fuente: elaboración propia

#### 5.4 Análisis de la información.

Como instrumento de recolección de los datos de las entrevistas a profundidad realizadas, se usará un sistema de categorías para el análisis cualitativo. Después de realizar las entrevistas, grabarlas y transcribirlas, se procedió a realizar una codificación de categorías de primer orden, definida como: el proceso de localizar unidades y designarle categorías o códigos (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 423). En esta parte, se analiza cada dato como segmento o unidad y se deducen similitudes y diferencias con otros datos (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 422). A continuación, los segmentos de datos o unidades son organizados en un sistema de categorías<sup>5</sup> y, por último, los resultados del análisis son clasificados en un orden superior (categorías de segundo orden) que emergen en la forma de descripciones, expresiones, categorías, temas y patrones (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 418).

Según Hernández Sanpieri et. al, (2014):

“Una técnica sencilla para producir categorías es la de agrupamiento:  
primero, anotar temas vinculados al planteamiento mencionados en las entrevistas

---

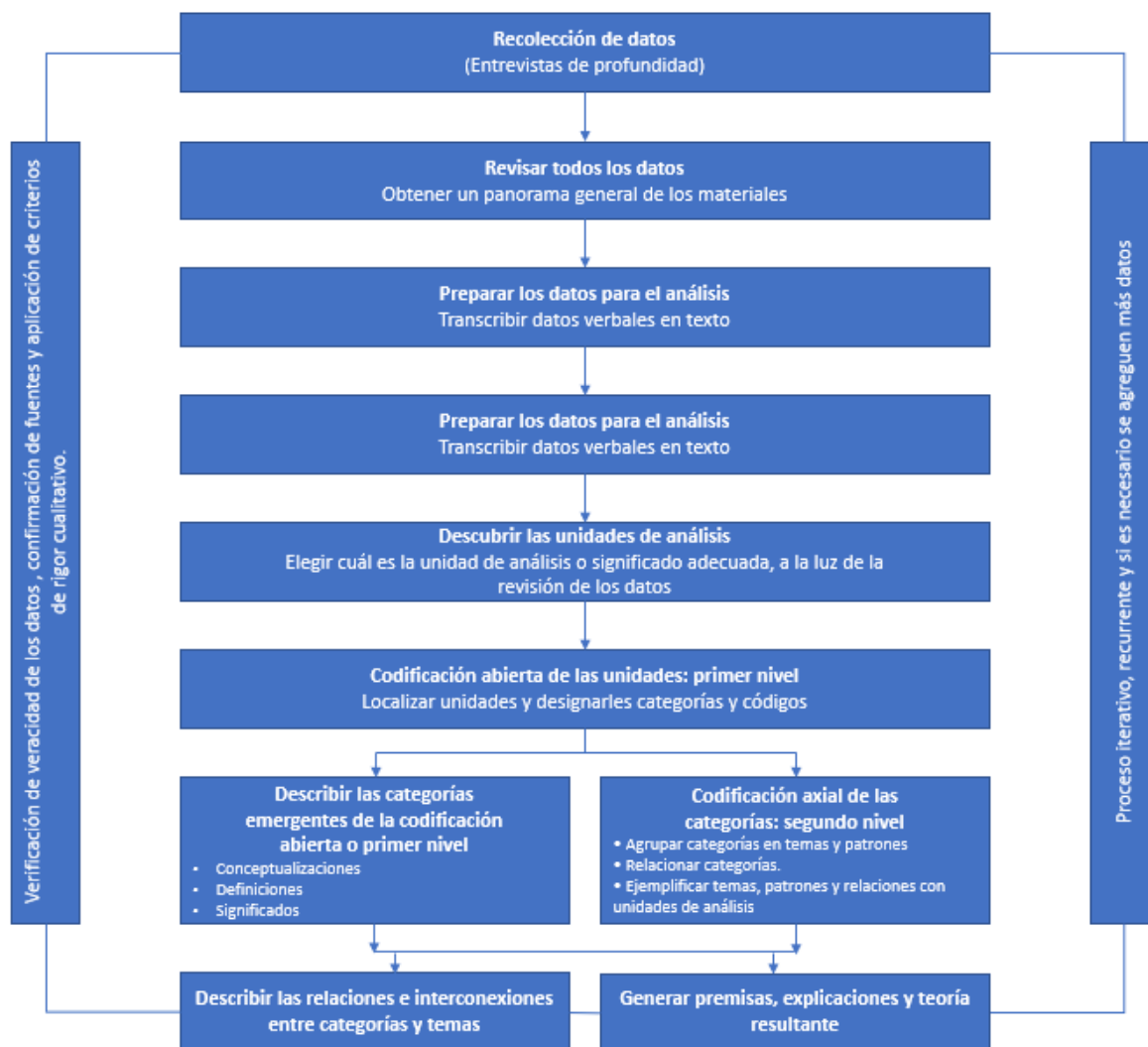
<sup>5</sup> Categorías Conceptualizaciones analíticas desarrolladas por el investigador para organizar los resultados o descubrimientos relacionados con un fenómeno o experiencia humana que está bajo investigación (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 426)

o grupos, o bien, detectados en las observaciones y documentos. Luego, señalar cuáles son comunes (se repiten una y otra vez), cuáles son los más distintivos (muy relacionados con el planteamiento) y cuáles solamente se mencionan una o pocas veces y son irrelevantes. Estos últimos se descartan. Posteriormente, agrupar temas” (pág. 436).

Para el caso de esta investigación, si bien los temas partieron de un marco de referencia dado a partir de la literatura previa, estos solo fueron una guía para organizar la información. Por lo anterior, la información fue codificada siguiendo los lineamientos de Hernandez-Sampieri et al., (2014) mencionados anteriormente como se observa en el Diagrama 1.



Diagrama 1. Proceso de análisis cualitativo para generar categorías



Fuente: Elaboración propia a partir de Hernández Sampieri et al, (2014, pág. 423)

La finalización del análisis se da bien sea cuando después de analizar múltiples casos ya no se encuentre información novedosa o en el momento en que hayamos respondido al planteamiento del problema y se haya generado un entendimiento sobre el fenómeno investigado (Hernández Sanpieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 384).

A partir de la literatura previa sobre ecoturismo, se diseñó un modelo ideal de factores relevantes para el desarrollo del ecoturismo, desde las tres perspectivas analizadas (demanda, oferta y contexto). La tabla 7 muestra el modelo teórico del desarrollo del ecoturismo. La matriz de categorización, proveniente de los datos, fue contrastada con este modelo para identificar similitudes y diferencias que permitieran responder la pregunta de investigación.

*Tabla 7. Modelo Ideal de Factores Relevantes Para el Desarrollo del Ecoturismo*

<b>Modelo Ideal de Factores Relevantes Para el Desarrollo del Ecoturismo</b>	
<b>Demanda</b>	<b>Modelo</b>
Caracterización	Turista que hace viajes por periodos largos, organizados por cuenta propia, de múltiples destinos que son visitados manejando un itinerario flexible. Esto en busca de tener experiencias con diferentes culturas (Ryan & Mohsin, 2003, pág. 113).
Motivaciones	La motivación de los <i>Backpackers</i> se basa en vivir experiencias diferentes, viajando a lugares que otros no han visitado, buscando tener una inmersión en la cultura local (Ospina Díaz, Mora, & Romero Infante, 2013, pág. 13). Buscan productos amigables con el medio ambiente, con sensibilidad ambiental y social (Dias, 2008, pág. 142).
Ecoturismo	Las expresiones turismo ecológico y ecoturismo han llegado a ser cada vez más populares tanto en la literatura científica como en el mercado turístico, y han aparecido normalmente refiriéndose al turismo interesado en visitar espacios naturales protegidos y conocer la flora y la fauna de los países que se visitan, aunque, el uso generalizado del término ha hecho que no se clarifique el concepto de ecoturismo, el cual se define como un viaje responsable a áreas naturales que conserva el medio ambiente y mejora el bienestar de la población local (Orgaz Agüera & Castellanos Verdugo, 2013, pág. 5).

Búsqueda del destino

Entre las principales fuentes de información de los *Backpackers*, se destaca las recomendaciones y la búsqueda por medios digitales, siendo las redes sociales las que más refuerzan la oferta turística a través de imágenes o material audiovisual (Bell, 2008, pág. 347).

Oferta	Modelo
Tipos de turistas	<i>Backpackers</i> que buscan interactuar con organizaciones éticas y con buena imagen corporativa (Pozo & Tachizawa, 2018, pág. 40).
Ecoturismo	Según la percepción de los hostales, los <i>Backpackers</i> buscan en sus viajes productos y servicios eco amigables y definen el ecoturismo como viajes con minimización del impacto ambiental (Ryan & Mohsin, 2003, pág. 124).
Características de la Oferta	Las características importantes para un destino turístico basado en la naturaleza es su componente medioambiental (Björk, 2000, pág. 191). Se relaciona a los hostales como el alojamiento propicio para este tipo de consumidor (Firth & Hing, 1999, pág. 253).
Prácticas Eco amigables	La mayoría de los oferentes se promocionan como ambientalmente responsables teniendo en su operación real prácticas limitadas frente al impacto ambiental y social (Firth & Hing, 1999, pág. 252).
Promoción	La oferta turística opta por adaptarse a la nueva tendencia de comportamiento de los turistas volviéndose cada vez más activas en las redes sociales. Principalmente aquellas que presentan contenido multimedia (Sánchez Jiménez, Gutiérrez Montoya , & Galiano Coronil, 2018, pág. 144).
Contexto	Modelo
Seguridad e infraestructura	Disponibilidad de transporte eficiente, de alojamientos eco amigables y accesibilidad a la oferta natural (Hernández Ramírez, 2010, pág. 43).
Regulaciones y normatividad	Protección de áreas naturales por parte del estado para su conservación (Valverde Sánchez, 2018, pág. 125).

Certificaciones de sostenibilidad

Certificaciones que generen beneficios a la sociedad, el medio ambiente, gobiernos, empresas privadas y consumidores (Crespo Jareño, 2018, pág. 19).

---

---

Fuente: Elaboración propia

### 5.5 Recolección de información

Se realizaron 13 entrevistas a profundidad a los perfiles presentados anteriormente. A cada uno de esos perfiles se le hizo una entrevista realizada por plataformas de comunicación digital como *Zoom* o *Google Meet*. El tipo de entrevista se realizó según el área de la investigación de la que hiciera parte, sea demanda, oferta y contexto.

### 5.4 Clasificación de unidades o segmentos

En la Tabla 8 se muestran los segmentos por categoría de la demanda correspondiente a los hallazgos encontrados en las entrevistas realizadas.

Tabla 8. Segmentos por categorías de la demanda

Temática	Categoría	Subcategoría	SEGMENTOS																
			1	2	29	30	62	63	74	75	92	102	103	116	117	127			
Interpretación	Caracterización	Razón de ser Backpacker	1	2	29	30	62	63	74	75	92	102	103	116	117	127			
		Viajes favoritos	3	4	31	32	64	76	77	93	94	104	118	128					
	Motivaciones	Diversidad de opciones para hacer	5	33															
		Fotografía	6	34	65	95	105												
		Deporte	7	35	96	106													
		Conocer lugares	8	36	66	78	107	119											
		Hacer cosas diferentes	37	79	129														
		Conocer personas	9	38	80	97	130												
		Movilidad	10	39	40														
		Conocer Culturas	41	98	131														
		Naturaleza	11	108															
		Impacto ambiental	99	132															
		Desconexión	12	42	43														
		Barreras	109																
Accesibilidad	81																		
Turismo guiado	13	82																	
Ecoturismo	Ecoturismo	Definición Ecoturismo	14	44	45	67	83	110	120	133									
Percepción Colombia	Búsqueda del destino	Información de destinos	15	46	111	134													
		Recomendación	16	47	84	112	121												
	Atributos Colombia	Duración en Colombia	17	68	85														
		Bajos precios	18	86															
		Seguridad	19	48	49	50	69	70	100										
		Potencial	20	51	87	113													
		Trato al cliente	21	52															
		Biodiversidad	22	23	53	54	71	72	73	88	89	90	101	114	122	123	124		
		Cultura	24	25	55	56	91												
		Comida	26	57															
		Gobierno	58																
Percepción externa	Extranjeros	27	28	59	60	61	115	125	126	135	136								

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 9 se muestran los segmentos por categoría de la oferta correspondiente a los hallazgos encontrados en las entrevistas realizadas.

Tabla 9. Segmentos por categorías de la oferta

Temática	Categoría	Subcategoría	SEGMENTOS												
			137	171	193										
Turistas	Tipos de turistas	Nacionalidad	137	171	193										
		Demanda	138	139	172	173	194								
	Backpackers	Percepción hacia el tipo Backpackers	195	196											
		Motivaciones	197												
Infraestructura "Hotelera"	Ecoturismo	Definición	140	174	198										
		Actividades a realizar	141	142	143	144	175	176	177	178	199				
	Características de la Oferta	Ubicación	145	179	200										
		Filosofía	146	180	201										
	Prácticas Ecoamigables	Por que es ecoamigable el hostal	147	148	149	202									
		Productos	150	151	181										
		Aprovechamiento recursos	152	153											
		Energía	154	182											
		Staff	155	203											
		Prácticas ambientales	156												
		Beneficios de las practicas sostenibles	157	158	183	184	204								
	Promoción	Voz a voz	159	185											
		Agencias de viajes (Físicas)	160												
		Redes Sociales	161	186	205										
		OTA's y web	162	187	206										
		Plan de fidelización	163	188	207										
	Ecoturismo en Colombia	Oportunidades de mejora	Formación y especialización	164	165	208									
Promoción país			166	189	190	209	210								
Infraestructura			211												
Oferta de sitios ecoturísticos			212												
Fortalezas		Bilingüismo	167	213											
		Diversidad	168	191	214										
		Seguridad	169												
		Inexplorado	170	192	215										

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 10 se muestran los segmentos por categoría del contexto correspondiente a los hallazgos encontrados en las entrevistas realizadas.

Tabla 10. Segmentos por categorías del contexto

Temática	Categoría	Subcategoría	SEGMENTOS	
Demanda	Motivaciones del turista	Vivir como local	216	234
		Turismo especializado	217	
	Demanda del ecoturismo	Backpackers	218	235
		Aviturismo	219	236
Potencial ecoturismo en Colombia	Fortalezas	Diversidad	220	237
		Conciencia de ecoturismo	221	
	Destinos ecoturísticos por excelencia	Macarena	222	
		Amazonas	223	238
		Guajira	224	
		Bogotá	225	
	Oportunidades de mejora	Eje Cafetero	226	239
		Infraestructura	227	240
		Bilinguismo	241	
		Formación y capacitación	228	242
Normas y certificaciones en ecoturismo Colombia	Percepción de la normatividad actual	Seguridad	229	243
		Normas técnicas	230	244
		Enfoque solo ambiental	231	
	Oportunidades de mejora de normas y certificaciones	Liderazgo del sector privado	232	245
		Liderazgo del gobierno	233	246
		Alienación con objetivos internacionales	247	
	Sellos de calidad internacional	248		

Fuente: elaboración propia

## 6. Resultados

### 6.1 Descripción de factores

#### 6.1.1 Factores de la demanda

##### 6.1.1.1 Caracterización del Backpacker

- **Razón de ser Backpacker**

La Tabla 11 muestra las razones de ser *Backpacker*. Esta subcategoría hace referencia a los estímulos que llevan a las personas a llevar una forma de hacer turismo como *Backpackers*. Los entrevistados coinciden en que genera unas facilidades, libertades, satisfacciones y espontaneidad que se resaltan frente a otras formas de turismo. Sobre todo, la forma de concebir y socializar con nuevas culturas.

Tabla 11. Razón de ser Backpacker

Razón de ser Backpacker	Entrevistado	Segmento
"empecé siendo Backpacker simplemente por un tema de inspiración por un jefe que tenía"	Entrevistado 1	1
"me gusta mucho viajar solo y disfruto mucho conociendo nuevas personas"	Entrevistado 1	2
"sino que puedes conocer mucha gente, puedes ahorrarte unos pesos y puedes también ser mucho más flexible"	Entrevistado 2	29
"un tiempo estuve muy dedicado al trabajo, por ahí unos 3 años muy juicioso, pero luego de eso empecé a salir más y a conocer más. "	Entrevistado 2	30
"es porque ando liviano de equipaje y simplemente me gusta recorrer diferentes partes del mundo y conocer"	Entrevistado 3	62
"Creo que el mundo es muy bonito como para simplemente quedarse en un lugar. Me gusta conocer gente, me gusta conocer lugares y vivir experiencias nuevas. "	Entrevistado 3	63
"para mí es muy fácil tomar mi maleta, unas pocas cosas y arrancar un viaje; aprender y tener una nueva aventura. Además, lo hago como "sin mente", arrancar y ya"	Entrevistado 4	74
"La verdad a mí me motiva mucho conocer, vivir nuevas culturas, tener nuevas aventuras, conocer gente, compartir con personas, estar cerca de la naturaleza o del ecosistema de nuevos sitios."	Entrevistado 4	75
"Porque el turismo que hago siempre va enfocado al ecoturismo. Entendiendo el ecoturismo como un fenómeno social que incluye aspectos económicos, ambientales y culturales. Creo que el ecoturismo es salir de viaje a un lugar de naturaleza siendo sostenible y responsable en las áreas naturales"	Entrevistado 5	92



"Porque normalmente viajamos mucho, fuera de los límites de la ciudad y normalmente lo hacemos todo como <i>Backpackers</i> ."	Entrevistado 6	102
"Y no hay que empacar mucho además de la libertad, así que es mucho más fácil viajar así (Risas)."	Entrevistado 6	103
"Nos gusta viajar livianos de equipaje, por cortos periodos de tiempo y, en general, no nos gusta llevar muchas cosas."	Entrevistado 7	116
"La libertad. Viajas liviano, puedes tomar decisiones espontáneas durante el viaje y eso te da la libertad de no estar atado a nada, te da más libertad para explorar."	Entrevistado 7	117
"Para mí, viajar como <i>Backpacker</i> es una forma económica de viajar y una forma maravillosa para ponerse en contacto con los lugareños y otros viajeros."	Entrevistado 8	127

Fuente: elaboración propia

#### 6.1.1.2 Motivaciones del *Backpacker*

La Tabla 12 muestra las motivaciones del *Backpacker*. Esta categoría hace referencia al proceso que inicia, guía y mantiene las conductas de los *Backpackers* orientadas a satisfacer sus necesidades durante sus viajes y la selección de los mismo.

Se destaca que es importante que el destino ofrezca variedad de actividades que le brinden al *Backpacker*, la posibilidad de hacer cosas diferentes como lo es la fotografía, el deporte, conocer lugares, personas y culturas nuevas, y desconectarse de la vida cotidiana viajando con flexibilidad. Todo esto buscando lugares que sean responsables con el medio ambiente.

Tabla 12. Motivaciones de los *Backpackers*

Diversidad de planes para hacer	Entrevistado	Segmento
---------------------------------	--------------	----------

"Lugares donde tiene usted la posibilidad de tener cercanía con el medioambiente, con culturas, con recursos hídricos y donde usted puede poner a prueba su estado físico"	Entrevistado 1	5
" Reviso si hay ríos, si hay cabalgatas, si hay fogatas. Busco qué actividades, a parte de la principal, puede haber; pues, al final, así puedes estar entretenido, relajado y disfrutando de los momentos"	Entrevistado 2	33
<b>Fotografía</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"normalmente estoy buscando sitios donde pueda tomar excelentes fotografías. ¡Con muy buenas vistas y paisajes!"	Entrevistado 1	6
"quiero conocer y tomar fotos de los páramos de Colombia antes de que se acaben. En este momento ya llevo unos 3 o 4 y aún me faltan al menos unos 2 o 3. Son ese tipo de cosas que también me dicen: “Bueno, toca aprovechar ahorita porque en 10 años lo que hay en glaciares o nieve muy posiblemente no esté”"	Entrevistado 2	34
"Busco sobre todo poder tomar buenas fotografías de los pájaros y las aves y poder coleccionar esas fotografías."	Entrevistado 3	65
"Paisajes, para mí tomar fotos de los paisajes. Tiene que ser claves que haya destinos que tengan actividades de naturaleza. Entre esos dos, me encantaría Costa Rica por todos los destinos naturales que tiene."	Entrevistado 5	95
"Pues no es el objetivo principal, pero sí, es chévere si es único. Nos gusta tomar fotos y documentar nuestros viajes, entonces sí, es genial tener buenas fotos y poder compartirlas."	Entrevistado 6	105
<b>Deporte</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Me encanta mucho lo que tiene que ver con hacer <i>Hiking</i> y <i>Trekking</i> y pues eso también, de alguna forma ayuda a mi estado de salud."	Entrevistado 1	7

"soy una persona a la que le gusta mucho todo el tema del senderismo, todo el tema natural. Entonces, ya he conocido algunas locaciones (sobre todo en Colombia) cuando hablamos de ecoturismo, donde lo he hecho. "	Entrevistado 2	35
"Que se pueda hacer <i>Trekking</i> y su posición geográfica también influiría muchísimo. "	Entrevistado 5	96
"Algunas veces. A veces cuando viajamos nos gusta hacer <i>Hiking</i> o vamos a lugares campestres"	Entrevistado 6	106
<b>Conocer lugares</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"conocer muchas veces lugares que no son tan turísticos"	Entrevistado 1	8
"Entonces es un poco las experiencias que uno pueda acumular visitando diferentes sitios nuevos"	Entrevistado 2	36
"Tienes una agenda, como con las cosas por hacer o los lugares importantes por conocer, también lo que más importa es la gente y es conocer la cultura y enriquecerte como ser humano espiritualmente. "	Entrevistado 3	66
"lo más atractivo es que uno se puede adaptar a cualquier tipo de lugar. Uno tiene la facilidad de encontrar mucha oferta y diferentes tipos de servicios con los que uno normalmente puede estar satisfecho y muy contento"	Entrevistado 4	78
"Además, nos gusta no ir a los sitios más típicos y populares, sino buscar lugares pequeños e interesantes en diferentes países. Primero debería ser un lugar que no hayamos visitado antes, algo nuevo."	Entrevistado 6	107
" Inspiración. Explorar el mundo, nuevas culturas, nuevos países, nuevos lugares y siempre tener nuevas experiencias. Debería ser lo suficientemente especial, para que consideremos hacer ese tipo de	Entrevistado 7	119

viaje a ese lugar. Esperamos que la naturaleza sea muy hermosa, ese es el factor principal."		
<b>Hacer cosas diferentes</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"el tema de despegarte también de tu cotidianidad y volver renovado es algo que te da esto. Las experiencias que puedes vivir son mucho más completas que con un viaje normal"	Entrevistado 2	37
"Me parece que es algo diferente a lo que normalmente los turistas tienen como servicio. La oportunidad de conocer puede dar una nueva visión de muchas cosas, y eso me parece interesante."	Entrevistado 4	79
"Sobre todo, la posibilidad de vivir muchas aventuras. Es increíble despertarse sin tener nada planeado e ir construyendo el día a día según quiera. Los planes salen de la nada y cada uno termina siendo una aventura enriquecedora."	Entrevistado 8	129
<b>Conocer personas</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"la verdad es que no es solo conocer países y lugares, sino también conocer personas me motiva a ser <i>Backpacker</i> . desarrollar algunas habilidades sociales"	Entrevistado 1	9
"Allá estuve con unos indígenas y fue una experiencia muy bacana. En últimas es que ellos te "adopten". No era tanto el plan turístico promocional, sino era un plan más como una amiga que estudió en la universidad. Entonces terminé allá en Silvia con los indígenas guámbianos"	Entrevistado 2	38
"También me motiva hablar un idioma diferente al que hablo todo el tiempo; compartir con personas en su idioma y aprender dialectos. Eso me motiva bastante."	Entrevistado 4	80
"Uno no vuelve a ser la misma persona después de cada viaje y eso no es igual al viajar (tipo) de ciudad. La cultura y la conexión que	Entrevistado 5	97

se tiene con las personas que compartes en hostales, que comparten tu "ADN mochilero", es una conexión totalmente diferente que no se ve en el turismo tradicional."		
"Para mí lo más atractivo de ser turista <i>Backpacker</i> es que es económico, adicional me encanta conectarme con la gente, ya sea locales u otros <i>Backpackers</i> "	Entrevistado 8	130
<b>Movilidad</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"ser <i>Backpacker</i> es viajar ligero, es viajar des complicadamente y es viajar económicamente"	Entrevistado 1	10
"No tienes tanto equipaje a la mano, entonces vas con tu maleta a donde quieras y si te gusta algo, tomas la decisión ese mismo día. También por un tema económico"	Entrevistado 2	39
"uno como <i>Backpacker</i> se puede mover super fácil. "	Entrevistado 2	40
<b>Conocer Culturas</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Poder conocer, poder aprender de otras culturas, poder tener historias que contar, cosas nuevas que te hayan pasado o cosas nuevas que hayas visto"	Entrevistado 2	41
"A la hora de escoger un viaje, mi motivación es más que todo aprender y conocer distintos lugares. Sí, realmente eso. También tener una conexión con la cultura me encanta. Y también que sea un destino turístico que tenga historia, gastronomía y cultura. Entre más pueda conocer y más pueda aprender en esos términos, creo que pesaría un poco más. "	Entrevistado 5	98
"A esto me refiero a no solo conocer la cultura local, sino a vivirla. Es decir, conocer la gente, sus costumbres y explorar cosas nuevas. Mantener una mente abierta a todas las aventuras que se crucen por el camino es la mejor actitud para viajar como <i>Backpacker</i> "	Entrevistado 8	131

"Apreciar la naturaleza es uno de los mayores atractivos de ser <i>Backpacker</i> "	Entrevistado 1	11
"Además, importa el paisaje, la naturaleza, el clima ... Claramente también buscamos ver algo que no podamos ver aquí, cosas que no estén a la mano y que no tengamos aquí. "	Entrevistado 6	108
<b>Impacto ambiental</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Pienso que también hay una mejora en el bienestar de las comunidades y realmente, yo siempre busco esos viajes que sean de naturaleza y que sean responsables. La palabra ecoturismo ya viene con un sentido de responsabilidad con la naturaleza, entonces trato de viajar a este tipo de destinos que no tengan impacto ambiental."	Entrevistado 5	99
"Siempre intento escoger un destino con oferta ecoturística y prefiero de ser posible viajar en autobús en lugar de avión, reducir el desperdicio, no dañar a los demás. De esta forma siento que estoy ayudando a la conservación del lugar y aparte me permite conocer mejor cada país y sus personas. "	Entrevistado 8	132
<b>Desconexión</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"El hecho de ser <i>Backpacker</i> , lo que a uno le gusta es viajar des complicadamente sin estar atado a algunas normas o estar atado a algún servicio ecoturístico"	Entrevistado 1	12
"uno está muy conectado a los dispositivos electrónicos y vos como <i>Backpacker</i> ecoturista vas a llegar a un lugar donde no vas a tener señal y sí o sí te vas a tener que alejar. Desconectado del celular por 3 o 4 días, los paisajes brutales y un esfuerzo mental y físico asombroso"	Entrevistado 2	42

"Más ahora con la necesidad de la gente de poder escapar de la realidad por un momento, es una muy buena alternativa Me parece un buen plan, el cambiar de ambiente, algo diferente y salir de la ciudad. Por eso me llama mucho la atención, el poder desconectarte al final"	Entrevistado 2	43
--	----------------	----

Fuente: elaboración propia

### 6.1.1.3 Definición del ecoturismo

La Tabla 13 muestra la definición de ecoturismo según los *Backpackers*. Esta categoría hace referencia a la definición que tienen los turistas sobre el ecoturismo. Para unos es un turismo que se realiza dentro de un entorno natural y otros tienen una concepción más completa donde incluyen el impacto ambiental, social y económico.

Tabla 13. Definición Ecoturismo

Definición Ecoturismo	Entrevistado	Segmento
"Para mí el ecoturismo es brindar un servicio turístico de descanso, de aventura, de conocer lugares propiamente relacionados con la naturaleza, con ambientes que pueden ser extremos en algunos casos"	Entrevistado 1	14
"Es un turismo en el que puede haber un tema de lujo, pero yo lo veo más como el turismo natural. Más sencillo. Como estar con una fogata, en una casa de madera, viviendo la experiencia de los mosquitos o el calor en las noches. Por eso el ecoturismo lo relaciono mucho como a volver a lo básico, como lo más simple."	Entrevistado 2	44
"volver a lo más simple y desde el lado de vivir experiencias que son nuevas y que vos tienes que vivir en algún momento para valorar lo que tienes"	Entrevistado 2	45

"es el turismo responsablemente ecológico. Estar en hoteles que se preocupan por su huella de carbono y por ser conscientes, que el impacto que tienen que hacer en la naturaleza es menor. Que de alguna manera están protegiendo el lugar donde tienen su albergue."	Entrevistado 3	67
" Para mí, ecoturismo es el turismo que hago más cercano con temas ambientales. Donde estoy alejado de las masas, temas un poco más privados o reservados para un grupo de personas. Donde tengo una conexión diferente con la naturaleza"	Entrevistado 4	83
"No estar perturbando la naturaleza. "	Entrevistado 6	110
"Ecoturismo se da cuando viajas de una forma que tiene muy poco impacto ambiental en el sitio que estás visitando. Tratas de mantener baja tu huella de carbono, visitando lugares que necesitan ser protegidos por alguna razón (tal vez ecosistemas frágiles) ... "	Entrevistado 7	120
"Para mí, el ecoturismo cuida del país, los lugareños y el medio ambiente."	Entrevistado 8	133

Fuente: elaboración propia

#### 6.1.1.4 Búsqueda del destino

Esta categoría define los medios por los cuales los *Backpackers* buscan información sobre cuales destinos visitar

- **Medios de información**

La Tabla 14 muestra los medios de información usada por los *Backpackers* Esta subcategoría hace referencia a medios de búsqueda de información que tienen los turistas a la hora de elección del destino. Se destaca la red social Instagram y YouTube por exposición visual que hacen sus usuarios de los viajes que han realizado, llamando así la atención de nuevos viajeros.



Tabla 14. Medios de información

Medios de información	Entrevistado	Segmento
"La otra es por medio de los Blogs. Sigo algunos <i>instagramers</i> y algunos <i>bloggers</i> que escriben sobre algunas experiencias en ecoturismo. "	Entrevistado 1	15
"También reviso fotos. De pronto un amigo montó una foto en Instagram y el paisaje se ve súper bacano, entonces hablo con él y me motiva con su experiencia. Empiezo a preguntar y de pronto le escucho a un amigo que estuvo en el Tayrona o estuvo en Huanchaco o en algún lugar en el Cocuy (por ejemplo)"	Entrevistado 2	46
"Por internet. Dos fuentes: Blogs de viajes en YouTube y en general, videos, sería una. Y la segunda sería simplemente en Google. Buscar a dónde ir, qué explorar cuando estemos allá. "	Entrevistado 6	111
"Siempre intento escoger un destino con oferta ecoturística y prefiero de ser posible viajar en autobús en lugar de avión, reducir el desperdicio, no dañar a los demás. De esta forma siento que estoy ayudando a la conservación del lugar y aparte me permite conocer mejor cada país y sus personas. "	Entrevistado 8	134

Fuente: elaboración propia

#### 6.1.1.5 Percepción de Colombia como destino

Esta categoría enmarca la percepción que tienen los *Backpackers* de Colombia.

- **Recomendación**

La Tabla 15 muestra la recomendación. Esta subcategoría hace referencia a la recomendación que se comparte de Colombia y de diferentes destinos turísticos los mismos

*Backpackers* entre sí cuando se conocen durante los viajes. Este relacionamiento que se genera permite descubrir locaciones que normalmente por otros medios no se conocen.

Tabla 15. Recomendación

Recomendación	Entrevistado	Segmento
"sobre todo con amigos extranjeros que he conocido en distintos viajes como <i>Backpacker</i> , les recomiendo los sitios para visitar en mi país he incluso recomiendo los sitios que yo no he visitado, pero quiero hacer"	Entrevistado 1	16
"Vengan, es muy bacano". Cuando se da ese "colegaje" o cuando te prestan, en otra ciudad del mundo, el sofá para dormir, yo creo que es un tema de agradecimiento y una invitación que se hace con el gusto de poder retribuir ese favor. "	Entrevistado 2	47
"por amigos <i>Backpackers</i> he tenido la oportunidad de escuchar de todos estos destinos. Mucho del destino de Amazonas, que es algo único. He podido recibir la información por parte de conocidos"	Entrevistado 4	84
"Sí, por supuesto, he recomendado Colombia muchas veces. Porque Colombia, para mí, fue muy emocionante y diferente a lo que tenemos aquí en Europa. Todo: el clima, la vegetación, las frutas, la comida, la cultura, las personas, los pueblos, la arquitectura, la naturaleza ... hay mucha diversidad en Colombia y es muy diferente a lo que tenemos aquí. Así que pienso que todos deberían verlo."	Entrevistado 6	112
"Claro que lo recomiendo. No solo lo recomiendo, también he llevado mucha gente (Risas). Así que sí, lo hago todo el tiempo. Cada vez que sale en la conversación, cuando las personas me preguntan, siempre les digo que es un gran lugar para visitar. "	Entrevistado 6	121

Fuente: elaboración propia

- **Duración en Colombia**

La Tabla 16 muestra la duración en Colombia. Esta subcategoría hace referencia al tiempo que este tipo de turista que ha visitado Colombia tiende a quedarse en el país, visitando varios destinos locales que de acuerdo con su itinerario de viaje puede llegar a ser amplio.

*Tabla 16. Duración en Colombia*

<b>Duración en Colombia</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Pero en Colombia algunos destinos pueden ser en promedio entre 4 a 7 días de duración. "	Entrevistado 1	17
"normalmente me gusta quedarme 2 o 3 meses en un lugar. No soy una persona que tenga una agenda muy apretada. Definitivamente me gusta sumergirme en las culturas, hablar con las personas, compartir, disfrutar y conocer de la región"	Entrevistado 3	68
"A mí me gusta aprovechar alrededor de unas tres semanas, yo pienso. Con eso yo creo que uno puede recorrer y caminar bastante y tener (de verdad) la conexión que uno espera en estos sitios. "	Entrevistado 4	85

Fuente: elaboración propia

- **Percepción de precios**

La Tabla 17 muestra la percepción de precios. Esta subcategoría hace referencia a los bajos costos percibidos que tiene Colombia frente a otros destinos en términos de alimentación, hospedaje y transporte.

*Tabla 17. Percepción de precios*

<b>Percepción de precios</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
------------------------------	---------------------	-----------------

"Colombia se puede resaltar por los precios. Es económico viajar acá en Colombia. Incluso los extranjeros lo reconocen cuando visitan estos lugares ecoturísticos"	Entrevistado 1	18
"Yo creo que es económico, creo que es bastante económico. Uno normalmente en otros países puede gastarse hasta dos veces lo que se gasta en Colombia. Los alimentos son baratos, el hospedaje es barato y el transporte es económico también"	Entrevistado 4	86

Fuente: elaboración propia

- **Seguridad**

La Tabla 18 muestra la seguridad. Esta subcategoría hace referencia a la percepción de seguridad que se tiene del país entre los turistas que lo han visitado. Reconocen que, desde la firma de acuerdo de paz, es un país al que se puede viajar. Como consecuencia se abrieron nuevas locaciones internas que, al estar en antiguas zonas de conflicto, ahora son atractivas para visitar.

*Tabla 18. Seguridad*

<b>Seguridad</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Es seguro viajar acá, ya es seguro viajar acá. En los últimos 10 años Colombia ha sido un país que se ha encargado de fortalecer su seguridad y ese puede ser un aspecto diferenciador."	Entrevistado 1	19
"Trato de revisar la zona cómo es. Hace mucho tiempo existía el tema de violencia, pero hoy no es tanto. Sin embargo, quedan algunas disidencias, entonces también miro siempre ese tema: la seguridad. "	Entrevistado 2	48
"De hecho, siento también que el tema de la paz ha ayudado mucho a esto. Porque este tema es relativamente nuevo y desde ahí es	Entrevistado 2	49

cuando el ecoturismo ha ido creciendo y creciendo, porque la gente se siente más segura"		
"Entonces uno trata de no nombrarlo, tal vez solo menciona que "toca tener cuidado, como en todo lado". "	Entrevistado 2	50
"quiero ir a la parte donde antes estaba la guerrilla: toda la zona del Guaviare, me han dicho que es increíble. Incluso pienso que es uno de los lugares turísticos más recomendados en este momento, precisamente porque falta explorar mucho y está muy virgen."	Entrevistado 3	69
"En todas partes pasan cosas y te puede pasar algo malo y en Colombia también, pero simplemente te debes cuidar y ya"	Entrevistado 3	70
"Pasaba mucho con Colombia, hace 50 años que estábamos en guerra, y eso también frena mucho a la hora de venir acá a Colombia. Últimamente ya todo está más pacífico, más tranquilo y eso ha aumentado mucho el turismo. "	Entrevistado 5	100

Fuente: elaboración propia

- **Potencial**

La Tabla 19 muestra el potencial. Esta subcategoría hace referencia al potencial que tienen Colombia como destino ecoturístico. Resaltando el clima gracias a su ubicación geográfica que le permite contar con una gran variedad de actividades como deportes extremos.

*Tabla 19. Potencial*

<b>Potencial</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Colombia, a diferencia de otros países, entiende su potencial ecoturístico y lo desarrolla"	Entrevistado 1	20
"Dentro de esos artículos lo que más se veía era todo el tema de que el ecoturismo venía creciendo; sobre todo nos enfocamos mucho	Entrevistado 2	51

en San Gil por esa época, con todo el tema de ecoturismo más deportes extremos que venía creciendo"		
"Es algo que se debe potenciar mucho y que todos los colombianos debemos estar orgullosos de eso."	Entrevistado 4	87
"Si quieres escapar a algún lado en el invierno, donde no haya nieve, Colombia es el destino perfecto. Odio la nieve, así que estaría muy feliz de vivir allá. "	Entrevistado 6	113

Fuente: elaboración propia

- **Trato al cliente**

La Tabla 20 muestra el trato al cliente. Esta subcategoría hace referencia a la percepción que se tiene frente la forma de atender al turista extranjero. En términos generales, el servicio cliente y la amabilidad en Colombia se destacan.

*Tabla 20. Trato al cliente*

<b>Trato al cliente</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Entiende su potencial y el trato al cliente (el servicio al cliente), sobre todo a los extranjeros es bastante especial, bastante bueno. La gente lo reconoce"	Entrevistado 1	21
"El servicio al cliente aquí es muy bueno y más si eres un extranjero, siento que hay una amabilidad adicional"	Entrevistado 2	52

Fuente: elaboración propia

- **Biodiversidad**

La Tabla 21 muestra la biodiversidad. Esta subcategoría hace referencia a la diversidad que tiene el país por su ubicación geográfica, por su variedad de pisos térmicos gracias a la cadena

montañosa de los Andes que permite que se desarrolle una biodiversidad reconocida por el turista, teniendo en un solo país: selva, desierto, nieve, dos océanos y toda la flora y fauna endémica.

*Tabla 21. Biodiversidad*

<b>Biodiversidad</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"la belleza de los paisajes. La comida, les parece muy buena la comida. "	Entrevistado 1	22
"Colombia como destino: la posibilidad de usted tener distintos climas, distintos pisos térmicos; la comida, la variedad en frutas, la variedad en fauna y flora que tiene este país, los distintos climas que tiene este país, la facilidad para moverse (distancias relativamente cortas) y que Colombia es, a la final, un país económico para hacer turismo"	Entrevistado 1	23
"Por otro lado, con los paisajes. Siento que, al tener tantos climas, tanta diversidad en todo, eso también se presta para que vengan acá y puedan ir desde el lugar más fino, hasta el lugar más guerrero o luchador."	Entrevistado 2	53
"es por la gente, por la naturaleza y por lo que pueden venir a hacer acá, por tantos pisos térmicos y paisajes. "	Entrevistado 2	54
"Los otros lugares están (tal vez) un poco más explorados, sin embargo, Colombia tiene muchas cosas ... muchas cosas que no conocemos."	Entrevistado 3	71
"Pero lo que es la biodiversidad, los paisajes y las oportunidades que da el post conflicto son increíbles y pienso que hay que visitarlo, hay que visitar Colombia para conocer toda esta riqueza cultural y de flora y fauna que tiene"	Entrevistado 3	72

"La riqueza que hay en este país no la he encontrado en ningún lugar"	Entrevistado 3	73
"creo que todavía Colombia no tiene tanto comercio y no se tiene tan en masa esa oferta, como lo es en países como Perú o México."	Entrevistado 4	88
"La verdad, las zonas tan paradisíacas que hay, las playas, el clima. Por ser un país que está ubicado en el trópico, existen muchas ventajas para cambiar de clima y de estación fácilmente. Por ejemplo, si quiero algo de desierto y algo de mar, tengo la posibilidad de ir a la costa y tener ese paseo. Si quiero algo de selva, puedo tener el tema del Amazonas fácilmente. O si quiero algo relacionado con avistamiento de ballenas, también tengo la posibilidad de ir al Pacífico. Tengo mucha oferta y diferentes planes que puedo hacer en un solo país"	Entrevistado 4	89
"hay muy buena oferta en el Amazonas y hacia el Pacífico. Sé que existe muy buena oferta de ecoturismo en esas regiones. En el Amazonas, por ejemplo, las Islas de los Micos y todas esas cosas que dan esa conexión con la naturaleza y con la selva amazónica. Y hacia el Pacífico, todo el tema de las ballenas y todos los avistamientos que se hacen. Esos son, de forma general, los que conozco. "	Entrevistado 4	90
"No sé si Colombia tiene o planea tener, pero definitivamente tiene el potencial. Colombia es muy grande y diverso (en la naturaleza y el país). Entonces pienso que está lleno de oportunidades en ecoturismo, así te guste ir a las montañas a hacer Hiking o algo diferente. Creo que toda Colombia es ecoturismo. "	Entrevistado 5	101
"Colombia es muy grande y tiene muchas oportunidades, así que siempre hay una razón para volver y explorar nuevos lugares. Ir al	Entrevistado 6	114



Amazonas o a la costa pacífica, en general a cualquier lugar, todo es muy hermoso, hay muchas cosas por explorar. "		
"Porque está muy intacta, muy aislada y no hay muchos turistas. También la gente es muy diferente de cualquier otro tipo de personas que haya conocido antes. La comida es muy interesante, las playas son muy lindas y en general siento que el Caribe es uno de los lugares más interesantes del mundo."	Entrevistado 7	122
"Pues, sé que tienen en el Amazonas, en el norte en la zona de Santa Marta y en general hay muchos lugares que se están volviendo populares para el ecoturismo; especialmente en hábitats en peligro como Caño Cristales, etc. Entonces pienso que es un mercado en crecimiento. "	Entrevistado 7	123
"Diría que la diversidad y el clima. En la diversidad de la biósfera, hay mucha naturaleza, muchos tipos diferentes de naturaleza y una gran diversidad de paisajes que ofrecen las diferentes e interesantes reservas naturales. Así que ahí es donde veo mucho potencial, porque Colombia puede ofrecer bosques, puede ofrecer jungla, puede ofrecer costa (mar), puede ofrecer desiertos ... Colombia tiene cada posible escenario para una increíble experiencia ecoturística. "	Entrevistado 7	124

Fuente: elaboración propia

- **Cultura**

La Tabla 22 muestra la cultura. Esta subcategoría hace referencia a los conocimientos, tradiciones y costumbres que caracterizan a Colombia y que son llamativos para el turista. Entre estas se encuentra el folclor, carnavales y ferias de cada zona geográfica que tiene el país.

Tabla 22. Cultura

Cultura	Entrevistado	Segmento
"Hay variedad de culturas por conocer y sobre todo el trato que le da el colombiano al extranjero (en cuanto a su calidez)"	Entrevistado 1	24
"Lo que resaltan del país es: les parece muy buena la comida y las mujeres también"	Entrevistado 1	25
"Las mujeres también. Si son turistas masculinos también el tema de la belleza femenina es algo que los atrae. Y ahora que lo recuerdo, también lo vendo por el tema cultural y folclórico de la danza. "	Entrevistado 2	55
"en temas de ecoturismo también hay un tema de lujo que está entrando, por ejemplo, con el <i>Glamping</i> "	Entrevistado 2	56
"si uno está buscando un poco de exclusividad, puede ser un atributo muy interesante que se puede desarrollar dentro de la oferta de ecoturismo en Colombia"	Entrevistado 4	91

Fuente: elaboración propia

- **Comida**

La Tabla 23 muestra la comida. Esta subcategoría hace referencia a oferta gastronómica que tienen el país y que es valorada por los turistas, en especial la variedad de frutas y el sabor de sus comidas.

Tabla 23. Comida

Comida	Entrevistado	Segmento
"El sabor y el ambiente del colombiano; somos gente alegre, a la que le encanta bailar, que tiene una cultura muy rica"	Entrevistado 1	26

"el tema de la comida y sobre todo las frutas y todo eso, en cuanto a lo económico que pueden llegar a ser aquí en comparación a otros países"	Entrevistado 2	57
--	----------------	----

Fuente: elaboración propia

- **Extranjeros**

La Tabla 24 muestra Los extranjeros. Esta subcategoría hace referencia a la percepción general que tienen el extranjero sobre el país. Varía mucho entre su biodiversidad, bajo costo, y que se puede y no hacer. Reconocen que no es un destino al que tengan pensado visitar, de hecho, no es conocido.

*Tabla 24. Extranjeros*

<b>Extranjeros</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"El colombiano recibe muy bien al extranjero, le gusta que lo visite en Colombia"	Entrevistado 1	27
"digamos que Colombia es un destino "económico" para el extranjero, a diferencia de otros países."	Entrevistado 1	28
"sin embargo, dice que Colombia tiene algo único. "	Entrevistado 2	59
"Está el que piensa que Colombia es una selva, como está el que sabe que también es un país increíble. De hecho, hoy en día hay muchos extranjeros aquí en Colombia"	Entrevistado 2	60
"Por ejemplo, lo que yo hago es mostrar fotos de diferentes paisajes (por ejemplo, las rutas de <i>Hiking</i> o <i>Trekking</i> ) y así los extranjeros quedan emocionados."	Entrevistado 2	61
"No realmente. No había considerado a Colombia como un destino de viaje. No es que tuviera algo en contra de Colombia, simplemente no estaba entre mis planes en ese tiempo.	Entrevistado 6	115

<p>Pero sí había escuchado algunas cosas sobre Colombia, me gustaba tomar café colombiano, era como mi favorito. Pero no como destino de viaje. "</p>		
<p>"Creo que aún tengo este reflejo de siempre poner atención y tener cuidado. Pero creo que es simplemente la forma en que me criaron al vivir en Colombia. Pero creo que ha mejorado con el tiempo. Claro que hay cosas que no puedes hacer allá, que sí podrías hacer acá, pero cuando llevo a alguien conmigo y hacemos un tour por la ciudad o en diferentes ciudades, nunca hemos tenido malas experiencias. Solo hay que tener cuidado. "</p>	Entrevistado 7	125
<p>"La diversidad de climas y la cantidad de oportunidades que ofrece desde ese punto de vista. Hay mucha variedad (como dije anteriormente), si quieres selva, si quieres bosques ... hay mucha variedad y por eso tiene mucho que ofrecer. Muchas veces cuando viajamos, viajamos por una sola cosa y esa es la única cosa que el país tiene por ofrecer. Pero en Colombia hay muchas experiencias diferentes para ofrecer, incluso las experiencias de ciudad. "</p>	Entrevistado 7	126
<p>"De Colombia no conozco mucho, solo por lo que me han dicho algunos <i>Backpackers</i> latinoamericanos que conocí cuando estuve en España. Sé que es un país peligroso, pero no me preocuparía eso, ya que he estado en países del África donde la situación puede ser similar o peor."</p>	Entrevistado 8	135
<p>"No iría a Colombia sola, pues como mujer no me sentiría segura, me imagino viajando allá con otra persona. "</p>	Entrevistado 8	136

Fuente: elaboración propia

## 6.1.2 Descripción de subcategorías de la oferta

### 6.1.2.1 Tipos de turistas

Esta categoría enmarca la percepción que tienen los alojamientos frente a los tipos de turistas que asisten a sus instalaciones físicas.

- **Nacionalidad**

La Tabla 25 muestra la nacionalidad. Esta subcategoría hace referencia a la proporcionalidad de turistas extranjeros *Backpackers* que vienen a hospedarse en las diferentes partes del país. Según los entrevistados hay una gran participación de turistas extranjeros, aunque esto depende de la ubicación del alojamiento.

*Tabla 25. Nacionalidad*

<b>Nacionalidad</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"60% de turistas colombianos, 40% extranjeros, de los cuales la mayoría son estadounidenses y alemanes. Hay un gran porcentaje que son europeos en general"	Entrevistado 9	137
"Pues viene mucho extranjero"	Entrevistado 10	171
"Son personas que vienen de diferentes partes del mundo. Dependiendo de la época del año recibimos más argentinos o más turistas americanos o europeos,"	Entrevistado 11	193

Fuente: elaboración propia

- **Demanda**

La Tabla 26 muestra la demanda. Esta subcategoría hace referencia al tipo de turista que se aloja en la oferta disponible, que buscan el ecoturismo. Los datos recogidos reafirman al *Backpacker* como consumidor de este tipo de oferta. De acuerdo con los entrevistados, el

*Backpacker* es un tipo de turista que busca vivir una experiencia de viaje diferente que no le ofrece el turismo tradicional y que busca hacerlo de la forma más económica posible. Cabe resaltar que se presenta un nuevo subsegmento de *Backpacker* dispuesto a pagar más por el alojamiento.

Tabla 26. Demanda

<b>Demanda</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"familias o grupos de amigos que buscan tener una experiencia un poco más de lujo y más cómoda en este destino. "	Entrevistado 9	138
"un nuevo concepto de <i>Backpacker</i> que es el <i>Backpacker</i> de lujo. Le gusta estar llegando a zonas remotas, pero le gusta estar cómodo"	Entrevistado 9	139
"pero normalmente es turismo que le encanta la naturaleza. Un turismo de descanso y sobre todo de compartir experiencia, que es a lo que nosotros le apuntamos. "	Entrevistado 10	172
"andar tipo mochilero, pero pagando bien, durmiendo en una cama bien, estando en una cabaña bien"	Entrevistado 10	173
"Varía mucho, pero principalmente son <i>Backpackers</i> y mochileros. principalmente son personas que están viajando por el mundo con poco equipaje y que están buscando experiencias. Lo que denominan <i>Backpackers</i> o mochileros. "	Entrevistado 11	194
<b>Percepción hacia el tipo <i>Backpackers</i></b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"es un turismo que cada vez crece más. Es un turismo joven, un turismo que está buscando más que todo experiencias. Es un turismo que está en una etapa de la vida donde se está buscando vivir experiencias, conocer gente, descubrir nuevos lugares y se encuentran muy apasionados por vivir todo tipo de actividades que queden grabadas de por vida."	Entrevistado 11	195
"Es un turista que busca alojarse de una forma económica, de una forma que no sea costosa"	Entrevistado 11	196

Fuente: elaboración propia

### 6.1.2.2 Ecoturismo

Esta categoría enmarca la

- **Definición**

La Tabla 27 muestra la definición. Esta subcategoría hace referencia a la definición que tienen los alojamientos sobre el ecoturismo. Se entiende que hay dos definiciones, una que es turismo de naturaleza y la otra que es un turismo responsable con el medio ambiente y que genere impacto positivo en la comunidad.

*Tabla 27. Definición*

<b>Definición</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Como se entiende en Colombia, es más que todo el turismo a zonas de naturaleza. Pero como debería ser, es simplemente el turismo a zonas de naturaleza, pero con un impacto mínimo y con el mayor aporte posible a la comunidad. "	Entrevistado 9	140
"Es un turismo que valora lo que hay en la zona, que no busca más de lo que se le ofrece. Siempre y cuando, teniendo en cuenta también que tiene algo bueno y bonito,"	Entrevistado 10	174
"El ecoturismo es el turismo que busca la naturaleza. Lugares que sean sostenibles. Cada vez nos alejamos más del turismo tradicional al que veníamos acostumbrados hace unos años, pues es un turismo muy dañino, que causa muchos daños tanto al medioambiente como a la zona donde se efectúa"	Entrevistado 11	198

Fuente: elaboración propia

- **Actividades a realizar**

La Tabla 28 muestra las actividades a realizar. Esta subcategoría hace referencia a las actividades que se pueden realizar en los lugares donde están ubicados los alojamientos. Es un aspecto muy importante para la elección del destino, pues según sus características llama el interés de los turistas ya sea por que buscan turismo especializado, avistamiento de aves, ballenas, deporte, fauna y flora o inmersión en la comunidad local.

*Tabla 28. Actividades a realizar*

<b>Actividades para realizar</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Se hace <i>trekking</i> en todos los atractivos del Parque Nacional – que son varios – Pero la actividad principal es precisamente esa, <i>trekking</i> , interpretación del entorno."	Entrevistado 9	141
"avistamiento de fauna y flora"	Entrevistado 9	142
"avistamiento de aves "	Entrevistado 9	143
"Está la parte comunitaria, que son las actividades que se hacen bien sea con la comunidad, o la forma en que se organizan los viajes acá que es de la mano de toda la comunidad."	Entrevistado 9	144
"Nosotros hacemos caminatas por la selva, por los ríos, en la playa; "	Entrevistado 10	175
"También el avistamiento de ballenas"	Entrevistado 10	176
"visitar a las comunidades., ver cómo viven las comunidades acá, teniendo en cuenta también todas las actividades que tienen los grupos en sus comunidades"	Entrevistado 10	177
"hacemos muchas comidas tradicionales recolectando en la huerta. En eso nos hemos enfocado para que nuestros clientes vengan y tengan la experiencia de preparar sus propios alimentos también."	Entrevistado 10	178
"Inclusive hay sitios, tanto hostales como restaurantes, donde son atendidos por la misma comunidad, donde se preocupan por el uso de los	Entrevistado 11	199



recursos del agua, donde le dan trabajo a la comunidad y poco a poco se empiezan a desarrollar muchas zonas que no tenían este tipo de oportunidades"		
---	--	--

Fuente: elaboración propia

### 6.1.2.3 Características de la oferta y prácticas eco amigables

Esta categoría enmarca las características que tienen los alojamientos frente a su filosofía y sus prácticas ambientales.

- **Filosofía**

La Tabla 29 muestra la filosofía. Esta subcategoría hace referencia a los valores que emplean los alojamientos de sus atributos intangibles que se convierten en sus diferenciadores como marca.

*Tabla 29. Filosofía*

<b>Filosofía</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"la selva como en casa. Buscamos es que la persona se adapte a este entorno y se sienta como si este entorno fuera su casa. "	Entrevistado 11	146
"que sea autosostenible, generando el menor impacto posible de basura. La idea es apuntar al <i>Lodge</i> de impacto cero"	Entrevistado 12	180
"La filosofía nuestra, lo que siempre buscamos, es ser local. Siempre trabajamos con que todos nuestros clientes y toda la gente que nos visita pueda tener una experiencia local de acuerdo con el lugar donde está ubicado el hostel."	Entrevistado 13	201

Fuente: elaboración propia

#### 6.1.2.4 Prácticas eco amigables del hospedaje

La Tabla 30 muestra las prácticas eco amigables del hospedaje. Esta subcategoría hace referencia a las prácticas que tienen los diferentes sitios de alojamiento por los cuales se consideran eco amigables. De acuerdo con la información recopilada, hay hospedajes que tienen prácticas solo de reciclaje como hay otros que tienen un plan integral que tiene en cuenta el uso de productos biodegradables, uso de energías renovables, aprovechamiento de recursos, impacto en la comunidad del área de operación y hasta disminución de consumo de carnes rojas.

Tabla 30. Prácticas eco amigables del hospedaje

Porque es eco amigable el hospedaje	Entrevistado	Segmento
"el hotel desde el comienzo se diseñó para que tuviera el menor impacto posible"	Entrevistado 9	147
"Cada una de las cabañas que tiene el hotel está ubicada no por un plano, sino por el espacio que tuviera disponible el bosque para ubicarlas. No se tumbó ningún árbol para ubicar las instalaciones."	Entrevistado 9	148
"Todo el hotel está dentro de la selva, lo que hace que el ambiente, el clima, sea completamente distinto al que tiene La Macarena. El bosque es nuestro aire acondicionado, acá no usamos aire acondicionado ni ventiladores"	Entrevistado 9	149
"Sí, cada vez más. Eso es un proceso, esto no es de un día para otro. Es un proceso en el que, cada vez más, la gente encuentra en el hostel mensajes o el tema de reciclaje de las basuras. La gente es consciente, en especial el turista europeo, de la exigencia en este ámbito"	Entrevistado 11	202
Productos	Entrevistado	Segmento
"todos los productos que manejamos en el hotel son biodegradables."	Entrevistado 9	150

"Todos los productos los traemos desde Bogotá y nos aseguramos de que tengan una curva de biodegradabilidad que se acerque a lo que necesitamos acá"	Entrevistado 9	151
"nosotros siempre todo lo producimos aquí en el <i>Lodge</i> , todo es muy orgánico y sostenible"	Entrevistado 10	181
<b>Aprovechamiento recursos</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"aprovechamos toda la materia orgánica que sale del hotel. La compostamos y la utilizamos en un vivero con el que estamos germinando plantas nativas. Este año ya llevamos 1040 (mil cuarenta) plantas germinadas. "	Entrevistado 9	152
"los baños no son baños convencionales, son baños secos. La materia orgánica que también utilizamos de esos baños la estamos utilizando toda para las plantas nativas también"	Entrevistado 9	153
<b>Energía</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"todo el hotel funciona con una planta solar. Con eso logramos tener todas las instalaciones iluminadas y se cargan todos los equipos de los clientes. Así podemos reducir también esa huella de carbono. "	Entrevistado 9	154
"Usamos energía solar, a pesar de que estamos en el Chocó, un departamento donde llueve tanto, tratamos de sostenernos con la energía que producimos."	Entrevistado 10	182
<b>Staff</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Todo el staff del hotel es local. Apoyamos todas las agremiaciones y asociaciones que hay en La Macarena para los servicios que nosotros proveemos"	Entrevistado 9	155
"También el tema de la comunidad, nosotros contratamos solo gente local. Tenemos que promover toda esta gente local para que se promueva el sector"	Entrevistado 11	203

Otras prácticas ambientales	Entrevistado	Segmento
"el tema de alimentación nos enfocamos en reducir al máximo todo el consumo de carnes rojas. Precisamente porque La Macarena es un destino que anualmente se ve reportado como uno de los más deforestados del país, debido a la ganadería"	Entrevistado 9	156

Fuente: elaboración propia

- **Beneficios de las prácticas sostenibles**

La Tabla 31 muestra los beneficios de las prácticas sostenibles. Esta subcategoría hace referencia a los beneficios percibidos por los alojamientos al tener prácticas sostenibles. Se ven diferentes beneficios entre los que se encuentran que los huéspedes están dispuestos a pagar un valor adicional, impactos positivos en la región, satisfacción del cliente. Incluso, hay una percepción de que es económico ser sostenible.

*Tabla 31. Beneficios de las prácticas sostenibles*

Beneficios de las prácticas sostenibles	Entrevistado	Segmento
"Más que todo el cliente. Hoy en día son muchas las personas que están buscando un turismo responsable y precisamente son aquellos clientes que están dispuestos a pagar más por eso."	Entrevistado 9	157
"toda esa economía genere un impacto positivo en la región y eso a la larga termina trayendo más personas"	Entrevistado 9	158
"el beneficio es que a veces sale mucho más económico todo, porque nosotros producimos ahí mismo. Entonces eso ayuda a ser un poco más económico"	Entrevistado 10	183
"teniendo en cuenta que los guías no los tenemos aquí mismo en el hotel, sino que los contratamos con los grupos de guías que hay en cada	Entrevistado 10	184

comunidad; cada comunidad ofrece sus propias actividades, eso nos ayuda también a la satisfacción del cliente. El cliente también tiene en cuenta que los recursos sean compartidos."		
"Esto cada vez más lo demandan los clientes y las personas son más conscientes de todo este tipo de viajes. "	Entrevistado 11	204

Fuente: elaboración propia

#### 6.1.2.5 Promoción

Esta categoría enmarca los diferentes medios por los cuales los alojamientos llegan a los *Backpackers* para atraerlos a sus instalaciones.

- **Estrategias de comunicación**

La Tabla 32 muestra las estrategias de comunicación. Esta subcategoría hace referencia a las estrategias usadas por los entrevistados para atraer turistas. Entre estas se destaca la voz a voz: la buena opinión que transmiten los huéspedes de los productos y servicios prestados a otras personas; las agencias receptoras<sup>6</sup> ya que ayudan a la promoción de los alojamientos a los turistas que llegan a la zona y se adaptan a las condiciones de los *Backpackers* que viajan sin itinerario fijo y buscando donde alojarse y que hacer en la zona; Las redes sociales de las que se destacan Instagram y Facebook. Por último, las OTA's<sup>7</sup> que son el principal medio para hacer reserva y conocer la oferta.

Tabla 32. Estrategias de comunicación

Voz a voz	Entrevistado	Segmento
-----------	--------------	----------

<sup>6</sup> Se definen como aquellas agencias que atraen a sus clientes en donde se encuentran ubicadas. Tienen la ventaja que conocen a profundidad el sector turístico de la zona donde están establecidas.

<sup>7</sup> Agencias de Viajes Online (Online Travel Agency). Son sitios web que se dedican fundamentalmente a la venta de servicios relacionados con el sector de los viajes

"Nuestro canal principal es el “voz a voz”, prácticamente es en el que más nos enfocamos."	Entrevistado 9	159
"Normalmente yo me inclino mucho al “voz a voz”, a las recomendaciones y la satisfacción del cliente, con eso ellos mismos nos recomiendan."	Entrevistado 10	185
<b>Agencias de viajes (Físicas)</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"también tenemos una relación super extensa con muchísimas agencias de viajes, más que todo las receptoras"	Entrevistado 9	160
<b>Redes Sociales</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"están también las redes sociales (Instagram, Facebook ...). No son nuestro fuerte, la idea del próximo año es convertirlo en nuestro fuerte"	Entrevistado 9	161
"Pero también toca tener en cuenta las redes sociales."	Entrevistado 10	186
"También usamos las redes, como Facebook o Instagram para promocionarnos."	Entrevistado 11	205
<b>OTA´s y web</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Obviamente también está la presencia que tenemos online. La presencia que tenemos en Trip Advisor es buenísima, aparecemos como el mejor hotel de La Macarena. Entonces siempre nos buscan (sobre todo) por la calificación que tenemos y la cantidad de <i>reviews</i> que han dejado las personas en Trip Advisor"	Entrevistado 9	162
"Por la página. Encuentran la página en la web y ahí ya nos contactan"	Entrevistado 10	187
"a herramienta más fuerte es a través de las OTAs (Online Travel Agencies). La OTA más grande del mundo es Booking. Booking es una plataforma muy grande donde uno sube toda la información y, a medida que los clientes lo van calificando de acuerdo con sus comentarios y sus experiencias, se va posicionando como un excelente hotel o lo contrario, según el manejo que se dé. Hay otras herramientas más específicas, otros	Entrevistado 11	206

portales como "Hostel World". Hostel World es como un Booking pero especializado en hostales"		
---	--	--

Fuente: elaboración propia.

- **Plan de fidelización**

La Tabla 33 muestra el plan de fidelización. Esta subcategoría hace referencia a las estrategias que tienen los hospedajes para lograr que vuelvan los turistas a sus instalaciones. Las cadenas son las que ofrecen estos planes para que los *Backpackers* se hospeden en los hospedajes ubicados en las principales locaciones de Colombia. Los hospedajes pequeños ubicados en zonas muy específicas no lo tienen porque argumentan que es difícil que el turista regrese a la zona, sin embargo, valoran la recomendación y pueden hacer un descuento por ser referido.

*Tabla 33. Plan de fidelización*

<b>Plan de fidelización</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"No, no. Porque este es un destino que, por el momento, no muchas personas vuelven a visitar; y como nosotros no somos cadena pues tampoco. "	Entrevistado 9	163
"hay planes por grupo o si un cliente vuelve, claro que se le tiene en cuenta eso. Lo mismo si recomienda también, todo eso le suma al cliente."	Entrevistado 10	188
"Actualmente no lo manejamos (un plan tipo cliente frecuente), es algo que queremos implementar. Mucha gente nos vuelve a visitar, inclusive tenemos clientes que se han quedado por uno, dos o tres meses. Sí hacemos un tema de intentar fidelización y es el tema de la red de hostales que manejamos."	Entrevistado 11	207

Fuente: elaboración propia.

### 6.1.2.6 Oportunidades de mejora frente a la oferta

Esta categoría enmarca la percepción de los alojamientos frente a los factores donde se encuentra una necesidad de mejora para fortalecer la oferta de ecoturismo en Colombia.

- **Formación y especialización**

La Tabla 34 muestra la formalización y especialización. Esta subcategoría hace referencia a la percepción que existe entre los oferentes del nivel de especialización de los servicios turísticos en Colombia. Entre los entrevistados se destaca la necesidad de formalización y especialización, aunque se reconoce que se está avanzando en estos factores.

*Tabla 34. Formación y especialización*

<b>Formación y especialización</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Está creciendo de una manera importante. La falta muchísimo para establecerse como otros países, más que todo por el nivel de formación y especialización que tiene. Colombia tiene un potencial enorme, lo que pasa es que todavía no existe el nivel de servicios que hay en otros países (como Perú, Ecuador o Chile) donde el nivel de servicios, especialmente para los extranjeros, ya son de una especialización impresionante"	Entrevistado 9	164
"Cada uno de los destinos se está especializando en muchas cosas y yo creo que cada vez es más la oferta que hay para la formación de personas que puedan prestar esos servicios."	Entrevistado 9	165
"Hay mucha informalidad y en la calle los turistas pueden conseguir muchos tours que venden a un precio mínimo, pero son tours muy irresponsables; es un turismo que no piensa en esto (ser eco-amigables)"	Entrevistado 11	208

Fuente: elaboración propia.

- **Promoción país**



La Tabla 35 muestra la promoción país. Esta subcategoría hace referencia a la percepción de los oferentes del sector turístico frente a la divulgación que existe de los destinos ecoturísticos en el país. Entre los entrevistados se expresó el enfoque por parte del gobierno en promover los destinos tradicionales y no darles mucha fuerza a los destinos ecoturísticos.

*Tabla 35. Promoción país*

<b>Promoción país</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"el mismo país se encarga de hacer una divulgación enorme a nivel extranjero"	Entrevistado 9	166
"Yo pienso que hay que promocionar más esos destinos, darlos a conocer; que el gobierno muestre mucho más esos destinos naturales que Colombia tiene. Siempre se han direccionado en el turismo más tradicional (Cartagena, Santa Marta, San Andrés), "	Entrevistado 10	189
"Pues, mire, se ve simplemente en mostrarles lo bonito que tiene el Chocó. Que tengan experiencias bonitas, que vivan, que coman bien, que se sientan en su casa y que encuentren un lugar de descanso y sobre todo de tranquilidad. "	Entrevistado 10	190
"Yo creo que el foco por ahora está centrado en lo que el turista busca normalmente: Bogotá, Medellín, Cartagena, un poco Santa Marta y demás. Hay mucho para hacer en estas zonas, pero hay mucho por explotar en Colombia."	Entrevistado 11	209
"Siento que es el primer paso para poder promover Colombia y posicionarlo en uno de los mejores lugares: ser conscientes de lo que tenemos. "	Entrevistado 11	210

Fuente: elaboración propia

- **Infraestructura**

La Tabla 36 muestra la infraestructura. Esta subcategoría hace referencia a la percepción de los oferentes de sector turístico sobre el estado de la infraestructura de transporte y servicios para promover zonas naturales con potencial ecoturístico.

*Tabla 36. Infraestructura*

<b>Infraestructura</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Muchas veces en varias zonas remotas, donde hay unos lugares espectaculares a nivel de naturaleza, turismo y demás, no se encuentra mano de obra calificada o una estructura ya instalada para poder llegar y ofrecer ese destino a un nivel "masivo" (por decirlo así)"	Entrevistado 11	211

Fuente: elaboración propia

- **Bilingüismo**

La Tabla 37 muestra el bilingüismo. Esta subcategoría hace referencia a la percepción de la importancia del bilingüismo en la comunicación con los turistas extranjeros. Se reconoce entre los entrevistados la intención de progreso en este factor, aunque todavía hace falta por desarrollar.

*Tabla 37. Bilingüismo*

<b>Bilingüismo</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Aquí apenas estamos arrancando con bilingüismo, pero a la larga va por muy buen camino"	Entrevistado 9	167
"Trabajamos mucho apoyando a los trabajadores para que aprendan inglés y preparamos a todo nuestro equipo para que sea consciente de eso."	Entrevistado 11	213

Fuente: elaboración propia

- **Inexplorado**

La Tabla 38 muestra lo inexplorado. Esta subcategoría hace referencia a la opinión de los oferentes del sector del turismo frente a la cantidad de zonas con potencial turístico que están inexploradas o como lo indican los entrevistados: vírgenes.

*Tabla 38. Inexplorado*

<b>Inexplorado</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Yo diría que, más que todo, esa sensación de inexplorado. El hecho de que no es un país que todo el mundo conoce y que apenas está aprovechando las experiencias de otros países para formarse, hace que sea un destino muy atractivo."	Entrevistado 9	170
"Hay lugares que están de verdad vírgenes que quieren que el gobierno le apunte a mostrar todo lo bonito que tiene Colombia."	Entrevistado 10	192
"Busca lugares no siempre vírgenes, pero entre más vírgenes mejor"	Entrevistado 11	215

Fuente: elaboración propia.

### 6.1.3 Descripción de subcategorías del contexto

#### *6.1.3.1 Motivaciones del turista*

Esta categoría enmarca la percepción que tienen funcionarios públicos del sector de turismo frente a las motivaciones que tienen los *Backpackers* y turistas en general con respecto a Colombia.

- **Motivaciones**

La Tabla 39 muestra las motivaciones. Esta subcategoría hace referencia a la percepción personal de actores del sector público en el turismo frente al atractivo que genera para los turistas extranjeros visitar Colombia desde la vivencia de la cultura local.

Tabla 39. Motivaciones

<b>Vivir como local</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Vivir como local. Ya no solo quiere probar la comida de los locales, sino que quiere ver cómo se cultiva, cómo se cosecha, cómo se prepara. Quieren vivir la experiencia completa. "	Entrevistado 12	216
"vivir como local. experiencia tropical. Yo voy a Colombia porque en Colombia encuentro diferentes pisos térmicos, diferente biodiversidad, diferentes tipos de fauna y flora, encuentro el Amazonas"	Entrevistado 13	234
<b>Turismo especializado</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Y buscan cosas especializadas. Por ejemplo: Las ferias, el Carnaval de Barranquilla o vienen a aprender a bailar Salsa. Son cosas muy específicas, muy especiales, que solo tiene Colombia"	Entrevistado 12	217

Fuente: elaboración propia.

### 6.1.3.2 Demanda del turismo

Esta categoría enmarca a los segmentos de turistas que buscan destinos ecoturísticos, desde la perspectiva de actores del sector público.

- **Segmentos de ecoturismo**

La Tabla 40 muestra los segmentos de ecoturismo. Esta subcategoría hace referencia a la opinión presentada por funcionarios del sector público sobre los turistas *Backpackers* y del segmento especializado del ecoturismo que busca contemplar aves endémicas, ya que Colombia está catalogado como el país con mayor diversidad de especies de aves en el mundo.

Tabla 40. Segmentos del ecoturismo

<b>Backpackers</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>

"Estos chicos que son <i>Backpackers</i> son jóvenes aventureros"	Entrevistado 12	218
" <i>Backpackers</i> , que en muchas ocasiones lo que hacen es que quieren recorrer y vivir la experiencia latinoamericana. Entonces comienzan en Argentina y empiezan a subir hacia el norte, y son toda esta masa que se desplaza constantemente por Latinoamérica. Esos <i>Backpackers</i> buscan el ecoturismo, tener la experiencia de lo auténtico desde ese lugar. "	Entrevistado 13	235
<b>Aviturismo</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"otros que están buscando este turismo de alto nivel, como es el aviturismo, ya son personas muy mayores"	Entrevistado 12	219
"hay otro gran segmento, que es el segmento en el cual el Gobierno se ha enfocado mucho los últimos años, y es el segmento del "aviturismo". Es un segmento donde la persona puede fácilmente gastarse 2000 – 2500 dólares en una semana, solo para conseguir esa foto de esa ave endémica"	Entrevistado 13	236

Fuente: elaboración propia

### 6.1.3.3 Oportunidades de mejora

Esta categoría enmarca los factores donde hay oportunidad de mejora para potencializar el ecoturismo en Colombia.

- **Infraestructura**

La Tabla 41 muestra la infraestructura. Esta subcategoría hace referencia a la opinión presentada por funcionarios del sector público sobre el estado actual de la infraestructura concerniente al sector de turismo en Colombia. Según los entrevistados este factor es una de las grandes brechas para desarrollar el país como destino ecoturístico.

*Tabla 41. Infraestructura*

<b>Infraestructura</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
------------------------	---------------------	-----------------

"Creo otro factor que la brecha se haga grandes es la infraestructura"	Entrevistado 12	227
"Los guías, los hoteles, la infraestructura turística, la infraestructura de guianza. Es en este punto donde el Gobierno se está enfocando y es en donde tenemos el eslabón más débil para, en verdad, poder tener una calidad ecoturística de alto perfil"	Entrevistado 13	240

Fuente: elaboración propia

- **Formación y capacitación**

La Tabla 42 muestra la Formación y capacitación. Esta subcategoría hace referencia al nivel de capacitación de guías turísticos y servicios calificados para atender la demanda de turistas extranjeros que visitan el país. Se destaca según la información recopilada por los entrevistados la falta de capacitación y formación de los guías turísticos y de la oportunidad de mejora en cuanto al bilingüismo.

*Tabla 42. Formación y capacitación*

<b>Bilingüismo</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"El bilingüismo. Para mí, sinceramente, la incapacidad que hemos tenido a través de varios gobiernos de no poder comunicarnos en dos idiomas nos ha hecho retrasarnos en turismo"	Entrevistado 13	241
<b>Formación y capacitación</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"Formación y capacitación. tenemos alrededor de 2000 guías en todo el país, certificados. ¡Esos son muy poquitos! En San Andrés tenemos 2 certificados"	Entrevistado 12	228
"Total, formación y capacitación"	Entrevistado 13	242

Fuente: elaboración propia

- **Seguridad**

La Tabla 43 muestra la seguridad. Esta subcategoría hace referencia a la opinión presentada por funcionarios del sector público sobre la percepción de seguridad actual en el país. Se destaca la apertura de muchas regiones con potencial ecoturístico, aunque la percepción de seguridad sigue siendo variable.

*Tabla 43. Seguridad*

<b>Seguridad</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"La verdad muchos territorios han abierto sus puertas, incluso para sus mismos locales"	Entrevistado 12	229
" igual seguimos teniendo una percepción de seguridad muy variable. Un año, o más bien, un mes somos seguros y el otro mes no. Eso lo publican los análisis de seguridad de los países. Rondamos entre la “banderita roja” y la “banderita amarilla” y de pronto la verde si nos va bien en temas de seguridad"	Entrevistado 13	243

Fuente: elaboración propia

#### *6.1.3.4 Percepción de la normatividad actual*

Esta categoría enmarca la percepción que existe por parte de funcionarios públicos del sector del turismo frente al estado de Colombia en cuanto a regulaciones y normatividad.

- **Normas técnicas**

La Tabla 44 muestra las normas técnicas. Esta subcategoría hace referencia a la opinión presentada por funcionarios públicos del sector del turismo en Colombia sobre la normatividad local para el ecoturismo. Según los entrevistados, la normatividad actual no funciona adecuadamente y no genera un valor agregado al ecoturismo.

*Tabla 44. Normas técnicas*

<b>Normas técnicas</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"yo creo que estas normas técnicas no están funcionando mucho"	Entrevistado 12	230
"Nosotros nos inventamos las normas técnicas para nosotros. No es que nosotros vayamos a coger una norma técnica o una certificación internacional (como "Bandera Azul") y la meta a 5 años sea que, de las 1500 playas que hay en Colombia, 100 tengan Bandera Azul"	Entrevistado 13	244

Fuente: elaboración propia

- **Liderazgo del sector privado y del gobierno**

La Tabla 45 muestra el liderazgo del sector privado y del gobierno. Esta subcategoría hace referencia a la percepción de funcionarios públicos del sector del turismo desde su punto de vista personal sobre la influencia del sector privado y del gobierno en el desarrollo del ecoturismo nacional. De acuerdo con los entrevistados, la iniciativa de desarrollo del ecoturismo en Colombia viene por parte del sector privado y no por parte del gobierno. En otras palabras, el gobierno reacciona como consecuencia al liderazgo del sector privado.

*Tabla 45. Liderazgo del sector privado*

<b>Liderazgo del sector privado</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"viene de los empresarios exigiendo un poco que se reglamente, que se norme y que se produzcan proyectos e infraestructura alrededor de este tema"	Entrevistado 12	232
"es muy del sector privado, que se ha dado cuenta del verdadero potencial que hay en el ecoturismo"	Entrevistado 13	245
<b>Liderazgo del gobierno</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>



"Las políticas, en especial todo lo que ha surgido alrededor del turismo de naturaleza, no viene del gobierno nacional (como debería ser),"	Entrevistado 12	233
"Yo creo que, lo que nos ha sucedido en Colombia en tema de ecoturismo, va más desde los empresarios y cómo los empresarios han empezado a desarrollar el ecoturismo y a exigirle al gobierno que tome acción sobre este segmento (de ecoturismo). Eso es lo que ha hecho que el gobierno se mueva. "	Entrevistado 13	245

Fuente: elaboración propia

#### 6.1.3.5 Oportunidades de mejora de normas y certificaciones

- **Sellos de calidad internacional y alineación con objetivos internacionales**

La Tabla 46 muestra la alineación con objetivos internacionales. Esta subcategoría hace referencia a la opinión de funcionarios públicos del sector del turismo sobre la importancia de que el compendio normativo nacional sobre el ecoturismo, debe estar alineada con políticas de países referentes y de la importancia de darle prioridad a certificaciones con reconocimiento internacional que generan un valor agregado a la demanda del turismo.

*Tabla 46. Alienación con objetivos internacionales*

<b>Alienación con objetivos internacionales</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"En ecoturismo, yo creo que uno de los grandes logros de Costa Rica, es que ellos lograron volcar el ecoturismo a un concepto de sostenibilidad y pudieron ligar esa sostenibilidad a los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas. Cuando hicieron ese match, la hicieron. A nivel mundial existe la preocupación sobre la sostenibilidad, y esto viene con el espaldarazo de las Naciones Unidas y el tema de los objetivos de	Entrevistado 13	247

desarrollo sostenible para el 2030 (Global Compact). Compactaron todo, dijeron Costa Rica va en coherencia con ese asunto y eso es lo que yo vendo. "		
<b>Sellos de calidad internacional</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Segmento</b>
"A nivel mundial los destinos se pueden certificar con sellos de calidad internacional. Por ejemplo, en playas, hay un sello que se llama "Bandera Azul". Una persona que quiere hacer su ruta de buceo por el mundo, lo primero que va a hacer es buscar en todas las playas del mundo cuáles tienen certificación playa azul. Eso le va a permitir asegurar que hay ciertas condiciones de calidad que se van a cumplir"	Entrevistado 13	248

Fuente: elaboración propia.

## 6.2. Análisis de información.

### 6.2.1. Análisis y hallazgos de las categorías de la demanda.

- Categoría Caracterización.

En cuanto a la caracterización del *Backpacker*, según la información recopilada, se valida que la cultura de los viajeros *Backpackers* está asociada a la libertad, generalmente viajando solo, vivir una vida espontánea, viajar ligero de equipaje, conocer nuevas personas y tener una inmersión en la cultura local que le represente experiencias diferentes y enriquecedoras. Esto concuerda con el modelo teórico construido con la literatura consultada.

- Categoría Motivaciones.

En cuando a las motivaciones del *Backpacker*, el modelo teórico se ajusta a lo evidenciado en la información recopilada en el análisis. En las entrevistas realizadas se evidencia que entre las principales motivaciones que tienen los *Backpackers* para vivir ese estilo de vida y tener nuevos viajes, están principalmente: conocer nuevos lugares preferiblemente inexplorados, hacer cosas

diferentes, buscar locaciones que tengan la posibilidad de hacer deporte en contacto con la naturaleza, por ejemplo, senderismo, y que tengan paisajes hermosos que se puedan fotografiar. Todo esto en un contexto en el que sea tenga una inmersión en la cultura y siempre conociendo personas que compartan los mismos intereses. Es importante para ellos tener una desconexión total de su estilo de vida diario ya que buscan salir de lo cotidiano y enfrentarse a situaciones y vivencias que no sean planeadas y que no estén ligadas a un itinerario fijo. Por otro lado, de las motivaciones encontradas, pocas personas priorizan las buenas prácticas sostenibles que puedan tener los destinos, opuesto a lo afirmado en la literatura consultada.

- Categoría Ecoturismo.

En cuanto a la percepción que tiene el *Backpacker* sobre el ecoturismo, no hay diferencias entre lo presentado en marco teórico y los hallazgos de este estudio. Según la información recopilada, no todos los *Backpackers* tienen claridad sobre la definición de ecoturismo. Para la mayoría, el ecoturismo es visto como turismo de naturaleza, mientras que otros tienen una concepción más amplia definiendo el ecoturismo como reducción de impacto ambiental y generación de valor en la comunidad. Es posible que esto suceda debido a la asociación que existe de la palabra ecoturismo con medioambiente.

- Categoría Búsqueda del destino.

En cuanto a cómo el *Backpacker* hace la búsqueda de los destinos a visitar, se encontró fuertes similitudes, donde se destaca que los *Backpackers* buscan cuidadosamente los destinos a visitar mediante plataformas de búsqueda online (como *Google*) y se aseguran de que sean destinos que sean atractivos y valga la pena visitar. También, usan las redes sociales como *Instagram* y *Youtube*, que les permite tener acceso de primera mano de la experiencia vivida por otros

*Backpackers*. También es muy común que entre los mismos *Backpackers* que se conocen durante el viaje se intercambien información sobre las actividades por realizar en el sitio donde están.

- Categoría Atributos Colombia.

Uno de los hallazgos de este estudio que no se encontró en la literatura consultada, es el reconocimiento del potencial ecoturístico que tiene Colombia desde la perspectiva del *Backpacker*, principalmente por su biodiversidad, clima, pisos térmicos y por su ubicación geográfica destacada en el continente. También se encontró una relevancia en la cultura, su comida y el trato al cliente que tienen los colombianos con los extranjeros. En contraposición, hay que resaltar que a pesar de que Colombia era visto como un país inseguro, a raíz de la firma del tratado de paz, ha permitido mejorar la percepción hacia un destino con más garantías de seguridad para viajar, aunque todos coinciden que viajando como *Backpackers* hay que mantener medidas básicas de seguridad que asegura evitar tener inconvenientes durante el viaje.

#### 6.2.2. Análisis y hallazgos de las categorías de la oferta.

- Categoría tipos de turista y *Backpackers*.

Frente a la percepción que tienen de los tipos de turista los sitios de hospedaje indagados se encuentran los *Backpackers* o mochileros como entre los principales usuarios de servicios ecoturísticos pero en contraposición a la literatura académica encontrada, se encuentran dos tipos de *Backpackers*: el *Backpacker* convencional que se caracterizó en la demanda, y un nuevo tipo de *Backpacker* con la misma filosofía de viaje, pero que busca una experiencia con comodidades por las cuales está dispuesto a pagar más. Es posible que esto suceda porque las investigaciones presentadas en el modelo ideal teórico represente al ecoturismo como una subcultura con

diferencias tan marcadas frente al turismo tradicional que no se ha explorado las diferenciaciones que puedan haber dentro de este grupo.

- Categoría Ecoturismo.

Entre los oferentes consultados se encontraron tres visiones diferentes de la definición de ecoturismo: la primera define el ecoturismo como el turismo relacionado a la naturaleza tratando de generar el menor daño posible al medio ambiente. El segundo, lo entiende como el turismo en zonas de naturaleza que genere el menor impacto posible ambiental y el mayor aporte posible a la comunidad. Y la última, que se autoabastece valorando los recursos que ofrece el destino. Las primeras dos definiciones encajan en lo consultado en la literatura científica, sin presentar diferencias sustanciales. Ahora bien, la tercera definición hallada en este estudio no contradice las otras definiciones, pero si se presenta desde una perspectiva elemental.

- Categoría Características de la oferta.

La oferta se caracteriza por generar el mínimo impacto ambiental en el entorno, ya sea con un buen manejo de desechos, ofreciendo productos realizados en el sitio con prácticas medioambientales sostenibles y empleando a la población local. Se busca que los turistas entiendan la filosofía del cuidado del medio ambiente y la importancia de conservarlo. Esto contrasta con lo encontrado en el modelo presentado de la literatura consultada, donde la mayoría de los hostales describen el ecoturismo como minimización del impacto ambiental sin tener en cuenta el valor generado en las comunidades.

- Características de la oferta.

De acuerdo con lo presentado por diferentes autores en el marco teórico, los alojamientos que recogen la demanda de los *Backpackers* son los hostales por adaptarse a las necesidades y

motivaciones de este tipo de turismo. Sin embargo, un hallazgo de este estudio, son los hospedajes tipo *Lodge*, los cuales son alojamientos contruidos de manera permanente, con materiales locales, buscando el mínimo impacto ambiental y comprometidos con la cultura local. Este tipo de alojamiento tiende a cumplir más con la definición de ecoturismo que los hostales restudiados. Es posible que esto suceda porque en muchos de los lugares donde se realizaron las investigaciones referenciadas en el marco teórico no sean lugares donde se encuentre este tipo de oferta hotelera.

- Categoría Prácticas eco amigables.

Los hallazgos encontrados son que todos los oferentes se consideran eco amigables a pesar de que unos tienen prácticas más completas que otras. Estas van desde solo prácticas de reciclaje, hasta el uso de energías renovables, aprovechamiento de toda la materia orgánica que se genera con la operación de los hospedajes, el uso de productos 100% biodegradables y la contratación de mano de obra 100% local que genere impacto en la comunidad. Uno de los casos que llamó la atención es el *Lodge* ubicado en la Macarena, ya que desde la misma construcción se emplearon prácticas sostenibles de respeto hacia la naturaleza, incluso hoy en día no venden carne de res, ya que la ganadería extensiva es de los responsables de la deforestación en la zona. Estas conclusiones distan del modelo teórico donde se presentan a hospedajes que tienen prácticas limitadas en términos de sostenibilidad.

- Categoría Promoción.

Se descubrió que la principal forma de promoción que tienen los sitios de hospedaje revisados, es el voz a voz generado por los mismos huéspedes, también son fuertes las alianzas comerciales que hacen con las agencias de turismo receptoras que se encargan de dar a conocer sus servicios a los turistas *Backpackers* que no han coordinado su hospedaje. También es fuerte la

presencia en internet especialmente en OTA's que, de acuerdo con ellos, es por donde hacen más reservas. Sin embargo, comparando esta información recopilada con el modelo ideal, hace falta la implementación de estrategias basadas en redes sociales y que sean enfocadas en material audiovisual.

- Categoría Oportunidades de mejora.

Entre las oportunidades de mejora encontradas en las intervenciones de los oferentes y no relacionadas en el modelo teórico, se encontró la formación y especialización de la oferta turística que, aunque se encuentra en un proceso de crecimiento importante, todavía le hace falta mucho establecerse como en otros países. Uno de estos procesos de especialización que se recalcó fue el bilingüismo. Por otro lado, uno de los aspectos más importantes por mejorar es la promoción que se hace a nivel país al ecoturismo, ya que, según los entrevistados, el enfoque del Gobierno es al turismo tradicional priorizando los recursos en este y dejando a un lado el gran potencial de las zonas ecoturísticas. Por último, se recalcó la falta de infraestructura instalada para masificar este tipo de turismo.

#### 6.2.3. Análisis y hallazgos de las categorías del contexto.

- Categoría Demanda del ecoturismo.

Los entrevistados coinciden en que los *Backpackers* están creciendo en cantidad y están buscando vivir experiencias únicas, conocer gente y descubrir lugares, y tienen preferencia en alojarse de forma económica. Sin embargo, un hallazgo, no identificado en el modelo teórico, es el de otro tipo de consumidor que tiene mucho potencial en el país y está en búsqueda de observar y fotografiar aves endémicas, teniendo en cuenta que Colombia es el país con la mayor diversidad de aves en el mundo. Es posible que esto suceda debido a que desde los entes gubernamentales se

catalogue el ecoturismo por ingresos a los PNN sin tener un enfoque claro de las actividades a realizar en estas zonas.

- Categoría Oportunidades de mejora.

Desde la perspectiva de los entrevistados hay unas grandes oportunidades de mejora en términos de: infraestructura, que es una de las grandes brechas para fortalecer el ecoturismo, bilingüismo, formación y capacitación, ya que tenemos tan solo alrededor de 2000 guías certificados en todo el país. Por último, el tema de seguridad, que, a pesar de la apertura de muchos territorios al turismo, seguimos teniendo una percepción de seguridad muy variable.

Desde la perspectiva del modelo teórico, se identificó una similitud en el factor de seguridad con respecto a la percepción expresada por los entrevistados. Por otra parte, la oportunidad de mejora en formación y capacitación de todas las partes involucradas en el contacto con el turista.

- Categoría Percepción de la normatividad actual.

Según la información recolectada con los entrevistados, de acuerdo con la normatividad actual, las normas técnicas que aplican para el ecoturismo en Colombia no están aportando a la generación de demanda. Por otro lado, el liderazgo en el sector del ecoturismo ha venido siendo asumido por el sector privado. Desde el modelo teórico se encontró un avance en la protección de áreas naturales como primer mecanismo para proteger los recursos ecoturísticos, pero se carece de inversión directa como si lo hace en el turismo tradicional.

- Categoría Oportunidades de mejora de normas y certificaciones.



La opinión presentada por los entrevistados refleja una gran oportunidad de mejora en el manejo de la normatividad y certificaciones que se tiene del país para el incentivo de la actividad turística. Por un lado, afirman que esta normatividad debe estar alineada a los casos de éxito de países con condiciones similares. Por otro lado, los entrevistados afirman que deben ser normativas y certificaciones enfocadas en la creación de demanda, como lo son los sellos de calidad internacional.

El modelo ideal teórico, indica que las certificaciones deben tener un impacto positivo en la sociedad, el medio ambiente, gobierno, empresas privadas y consumidores. Sin embargo, no tiene en cuenta los sellos de calidad internacional que generan valor agregado a los productos y servicios que son apreciados por la demanda.

## 7. Conclusiones.

Se destaca que el término ecoturismo no es claro en los diferentes actores que lo conforman: *Backpackers*, hostales, *lodges*, operadores turísticos e incluso, en los mismos entes del gobierno. Hay definiciones que desde lo teórico se confunden con el turismo de naturaleza y que no tienen en cuenta variables relevantes en términos de sostenibilidad como lo son el impacto al medio ambiente y a la comunidad donde se opera.

Desde la demanda se identificó que según la caracterización de los turistas *Backpackers* entrevistados en esta investigación, estos no difieren del perfil establecido en investigaciones previas determinadas en el marco teórico. Cabe destacar que se identificó una subcategoría de este perfil que se interesa por ramas del ecoturismo especializadas como lo es el aviturismo. A propósito de este, este nuevo perfil de *Backpacker* está dispuesto a pagar más por todos los servicios relacionados al turismo, sin dejar de lado los valores que identifican la filosofía de viaje *Backpacker*. Hace falta el conocimiento por parte del país, al consumidor *Backpacker* y de los subsegmentos que de este se desprenden para poder diseñar una oferta atractiva y especializada.

Por otro lado, desde el factor de la oferta, Colombia cumple con la variable principal de motivación de viaje de la demanda que es la biodiversidad. Esta biodiversidad está dada por su ubicación geográfica que permite un clima constante, y una variedad de pisos térmicos dado a su accidentalidad montañosa. Como consecuencia de esto, se presenta una riqueza cultural que no tienen otros países de la región y que le permiten al *Backpacker* disfrutar un viaje con múltiples experiencias en un solo país. Adicional a esto, es un país que tiene la percepción de riqueza natural virgen e inexplorada como consecuencia de un conflicto armado interno que ha durado muchos años y que recientemente ha mermado, y ha generado la posibilidad al turismo de acceder a todos estos recursos naturales.

Otra variable de la oferta que se evidenció en esta investigación es que el sector del ecoturismo ha venido creciendo y madurando por iniciativa y liderazgo del sector privado, que es quien ha venido desarrollando la infraestructura “hotelera” y de servicios complementarios del turismo con poca intervención del estado. De hecho, existe la percepción desde la oferta ecoturística, que el esfuerzo del gobierno está direccionado hacia el turismo tradicional, enfocándose en los destinos ya consolidados como lo son Cartagena, Santa Marta, entre otros.

Frente a la promoción de la oferta, la herramienta más representativa encontrada en esta investigación es el “voz a voz”, pero hay una oportunidad de desarrollo de comunicación a través de estrategias de marketing digital, que, aunque algunos las tienen, sienten tenerlas poco potencializadas. Otras herramientas de reconocimiento mundial como lo son las OTA´s son usadas con más frecuencia por oferentes con presencia en zonas de turismo masivo. Se evidencia una oportunidad de promoción con estas herramientas en zonas con potencial de desarrollo en ecoturismo.

Finalmente, desde el factor del contexto es donde se evidenciaron más brechas y oportunidades de mejora para fortalecer el ecoturismo como sector. Por el lado de la infraestructura, esta se encuentra desarrollada para los destinos turísticos tradicionales, más no para muchos destinos ecoturísticos, lo cual limita la accesibilidad a estas áreas. En cuanto a la seguridad, a pesar de ser la variable en la que más se ha mejorado, sigue estando por debajo de lo deseado por los diferentes actores entrevistados. Frente a regulaciones, desde el gobierno se ha venido trabajando en normativas en el sector del turismo y del ecoturismo que crean un marco legal para el desarrollo; sin embargo, desde la opinión personal de funcionarios públicos especializados en el tema, se reconoce que estas, no tienen un mayor impacto y que se debería alinear esas políticas de ecoturismo al concepto de sostenibilidad y ligarlos a los Objetivos de

Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas como se ha evidenciado en Costa Rica, reconocido como caso de éxito. Igualmente, se debe priorizar las certificaciones internacionales en temas de sostenibilidad y buenas prácticas en el turismo para incrementar la demanda.

Para concluir, consideramos que los factores que fomentan el ecoturismo en Colombia son: una riqueza natural única que cumple con los criterios de selección que le interesa al *Backpacker*. Unido a otros factores como lo es la percepción de precios bajos y una regulación necesaria de preservación y protección de áreas naturales. No obstante, existen oportunidades de mejora en factores que inhiben el desarrollo del ecoturismo en Colombia. Como los son: 1. La limitada infraestructura con la que cuenta el país para acceder a locaciones con potencial ecoturístico. 2. Falta de promoción a nivel país de estos destinos. 3. El escaso liderazgo del gobierno para promover el crecimiento y desarrollo de estas regiones en turismo especializado. 4. Capacitación y especialización de los operadores de servicios turísticos en áreas naturales con potencial ecoturístico, tales como bilingüismo, educación formal en turismo y aumento del número de guías certificados en el país. Y 5. Certificaciones y regulaciones integrales que tengan en cuenta no solo buenas prácticas ambientales y sociales, sino que también tengan como objetivo el fortalecimiento de la generación de demanda.

Dicho lo anterior, y basados en la revisión de la literatura, consideramos que la promoción del ecoturismo se debe hacer teniendo estas tres recomendaciones: 1. El ecoturismo en Colombia debe ser visto por parte del Estado de forma integral. Es decir, teniendo en cuenta a todas las partes interesadas en la cadena de valor y no solo enfocarlo a la protección y promoción de los PNN. En este proceso se debe tener en cuenta a agencias turísticas, guías turísticos, hostales, *lodges*, comunidades, además de los entes del Estado. 2. Capacitar a todos los operadores turísticos que hacen parte de la cadena de valor del ecoturismo en promoción efectiva de medios digitales. Hay

desconocimiento del potencial de herramientas de este tipo y esto limita a los particulares a fortalecer el sector. 3. Hacer un plan a nivel nacional de obtención de certificaciones y sellos de calidad de reconocimiento internacional que ayude a robustecer las buenas prácticas en términos de sostenibilidad y que tengan impacto en la generación de demanda para el ecoturismo nacional.

Para terminar, se proponen las siguientes hipótesis para el desarrollo de futuras investigaciones:

- La normatividad y regulaciones presentes en Colombia no son suficientes para generar desarrollo económico esperado, en términos de oferta y demanda.
- Las certificaciones y sellos de calidad internacional son determinantes en la selección de destinos de los *Backpackers*.
- Los alojamientos con prácticas ecoturísticas que tienen buenas prácticas en el uso de redes sociales logran una mayor ocupación respecto a los que no las usan.

## 8. Limitaciones y recomendaciones para futuras investigaciones

Este estudio se desarrolló durante el marco de la pandemia del COVID-19 lo que influyó de forma determinante en el turismo en Colombia. Toda esta situación limitó la capacidad de consecución de información en la metodología de investigación para poder tener más información desde diferentes fuentes. Se hubiese deseado contar con mayor número de fuentes para robustecer el análisis de contexto.

Por otro lado, se halló que la investigación puede ampliar su alcance a otros actores de la oferta y la demanda, ya que el ecoturismo es un sector en crecimiento que se ha venido diversificando y especializando en diferentes segmentos, por ejemplo, el del aviturismo. Se considera, de acuerdo con la importancia de Colombia en esta materia y su potencial, realizar un estudio enfocado para determinar los diferentes tipos de *Backpackers* caracterizados en la demanda. Esos segmentos se pueden analizar individualmente para diseñar una oferta de productos especializados.

De igual forma, se recomienda estudiar la oferta desde la perspectiva de alojamiento tipo *lodge* en otras zonas con potencial ecoturístico en el país, debido a su fuerte componente de prácticas sostenibles y su potencial ecoturístico.

Así mismo, se sugiere estudiar el impacto del proceso de paz de Colombia en la percepción de seguridad de los viajeros *Backpackers* que visitan Latinoamérica. Esto con el fin de comprender como se está concibiendo esta problemática desde fuera del país y que impacto está teniendo en la generación de demanda. Por último, uno de los principales inconvenientes planteados en el problema de esta investigación es la falta de información estadística sobre la medición del mercado del ecoturismo en Colombia. Por consiguiente, se recomienda realizar un estudio para

determinar su tamaño en términos de visitantes anuales, generación de empleo y tamaño de mercado.

## 9. Anexos

### Anexo 1. Guía de entrevista

Estas guías de entrevista se usaron como referencia y para contemplar todos los temas necesarios para tener una buena obtención de la información. Las preguntas fueron abiertas y no se realizaron a modo de cuestionario

#### **Tipo 1: *Backpackers***

Buenos días/tardes. Mi nombre es..... y estamos realizando un estudio sobre los Factores que motivan o inhiben el ecoturismo en Colombia enfocado en su demanda, oferta y contexto.

La idea es poder conocer distintas opiniones para Identificar las diferencias demográficas y psicográficas del segmento de consumidores *Backpackers* en Colombia.

En este sentido, siéntase libre de compartir sus ideas en este espacio. Aquí no hay respuestas correctas o incorrectas, lo que importa es justamente su opinión sincera.

Cabe aclarar que la información es sólo para nuestro trabajo de grado de la Maestría en Dirección de Marketing del CESA, sus respuestas serán unidas a otras opiniones de manera anónima y en ningún momento se identificará qué dijo cada participante.

¿Existe algún inconveniente en que grabemos la conversación? El uso de la grabación es sólo a los fines de análisis.

¡Desde ya muchas gracias por su tiempo!

Temática: Descripción *Backpacker*.

- ¿Cuál es su edad?
- ¿Cuál es su profesión?
- ¿Cuál es su lugar de nacimiento?
- ¿Dónde reside actualmente?
- ¿Por qué se considera *Backpacker*?
- ¿Cuál es su motivación para viajar?
- ¿Qué hace de atractivo ser un turista *Backpacker*?
- ¿Cuántos años lleva viajando como *Backpacker*?

Temática: Experiencia ecoturística del *Backpacker*

- ¿Para usted qué es ecoturismo?
- ¿Contempla el ecoturismo como parte de sus viajes?
- Si la respuesta fue si ¿cómo lo incluye en sus viajes y por qué lo contempla?
- ¿Cuáles son los factores que lo hacen escoger un destino ecoturístico?
- ¿Cuáles son las barreras para hacer un futuro viaje?
- ¿Cuáles son los 5 destinos turísticos que más le hayan llamado la atención y que haya visitado y por qué?
- Si entre la respuesta anterior estuvo Colombia en el listado ¿Por qué Colombia está entre este listado? Si la respuesta es no ¿Ha estado en Colombia?

Temática: Percepción que tiene el *Backpacker* de Colombia

- ¿Ha estado en Colombia?
- ¿Qué sabe de Colombia en términos de ecoturismo?
- ¿Reconoce y conoce la oferta natural de Colombia?



- ¿Len han recomendado a Colombia como destino ecoturístico? Si sí, ¿Qué le recomendaron?
- Si ha estado en Colombia ¿Ha recomendado a Colombia como destino ecoturístico a otros *Backpacker*?
- Si ha estado en Colombia ¿Cuánto tiempo se quedó en Colombia?
- Si ha estado en Colombia ¿Cuánto dinero en USD aproximadamente gastó en su estancia en Colombia?
- Si ha estado en Colombia ¿Qué aspectos resaltaría?
- Si ha estado en Colombia ¿Qué destaca de Colombia frente a otras opciones de países para ser turismo ecológico?
- Si ha estado en Colombia ¿Volvería a Colombia? ¿Por qué?
- ¿Siente que Colombia es un país seguro para viajar?

## **Tipo 2: Dueños o trabajadores de hostales**

Buenos días/tardes. Mi nombre es..... y estamos realizando un estudio sobre los Factores que motivan o inhiben el ecoturismo en Colombia enfocado en su demanda, oferta y contexto.

La idea es poder conocer distintas opiniones para Identificar que debilidades existen desde la oferta, frente a la promoción de Colombia como destino ecoturístico.

En este sentido, siéntase libre de compartir sus ideas en este espacio. Aquí no hay respuestas correctas o incorrectas, lo que importa es justamente su opinión sincera.

Cabe aclarar que la información es sólo para nuestro trabajo de grado de la Maestría en Dirección de Marketing del CESA, sus respuestas serán unidas a otras opiniones de manera anónima y en ningún momento se identificará qué dijo cada participante.

¿Existe algún inconveniente en que grabemos la conversación? El uso de la grabación es sólo a los fines de análisis.

¡Desde ya muchas gracias por su tiempo!

Temática: Infraestructura “hotelera”

- ¿Dónde está ubicado su hostel?
- ¿Cuál es la filosofía de su hostel?
- ¿Como promociona o da a conocer su hostel?
- ¿Como se enteran sus clientes de su hostel?
- ¿Tiene un plan de fidelización para sus clientes?
- ¿Qué herramientas de venta usa en su hostel?

Temática: Infraestructura “hotelera”

- ¿Cuáles son los diferentes tipos de turistas que llegan a su hostel?
- ¿Qué percepción tiene del tipo de turista *Backpacker*?

Temática: Ecoturismo en Colombia

Bueno, ahora hablemos de un tipo de turismo que nos llama la atención y es el ecoturismo.

- ¿Cómo definiría usted este tipo de turismo?
- ¿Qué actividades hacen los turistas en la zona de influencia del hostel que puedan considerarse como ecoturismo?
- ¿Considera que su hostel es ecoamigable? ¿Por qué?
- ¿Qué acciones hace o que atributos tiene para que lo identifiquen como un hostel con propuesta de valor eco amigable?

- ¿Qué beneficios tiene usted como hostel teniendo prácticas ecoamigables?
- ¿Desde su punto de vista, considera que Colombia es un destino ecoturístico fuerte en la región? ¿Por qué?
- Desde su punto de vista, ¿qué atrae a los turistas que buscan un turismo ecológico en Colombia?
- ¿Qué hace a Colombia pueda ser un destino de preferencia en turismo ecológico frente a otros países?
- ¿Reconoce y conoce la oferta natural de Colombia?

### **Tipo 3: Contexto (Gobierno)**

Buenos días/tardes. Mi nombre es..... y estamos realizando un estudio sobre los Factores que motivan o inhiben el ecoturismo en Colombia enfocado en su demanda, oferta y contexto.

La idea es poder conocer distintas opiniones para Identificar el estado del contexto actual en Colombia en términos de infraestructura, seguridad y regulaciones para entender viabilidad del desarrollo del ecoturismo en el país.

En este sentido, siéntase libre de compartir sus ideas en este espacio. Aquí no hay respuestas correctas o incorrectas, lo que importa es justamente su opinión sincera.

Cabe aclarar que la información es sólo para nuestro trabajo de grado de la Maestría en Dirección de Marketing del CESA, sus respuestas serán unidas a otras opiniones de manera anónima y en ningún momento se identificará qué dijo cada participante.

¿Existe algún inconveniente en que grabemos la conversación? El uso de la grabación es sólo a los fines de análisis.

¡Desde ya muchas gracias por su tiempo!

Temática: Caracterización del funcionario

- ¿En dónde trabaja?
- ¿Cuál es su cargo?
- ¿Cuánto tiempo lleva de experiencia en temas turísticos?

Temática: Identificación demanda

- ¿Que consideran Uds. que busca un turista extranjero en Colombia?
- ¿Qué segmentos de turistas creen que es el que se interesa por el ecoturismo en Colombia?

Temática: Potencial ecoturístico en Colombia

- ¿Considera Ud. que tiene Colombia potencial para ser un referente en ecoturismo? ¿Por qué?
- ¿Qué atributos tiene Colombia que lo puedan hacer referente en ecoturismo?
- ¿Cuál es el destino ecoturístico en Colombia por excelencia? ¿Por qué?
- ¿Cuáles cree que son las principales brechas que tiene Colombia comparado con otros países referente en ecoturismo?
- ¿Cómo cree que ha impactado la seguridad del país en los destinos ecoturísticos en Colombia?
- ¿Qué tanto se han abierto nuevos destinos ecoturísticos que antes estaban dentro de la zona de influencia del conflicto armado?

Temática: Normas y certificaciones en ecoturismo Colombia

- Para usted ¿cuáles son las principales brechas o retos políticos, de regulaciones, infraestructura y seguridad que tiene Colombia para desarrollarse en ecoturismo?
- ¿En cuanto a regulaciones, considera Ud. que Colombia esta adelante a la par o rezagado entre los demás países de la región? ¿Por qué?
- ¿Frente a certificaciones de prácticas ecoturísticas, considera Ud. que Colombia esta adelante, a la par o rezagado entre los demás países de la región? ¿Por qué?
- ¿Qué acciones hace el gobierno para fomentar el desarrollo turístico de Colombia?
- ¿Cuál es la meta en cuento al indicador de competitividad de viajes y turismo del WEF?
- ¿Como darle un empuje a la economía colombiana mediante el ecoturismo?

## Anexo 2. Transcripción Entrevistas

### Entrevista No. 1

*César, cuénteme un poco sobre usted, ¿Cuántos años tiene, qué profesión hace?*

Ok, yo tengo 36 años, soy economista y trabajo para una multinacional. Soy el director de planeación financiera. Soy bogotano, estoy soltero y no tengo hijos.

*Vale César, gracias. ¿Por qué se considera usted Backpacker? Cuéntenos un poco de su experiencia; ¿qué lo motiva a viajar? ¿Por qué es Backpacker? ¿Qué le gusta de ser Backpacker?*

Pues realmente empecé siendo *Backpacker* simplemente por un tema de inspiración por un jefe que tenía. Me gustó la vida y las experiencias que él llevaba, que él me contaba. Empecé haciendo viajes acá en Colombia y conociendo mucha gente. Entonces una de las principales razones es que me gusta mucho viajar solo y disfruto mucho conociendo nuevas personas. Cuando viajo acompañando tal vez uno se desinhibe en conocer otras personas. Esto digamos que también ha llevado a desarrollar algunas habilidades sociales que en algún momento yo tenía poco desarrolladas, como lo es la comunicación y el ser un poco más sociable. Entonces, la verdad es que no es solo conocer países y lugares, sino también conocer personas me motiva a ser *Backpacker*.

Me encanta mucho lo que tiene que ver con hacer Hiking y Trecking y pues eso también, de alguna forma ayuda a mi estado de salud.

*¿Qué es lo más atractivo de ser un turista Backpacker? Aparte de conocer nuevas personas ...*

Yo creo que de lo más atractivo es uno conocer muchas veces lugares que no son tan turísticos, pero que son igualmente maravillosos, impresionantes; eso la verdad me gusta mucho. Dos, ser

*Backpacker* es viajar ligero, es viajar descomplicadamente y es viajar económicamente. Entonces uno puede conocer muchos lugares en el mundo sin gastar tanto dinero y realmente aprender a viajar de una manera descomplicada – como lo hacen los europeos – siento que es mi objetivo.

*Chévere, chévere. ¿Cuántos años ya lleva viviendo esta experiencia como Backpacker?*

Mi primer viaje fue en el 2009, ya hace más de 10 años. Más de 10 años llevo viajando como *Backpacker*. Mi primer destino fue Suramérica.

*Chévere, chévere ¡bacanísimo! Sobre su experiencia de Backpacker, ¿a usted le interesan los lugares que se caractericen por su oferta ecoturística?*

¡Por supuesto! Eso es uno de los atractivos de ser *Backpacker*. Es que muchos de nosotros buscamos lugares con ambientes ecológicos donde se pueda hacer mucho Trecking, Hiking o incluso actividades de deportes extremos. Apreciar la naturaleza es uno de los mayores atractivos de ser *Backpacker*.

*Y entre sus destinos que escoge para visitar, ¿contempla la oferta ecoturística para ir a ese lugar?*

Normalmente, no. En mi caso yo trato de no usar servicios ecoturísticos, sino que a mí me motiva mucho armar el plan por mi cuenta. Muchas veces los servicios ecoturísticos son percibidos como limitantes y en algunas ocasiones, costosos. El hecho de ser *Backpacker*, lo que a uno le gusta es viajar descomplicadamente sin estar atado a algunas normas o estar atado a algún servicio ecoturístico. Muchas veces los horarios o las restricciones en tiempo pues no hacen tan fácil el tema.

Sin embargo, para algunos destinos sí es necesario acudir a algún servicio ecoturístico para realizarlos.

*Perfecto y, dentro de esa experiencia que ha tenido en estos años, para usted ¿qué es ecoturismo?*

Para mí el ecoturismo es brindar un servicio turístico de descanso, de aventura, de conocer lugares propiamente relacionados con la naturaleza, con ambientes que pueden ser extremos en algunos casos. Lugares donde tiene usted la posibilidad de tener cercanía con el medioambiente, con culturas, con recursos hídricos y donde usted puede poner a prueba su estado físico. Para mí eso es un servicio ecoturístico.

*Y entre ese ecoturismo que nos acaba de definir, ¿cuáles serían los factores más importantes por los cuales usted escogería ir a un destino ecoturístico?*

Uno de los factores es que yo normalmente busco actividades donde haya Hiking, donde haya caminatas. Me gusta caminar bastante. También busco actividades que normalmente sean en climas cálidos, donde haya bastante contacto con la naturaleza, con el agua, con los recursos hídricos. Visitar ríos, subir montañas, esos son los preferidos para mí.

Uno también muy importante es: normalmente estoy buscando sitios donde pueda tomar excelentes fotografías. ¡Con muy buenas vistas y paisajes!

*Excelente. Entre los destinos turísticos que ha estado en los últimos años, ¿cuáles le han llamado más la atención y por qué?*

Bueno ... tal vez el último en el que estuve fue en el Cabo de la Vela y en Punta Gallinas y el parque Tayrona. Diría que son mis favoritos, pues son experiencias que tiene de todo. Uno camina y se ejercita, tiene playa, tiene mar y tiene ríos. También la posibilidad de conocer mucha gente. Se sitúan en climas cálidos. Además, he tenido la posibilidad de acampar y apreciar la naturaleza; pero también la posibilidad de conocer paisajes desérticos impresionantes. Básicamente esos han sido los factores que han hecho que esas experiencias, para mí, hayan sido las mejores.



*Bueno chévere que vaya mencionando que el sitio, La Guajira, es sobre Colombia. Hablando de Colombia, ¿qué sabe de ecoturismo? Es decir, ¿conoce la oferta que tiene Colombia en términos de ecoturismo?*

No, no la conozco toda. Pero conozco algunas. Conozco en Santander, hacia los lados de Caño Cristales y conozco y estoy muy interesado en hacer Ciudad Perdida (ubicada en la Sierra Nevada). Hacia el nevado del Cocuy hay varias ofertas interesantes y en San Gil es muy importante el ecoturismo. No he podido ir a todos, pero conozco algunos que son bastante importantes y demandados.

*¿Cómo se enteró usted, o cómo conoce de esos sitios que nos menciona?*

Normalmente por dos vías: Una es con amigos; en esas mismas experiencias que he estado como *Backpacker* muchas de las personas que he conocido cuentan sus experiencias en Colombia o en distintos lugares. Inclusive muchos turistas extranjeros tienen la posibilidad de conocer, incluso más que nosotros mismos, y recomiendan mucho estas ofertas y los lugares para visitar, entregando recomendaciones sobre cómo llegar y qué hacer/no hacer allá.

La otra es por medio de los Blogs. Sigo algunos instagramers y algunos bloggers que escriben sobre algunas experiencias en ecoturismo.

*Perfecto. ¿Cuánto tiempo duró, por ejemplo, en su viaje a la Guajira?*

Ese viaje duró semana y media.

*Y aproximadamente, ¿todos sus viajes como Backpacker pueden durar eso? O duran más, duran menos ... ¿Cómo es la duración?*

Pueden ser más. En Europa como *Backpacker* duré casi un mes. Pero en Colombia algunos destinos pueden ser en promedio entre 4 a 7 días de duración.

*¿Cuánto dinero, en dólares, aproximadamente gastó en su viaje a la Guajira? Por ejemplo ...*

En ese viaje a La Guajira, la verdad es que no fue costoso. Pero sumando pasajes, estadía, comida y algunos costos para las actividades que uno quiere realizar o los sitios que uno quiere visitar; perfectamente me pude haber gastado como un millón y medio, más o menos.

*Es decir, unos 300 o 350 dólares, más o menos ...*

Sí, sí. Por ahí puede ser.

*Y en su experiencia, ¿les ha recomendado Colombia a otros amigos suyos Backpackers? Ya sean colombianos que visiten los sitios a los que usted ha ido, o ya sean extranjeros que sean amigos suyos con los que tiene alguna relación por redes. ¿Les ha recomendado Colombia?*

¡Por supuesto! Porque, sobre todo con amigos extranjeros que he conocido en distintos viajes como *Backpacker*, les recomiendo los sitios para visitar en mi país he incluso recomiendo los sitios que yo no he visitado, pero quiero hacer. Por ejemplo, Ciudad Perdida. Una vez conocí a un catalán y a un americano, a quienes les fascinaba hacer Trecking y buscaban destinos muy similares a lo que es Ciudad Perdida.

*Respecto a Colombia como destino, ¿qué aspectos resaltaría?*

Colombia como destino: la posibilidad de usted tener distintos climas, distintos pisos térmicos; la comida, la variedad en frutas, la variedad en fauna y flora que tiene este país, los distintos climas que tiene este país, la facilidad para moverse (distancias relativamente cortas) y que Colombia es, a la final, un país económico para hacer turismo.

*Frente a otros países, que puedan ser de la región o con las mismas cualidades que tiene Colombia – respecto al clima o a ser ecológicos - ¿qué destaca de Colombia frente a esas otras opciones en turismo ecológico?*

Frente a países similares, con una oferta similar a la de Colombia, Colombia se puede resaltar por los precios. Es económico viajar acá en Colombia. Incluso los extranjeros lo reconocen cuando visitan estos lugares ecoturísticos. Segundo: la seguridad. Es seguro viajar acá, ya es seguro viajar acá. En los últimos 10 años Colombia ha sido un país que se ha encargado de fortalecer su seguridad y ese puede ser un aspecto diferenciador.

El otro aspecto diferenciador es que yo veo que Colombia, a diferencia de otros países, entiende su potencial ecoturístico y lo desarrolla. Ha generado muy buenas alianzas y muy buenas ofertas para desarrollar el ecoturismo. Entiende su potencial y el trato al cliente (el servicio al cliente), sobre todo a los extranjeros es bastante especial, bastante bueno. La gente lo reconoce. A diferencia inclusive de otros países. La calidez del colombiano, de los sitios, de los servicios es muy buena y la aprecian mucho ... por lo menos yo la aprecio mucho.

*Y entre sus amigos, o la comunidad de la Backpackers en la que está, las personas que han venido a Colombia ¿qué resaltan del país?*

Lo que resaltan del país es: uno, la belleza de los paisajes. La comida, les parece muy buena la comida. Las mujeres también. El sabor y el ambiente del colombiano; somos gente alegre, a la que le encanta bailar, que tiene una cultura muy rica. Hay variedad de culturas por conocer y sobre todo el trato que le da el colombiano al extranjero (en cuanto a su calidez). El colombiano recibe muy bien al extranjero, le gusta que lo visite en Colombia. Creería yo que esos son los factores.

Por último, digamos que Colombia es un destino “económico” para el extranjero, a diferencia de otros países.

*Perfecto, César. Muchísimas gracias por la entrevista y le deseo una feliz noche. ¡Muchas gracias!*

## **Entrevista No. 2**

*Jhonnatan, primero me gustaría saber: ¿Cuántos años tiene, qué profesión tiene, ¿cuál es su lugar de nacimiento y dónde reside actualmente? Algo de información suya ...*

Bueno, te cuento. Yo tengo 33 años. Soy ingeniero industrial y administrador de empresas. Nací en la ciudad de Cali y actualmente me encuentro en la ciudad de Bogotá desde hace 7 años, casi.

*¡Súper! Bueno, ¿por qué se considera Backpacker? Cuénteme su experiencia viajando como Backpacker.*

La verdad a mí me gusta que soy muy sencillo, muy tranquilo. En ese sentido, un parche de *Backpackers* me parece muy cómodo. O bueno, no tanto cómodo, sino que puedes conocer mucha gente, puedes ahorrarte unos pesos y puedes también ser mucho más flexible. No tienes tanto equipaje a la mano, entonces vas con tu maleta a donde quieras y si te gusta algo, tomas la decisión ese mismo día. También por un tema económico.

*¿Cuál es su motivación para viajar?*

La motivación mía es poder conocer. Poder conocer, poder aprender de otras culturas, poder tener historias que contar, cosas nuevas que te hayan pasado o cosas nuevas que hayas visto. Entonces es un poco las experiencias que uno pueda acumular visitando sitios nuevos. Durante un tiempo estuve muy dedicado al trabajo, por ahí unos 3 años muy juicioso, pero luego de eso empecé a salir más y a conocer más.

Por lo menos, el tema de despegarte también de tu cotidianidad y volver renovado es algo que te da esto. Las experiencias que puedes vivir son mucho más completas que con un viaje normal, con una maleta, hotel y todo ese tipo de cosas.

*¿Cuántos años ya lleva viajando como Backpacker?*

Unos 5 o 6 más o menos. Mejor 4 o 5 años, más o menos...

*Y en sus experiencias como turista Backpacker, ¿contempla el ecoturismo como parte de sus viajes?*

Sí. De hecho, soy una persona a la que le gusta mucho todo el tema del senderismo, todo el tema natural. Entonces, ya he conocido algunas locaciones (sobre todo en Colombia) cuando hablamos de ecoturismo, donde lo he hecho.

En resumen, sí lo considero. Me parece un buen plan, el cambiar de ambiente, algo diferente y salir de la ciudad. Por eso me llama mucho la atención, el poder desconectarte al final. Hoy en día uno está muy conectado a los dispositivos electrónicos y vos como *Backpacker* ecoturista vas a llegar a un lugar donde no vas a tener señal y sí o sí te vas a tener que alejar. De pronto con eso puedes entender otras cosas, puedes desconectarte y aprender cosas nuevas.

*Para usted, Jhonnatan, ¿qué es el ecoturismo?*

El ecoturismo precisamente es como el turismo natural. Yo lo veo así. Es un turismo en el que puede haber un tema de lujo, pero yo lo veo más como el turismo natural. Más sencillo. Como estar con una fogata, en una casa de madera, viviendo la experiencia de los mosquitos o el calor en las noches. Por eso el ecoturismo lo relaciono mucho como a volver a lo básico, como lo más simple.

Hay un tema de ecoturismo de lujo; pero eso para mí ya no sería ecoturismo. Lo veo más desde el lado básico, desde volver a lo más simple y desde el lado de vivir experiencias que son nuevas y que vos tienes que vivir en algún momento para valorar lo que tienes.

*¿Cuáles son los factores que lo hacen escoger un destino ecoturístico?*

Cuando voy a buscar esos destinos, lo primero que hago es preguntar. Empiezo a preguntar y de pronto le escucho a un amigo que estuvo en el Tayrona o estuvo en Huanchaco o en algún lugar en el Cocuy (por ejemplo). Entonces empiezo a escuchar historias y a ver si esos sitios son de mi agrado.

También reviso fotos. De pronto un amigo montó una foto en Instagram y el paisaje se ve súper bacano, entonces hablo con él y me motiva con su experiencia. Eso también me mueve un poco.

A parte de eso yo también tengo mis metas personales. Me encanta, dentro del senderismo, todo el tema de las montañas: El Hiking. Eso también me mueve a mí. Por ejemplo, yo tengo un plan: quiero y tomar fotos conocer los páramos de Colombia antes de que se acaben. En este momento ya llevo unos 3 o 4 y aún me faltan al menos unos 2 o 3. Son ese tipo de cosas que también me dicen: “Bueno, toca aprovechar ahorita porque en 10 años lo que hay en glaciares o nieve muy posiblemente no esté”. Eso también me motiva mucho.

*Aparte del factor de que pueda hacer Trecking, caminatas o ese tipo de actividades, ¿hay algo más que tenga usted en cuenta para escoger un destino?*

Miro también el lugar dónde me voy a quedar. Trato de revisar la zona cómo es. Hace mucho tiempo existía el tema de violencia, pero hoy no es tanto. Sin embargo, quedan algunas disidencias, entonces también miro siempre ese tema: la seguridad.

También por el lado de la gente a donde vaya; aunque en teoría en muchos sitios turísticos se cuida al turista, pues es la persona que lleva el dinero a los pueblos y ciudades.

¿Qué otro tema miro? Calificaciones, de pronto de servicios y lugares. Obviamente uno no espera una habitación 5 estrellas, pero sí algo chévere para pasar la noche. Miro también lo que haya por hacer “por ahí”. Reviso si hay ríos, si hay cabalgatas, si hay fogatas. Busco qué actividades, a parte de la principal, puede haber; pues, al final, así puedes estar entretenido, relajado y disfrutando de los momentos.

*Perfecto. De todos los destinos turísticos que le han llamado la atención, ¿Cuáles son los 5 que más le han gustado?*

¿A nivel nacional o internacional?

*En general, tanto por fuera del país como dentro.*

Como *Backpacker*, bueno ... este no es ecoturista, pero Moscú me pareció una ciudad increíble. Una ciudad que, a pesar de tener un tema socialista, se ve muy poderosa. Las estatuas y los monumentos que tienen, el tema del metro que creo que es el más profundo del mundo, todo ese tema de organización me pareció muy bacano. Por lo menos uno como *Backpacker* se puede mover super fácil. Es entender un poquito el alfabeto de los rusos, pero una vez se entiende, todo sale muy bien.

Aquí en Colombia, una vez me fui para Silvia, Cauca. Allá estuve con unos indígenas y fue una experiencia muy bacana. En últimas es que ellos te “adopten”. No era tanto el plan turístico promocional, sino era un plan más como una amiga que estudió en la universidad. Entonces terminé allá en Silvia con los indígenas guambianos (que son los indígenas de faldita). Con ellos todo el tema de su cultura, todo el manejo que tienen de medicinas me pareció muy sorprendente.

Además, también son muy organizados y tienen sus propias leyes, eso también me pareció muy interesante.

También como *Backpacker* en Marrakesh, la capital de Marruecos. Es una ciudad que en el día es muy bacana pero por la noche ya te asustas. Todos los pasillos son super angostos, hay gente y todo está oscuro. No sabes si te van a robar o no. La gente en Marruecos habla 5 idiomas, entonces las personas te empiezan a hablar en francés, italiano, español o inglés; hasta que te escuchan hablando en tu idioma y lo cogen. Luego comienzan a ofrecer de todo, y una de las cosas que dicen es que hay que tener mucho cuidado con los guías allá, porque son peligrosos. Pero me pareció un buen lugar. Es un lugar también donde se alquilan los “Riad”; son esas casas antiguas que se remodelan y tienen adentro una piscina y son super bonitos. Tienen un ambiente lleno de extranjeros, con puros *Backpackers* relajados.

A nivel nacional, el Tayrona me pareció muy bacano. Allá sí sufrí un poco por el tema del calor en las noches, pero las playas allá son únicas. Por ese lado, me pareció muy bacano.

El último como *Backpacker*, lo hice creo que en enero y fue: el Nevado del Tolima. Fue como en plan de Hiking, muy ecoturista. Me tocó dormir en una carpa con lo que llevaba en una maleta y ya, no más. El frío fue super duro pero la experiencia muy bacana. Desconectado del celular por 3 o 4 días, los paisajes brutales y un esfuerzo mental y físico asombroso.

*Y, en términos de aquí en Colombia, ¿qué sabe usted del ecoturismo en Colombia?*

Yo hace años hice una revista sobre ecoturismo en la universidad, fue un proyecto que teníamos. La revista se llamaba “De Una”. Siento que el ecoturismo viene creciendo mucho. Imagínate, yo hice ese proyecto hace casi 12 años, cuando tenía 21, y lo que hicimos con esta revista fue buscar patrocinios y buscar muchos artículos. Dentro de esos artículos lo que más se veía era todo el tema



de que el ecoturismo venía creciendo; sobre todo nos enfocamos mucho en San Gil por esa época, con todo el tema de ecoturismo más deportes extremos que venía creciendo.

¿Ahorita qué pasa mucho? También siento que hay mucho apoyo tanto del ministerio de comercio, como del ministerio de ambiente. Además, con todo el tema de los parques nacionales. De hecho, siento también que el tema de la paz ha ayudado mucho a esto. Porque este tema es relativamente nuevo y desde ahí es cuando el ecoturismo ha ido creciendo y creciendo, porque la gente se siente más segura. Antes tal vez a las personas les daba miedo salir y ahora sale mucho más tranquila; van en sus vehículos, cogen el bus o un transporte, coordinan algo y salen sin mayor problema.

Entonces, ¿qué siento en general? Que ha evolucionado mucho. Que en temas de ecoturismo también hay un tema de lujo que está entrando, por ejemplo, con el Glamping. No sé si califique como ecoturismo, pero sí ha ido floreciendo mucho. Más ahora con la necesidad de la gente de poder escapar de la realidad por un momento, es una muy buena alternativa y tiene muy buen futuro, por lo que veo.

*¿Usted le ha recomendado a sus amigos, compañeros o conocidos Backpackers de todo el mundo que vengan a Colombia?*

Sí. Sobre todo, cuando uno sale les ofrece como: “Vengan, es muy bacano”. Cuando se da ese “colegaje” o cuando te prestan, en otra ciudad del mundo, el sofá para dormir, yo creo que es un tema de agradecimiento y una invitación que se hace con el gusto de poder retribuir ese favor.

Obviamente hay un tema con el extranjero, hay de todo. Está el que piensa que Colombia es una selva, como está el que sabe que también es un país increíble. De hecho, hoy en día hay muchos extranjeros aquí en Colombia. En estos días veía la historia de una japonesa (o una coreana). Ella decía que vino a Colombia por 6 meses y se quedó a vivir, trabajando en temas sociales. Decía que

Colombia le parece lo más bacano que le ha pasado. Y eso que ella ha vivido como en unos 6 países diferentes (incluyendo potencias mundiales), sin embargo, dice que Colombia tiene algo único.

Y así yo también intento de venderlo al exterior. Claramente aún hay un tema de narcotráfico que todavía queda pegado en mucha gente. Pero sí, se recomienda mucho. Por ejemplo, lo que yo hago es mostrar fotos de diferentes paisajes (por ejemplo, las rutas de Hiking o Trecking) y así los extranjeros quedan emocionados. Además, cuando yo estoy haciendo este tipo de actividades también encuentro muchos extranjeros.

*Y cuando habla con ellos, ¿cómo les describe Colombia? Es decir, ¿cómo los anima para que vengan?*

El tema de la gente me parece muy importante. El servicio al cliente aquí es muy bueno y más si eres un extranjero, siento que hay una amabilidad adicional. Por otro lado, con los paisajes. Siento que, al tener tantos climas, tanta diversidad en todo, eso también se presta para que vengan acá y puedan ir desde el lugar más fino, hasta el lugar más guerrero o luchador.

Obviamente el tema de la seguridad uno no lo habla mucho, sobre todo en las ciudades, porque uno mismo ha sido víctima de eso. Entonces uno trata de no nombrarlo, tal vez solo menciona que “toca tener cuidado, como en todo lado”.

Pero por lo demás, es por la gente, por la naturaleza y por lo que pueden venir a hacer acá, por tantos pisos térmicos y paisajes.

*Frente a otros países en los cuales usted ha estado, ¿en qué destaca Colombia?*

Que buena pregunta ... creería (no sé hasta qué punto) que la comida. Todo el tema de la comida y sobre todo las frutas y todo eso, en cuanto a lo económico que pueden llegar a ser aquí en comparación a otros países. Otros países pueden tener también paisajes espectaculares, pero la gastronomía aquí es muy buena. Obviamente hay mejores, pero al comparar, por ejemplo, los países europeos o Estados Unidos, nosotros en Colombia tenemos una gastronomía mucho más degustativa y variable.

Creería que eso es lo que está por encima, aunque la verdad nunca lo he dicho.

Las mujeres también. Si son turistas masculinos también el tema de la belleza femenina es algo que los atrae. Y ahora que lo recuerdo, también lo vendo por el tema cultural y folclórico de la danza. También los extranjeros vienen acá a aprender a bailar Salsa y se quedan felices aprendiendo. Por eso también se puede vender, pero ya es un tema un poco alejado del ecoturismo.

*Perfecto Jhonnatan, ¡Muchas gracias! Ya con esto terminamos la entrevista. Muchas gracias por la participación.*

### **Entrevista No. 3**

*Tomás, primero me gustaría saber: ¿Cuántos años tiene, qué profesión tiene, ¿cuál es su lugar de nacimiento y dónde reside actualmente?*

Bueno, tengo 35 años. Desde hace un tiempo estoy aquí en Madrid y soy diseñador gráfico.

*Bueno, ¿por qué se considera usted un Backpacker?*

Pues, Efraín. Porque desde hace alrededor de unos 5 años decidí irme de Colombia; tenía algunos ahorros y simplemente decidí viajar. Backpacker (me imagino) es porque ando liviano de equipaje y simplemente me gusta recorrer diferentes partes del mundo y conocer.

*Chévere y ¿cuál es su motivación para viajar?*

Precisamente, Efraín, es conocer. Creo que el mundo es muy bonito como para simplemente quedarse en un lugar. Me gusta conocer gente, me gusta conocer lugares y vivir experiencias nuevas.

*¿Qué es lo atractivo de viajar como Backpacker? ¿cuál es el encanto?*

Que nunca sabes realmente qué va a pasar. Tienes una agenda, como con las cosas por hacer o los lugares importantes por conocer, también lo que más importa es la gente y es conocer la cultura y enriquecerte como ser humano espiritualmente.

*¿Cuántos años lleva viajando como Backpacker?*

Qué se yo ... toda mi vida me ha gustado viajar, pero he estado desde hace 5 años, más o menos, viajando. Mi trabajo me lo permite porque soy Freelance y trabajo dónde yo quiero y cuando necesito o cuando quiero.

*Bueno Tomás y, para usted, ¿qué es el ecoturismo?*

El ecoturismo, no lo tengo muy claro, pero para mí es el turismo responsablemente ecológico. Estar en hoteles que se preocupan por su huella de carbono y por ser conscientes, que el impacto que tienen que hacer en la naturaleza es menor. Que de alguna manera están protegiendo el lugar donde tienen su albergue.

*Y en sus experiencias como turista Backpacker, ¿contempla el ecoturismo como parte de sus viajes?*

Algunas veces. Soy en parte urbano, en parte ... me gusta algunas veces visitar estos lugares de ecoturismo porque me gusta la fotografía. Sin embargo, diría que soy un 50/50, soy parte urbano, parte ecoturista.

*¿Cuáles son los factores más importantes que lo hacen escoger un destino ecoturístico?*

Sobre todo, el paisaje y la biodiversidad. Me gusta encontrar animales distintos. Desde chico me han gustado siempre los pájaros, sobre todo. Por eso me gusta, por ejemplo, Colombia. Colombia me parece, en ese sentido, muy rico en aves. Busco sobre todo poder tomar buenas fotografías de los pájaros y las aves y poder coleccionar esas fotografías.

*Perfecto y de todos los viajes que ha hecho como Backpacker en los últimos 5 años, ¿Cuáles son los 5 destinos turísticos que más le han llamado la atención? ¿Por qué?*

Me encanta Colombia, sobre todo el Eje Cafetero y la parte sur del país. Precisamente porque Leticia y el sur del Quindío son muy ricos en biodiversidad. Me ha gustado mucho, me ha marcado mucho la gente y la cultura en Colombia.

También me gustó bastante Perú, sobre todo la parte de Cuzco. Me parece que es una región andina, muy bonita, con muchos parecidos a Colombia y que tiene su mística. Cuzco tiene su mística.

*Bueno y, ¿qué conoce usted de Colombia, en términos de ecoturismo?*

La parte de Nuquí me gustó. Leticia también lo conozco. En el Eje Cafetero estuve en toda la parte de las fincas cafeteras. No sé si aplique como ecoturismo, aunque para mí sí lo fue, pues estuve mirando mucho toda la parte del ecosistema que hay en ese lugar. Buscando aves, Manizales es muy rico en aves; Risaralda y puntualmente en los alrededores de Pereira tienen unas aves

espectaculares y me gustó mucho ese lugar. No era algo tan aventurero, pero me gustó porque, de alguna manera, la cultura cafetera estuvo muy bien y conocí unos paisajes increíbles.

*¿Usted les ha recomendado a sus amigos Backpackers allá en España que vengan a Colombia?*

¡Sí, claro! A mí me encanta. Llevo un tiempo viviendo fuera de Colombia, pero definitivamente me encanta Colombia. Cada vez me enorgullece más ser colombiano. La riqueza que hay en este país no la he encontrado en ningún lugar.

*Y cuando habla con ellos, ¿qué les dice a sus amigos? ¿cómo los convence para que vengan a Colombia?*

Creo que Colombia es un diamante en bruto. Si bien hay otros lugares “más populares” (porque Colombia se está convirtiendo en un lugar turístico que todo el mundo quiere visitar), tenemos unos lugares increíbles para visitar. Por ejemplo, quiero ir a la parte donde antes estaba la guerrilla: toda la zona del Guaviare, me han dicho que es increíble. Incluso pienso que es uno de los lugares turísticos más recomendados en este momento, precisamente porque falta explorar mucho y está muy virgen. Y eso está muy bien. Toda esa parte de mística de lugares (de alguna manera) inexplorados, a nosotros los *Backpackers* nos gusta bastante.

*Cuando viene a Colombia de turismo, como Backpacker ¿Cuánto tiempo, aproximadamente, se queda acá?*

No sé, no tengo mucha agenda. Pero normalmente me gusta quedarme 2 o 3 meses en un lugar. No soy una persona que tenga una agenda muy apretada. Definitivamente me gusta sumergirme en las culturas, hablar con las personas, compartir, disfrutar y conocer de la región. Me tomo mi tiempo. Yo creo que dos meses, mes y medio o dos meses.

*Bien, y en su última estancia ¿cuánto dinero gastó (en dólares) aproximadamente?*

En dólares, alrededor de unos 1500 dólares. Y bueno, eso es medirse un poco los gastos. Viajar ligero permite precisamente no gastar mucho dinero y disfrutar la vida. Entonces 1500 dólares para un mes y medio ... de alguna manera me siento bien por eso.

*¿Qué destaca de Colombia frente a otras opciones de países para hacer turismo ecológico?*

Pues, Efraín, lo que te había dicho. Los otros lugares están (tal vez) un poco más explorados, sin embargo, Colombia tiene muchas cosas ... muchas cosas que no conocemos. Y eso que no he conocido mucho toda la zona del pacífico que debe ser extraordinaria. Pero lo que es la biodiversidad, los paisajes y las oportunidades que da el post conflicto son increíbles y pienso que hay que visitarlo, hay que visitar Colombia para conocer toda esta riqueza cultural y de flora y fauna que tiene.

*Y según lo del post conflicto, ¿siente que Colombia es un país seguro para viajar?*

Pues ... tal vez. Nunca me he sentido inseguro. Sé que hay problemas, pero creo que la misma gente te cuida y realmente ese es el espíritu de aventura, tú sabes que todo puede pasar. Sin embargo (como te digo) nunca me ha pasado nada en Colombia e invito a todas las personas a viajar allá. Creo que es más fama que la realidad. En todas partes pasan cosas y te puede pasar algo malo y en Colombia también, pero simplemente te debes cuidar y ya.

*Listo, Tomás. Muchísimas gracias por la entrevista.*

Efraín, gracias a ti. Encantado.

**Entrevista No. 4**

*Bueno, Luis, empecemos primero con una identificación suya, ¿Cuántos años tiene, qué profesión tiene, ¿cuál es su lugar de nacimiento y dónde reside actualmente?*

¡Hola! Tengo 32 años. Mi profesión: soy ingeniero industrial. Yo nací en Bogotá y vivo hace 10 años en París.

*Excelente, chévere. Luis, cuénteme ¿por qué se considera Backpacker? ¿Cuáles son sus motivaciones de viaje? ¿Por qué le gusta ese estilo de turismo?*

Yo me considero *Backpacker* porque para mí es muy fácil tomar mi maleta, unas pocas cosas y arrancar un viaje; aprender y tener una nueva aventura. Además, lo hago como “sin mente”, arrancar y ya (tomar la decisión).

¿Qué me motiva mucho? La verdad a mí me motiva mucho conocer, vivir nuevas culturas, tener nuevas aventuras, conocer gente, compartir con personas, estar cerca de la naturaleza o del ecosistema de nuevos sitios. También me motiva hablar un idioma diferente al que hablo todo el tiempo; compartir con personas en su idioma y aprender dialectos. Eso me motiva bastante.

*¿Qué es lo atractivo de ser Backpacker?*

Yo pienso que lo más atractivo es que uno se puede adaptar a cualquier tipo de lugar. Uno tiene la facilidad de encontrar mucha oferta y diferentes tipos de servicios con los que uno normalmente puede estar satisfecho y muy contento. Yo creo que eso es parte de ese atractivo de ser *Backpacker*.

*Y en esta experiencia que usted lleva como Backpacker, ¿Cuántos años lleva viajando así?*

Cerca de 12 años, más o menos.

*Perfecto. Y en sus viajes como Backpacker, ¿contempla usted el ecoturismo y la oferta ecoturística del país (o la ciudad) donde va a estar para escoger el destino?*



Sí, sí la contemplo. Me gusta mucho y me llama mucho la atención. Me parece que es algo diferente a lo que normalmente los turistas tienen como servicio. La oportunidad de conocer puede dar una nueva visión de muchas cosas, y eso me parece interesante.

*Y, para usted, ¿qué es el ecoturismo?*

Para mí, ecoturismo es el turismo que hago más cercano con temas ambientales. Donde estoy alejado de las masas, temas un poco más privados o reservados para un grupo de personas. Donde tengo una conexión diferente con la naturaleza. Creo que uno podría decirlo así.

*En este entorno del ecoturismo, ¿qué factores tiene usted en cuenta para escoger un destino ecoturístico?*

La verdad, yo miro mucho la accesibilidad: el cómo puedo llegar al sitio. Miro mucho (justamente) si voy a tener ese espacio y voy a poder estar un poco distante de las masas, como de lo que hacen los turistas tradicionalmente.

También miro mucho el tema de los guías, si son tours guiados (por ejemplo), como ese tipo de cosas. También los servicios que puedo tener, o que me acompañan, para que la oferta sea completa y pueda realmente conocer bien el sitio a través de personas de la región. Eso también me parece muy importante.

*¡Súper! Bueno y de todos los viajes que usted ha realizado en estos 12 años de experiencia, ¿Cuáles serían los 5 destinos turísticos que más le han llamado la atención? ¿Por qué?*

Para mí el primero, que tuve la oportunidad, fue en Australia. Diría que el más importante fue en Australia, en la ciudad de Cairns. En Cairns tuve la oportunidad de ir a una parte donde se maneja un tema de parque cercano a la ciudad, que no recuerdo el nombre, pero era un sitio muy hermoso

con la naturaleza. Allá podía encontrar muchas cosas – muchos animales -, tenía un tema muy particular de fauna y flora que me gustó mucho.

Otro fue en Argentina. En Argentina poder ir a la Patagonia, al parque de Tierra del Fuego, al “fin del mundo”. Todo el tema de los glaciares, como el Perito Moreno, me parece espectacular.

En Brasil también tuve la oportunidad de tener un viaje cerca a Río de Janeiro. Tuvimos un barco y estuvimos bien adentro en una parte selvática y me gustó mucho. Tuve una conexión muy bonita con las personas de la región y me llamó mucho la atención.

En Colombia, por ejemplo, el Tayrona, la parte de Santa Marta hacia el Tayrona. Las playas y los sitios que uno recorre también me parecieron sitios y experiencias memorables.

Otro sitio, que aún no he hecho, pero quisiera hacer, es en Ecuador: la Isla de Galápagos. Me parece muy interesante por todo el tema de animales (las tortugas y todo eso).

*Bueno y ya que mencionó que ha estado en Colombia, en el Tayrona; cuénteme, ¿por qué, entre todos los viajes que ha hecho, recata a Colombia y al Tayrona?*

Porque yo encontré en el Tayrona unos sitios paradisiacos, que me parece que es algo que debemos cuidar y debemos resaltar en el turismo en nuestro país. Las playas, toda la tradición de los ancestros indígenas de la región; la conexión espiritual y uno tener la oportunidad de vivir eso, es algo único. Eso me parece bien importante.

*Es decir que es algo que no encuentra en otro lugar del mundo ...*

No, la verdad yo siento que es algo único. Es algo que se debe potenciar mucho y que todos los colombianos debemos estar orgullosos de eso.

*Bueno y, a parte del Tayrona ¿qué más sabe de Colombia, en términos de ecoturismo?*

Yo sé que hay muy buena oferta en el Amazonas y hacia el Pacífico. Sé que existe muy buena oferta de ecoturismo en esas regiones. En el Amazonas, por ejemplo, las Islas de los Micos y todas esas cosas que dan esa conexión con la naturaleza y con la selva amazónica. Y hacia el Pacífico, todo el tema de las ballenas y todos los avistamientos que se hacen. Esos son, de forma general, los que conozco.

Conozco también el Desierto de la Tatacoa, en el Huila; o en la Guajira, Punta Gallinas. Todo el desierto en la parte norte también tiene muy buena oferta.

*¿Esos destinos se los han recomendado amigos Backpackers o cómo se ha enterado de ellos?*

Sí, sí, por amigos *Backpackers* he tenido la oportunidad de escuchar de todos estos destinos. Mucho del destino de Amazonas, que es algo único. He podido recibir la información por parte de conocidos.

*Cuando viene a Colombia de turismo, como Backpacker ¿Cuánto tiempo, aproximadamente, se queda en estos sitios?*

A mí me gusta aprovechar alrededor de unas tres semanas, yo pienso. Con eso yo creo que uno puede recorrer y caminar bastante y tener (de verdad) la conexión que uno espera en estos sitios.

*Bien, y ¿cuánto dinero gastó (en dólares) aproximadamente?*

Yo creo que cerca de unos 3000 dólares.

*¿Qué aspectos resalta de Colombia? Por ejemplo, si usted le dice a un amigo allá en París que Colombia es un país que hay que visitar, ¿qué aspectos resaltaría de Colombia como destino ecoturístico?*

La verdad, las zonas tan paradisíacas que hay, las playas, el clima. Por ser un país que está ubicado en el trópico, existen muchas ventajas para cambiar de clima y de estación fácilmente. Se puede aprovechar toda la variabilidad que existe en el país, en términos de flora y fauna, y tener un acercamiento muy interesante con esto. Yo resalto mucho eso, por la belleza y la riqueza que tiene el país en flora y fauna.

*Comparado con otros países que usted ha podido visitar, ¿qué sobresale de Colombia?*

Yo creo que todavía Colombia no tiene tanto comercio y no se tiene tan en masa esa oferta, como lo es en países como Perú o México. Todo el mundo ya sabe de Machu Picchu y realmente, uno va a Machu Picchu y todo está lleno. Son países en los que la oferta está muy saturada. En Colombia no es tan así y creo que eso, si uno está buscando un poco de exclusividad, puede ser un atributo muy interesante que se puede desarrollar dentro de la oferta de ecoturismo en Colombia. Eso yo lo resaltaría bastante.

También la posibilidad, como te decía, de tener diferentes tipos de ofertas. Por ejemplo, si quiero algo de desierto y algo de mar, tengo la posibilidad de ir a la costa y tener ese paseo. Si quiero algo de selva, puedo tener el tema del Amazonas fácilmente. O si quiero algo relacionado con avistamiento de ballenas, también tengo la posibilidad de ir al Pacífico. Tengo mucha oferta y diferentes planes que puedo hacer en un solo país. Eso yo también lo resaltaría respecto al ecoturismo en Colombia.

*Y en cuanto al gasto de venir a Colombia a viajar, comparado con otros países ¿cómo está Colombia?*

Yo creo que es económico, creo que es bastante económico. Uno normalmente en otros países puede gastarse hasta dos veces lo que se gasta en Colombia. Los alimentos son baratos, el

hospedaje es barato y el transporte es económico también. Depende de los trayectos y los desplazamientos que uno haga, digamos que el transporte puede ser lo más complejo. Especialmente por si se requiere usar avión. Pero en general, yo creo que es mucho más económico que en otros países en los que he tenido la oportunidad de estar.

*Listo, Luis ¡muchísimas gracias! Que tengas una feliz noche.*

Gracias, que estés bien.

### **Entrevista No.5**

*¿Cuántos años tienes?*

24 años.

*¿Cuál es tu profesión?*

Psicología.

*¿Cuál es tu lugar de nacimiento?*

Bogotá.

*¿Dónde resides actualmente?*

Villa de Leyva.

*Listo. ¿Te consideras Backpacker o mochilera?*

Sí, me considero *Backpacker* – mochilera.

*¿Por qué?*

Porque el turismo que hago siempre va enfocado al ecoturismo. Entendiendo el ecoturismo como un fenómeno social que incluye aspectos económicos, ambientales y culturales. Creo que el ecoturismo es salir de viaje a un lugar de naturaleza siendo sostenible y responsable en las áreas naturales. Pienso que también hay una mejora en el bienestar de las comunidades y realmente, yo siempre busco esos viajes que sean de naturaleza y que sean responsables. La palabra ecoturismo ya viene con un sentido de responsabilidad con la naturaleza, entonces trato de viajar a este tipo de destinos que no tengan impacto ambiental. Cuando busco mis hostales y los sitios en los que me voy a hospedar siempre trato de que tengan este sentido ambiental. Eso también es mucho de los *Backpackers*.

Pero claro, también está el turismo de ciudad. *Backpackers* que buscan quedarse (más que todo) en hostales y salir un poco de la zona de confort de los hoteles y del turismo que va más enfocado a lo que es ciudad.

*Otra pregunta, ¿cuál es tu motivación para viajar?*

A la hora de escoger un viaje, mi motivación es más que todo aprender y conocer distintos lugares. Sí, realmente eso. También tener una conexión con la cultura me encanta.

*¿Qué hace atractivo ser un turista Backpacker frente a un turista tradicional? ¿Cuál es el atractivo diferenciador de un Backpacker frente a lo tradicional?*

Pues a mí lo que más me gusta de viajar como mochilera es aprender, uno aprende cada día cosas nuevas. De un viaje uno vuelve totalmente enriquecido y lleno de mucho conocimiento. Uno no vuelve a ser la misma persona después de cada viaje y eso no es igual al viajar (tipo) de ciudad. La cultura y la conexión que se tiene con las personas que compartes en hostales, que comparten tu “ADN mochilero”, es una conexión totalmente diferente que no se ve en el turismo tradicional.

*¿Cuántos años llevas viajando como Backpacker?*

6 años, más o menos.

*¿Cuáles son los 5 destinos que más te han llamado la atención, de los que has visitado? ¿Qué fue lo que más te llamó la atención de esos destinos?*

(Sin respuesta)

*¿Cuáles son las barreras que tienes para hacer un futuro viaje?*

Las barreras ... bueno, yo creo que la seguridad es un punto clave a la hora de escoger un destino. Pasaba mucho con Colombia, hace 50 años que estábamos en guerra, y eso también frena mucho a la hora de venir acá a Colombia. Últimamente ya todo está más pacífico, más tranquilo y eso ha aumentado mucho el turismo.

*¿Qué factores, para ti, son claves a la hora de escoger un próximo destino? Si tu vas a montar un viaje para ir en Marzo (por ejemplo), ¿qué factores tienes en cuenta a la hora de elegir un destino?*

Primero escoger algo que tenga naturaleza, que sea un destino de ecoturismo y naturaleza.

¿También hostel y alojamiento o ...?

*No, como destino. Te pongo un ejemplo: si vas a ir a Cuzco, a Costa Rica o a algún lugar, ¿qué factores hacen elegir Costa Rica y no cualquier otro?*

También lo vería en términos de seguridad, el ambiente que haya en el lugar.

Paisajes, para mí tomar fotos los paisajes. Tiene que ser claves que haya destinos que tengan actividades de naturaleza. Entre esos dos, me encantaría Costa Rica por todos los destinos naturales que tiene.

Que se pueda hacer Trecking y su posición geográfica también influiría muchísimo.

Y también que sea un destino turístico que tenga historia, gastronomía y cultura. Entre más pueda conocer y más pueda aprender en esos términos, creo que pesaría un poco más.

*Rápidamente, ¿Cuáles son los 5 destinos turísticos, que conozcas, que más te han llamado la atención?*

Yo quedé absolutamente enamorada de Bolivia, ¡Me encantó Bolivia! No tanto como destino, porque en Bolivia la verdad las ciudades no son muy lindas, sino (más que todo) los paisajes que se ven allá. El Salar de Uyuni me impactó totalmente.

En Colombia uno de mis destinos favoritos es Ciudad Perdida. Uff... me cambió la vida espiritual (¿entera?). El contacto con la naturaleza allá es increíble. El reto de caminar cuatro días seguidos haciendo Trecking en una sierra nevada para llegar a la cima, en verdad es un esfuerzo, es totalmente un reto. Y es como sentirse completamente reconfortado estando allá arriba, la vista estando allá arriba lo recompensa todo. Entonces también es ponerse un reto a uno mismo.

El pacífico acá me fascina. La gente, la hospitalidad de la gente, la amabilidad y la diversidad de cultura que hay allí.

### **Entrevista No. 6**

*Cuéntenme, Tibor, ¿cuántos años tiene?*

Tengo 34 años.

*¿Cuál es tu profesión?*

Trabajo en publicidad.



*¿Cuál es tu lugar de nacimiento?*

Budapest.

*¿Dónde resides actualmente?*

Ambos vivimos actualmente en Budapest.

*Listo, cuéntenme muchachos ¿por qué se consideran Backpackers?*

Porque normalmente viajamos mucho, fuera de los límites de la ciudad y normalmente lo hacemos todo como *Backpackers*.

*Otra pregunta, ¿cuál es la principal motivación para viajar?*

(Sin respuesta)

*¿Qué es lo más interesante o lo más cool de ser un Backpacker?*

Y no hay que empacar mucho, así que es mucho más fácil viajar así (Risas).

*¿Cuántos años llevas viajando como Backpacker?*

Tal vez unos 10 años, digamos 10 años.

*Para ustedes, ¿qué es ecoturismo?*

No estás perturbando la naturaleza.

*Cuando están conociendo países, diferentes lugares, ¿Consideran el ecoturismo como parte de su agenda de viaje?*

Algunas veces. A veces cuando viajamos nos gusta hacer Hiking o vamos a lugares campestres. Además, nos gusta no ir a los sitios más típicos y populares, sino buscar lugares pequeños e interesantes en diferentes países.

No es nuestro objetivo principal, pero puede valer como ecoturismo.

*¿Qué factores son claves a la hora de escoger un destino ecoturístico?*

Primero debería ser un lugar que no hayamos visitado antes, algo nuevo. Además, importa el paisaje, la naturaleza, el clima ...

Claramente también buscamos ver algo que no podamos ver aquí, cosas que no estén a la mano y que no tengamos aquí.

*Me mencionaron anteriormente que les gusta que el destino sea “Instagramable”, poder tomar fotos, videos y esas cosas ...*

Pues no es el objetivo principal, pero sí, es chévere si es único. Nos gusta tomar fotos y documentar nuestros viajes, entonces sí, es genial tener buenas fotos y poder compartirlas.

*¿Han considerado barreras futuras para hacer un futuro viaje? ¿Cuáles serían las barreras para hacer un viaje?*

En este momento es la pandemia ... también el dinero puede ser una barrera. Aunque hagas un viaje como *Backpacker* terminas gastando pues todo cuesta; la llegada a los lugares, la comida, la estadía, la organización del viaje, puede costar mucho.

La otra barrera, por ejemplo, las enfermedades, que en algunos países es más probable que estén presentes (los viajeros deben vacunarse y ese tipo de cosas). Tal vez el agua no es potable en la zona o hay un virus (¿?) allá que puede presentar una barrera.

*¿Cuáles han sido los 5 destinos que más les han llamado la atención y por qué?*

Para mí el primero es Suiza, especialmente Montreux. Principalmente porque está en la ribera del lago (lago de Ginebra), está en la “mitad” del país y tiene una atmósfera y un clima realmente únicos. Realmente es como una Riviera francesa en la mitad de Suiza; un clima caluroso, húmedo, lleno de palmeras y todo entre montañas, entonces es muy única esa mezcla. Me gusta mucho.

En segundo lugar, diría Belgrado, en Serbia, porque me gustó mucho la cultura allá. Es única y muy diferente a lo que tenemos aquí, pero también es muy familiar al mismo tiempo. Así que fue muy divertido ir, probar la comida local, visitar los lugares locales, pasar tiempo con los locales.

También me gustó mucho Annecy, en Francia. También es una ciudad pequeña a la orilla de un lago, con el lago ubicado entre las montañas. Es un lugar muy lindo, me gustó mucho.

Me gustó Londres. Tiene mucha cultura y tiene una vista muy amplia, muy colorida (¿?). He estado un par de veces, en tiempos un poco extraños (que no recuerdo muy), así que siempre vuelvo. Siempre exploro un nuevo lado de Londres.

Por último, me gusta mucho el campo húngaro local. Hacer Hiking en la naturaleza, hacemos mucho Hiking hoy en día, así que sí, Hungría también.

*Perfecto. Ahora que mencionas Colombia, ¿han estado en Colombia haciendo un viaje como Backpackers?*

Exacto ... (ha estado en Colombia, pero no como *Backpacker*).

*¿Qué saben de ecoturismo en Colombia?*

(Sin respuesta)

*¿Piensan que Colombia tiene más destinos ecoturísticos que los países que han visitado hasta ahora?*

No sé si Colombia tiene o planea tener, pero definitivamente tiene el potencial. Colombia es muy grande y diverso (en la naturaleza y el país). Entonces pienso que está lleno de oportunidades en ecoturismo, así te guste ir a las montañas a hacer Hiking o algo diferente. Creo que toda Colombia es ecoturismo.

*¿Dónde buscan los lugares ecoturísticos de Colombia, o las ciudades que les interesaría visitar aquí?*

Por internet. Dos fuentes: Blogs de viajes en YouTube y en general, videos, sería una. Y la segunda sería simplemente en Google. Buscar a dónde ir, qué explorar cuando estemos allá.

*¿Han recomendado Colombia a algunos de sus amigos? ¿Por qué?*

Sí, por supuesto, he recomendado Colombia muchas veces. Porque Colombia, para mí, fue muy emocionante y diferente a lo que tenemos aquí en Europa. Todo: el clima, la vegetación, las frutas, la comida, la cultura, las personas, los pueblos, la arquitectura, la naturaleza ... hay mucha diversidad en Colombia y es muy diferente a lo que tenemos aquí. Así que pienso que todos deberían verlo.

*¿Cuánto tiempo estuvieron en Colombia en su última visita?*

Mmm, como unos 20 o 21 días. Creo que fueron 20.

*Excelente y, ¿dónde estuvieron?*

(Sin respuesta)

*¿Recuerdan cuánto dinero, en dólares, gastaron?*

(Sin respuesta)

*¿Cuáles creen que son los aspectos principales en los que Colombia tiene potencial para el ecoturismo?*

Si quieres escapar a algún lado en el invierno, donde no haya nieve, Colombia es el destino perfecto. Odio la nieve, así que estaría muy feliz de vivir allá.

*Tibor, antes de conocer a Javier, ¿tenías algún plan de visitar Colombia o sabías algo de la oferta ecoturística de Colombia?*

No realmente. No había considerado a Colombia como un destino de viaje. No es que tuviera algo en contra de Colombia, simplemente no estaba entre mis planes en ese tiempo.

Pero sí había escuchado algunas cosas sobre Colombia, me gustaba tomar café colombiano, era como mi favorito. Pero no como destino de viaje.

*¿Qué país de Suramérica estabas interesado en visitar, en ese tiempo?*

Realmente quería y aún quiero ir a Argentina. Creería que ese el primer destino en el que pienso.

*¿Han considerado, o consideran, volver a Colombia?*

Sí. En primer lugar, porque el tiempo que estuve fue muy corto para poder explorar todo lo que el país tiene por ofrecer. Colombia es muy grande y tiene muchas oportunidades, así que siempre hay una razón para volver y explorar nuevos lugares. Ir al Amazonas o a la costa pacífica, en general a cualquier lugar, todo es muy hermoso, hay muchas cosas por explorar.

Confío completamente en que voy a volver.

*¿Creen que Colombia es un lugar seguro para viajar?*

Yo creo que sí. No tengo ninguna mala experiencia en mi memoria.

*Excelente y, una última pregunta, en comparación a todos los países por los que han viajado, ¿en qué creen que se destaca más Colombia?*

(Sin respuesta)

### **Entrevista No. 7**

*Cuéntenme, Javier, ¿cuántos años tiene?*

Tengo 36 años.

*¿Cuál es tu profesión?*

Ambos trabajamos en publicidad.

*¿Cuál es tu lugar de nacimiento?*

Bogotá.

*¿Dónde resides actualmente?*

Ambos vivimos actualmente en Budapest.

*Listo, cuéntenme muchachos ¿por qué se consideran Backpackers?*

Nos gusta viajar livianos de equipaje, por cortos periodos de tiempo y, en general, no nos gusta llevar muchas cosas.

*Otra pregunta, ¿cuál es la principal motivación para viajar?*

Inspiración. Explorar el mundo, nuevas culturas, nuevos países, nuevos lugares y siempre tener nuevas experiencias.

*¿Qué es lo más interesante o lo más cool de ser un Backpacker?*

La libertad. Viajas liviano, puedes tomar decisiones espontáneas durante el viaje y eso te da la libertad de no estar atado a nada, te da más libertad para explorar.

*¿Cuántos años llevas viajando como Backpacker?*

Es una buena pregunta. No estoy seguro ...

*Para ustedes, ¿qué es ecoturismo?*

Ecoturismo se da cuando viajas de una forma que tiene muy poco impacto ambiental en el sitio que estás visitando. Tratas de mantener baja tu huella de carbono, visitando lugares que necesitan ser protegidos por alguna razón (tal vez ecosistemas frágiles) ...

*Cuando están conociendo países, diferentes lugares, ¿Consideran el ecoturismo como parte de su agenda de viaje?*

(Sin respuesta)

*¿Qué factores son claves a la hora de escoger un destino ecoturístico?*

Debería ser lo suficientemente especial, para que consideremos hacer ese tipo de viaje a ese lugar. Esperamos que la naturaleza sea muy hermosa, ese es el factor principal.

*Me mencionaron anteriormente que les gusta que el destino sea “Instagramable”, poder tomar fotos, videos y esas cosas ...*

(Sin respuesta)

*¿Han considerado barreras futuras para hacer un futuro viaje? ¿Cuáles serían las barreras para hacer un viaje?*

Inicialmente las vacaciones, cuando puedes conseguirlas en el trabajo. También los costos asociados con los viajes son una barrera.

*¿Cuáles han sido los 5 destinos que más les han llamado la atención y por qué?*

Yo diría San Francisco, Barcelona, Londres, Providencia y Estambul, también fue muy interesante. Es un lugar muy único porque se tienen dos continentes encontrándose y su mezcla cultural es muy interesante. Puedes ver y sentir algo de influencia europea, pero al mismo tiempo se puede sentir la influencia musulmana. Nunca había estado en un país que tuviera una población musulmana tan grande y experimentar la forma en que viven también fue muy interesante.

*Javier mencionó Providencia, ¿por qué ubicas a Providencia entre tu top 5 de destinos turísticos?*

Porque está muy intacta, muy aislada y no hay muchos turistas. También la gente es muy diferente de cualquier otro tipo de personas que haya conocido antes. La comida es muy interesante, las playas son muy lindas y en general siento que el Caribe es uno de los lugares más interesantes del mundo.

*Perfecto. Ahora que mencionas Colombia, ¿han estado en Colombia haciendo un viaje como Backpackers?*

Pues no exactamente como *Backpackers* pero sí, hemos estado en Colombia.

*¿Qué saben de ecoturismo en Colombia?*

Pues, sé que tienen en el Amazonas, en el norte en la zona de Santa Marta y en general hay muchos lugares que se están volviendo populares para el ecoturismo; especialmente en hábitats en peligro como Caño Cristales, etc. Entonces pienso que es un mercado en crecimiento.



*¿Piensan que Colombia tiene más destinos ecoturísticos que los países que han visitado hasta ahora?*

(Sin respuesta)

*¿Dónde buscan los lugares ecoturísticos de Colombia, o las ciudades que les interesaría visitar aquí?*

(Sin respuesta)

*¿Han recomendado Colombia a algunos de sus amigos? ¿Por qué?*

Claro que lo recomiendo. No solo lo recomiendo, también he llevado mucha gente (Risas). Así que sí, lo hago todo el tiempo. Cada vez que sale en la conversación, cuando las personas me preguntan, siempre les digo que es un gran lugar para visitar.

*¿Cuánto tiempo estuvieron en Colombia en su última visita?*

(Sin respuesta) ... 20 días.

*Excelente y, ¿dónde estuvieron?*

Estuvimos en Cartagena, estuvimos en el Eje Cafetero. Por cierto, también hay mucho ecoturismo en esa zona. También estuvimos en Bogotá y en los pueblos cercanos a la ciudad.

*¿Recuerdan cuánto dinero, en dólares, gastaron?*

No realmente. Estuvimos con familia así que no tuvimos que gastar mucho dinero.

*¿Cuáles creen que son los aspectos principales en los que Colombia tiene potencial para el ecoturismo?*

Diría que la diversidad y el clima. En la diversidad de la biósfera, como dijo Tibor anteriormente, hay mucha naturaleza, muchos tipos diferentes de naturaleza y una gran diversidad de paisajes que ofrecen las diferentes e interesantes reservas naturales. Así que ahí es donde veo mucho potencial, porque Colombia puede ofrecer bosques, puede ofrecer jungla, puede ofrecer costa (mar), puede ofrecer desiertos ... Colombia tiene cada posible escenario para una increíble experiencia ecoturística.

*¿Qué país de Suramérica estabas interesado en visitar, en ese tiempo?*

Yo también (quiere visitar Argentina).

*¿Han considerado, o consideran, volver a Colombia?*

Sí, por obvias razones.

*¿Creen que Colombia es un lugar seguro para viajar?*

Creo que aún tengo este reflejo de siempre poner atención y tener cuidado. Pero creo que es simplemente la forma en que me criaron al vivir en Colombia. Pero creo que ha mejorado con el tiempo. Claro que hay cosas que no puedes hacer allá, que sí podrías hacer acá, pero cuando llevo a alguien conmigo y hacemos un tour por la ciudad o en diferentes ciudades, nunca hemos tenido malas experiencias. Solo hay que tener cuidado.

*Excelente y, una última pregunta, en comparación a todos los países por los que han viajado, ¿en qué creen que se destaca más Colombia?*

La diversidad de climas y la cantidad de oportunidades que ofrece desde ese punto de vista. Hay mucha variedad (como dije anteriormente), si quieres selva, si quieres bosques ... hay mucha variedad y por eso tiene mucho que ofrecer. Muchas veces cuando viajamos, viajamos por una

sola cosa y esa es la única cosa que el país tiene por ofrecer. Pero en Colombia hay muchas experiencias diferentes para ofrecer, incluso las experiencias de ciudad.

### **Entrevista No. 8**

*Lucy, cuénteme un poco sobre usted, ¿Cuántos años tiene, qué profesión hace?*

Hola, tengo 22 años, actualmente trabajo para una óptica en Munich como técnico en optometría. Nací en una ciudad pequeña que se llama Dillingen, en Alemania. Como hobby me gusta viajar y cada vez que tengo la oportunidad, ya sea porque me dan días libres en el trabajo o encuentro tiquetes económicos busco viajar por Europa.

*¿Por qué se considera usted Backpacker? Cuéntenos un poco de su experiencia; ¿qué lo motiva a viajar? ¿Por qué es Backpacker? ¿Qué le gusta de ser Backpacker?*

Para mí, viajar como *Backpacker* es una forma económica de viajar y una forma maravillosa para ponerse en contacto con los lugareños y otros viajeros. A esto me refiero a no solo conocer la cultura local, sino a vivirla. Es decir, conocer la gente, sus costumbres y explorar cosas nuevas. Mantener una mente abierta a todas las aventuras que se crucen por el camino es la mejor actitud para viajar como *Backpacker*. Llevo alrededor de un año viajando como *Backpacker*

*¿Qué es lo más atractivo de ser un turista Backpacker?*

Para mí lo más atractivo de ser turista *Backpacker* es que es económico, adicional me encanta conectarme con la gente, ya sea locales u otros Backpackers, conocer gente de otras países y culturas es enriquecedor, pues me permite ampliar la percepción que tengo frente a otros modos de vivir. Sobre todo, la posibilidad de vivir muchas aventuras. Es increíble despertarse sin tener

nada planeado e ir construyendo el día a día según quiera. Los planes salen de la nada y cada uno termina siendo una aventura enriquecedora.

*Dentro de esa experiencia que ha tenido en estos años, para usted ¿qué es ecoturismo?*

Para mí, el ecoturismo cuida del país, los lugareños y el medio ambiente. Siempre intento escoger un destino con oferta ecoturística y prefiero de ser posible viajar en autobús en lugar de avión, reducir el desperdicio, no dañar a los demás. De esta forma siento que estoy ayudando a la conservación del lugar y aparte me permite conocer mejor cada país y sus personas.

*¿Cuáles son los factores que la haces escoger un destino ecoturístico?*

Para mí es importante buscar información confiable en internet o con amigos *Backpackers* que hayan vivido la experiencia en el destino que quiero visitar. Procuero siempre que los destinos sean eco amigables de verdad con el medio ambiente y que su promoción no sea "Greenwash" (*El concepto Greenwashing, es un término en inglés ("Green" significa "verde" + "washing" significa "lavado") utilizado para ver las malas prácticas que algunas empresas realizan cuando presentan un producto o cualquier propuesta como respetuoso ante el medio ambiente, aunque en realidad, no lo sea).*

Y bueno, ahora mi principal restricción para viajar es el COVID-19 y el dinero.

*Entre los destinos turísticos que ha estado en los últimos años, ¿cuáles le han llamado más la atención y por qué?*

Cataratas Victoria en el África entre los países de Zambia y Zimbabue. Un lugar mágico, paisajes hermosos, mucha agua, pájaros, especies endémicas. Las personas son increíbles. Muy atentas y dadas a compartir su conocimiento con los extranjeros

Zambia: es un lugar maravilloso

Irlanda - Amo la naturaleza allí, es mágica, la lluvia, las montañas, lo verde, hacen del paisaje algo surreal.

Además de Nueva Zelanda, pero también hay gente muy amable con los huéspedes. Entonces naturaleza y gente.

*Y aproximadamente, ¿todos sus viajes como Backpacker pueden durar eso? O duran más, duran menos ... ¿Cómo es la duración?*

Bueno, depende. Mis viajes pueden durar como mínimo 3 semanas, pero según sea el destino puede ser hasta dos meses, por ejemplo, en Nueva Zelanda dure como 2 meses.

*¿Qué conoce Ud. de Colombia en términos de ecoturismo?*

De Colombia no conozco nada de su oferta ecoturística, tampoco me lo han recomendado. Creo que puede ser porque para nosotros los alemanes es más fácil y tenemos más información sobre destinos que están en el África, excolonias alemanas por ejemplo y países con un fuerte sentido ecoturista como Nueva Zelanda o Irlanda.

*¿Que conoce de Colombia?*

De Colombia no conozco mucho, solo por lo que me han dicho algunos *Backpackers* latinoamericanos que conocí cuando estuve en España. Sé que es un país peligroso, pero no me preocuparía eso, ya que he estado en países del África donde la situación puede ser similar o peor. No iría a Colombia sola, pues como mujer no me sentiría segura, me imagino viajando allá con otra persona.

*Perfecto, Lucy. Muchísimas gracias por la entrevista y le deseo una feliz noche. ¡Muchas gracias!*

**Entrevista No. 9**

*¿Dónde está ubicado su hotel?*

En La Macarena, Meta.

*¿Cuál es la filosofía de su hotel?*

La filosofía es la selva como en casa. Es un tema de adaptación, donde buscamos es que la persona se adapte a este entorno, tener el mínimo impacto posible y se sienta como si este entorno fuera su casa.

*¿Cuáles son los diferentes tipos de turistas que llegan al hotel?*

Tenemos de todo. Tenemos un 60% de turistas colombianos, 40% extranjeros, de los cuales la mayoría son estadounidenses y alemanes. Hay un gran porcentaje que son europeos en general. En el caso de los colombianos, es más que todo gente de estrato alto; familias o grupos de amigos que buscan tener una experiencia un poco más de lujo y más cómoda en este destino.

*¿Hay Backpackers (mochileros) que asistan al hotel?*

No. Muy rara vez viene el *Backpacker* pero es como un nuevo concepto de *Backpacker* que es el *Backpacker* de lujo. Le gusta estar llegado a zonas remotas, pero le gusta estar cómodo. No tiene un problema de presupuesto como tal, sino que más bien le gusta estar en contacto con la cultura y con el entorno, pero también garantizarse un buen nivel de confort.

*Bueno ahora hablemos de un tipo de turismo que me llama la atención y es el ecoturismo. ¿Cómo definiría usted el ecoturismo?*

Como se entiende en Colombia, es más que todo el turismo a zonas de naturaleza. Pero como debería ser, es simplemente el turismo a zonas de naturaleza, pero con un impacto mínimo y con el mayor aporte posible a la comunidad.

*¿Qué actividades hacen los turistas en la zona de influencia que puedan considerarse como ecoturismo?*

Aquí todas las actividades son prácticamente ecoturismo, como tal. Se hace trekking en todos los atractivos del Parque Nacional – que son varios – Pero la actividad principal es precisamente esa, trekking, interpretación del entorno. También hay tema de avistamiento de fauna y flora, avistamiento de aves y (aunque ya no es ecoturismo) está la parte de las cabalgatas como tal. Está la parte comunitaria, que son las actividades que se hacen bien sea con la comunidad, o la forma en que se organizan los viajes acá que es de la mano de toda la comunidad.

*¿Considera usted que La Manigua es eco-amigable?*

¡Sí, full! Como tal el hotel desde el comienzo se diseñó para que tuviera el menor impacto posible. Por ejemplo, acá el hotel está adaptado al entorno. Cada una de las cabañas que tiene el hotel está ubicada no por un plano, sino por el espacio que tuviera disponible el bosque para ubicarlas. No se tumbó ningún árbol para ubicar las instalaciones. Todo el hotel está dentro de la selva, lo que hace que el ambiente, el clima, sea completamente distinto al que tiene La Macarena. El bosque es nuestro aire acondicionado, acá no usamos aire acondicionado ni ventiladores precisamente porque la temperatura acá es super fresca, gracias al bosque.

Por otro lado, todos los productos que manejamos en el hotel son biodegradables. Todos los productos los traemos desde Bogotá y nos aseguramos de que tengan una curva de biodegradabilidad que se acerque a lo que necesitamos acá y que no tengan un impacto en el

entorno como tal. También aprovechamos toda la materia orgánica que sale del hotel. La compostamos y la utilizamos en un vivero con el que estamos germinando plantas nativas. Este año ya llevamos 1040 (mil cuarenta) plantas germinadas.

De hecho, esta es una zona que se inunda, entonces los baños no son baños convencionales, son baños secos. La materia orgánica que también utilizamos de esos baños la estamos utilizando toda para las plantas nativas también.

Por otro lado, todo el hotel funciona con una planta solar. Con eso logramos tener todas las instalaciones iluminadas y se cargan todos los equipos de los clientes. Así podemos reducir también esa huella de carbono.

Además, todo el staff y la gente que contratamos en el hotel es local. Todo el staff del hotel es local. Apoyamos todas las agremiaciones y asociaciones que hay en La Macarena para los servicios que nosotros proveemos (en cuanto a operación) para los viajes.

Por último, en el tema de alimentación nos enfocamos en reducir al máximo todo el consumo de carnes rojas. Precisamente porque La Macarena es un destino que anualmente se ve reportado como uno de los más deforestados del país, debido a la ganadería. Entonces reducimos ese consumo. En ese sentido, ya como tal el objetivo (el principio) del hotel es restaurar bosques en La Macarena a través de ese vivero que tenemos. Cada año lo vamos volviendo más grande.

*¿Qué beneficios ven ustedes teniendo estas prácticas?*

Más que todo el cliente. Hoy en día son muchas las personas que están buscando un turismo responsable y precisamente son aquellos clientes que están dispuestos a pagar más por eso. Ese es el concepto que maneja este hotel; buscamos que aquí quieran visitar este destino personas que



estén dispuestas a pagar más por garantizar que su visita tenga un impacto positivo tanto en la región, como también en el entorno.

Entonces yo creo que ese es el mayor plus que tiene, porque también genera un “voz a voz” muy importante. Cuando la persona visita este sitio se va enamorada, no solamente porque el hotel es bonito y porque la experiencia es chévere, sino porque también ven que realmente las cosas se pueden hacer bien. Lo recomiendan un montón por eso.

*Hablando un poco de ese tema de recomendación y promoción, además del “voz a voz” ¿cómo promocionan o dan a conocer La Manigua?*

Nuestro canal principal es el “voz a voz”, prácticamente es en el que más nos enfocamos. Pero también tenemos una relación super extensa con muchísimas agencias de viajes, más que todo las receptoras. Prácticamente con todas las agencias receptoras de Colombia tenemos una muy buena relación y ellos nos mandan muchísimos clientes. También con unas agencias que manejan el mercado colombiano.

Por otro lado, están también las redes sociales (Instagram, Facebook ...). No son nuestro fuerte, la idea del próximo año es convertirlo en nuestro fuerte. Pero como el hotel es muy grande, solamente con el “voz a voz” y la relación que tenemos con las agencias se llena el hotel todos los años.

Obviamente también está la presencia que tenemos online. La presencia que tenemos en Trip Advisor es buenísima, aparecemos como el mejor hotel de La Macarena. Entonces siempre nos buscan (sobre todo) por la calificación que tenemos y la cantidad de “reviews” que han dejado las personas en Trip Advisor. Los “reviews” no son solo: “Es un hotel bonito, me gusta”; sino que son todo un tratado en los que la persona de verdad deja clarísimo cómo fue su experiencia y por qué exactamente le gustó.

*Frente a los clientes, ¿tienen algún plan de fidelización?*

No, no. Porque este es un destino que, por el momento, no muchas personas vuelven a visitar; y como nosotros no somos cadena pues tampoco.

*Pasemos a otro tema, a Colombia como destino turístico. Desde su punto de vista, ¿considera que Colombia es un destino ecoturístico fuerte en la región?*

Está creciendo de una manera importante. La falta muchísimo para establecerse como otros países, más que todo por el nivel de formación y especialización que tiene. Colombia tiene un potencial enorme, lo que pasa es que todavía no existe el nivel de servicios que hay en otros países (como Perú, Ecuador o Chile) donde el nivel de servicios, especialmente para los extranjeros, ya son de una especialización impresionante. Aquí a penas estamos arrancando con bilingüismo, pero a la larga va por muy buen camino. Cada uno de los destinos se está especializando en muchas cosas y yo creo que cada vez es más la oferta que hay para la formación de personas que puedan prestar esos servicios. Pero obviamente es un tema que requiere es de tiempo y es precisamente lo que tienen esos países que son ese top en Suramérica, por ejemplo.

*¿Qué hace que Colombia pueda ser un destino preferencia en turismo ecológico, frente a esos otros países que acaba de nombrar?*

Yo diría que, más que todo, esa sensación de inexplorado. El hecho de que no es un país que todo el mundo conoce y que apenas está aprovechando las experiencias de otros países para formarse, hace que sea un destino muy atractivo. Porque a la larga (por ejemplo) no es un México, donde muchos de los destinos hoy en día están mal manejados, sino es un país que precisamente está enfocándose en que la mayoría de sus destinos de naturaleza estén bien organizados, enfocados (o

queriéndose enfocar) en un mercado extranjero a un nivel especializado. Yo creo que todo eso lo hace llamativo.

Pero más que todo, el hecho de ser un país en el que, hoy en día, el mismo país se encarga de hacer una divulgación enorme a nivel extranjero. Y porque se trata de ese país ultra diverso que durante muchos años no se pudo visitar y finalmente ahora sí se puede. Pero digamos que sí existen esas limitaciones en cuanto al nivel de cliente que puede llegar a Colombia, porque todavía no todos manejan ese nivel de especialización que tienen otros países como tal. Pero por el camino en el que van muchos destinos de naturaleza, a la larga (aunque pueda ser un poco lento) van a llegar a un nivel muy especial, porque se logra que toda esa economía genere un impacto positivo en la región y eso a la larga termina trayendo más personas.

*¡Mil gracias!*

### **Entrevista No. 10**

*Bueno, primero, ¿tú tienes un Lodge, cierto? ¿Dónde está ubicado?*

Está ubicado en el departamento del Chocó, municipio de Nuquí, Playa Guachalito, del corregimiento de ...

*¿Cuál es la filosofía del Lodge?*

La filosofía es tener un Lodge que sea autosostenible, generando el menor impacto posible de basura. La idea es apuntar al Lodge de impacto cero. Entonces, por decir algo, nosotros siempre todo lo producimos aquí en el Lodge, todo es muy orgánico y sostenible. Usamos energía solar, a pesar de que estamos en el Chocó, un departamento donde llueve tanto, tratamos de sostenernos con la energía que producimos.

*Otra pregunta, ¿cuáles son los diferentes tipos de turistas que llegan al Lodge?*

Pues viene mucho extranjero, pero normalmente es turismo que le encanta la naturaleza. Un turismo de descanso y sobre todo de compartir experiencia, que es a lo que nosotros le apuntamos.

*¿Podrías decir que van mochileros o Backpackers?*

Eh no, realmente no mucho. Pero eso no quiere decir que todo mochilero es (¿?). Simplemente es turismo amante de la naturaleza, pero gente que quiere estar bien, que disfruta la naturaleza, un espacio tranquilo y que además valora lo que uno está haciendo y, sobre todo, como conserva todo su entorno.

*¿Qué percepción tienes de estos Backpackers – mochileros? ¿Tú crees que cumplen esas características?*

Sí, sí, porque hay gente que le encanta ese tipo de turismo, de andar tipo mochilero, pero pagando bien, durmiendo en una cama bien, estando en una cabaña bien. No quiere decir que, porque le gusta ese contexto de mochilero, no quiera estar en buenas condiciones.

*Ahorita tú me hablaste de sostenibilidad y ese es el turismo que nos llama muchísimo la atención, el ecoturismo. ¿Cómo defines tú el ecoturismo?*

Pues yo lo defino respetando y acogiéndose a los turismos que le ofrece ese anfitrión. Es un turismo que valora lo que hay en la zona, que no busca más de lo que se le ofrece. Siempre y cuando, teniendo en cuenta también que tiene algo bueno y bonito, en cuanto a comodidades a nuestros clientes.

*¿Qué actividades hacen los turistas en la zona de influencia de Lodge que puedan considerarse como ecoturismo?*

Nosotros hacemos caminatas por la selva, por los ríos, en la playa; hacemos muchas comidas tradicionales recolectando en la huerta. En eso nos hemos enfocado para que nuestros clientes vengan y tengan la experiencia de preparar sus propios alimentos también.

También el avistamiento de ballenas y visitar a las comunidades., ver cómo viven las comunidades acá, teniendo en cuenta también todas las actividades que tienen los grupos en sus comunidades. Todo eso tratamos de promoverlo. Cuando nuestros clientes llegan, ellos comparten con las comunidades, quiere decir que los recursos que un recurso deja acá no quedan solo para el Lodge, sino teniendo en cuenta todas las comunidades.

*Me has hablado de unas prácticas eco-amigables que ustedes tienen, atributos eco-amigables que identifican el Lodge. ¿Qué beneficios ven que tiene ser eco-amigable frente a otros sitios que de pronto no lo son?*

En parte, el beneficio es que a veces sale mucho más económico todo, porque nosotros producimos ahí mismo. Entonces eso ayuda a ser un poco más económico. Y el solo hecho también de compartir todas esas actividades con la comunidad, teniendo en cuenta que los guías no los tenemos aquí mismo en el hotel, sino que los contratamos con los grupos de guías que hay en cada comunidad; cada comunidad ofrece sus propias actividades, eso nos ayuda también a la satisfacción del cliente. El cliente también tiene en cuenta que los recursos sean compartidos.

*Hablando un poco de otro tema, ¿cómo promocionan o dan a conocer ustedes el Lodge?*

Normalmente yo me inclino mucho al “voz a voz”, a las recomendaciones y la satisfacción del cliente, con eso ellos mismos nos recomiendan. Pero también toca tener en cuenta las redes sociales. Tengo una persona aquí encargada en agenda y reserva y también en la promoción.

*¿Cómo se enteran sus clientes del Lodge? ¿Cómo llegan a él la mayoría?*

Por la página. Encuentran la página en la web y ahí ya nos contactan.

*¿Tienen algún plan de fidelización para clientes?*

Sí, sí, también. Eso varía mucho dependiendo de la época en la que vengan, pero sí se tiene muy en cuenta. Además, hay planes por grupo o si un cliente vuelve, claro que se le tiene en cuenta eso. Lo mismo si recomienda también, todo eso le suma al cliente.

*Hablando un poco a nivel general de Colombia como destino, ¿consideras que Colombia es un destino ecoturístico fuerte?*

Tiene mucho potencial. Colombia es muy diverso en muchas actividades ecoturísticas. Yo pienso que hay que promocionar más esos destinos, darlos a conocer; que el gobierno muestre mucho más esos destinos naturales que Colombia tiene. Siempre se han direccionado en el turismo más tradicional (Cartagena, Santa Marta, San Andrés), pero existen otros nichos de mercado, por lo menos el Chocó es muy diverso, todo el Chocó es hermoso. Hay lugares que están de verdad vírgenes que quieren que el gobierno le apunte a mostrar todo lo bonito que tiene Colombia.

*Desde su experiencia, ¿qué hace que algunos turistas, a los que les gusta el ecoturismo, lleguen a Colombia y no a otros países?*

Pues, mire, se ve simplemente en mostrarles lo bonito que tiene el Chocó. Que tengan experiencias bonitas, que vivan, que coman bien, que se sientan en su casa y que encuentren un lugar de descanso y sobre todo de tranquilidad.

## **Entrevista No. 11**

*¿Dónde está ubicado su hostel?*

Yo soy gerente de República Cartagena. Tenemos varias ubicaciones en Colombia. Estamos ubicados en: Bogotá (fue el primer hostel que abrimos), Cartagena fue el segundo, Santa Marta y por último San Andrés. Somos una red de hostales para poder viajar por Colombia.

*Perfecto. ¿Cuál es la filosofía de esta cadena de hostales?*

La filosofía nuestra, lo que siempre buscamos, es ser local. Siempre trabajamos con que todos nuestros clientes y toda la gente que nos visita pueda tener una experiencia local de acuerdo con el lugar donde está ubicado el hostel. Creo que una de las cosas que más valoramos al viajar es poder tener experiencias locales, donde no vamos a hacer turismo creado para un público en específico, sino vivir las experiencias de la gente local, la comida de la gente local, las actividades de la gente local y todo en torno a ser locales en el punto donde estamos ubicados.

*¿Cuáles son los diferentes tipos de turistas que llegan a República?*

Varía mucho, pero principalmente son *Backpackers* y mochileros. Son personas que vienen de diferentes partes del mundo. Dependiendo de la época del año recibimos más argentinos o más turistas americanos o europeos, pero principalmente son personas que están viajando por el mundo con poco equipaje y que están buscando experiencias. Lo que denominan “*Backpackers*” o “Mochileros”.

*¿Qué percepción tiene de los Backpackers? En cuanto a consumo y en cuanto a forma de ser.*

El turismo de *Backpackers* y mochileros es un turismo que cada vez crece más. Es un turismo joven, un turismo que está buscando más que todo experiencias. Es un turismo que está en una etapa de la vida donde se está buscando vivir experiencias, conocer gente, descubrir nuevos lugares y se encuentran muy apasionados por vivir todo tipo de actividades que queden grabadas de por vida. Están en esa parte de la vida.

¿Qué es lo que más buscan? Es un turista que busca alojarse de una forma económica, de una forma que no sea costosa. Si lo comparamos con un hotel grande, como Hilton o algo por el estilo, el turista nunca se va a hospedar en ese hotel, por más que tenga el dinero, porque lo que buscan con el presupuesto es ahorrar en el hospedaje y buscar experiencias. Eso es lo que hace a los hostales algo muy interesante, porque los hostales hoy en día generan un espacio donde todas las personas se integran. Normalmente tienen espacios y habitaciones compartidas de 8, 12 o 16 personas, e inclusive ya manejamos hostales en donde tenemos habitaciones privadas y la gente prefiere quedarse en estas habitaciones porque está buscando experiencias, unirse con la gente.

Lo que hacemos es concentrar gran parte de la infraestructura, un 70%, en experiencias: en un salón común muy grande, en una cocina muy grande, una piscina, una sala de televisión muy grande donde la gente pueda convivir. Este perfil de viajero muchas veces viaja solo y lo que está buscando es conocer personas y es muy fácil conocer gente en estos viajes. Mucha gente tiene miedo a viajar solo y utiliza esta modalidad de viaje porque es muy fácil conocer gente de todo el mundo y eso agranda o mejora la experiencia que están buscando, para viajar por todas las zonas.

Es un turismo muy agradecido y es un turismo muy interesante que cada vez crece más.

*Bueno ahora hablemos de un tipo de turismo que nos llama la atención, el ecoturismo. ¿Cómo definiría usted este tipo de turismo?*

El ecoturismo es el turismo que busca la naturaleza. Busca lugares no siempre vírgenes, pero entre más vírgenes mejor. Pero más allá de eso, lugares que sean sostenibles. Cada vez nos alejamos más del turismo tradicional al que veníamos acostumbrados hace unos años, pues es un turismo muy dañino, que causa muchos daños tanto al medioambiente como a la zona donde se efectúa. Es un turismo que, a donde va, arrasa con los recursos - no solo naturales, sino también recursos de



infraestructura y otro tipo de recursos - y se va. Eso no le conviene al país o a la zona donde se esté desarrollando este turismo.

El ecoturismo, lo que yo pienso de este turismo, es pensar en los destinos como un tema más sostenible. Pensar dónde podemos hacer este turismo mucho más sostenible en el largo plazo y que no agotemos estos recursos. Esto cada vez más lo demandan los clientes y las personas son más conscientes de todo este tipo de viajes.

*¿Qué actividades hacen los turistas, en la zona de influencia donde está República, que puedan considerarse como ecoturismo?*

En Cartagena vamos muchas veces a las playas de Barú o vamos a las Islas del Rosario, donde está Isla Grande (la isla más grande de las Islas del Rosario), en donde son atendidos por gente local, gente que está ofreciendo sus servicios. Inclusive hay sitios, tanto hostales como restaurantes, donde son atendidos por la misma comunidad, donde se preocupan por el uso de los recursos del agua, donde le dan trabajo a la comunidad y poco a poco se empiezan a desarrollar muchas zonas que no tenían este tipo de oportunidades. Eso es un ejemplo de lo que hacemos, ofreciendo estos servicios para nuestros clientes.

*¿Considera usted que República es eco-amigable?*

Sí, cada vez más. Eso es un proceso, esto no es de un día para otro. Es un proceso en el que, cada vez más, la gente encuentra en el hostel mensajes o el tema de reciclaje de las basuras. La gente es consciente, en especial el turista europeo, de la exigencia en este ámbito. También promovemos mucho, con las personas y los proveedores que trabajamos, que sea eco-amigable. Al final esto nos beneficia a todos, tanto al mundo como al negocio y a los clientes. Es todo un círculo que se ve reflejado en este entorno.

*¿Qué acciones tiene República para que lo identifiquen como un hostel con propuesta de valor eco-amigable?*

*¿Acciones puntuales de venta o en qué sentido?*

*Sí, acciones puntuales o prácticas que promueven para ser vistos como eco-amigables.*

Lo que mencionaba anteriormente. El tema de reciclaje que se maneja en el hostel, en general todo el manejo de basuras. También el tema de la comunidad, nosotros contratamos solo gente local. Tenemos que promover toda esta gente local para que se promueva el sector. Trabajamos mucho apoyando a los trabajadores para que aprendan inglés y preparamos a todo nuestro equipo para que sea consciente de eso. También los proveedores con los que trabajamos para los tours, es lo que se promueve con qué tipo de tour se maneja y quién lo está dando, quién está detrás de esto. Hay mucha informalidad y en la calle los turistas pueden conseguir muchos tours que venden a un precio mínimo, pero son tours muy irresponsables; es un turismo que no piensa en esto (ser eco-amigables). Por eso nosotros intentamos siempre gestionar que seamos un centro donde podamos direccionar a todos los clientes con un turismo responsable en este tema.

*Cambiando un poco de tema, ¿cómo promocionan o dan a conocer República?*

La herramienta más fuerte es a través de las OTAs (*Online Travel Agencies*). La OTA más grande del mundo es *Booking*. *Booking* es una plataforma muy grande donde uno sube toda la información y, a medida que los clientes lo van calificando de acuerdo con sus comentarios y sus experiencias, se va posicionando como un excelente hostel o lo contrario, según el manejo que se dé.

Hay otras herramientas más específicas, otros portales como "*Hostel World*". *Hostel World* es como un *Booking* pero especializado en hostales. Hay gente que ya busca directamente ese nicho. *Booking* es una plataforma mucho más amplia donde tienes opciones de todas las gamas mientras

que Hostel World sí está enfocado directamente en hostales. También usamos las redes, como Facebook o Instagram para promocionarnos. Pero el principal canal es el tema de las OTAs.

*¿Tienen un plan de fidelización para clientes?*

Actualmente no lo manejamos (un plan tipo cliente frecuente), es algo que queremos implementar. Mucha gente nos vuelve a visitar, inclusive tenemos clientes que se han quedado por uno, dos o tres meses - ese es otro tipo de cliente que llega (en la pregunta anterior), son clientes que llegan a buscar trabajo y a cambio de un trabajo que ofrecen se pueden quedar dos, tres o hasta seis meses, hemos tenido casos -. Pero es algo que sí es importante hacer.

Aunque, ahora que lo pienso, sí hacemos un tema de intentar fidelización y es el tema de la red de hostales que manejamos. Como estamos en diferentes partes de Colombia y queremos promover Colombia, lo que queremos es que cada viajero se identifique con la experiencia y la filosofía de ser local de cada hostel y pueda viajar a través de esa red por todo Colombia, manteniendo el link con este hostel. Ojalá en un futuro podamos abrirnos más a Latinoamérica y más y poder hacer todo el tema de fidelización con todos estos hostales.

*¡Buenísimo! Cambiando un poco de tema, desde su punto de vista ¿considera que Colombia es un destino ecoturístico fuerte en la región?*

Sí, pero creo que tiene muchísimo potencial para crecer. Es decir, creo que todavía falta muchísimo por trabajar. Colombia tiene todo, porque tiene un tema de naturaleza, unos paisajes y una biodiversidad que no tiene casi ningún país.

*¿Qué tenemos que hacer? Trabajar mucho. Muchas veces en varias zonas remotas, donde hay unos lugares espectaculares a nivel de naturaleza, turismo y demás, no se encuentra mano de obra calificada o una estructura ya instalada para poder llegar y ofrecer ese destino a un nivel “masivo”*

(por decirlo así). Aunque tampoco me gusta ser “masivo” porque la palabra “masivo” muchas veces trae consigo todo lo malo que tiene el turismo. Pero siendo responsables, yo creo que todavía se pueden desarrollar muchas zonas de Colombia, pero va a ser poco a poco. Yo creo que el foco por ahora está centrado en lo que el turista busca normalmente: Bogotá, Medellín, Cartagena, un poco Santa Marta y demás. Hay mucho para hacer en estas zonas, pero hay mucho por explotar en Colombia. Queda un camino muy grande para apuntarle a un Costa Rica, por ejemplo, que tiene este tema mucho más desarrollado, o países de este estilo.

*¿Reconoce y conoce la oferta natural en Colombia? Estilo parques naturales o lugares donde se puede explotar el ecoturismo.*

¿Estilo Parque Tayrona? Sí. Cada vez se desarrollan más lugares tipo Parque Tayrona, los Cerros de Mavecure, todo lo que es la zona del Chocó (que tiene muchísimos parques naturales); pero realmente no conozco a fondo todo este potencial que hay.

Es algo que me hace caer en cuenta de algo que nos pasa mucho aquí en Colombia. Muchas veces (esto suena un poco absurdo decirlo) un extranjero le enseña mucho más a uno, que lo que uno conoce del país. El extranjero ha viajado y experimentado mucho más y conoce unos sitios a los que uno nunca ha ido. Es impresionante todo lo que, empezando por nosotros, tenemos que empezar a trabajar para poder promover la zona. Pero es normal, muchas veces en otros países, uno de extranjero que va de viaje conoce más que alguien local que ha estado toda su vida ahí. Siento que es el primer paso para poder promover Colombia y posicionarlo en uno de los mejores lugares: ser conscientes de lo que tenemos.

*Perfecto, Felipe. Muchísimas gracias por su tiempo. ¿Desea agregar algún comentario adicional?*

No, nada, Alejandro. Muchísimas gracias a ustedes y, en resumen: Colombia tiene un potencial muy grande a nivel de turismo y ojalá lo manejemos bien. Creo que tenemos una gran responsabilidad para que sea un turismo responsable, un turismo sostenible y lograr que la gente nos visite cada vez más.

## **Entrevista No. 12**

*En este momento, ¿en dónde trabajan?*

Mi nombre es Derly Pardo, yo soy asesora del Viceministerio de Turismo, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Tengo a cargo algunos proyectos de formación y capacitación; entre ellos, el programa “Colegios amigos del turismo”.

*¿Cuánto tiempo llevan de experiencia en temas turísticos?*

Yo realmente como año y medio.

*Perfecto. ¿Qué consideran ustedes que busca un turista extranjero en Colombia?*

Experiencia. Vivir como local. Creo que lo que quiere es encontrar algo distinto y sobre todo eso, la experiencia, algo distinto, algo que no encuentre en su país. La oferta para estos viajeros que están buscando naturaleza, avistamiento de aves ... Se ha ido alejando un poco del tema de sol y playa, ya el viajero está cambiando. Ya no solo quiere probar la comida de los locales, sino que quiere ver cómo se cultiva, cómo se cosecha, cómo se prepara. Quieren vivir la experiencia completa.

Y buscan cosas especializadas. Por ejemplo: Las ferias, el Carnaval de Barranquilla o vienen a aprender a bailar Salsa. Son cosas muy específicas, muy especiales, que solo tiene Colombia. Luego de que llegan acá es que se enamoran de muchas otras cosas. Porque realmente nosotros

nos lo perdemos como un destino integral, donde tenemos diferentes experiencias culturales (no solo sol y playa). Hay muchas otras cosas alrededor de la gastronomía, la historia, la cultura. Creo que cuando llegan acá es que se enamoran ...

*¿Qué segmento de turistas creen que es el que se interesa por el ecoturismo en Colombia?*

Creo que también se dividen en grupos de edades. Estos chicos que son *Backpackers* son jóvenes aventureros; pero estos otros que están buscando este turismo de alto nivel, como es el aviturismo, ya son personas muy mayores. Son como dos extremos también en términos etarios, con estas personas que ya son pensionados o retirados, que tienen un poder adquisitivo alto y que son los que se enfocan en este tipo de turismo que encuentran en Colombia: Aviturismo o por ejemplo también el de orquídeas. Colombia también es rico en orquídeas y vienen solamente a ver orquídeas. Eso es algo sorprendente, pero es algo a lo que le invierten bastante.

*¿Consideran ustedes que Colombia tiene el potencial para ser un referente en ecoturismo en la región?*

¡Totalmente de acuerdo! Colombia tiene toda la diversidad, todos los pisos térmicos. Creo que el potencial más grande, la riqueza más grande de Colombia es esa: la biodiversidad. Eso hace que tengamos mucho producto turístico que aún no está desarrollado, la verdad es que nos falta mucho en término de desarrollo de experiencia, desarrollo de producto turístico de alta calidad. Pero el potencial, todo.

Yo creo que otra cosa que influye en esto, es que, hoy día los jóvenes son más conscientes también del medioambiente. Eso obliga al empresario a pensarse en productos sostenibles. Entonces ya no se piensa en el super hotel (el más grande y enorme), sino en cabañas sostenibles, que tengan

paneles solares, que tengan este tipo de cosas, y eso lo que está haciendo más atractivo el producto para los jóvenes que ya son más conscientes de este tipo de cosas.

*¿Cuál es el destino ecoturístico en Colombia por excelencia? ¿Por qué?*

Nooo así es muy difícil.

Colombia tiene tanto que ofrecer. Por ejemplo, en la Macarena, el río de los siete colores es un destino de alto nivel al que van muchos extranjeros. Tenemos también el Amazonas, donde pueden hacer un intercambio cultural con comunidades indígenas. En la costa tenemos también los parques naturales ... yo creo que son muchos. De hecho, La Guajira, a pesar de que tiene tantos problemas en términos de pobreza, también es muy visitado el Cabo de la Vela. Yo creo que hay muchos lugares en Colombia para solo elegir uno.

Cundinamarca también se está potenciando, Boyacá se está potenciando en ecoturismo, el mismo Bogotá le está apostando muchísimo al turismo rural. El 70% del territorio de Bogotá es rural y el IDT (Instituto Distrital del Turismo) le está apostando con todo al turismo rural en la ciudad. El turismo de aves (de avistamiento de aves). Creo que es imposible decir solo uno.

La fortaleza que tiene la zona cafetera es que tiene diversidad de producto, ahora también en turismo de aventura. Entonces en una sola zona encuentran muchos productos y creo que eso la hace muy atractiva.

*Bueno, otra pregunta, ¿Cuáles creen ustedes que son las principales brechas que tiene Colombia, comparado con otros países referentes en ecoturismo (Costa Rica, Australia, Nueva Zelanda o el que ustedes tengan como referente)?*

Estoy de acuerdo bilingüismo y seguridad. Y creo que otro factor que hace que la brecha sea tan grande es la infraestructura. Un ejemplo de eso es que solo tenemos una playa certificada y creo que eso sí es una labor del gobierno.

*Entrando un poco en el tema de seguridad que conversamos ahorita, ¿Qué tanto creen ustedes que se han abierto nuevos destinos ecoturísticos que antes estaban dentro de la zona de influencia del conflicto?*

Uy, muchísimos. Yo creo que se abrieron muchos espacios. No tengo datos exactos, pero conozco ciertas experiencias.

La verdad muchos territorios han abierto sus puertas, incluso para sus mismos locales. Eso es algo impresionante. Te puedo contar aquí la experiencia de un territorio en Caquetá, que está cerca de un colegio que tenemos dentro del programa, Puerto Arango. Era un lugar que no conocían ni siquiera los habitantes del propio territorio. Cuando se da ese proceso de paz y empiezan ellos a redescubrir su territorio. Las nuevas generaciones no tenían ni idea que había cuevas donde se podía hacer estereología (¿?), donde veían lugares de avistamiento de aves o senderos ecológicos. No tenían ni idea. El miedo hacía que fueran del trabajo a su casa, de la casa al trabajo, de la casa a la escuela y pare de contar. Entonces empiezan a descubrir esto y encontrar un potencial enorme que se empieza a desarrollar.

Entonces yo creo que sí ha abierto muchos espacios y, sobre todo, para lo nacional.

*Pasando a otro tema, en cuanto a regulaciones y certificaciones que existen en ecoturismo, ¿Ustedes creen que Colombia está bien o mal, a comparación de otros países de la región de centro y Suramérica? ¿Hay certificaciones específicas de ecoturismo en Colombia desde gobierno?*



Hay certificaciones en diferentes normas técnicas. Quienes tienen, por ejemplo, productos como hoteles u hostales tienen que cumplir con una norma técnica específica; quienes ofrezcan servicios de gastronomía tienen que cumplir con una norma técnica específica.

En una opinión muy personal, yo creo que estas normas no están funcionando mucho. Realmente el turista, cuando va a tomar un servicio, no mira si está certificado en “x o y” norma técnica. No le interesa. Lo que mira es Trip Advisor, mira si hay buenos comentarios o no y ese es su punto para elegir (recomendaciones y ese tipo de cosas). Pero realmente que uno elija un destino, un hotel o un restaurante porque tiene norma técnica o no, la verdad no creo que eso se dé. Eso no es muy real.

Actualmente estamos trabajando también en la política pública de sostenibilidad. “Observaciones” estuvo colgada en la página del ministerio, hasta el 24 de septiembre había espacio para enviar observaciones. Sin embargo, aún está en la página web (puedes consultarlo). Creo que esa política tiene una enorme debilidad, es una política de sostenibilidad que tiene un enfoque muy ambiental. Abandonaron un poco los conceptos sociales y económicos. Una política de sostenibilidad que está relacionada solo con el medioambiente, pues en una política de medioambiente y no de sostenibilidad.

Realmente, para un sector como el turismo, es la verdad muy deficiente. Sin embargo, está en construcción. Yo creo que aún se podrían enviar observaciones. Sería muy bueno si la pudieras revisar y, de pronto, enviar una observación al respecto.

*¿Qué acciones hace el gobierno para fomentar el desarrollo turístico en Colombia? Y, enfocado al ecoturismo, ¿hay algo de enfoque?*

Existen algunas acciones. No sé si sabes cómo funciona el ministerio. Nosotros tenemos el fondo de turismo (FONTUR) y todos los proyectos se formulan, se presentan a FONTUR y FONTUR es quien los ejecuta, quien hace las contrataciones y todo lo demás. Lo que hace el ministerio es formular algunos proyectos de apoyo a diferentes cosas, como el turismo comunitario, el turismo de naturaleza, en temas de formación y capacitación; pero realmente (desde mi punto de vista también muy personal) creo que son unas acciones muy aisladas que no impactan todo el territorio. Creo que necesitamos una gran política, con unas acciones concretas que les sirvan a todos. Pero eso aún no se ha dado.

Las políticas, en especial todo lo que ha surgido alrededor del turismo de naturaleza, no viene del gobierno nacional (como debería ser), sino que viene de los empresarios exigiendo un poco que se reglamente, que se norme y que se produzcan proyectos e infraestructura alrededor de este tema. Ha sido más una necesidad del mercado que una iniciativa gubernamental.

*Hay unos indicadores que mide el Foro Económico Mundial sobre el turismo, que ranquea a los países, ¿conocen algo del tema?*

No realmente ...

*Vale, listo. La última pregunta, ¿cómo darle un empuje a la economía colombiana mediante el ecoturismo?*

Inversión. Creo que hay varias cosas importantes. Uno es formación y capacitación. Creo que cuando una persona decide emprender en ecoturismo (dice: “Bueno, yo tengo una hacienda, ¿qué la ponemos a hacer? Ecoturismo, turismo de bienestar o de naturaleza ...”) lo hace muy desde lo intuitivo. Creo que hace falta formación y capacitación en estos temas.

Lo otro es inversión. Inversión en infraestructura, indiscutiblemente, que eso ya son acciones de gobierno. Y creo que también un poco de incentivo al emprendimiento. En Colombia es muy difícil emprender en cualquier rama de la economía y en el turismo es igual. Hay mucha informalidad, no está bien reglamentado, no está “bien hecho”, no está bien construido y creo que también por eso fracasan muchos emprendimientos.

Además, hay un problema y es que, hay unos mitos alrededor del turismo. Por ejemplo, que estudiar turismo, profesionalizarse en turismo no sirve. Incluso he escuchado a los padres de familia decirles a los hijos: “No, no estudie turismo, porque eso es para ir a tender camas”. No ven el potencial y la salida que tiene y no se están especializando en turismo. Si vemos, en Colombia hay más de 200 universidades o centros de formación, y solo 18 de ellas ofrecen turismo en pregrados, por ejemplo (técnico, tecnológico y profesional). Son muy pocas, realmente, porque no se están especializando en turismo; no lo ven como una salida profesional. Ven el turismo como algo que cualquiera puede hacer. Creo que eso también es un problema que tenemos que superar, que está muy relacionado con el tema de formación y capacitación, con la especialización y tenemos una deficiencia en guías impresionante.

No sé si sepas, pero tenemos alrededor de 2000 guías en todo el país, certificados. ¡Esos son muy poquitos! En San Andrés tenemos 2 certificados ¡Es muy poco! Entonces creo que necesitamos formar a los guías, capacitarlos. La experiencia que yo tuve como turista en Costa Rica fue una experiencia maravillosa, pero fue gracias a los guías que contraté. Yo veía los lugares y decía: “Pero es que en Colombia hay esto y hasta más bonito.” Pero lo que lo hace tan especial es el recorrido, la historia, el conocimiento que tenían, todo alrededor del diálogo, de la explicación, eso fue lo que lo hizo tan especial. Creo que a nosotros todavía nos falta muchísimo en materia de profesionalización y especialización.

*Bueno ¡Muchísimas gracias! Realmente es muy valiosa la información y muchos de los temas que tocan son claves para lo que estamos haciendo.*

### **Entrevista No. 13**

*En este momento, ¿en dónde trabajan?*

Yo en este momento trabajo en el sector privado, en tecnología e infraestructura. Antes de esto, trabajé varios años en turismo. Fui empresario en el sector, en alojamiento para *Backpackers*. En Gobierno trabajé desde el Distrito con política pública de turismo en Bogotá y desde la Nación, trabajé también temas de cultura turística para todo Colombia y bilingüismo para el turismo.

*¿Cuánto tiempo llevan de experiencia en temas turísticos?*

Yo llevo 13 años con temas turísticos. De hecho, ahorita haciendo maestría también en Gestión de Destinos Turísticos. Bien metido en ese cuento.

*Perfecto. ¿Qué consideran ustedes que busca un turista extranjero en Colombia?*

Totalmente de acuerdo (Experiencia, vivir como local, expresado por Derly). Yo pienso que el extranjero llega aquí con una idea, que para mí siempre es como una idea inicial de lo que es Colombia, pero llega con todo el ánimo de querer untarse de “colombianidad” (por decirlo de alguna manera). Entonces pasan cosas como que: Quiero conocer la arquitectura colonial española y me voy a Cartagena, sabiendo que allá también hay playa, pero llego a Cartagena y me dicen que hay unas montañas donde puedes vivir la experiencia del café, cosa que no sabía. Entonces empiezo a recorrer Colombia y ahí es donde viene un choque muy interesante. De la idea de pensar que todo es palmeras y playas, puedo encontrar nevados, frío, diferentes alimentos y diferentes

personas que, aunque no hablen el mismo idioma que yo, entiendo que son distintos en los lugares donde yo voy recorriendo y voy teniendo una experiencia.

Entonces, ¿Qué busca el extranjero cuando llega? Trópicos, yo diría. Busca algo tropical, se imagina palmeras. O busca algo como tener la experiencia del café. Pero nunca es una idea global de: Yo voy a Colombia porque en Colombia encuentro diferentes pisos térmicos, diferente biodiversidad, diferentes tipos de fauna y flora, encuentro el Amazonas ... No hay esa globalidad de la “colombianidad” cuando el extranjero aterriza acá. Eso lo encuentra ya estando en este lugar.

*¿Qué segmento de turistas creen que es el que se interesa por el ecoturismo en Colombia?*

Yo creo que hay dos grandes divisiones, y voy a ponerle como dinero (negocio) a la respuesta. Están estas personas, *Backpackers*, que en muchas ocasiones lo que hacen es que quieren recorrer y vivir la experiencia latinoamericana. Entonces comienzan en Argentina y empiezan a subir hacia el norte, y son toda esta masa que se desplaza constantemente por Latinoamérica. Esos *Backpackers* buscan el ecoturismo, tener la experiencia de lo auténtico desde ese lugar.

Ahora, hay otro gran segmento, que es el segmento en el cual el Gobierno se ha enfocado mucho los últimos años, y es el segmento del “aviturismo”. Es un segmento donde la persona puede fácilmente gastarse 2000 – 2500 dólares en una semana, solo para conseguir esa foto de esa ave endémica. Son gente que tiene una capacidad económica importante, son personas que saben que vienen y que exigen una calidad en el tratamiento y en la guía turística para ellos lograr esa foto y esa experiencia de esa ave. Hay un término dentro de los “avisturistas” que es como el libro donde van chuleando cuáles son las fotos que van consiguiendo de las aves. Para ellos eso es como la Biblia, ellos van detrás de eso.

Entonces están esos dos grandes segmentos ecoturísticos, desde lo extranjero. Desde lo nacional ya es diferente.

*¿Consideran ustedes que Colombia tiene el potencial para ser un referente en ecoturismo en la región?*

Aquí yo quisiera hablar un poco más técnico desde lo turístico, y es como en esta gestión del destino. Esta triada importante que hay a nivel mundial en turismo y es: El entorno, el producto y el servicio.

Cuando yo hablo del entorno, son todas estas condiciones socioculturales que me ofrece el país: El tema de seguridad, de infraestructura nacional, el tema de conexión aeroportuaria, como todo ese entorno. El hecho de que nosotros mismos, que somos de la época de los hijos de la violencia, tuvimos esa gran experiencia de primero (en algún momento de la vida) limitarnos solo al centro comercial, ese era nuestro espacio de encuentro y de socialización. Pero luego se abre el país a la posibilidad de viajar por Colombia – Viaja Colombia, vive por ella – entonces nos lanzamos a conocer esas condiciones del entorno. Esas yo creo que están en este momento en un lugar privilegiado.

El otro es el producto, que es lo que habla Derly. Esta biodiversidad. ¿Qué me ofrece a mí el lugar? a biodiversidad, los pisos térmicos, los productos o la gastronomía. El hecho de que Colombia sea tan accidentada geográficamente permite que el boyacense sea auténticamente boyacense y el costeño sea auténticamente costeño. Estas dificultades que en su época teníamos para conectarnos, hicieron que fuéramos islas independientes. Está el valluno, el costeño, toda esa parte cultural que también hace parte de la naturaleza y que también hace parte integral de cómo cada comunidad conservó su naturaleza y su ecosistema y es desde dónde lo puede ofrecer.

Y lo último es el servicio, que eso ya estamos hablando desde la parte de los servicios turísticos. Los guías, los hoteles, la infraestructura turística, la infraestructura de guianza. Es en este punto donde el Gobierno se está enfocando y es en donde tenemos el eslabón más débil para, en verdad, poder tener una calidad ecoturística de alto perfil (como el aviturismo) o una calidad ecoturística de un perfil de ecoturismo de naturaleza (como lo tiene Costa Rica).

Yo creo que, de las tres, en este momento dos están fuertes y en la tercera vamos en camino de desarrollo. Afortunadamente, vamos en buen camino de desarrollo. Y esto también es muy del sector privado, que se ha dado cuenta del verdadero potencial que hay en el ecoturismo. Ya el empresario que se dedica al turismo no piensa en montar un hotel inmenso al lado del sol y de la playa, sino piensa en desarrollar espacios y lugares que son netamente dirigidos al ecoturismo con calidad internacional. Entonces también nos ayuda un montón.

*¿Cuál es el destino ecoturístico en Colombia por excelencia? ¿Por qué?*

Nooo así es muy difícil.

Sí, estoy totalmente de acuerdo (Imposible decir solo uno, expresado por Derly). Voy a atreverme a tomar dos lugares, uno desde lo personal (poniéndome en el lugar de turista) y otro desde la visión de la gestión del destino.

Primero, Chiribiquete en el Guaviare ¡Eso es una joya! Lo que se viene con ese lugar es una cosa tremenda. Aún no está desarrollado, falta mucho por hacer. Yo ruego para que los arqueólogos, los sociólogos y todo el equipo tenga un cuidado por la preservación de ese lugar y de su gente. Porque no es solo el espacio ambiente sino también el espacio social, y preparen el destino de tal manera que permitan que no sea un choque cultural muy fuerte cuando empiecen a haber manadas

de turistas queriendo atravesar el destino. En verdad es un lugar que tiene todo, desde lo personal, para ser inmenso.

Ahora, si me pongo en la gestión del destino, si yo fuera la persona que pudiera decidir ante el mundo qué potencial explotaría en ecoturismo, yo seguiría quedándome con el Eje Cafetero. Seguiría quedándome con el Quindío. Seguiría quedándome con esos espacios donde tengo la experiencia café, que está muy ligada a la experiencia cacao y que está muy ligada a la experiencia del turismo. Pero desde esa venta de “Seguimos siendo el país con el mejor café del mundo. Ven, conócelo, tómate una buena taza de café y vive la experiencia de conocer cómo es el proceso del café”. Esto desde un turismo más de agroturismo, y con eso, lo obligo a la experiencia ecoturística paisajística y ecoturística de aves. Pensaría yo que es como la línea.

*Chiribiquete es una locura, yo también tengo fascinación por Chiribiquete. Bueno, otra pregunta, ¿Cuáles creen ustedes que son las principales brechas que tiene Colombia, comparado con otros países referentes en ecoturismo (Costa Rica, Australia, Nueva Zelanda o el que ustedes tengan como referente)?*

Yo sí la tengo clarísima: El bilingüismo. Para mí, sinceramente, la incapacidad que hemos tenido a través de varios gobiernos de no poder comunicarnos en dos idiomas nos ha hecho retrasarnos en turismo; y no solo en turismo, sino en otros sectores por el hecho de no poder comunicarnos con el otro en inglés. Básico. De ahí para delante muchos idiomas, obvio. Creo que eso es lo que hace que otros lugares internacionales tengan la posibilidad de ser potencia en ecoturismo.

Yo creo que la última también es que igual seguimos teniendo una percepción de seguridad muy variable. Un año, o más bien, un mes somos seguros y el otro mes no. Eso lo publican los análisis de seguridad de los países. Rondamos entre la “banderita roja” y la “banderita amarilla” y de pronto



la verde si nos va bien en temas de seguridad. Entonces yo creo que sí, esos 3 factores (bilingüismo, infraestructura y seguridad) afectan muchísimo.

*Háblenme un poco más del tema de “una sola playa certificada”, ¿Cómo funciona eso?*

A nivel mundial los destinos se pueden certificar con sellos de calidad internacional. Por ejemplo, en playas, hay un sello que se llama “Bandera Azul”. Una persona que quiere hacer su ruta de buceo por el mundo, lo primero que va a hacer es buscar en todas las playas del mundo cuáles tienen certificación playa azul. Eso le va a permitir asegurar que hay ciertas condiciones de calidad que se van a cumplir: Que hay señalización en caso de que haya marea alta o marea baja, que cada tantos kms va a haber un salvavidas, que el salvavidas va a tener unas condiciones de seguridad y de entrenamiento que van a dar cuenta de la calidad de la playa, que hay condiciones para que las personas en condición de discapacidad puedan entrar y hacer parte de la playa (por nombrar algunas).

No solo hay certificaciones de ese estilo en playas, sino también las hay en diferentes segmentos turísticos. Que Colombia tenga muchas playas, y de las mejores playas del mundo, eso solo lo sabe el colombiano; el colombiano que ha viajado y ha tenido la oportunidad de comparar. Playa Blanca, en Sucre (que tuve la oportunidad de conocer), es una playa que no tendrá más de 2 km, pero es una playa que tiene una belleza increíble; de la calidad de las playas de Cancún, de Sarasota en Florida (sur de Estados Unidos) o de Los Cabos en México. Es una cosa impresionante. Pero eso lo conozco yo, porque fui, me perdí en ese momento y caí en esa playa (¿Qué es esto?). Pero si esa playa tuviera certificación “Bandera Azul”, le permitiría hacer una gestión de mercadeo a nivel internacional para poder venderse mejor.

En el turismo, lo certificado es el sello para vender.

*Entrando un poco en el tema de seguridad que conversamos ahorita, ¿Qué tanto creen ustedes que se han abierto nuevos destinos ecoturísticos que antes estaban dentro de la zona de influencia del conflicto?*

En los Siete Colores, eso ahí se bañaba el comité gerencial de las FARC y nadie más (Risas).

Ahí hay una cosa muy importante. El turismo tiene esto que todo viene concatenado. Entonces solo cuando yo conozco el territorio, lo apropio y lo valoro, es cuando yo me doy cuenta de que vale la pena mostrárselo al otro. Y eso es muy de la humanidad; solo cuando (por ejemplo) en mi casa voy a hacer una obra e hice una parrilla, solo cuando la parrilla está hecha yo digo “esa parrilla me quedó bacana, voy a invitar a mis amigos”. Pasa igual con el destino. Lo primero es la apropiación del territorio y esta apropiación del territorio solo se da cuando tengo las condiciones de seguridad que me permiten explorar y estar en tranquilidad con ese territorio y ese espacio. Y es ahí, donde yo le puedo decir al otro, cuando puedo invitarlo como: “Venga, chévere, vamos a Bogotá, a la Requilina, en Usme (por ejemplo).” Solo cuando yo me doy cuenta del potencial de agroturismo que hay en La Requilina, esas guianzas turísticas o esas caminatas turísticas, solo cuando la gente de Usme se dio cuenta de ese potencial, ahí empezaron a llegar otras personas.

Yo cuando tenía mi hostel, reconocí que el Festival de la Chicha, en el barrio Egipto, era la locura. Ahí pensé “Esto hay que mostrárselo a los extranjeros.” Desde ahí, cuando llegaban (y era enero) el plan era: “Bueno muchachos, ustedes van a tomar una bebida fermentada, ancestral, que solo tomaban los Caciques de la antigua leyenda de El Dorado.” Quedaban super motivados. Era una vaina espectacular. Y así mismo pasa lo mismo con el ecoturismo, yo creo que (sobre todo en el campo), se han abierto esas posibilidades para por fin poder mostrar el territorio. Y eso es muy llamativo.

*Pasando a otro tema, en cuanto a regulaciones y certificaciones que existen en ecoturismo, ¿Ustedes creen que Colombia está bien o mal, a comparación de otros países de la región de centro y Suramérica? ¿Hay certificaciones específicas de ecoturismo en Colombia desde gobierno?*

Nosotros nos inventamos las normas técnicas para nosotros. No es que nosotros vayamos a coger una norma técnica o una certificación internacional (como “Bandera Azul”) y la meta a 5 años sea que, de las 1500 playas que hay en Colombia, 100 tengan Bandera Azul; y las promocionamos y las gestionamos y eso va a hacer que nos llegue más gente interesada en turismo de sol y playa.

En ecoturismo, yo creo que uno de los grandes logros de Costa Rica, es que ellos lograron volcar el ecoturismo a un concepto de sostenibilidad y pudieron ligar esa sostenibilidad a los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas. Cuando hicieron ese *match*, la hicieron. A nivel mundial existe la preocupación sobre la sostenibilidad, y esto viene con el espaldarazo de las Naciones Unidas y el tema de los objetivos de desarrollo sostenible para el 2030 (Global Compact). Compactaron todo, dijeron Costa Rica va en coherencia con ese asunto y eso es lo que yo vendo.

En Colombia no ha pasado eso. Colombia no tiene, ante el extranjero, cómo vender certificadamente el ecoturismo.

*¿Qué acciones hace el gobierno para fomentar el desarrollo turístico en Colombia? Y, enfocado al ecoturismo, ¿hay algo de enfoque?*

Yo creo que, lo que nos ha sucedido en Colombia en tema de ecoturismo, va más desde los empresarios y cómo los empresarios han empezado a desarrollar el ecoturismo y a exigirle al gobierno que tome acción sobre este segmento (de ecoturismo). Eso es lo que ha hecho que el gobierno se mueva.

Desde FONTUR y desde el viceministerio, las acciones son enfocadas. Hablamos mucho de aviturismo, en parte porque el gobierno tiene en la cabeza (y me parece que está bien) que el aviturismo es el segmento al cual hay que apuntarle. Pero no es el único, ahí es donde entramos en contravía. No es que, “es solo la aspirina la pepa que te va a curar” y nos va a sacar adelante en el sector turístico. No, son acciones conjuntas. Si uno le quiere dar un enfoque desde la estrategia de mercadeo al aviturismo, es perfecto, está bien; pero no se pueden dejar atrás otros subsegmentos del ecoturismo.

Creo que quién lidera es el sector privado en ecoturismo quien le debe exigir al gobierno es el sector privado, y creo que el gobierno sí debería reconsiderar su estrategia alrededor del ecoturismo. No hacer acciones puntuales, sino en verdad hacer acciones en conjunto para el sector. Especialmente e temas de cómo lo vendo hacia el extranjero.

Es lo que pasó en Costa Rica. En Costa Rica, en algún momento, fue el gobierno quien dijo “Nos toca ver la manera de poder elevar la condición socioeconómica de las personas de Costa Rica. ¿Qué tenemos, en qué somos fuertes? Pues aquí lo que hay es naturaleza, entonces vámonos por ahí”. Así hacen toda esta política de sostenibilidad alrededor del turismo.

*Hay unos indicadores que mide el Foro Económico Mundial sobre el turismo, que ranquea a los países, ¿conocen algo del tema?*

No realmente ...

*Vale, listo. La última pregunta, ¿cómo darle un empuje a la economía colombiana mediante el ecoturismo?*

A mí me parece que el ecoturismo es una herramienta muy interesante para poder mejorar la economía colombiana y mejorarla desde sus bases, es decir, mejorarla con la gente. Mejorarla con

el campesino o con la señora de la panadería de la plaza del pueblo, que está en un lugar donde hay una agencia que está creciendo en el área de ecoturismo. El ecoturismo tiene algo muy bonito, que es: Cuando llegan los extranjeros, o los turistas, a hacer uso del servicio turístico de ecoturismo, tienen la posibilidad de dejar sus dólares o sus euros en la señora de la plaza que les vendió una pitaya. Eso podría convertirse en un irrigador de divisas a ese nivel básico de la gente y no quedarse en las empresas medianas o grandes, que son las que captan esos dineros.

¿Qué se necesita para que eso suceda? Total, formación y capacitación, en eso sí estoy totalmente de acuerdo. Ahí vuelvo al tema del bilingüismo. La experiencia, por ejemplo, en países como Perú es clarísima. Perú se concentró más en turismo cultural en su momento y después pasó a turismo gastronómico; pero se concentró en darle primero una seguridad al peruano de su “peruanidad”. Uno habla con un peruano y se cree el más Inca de todos: “¡Yo soy Inca, punto! De Inca Kola y ya. Peruano de raíz y de sangre”. Aquí en Colombia todavía nos falta mucho creernos el cuento de que nosotros somos colombianos de sepa, y que un alemán está a la par (igual) que yo y no porque es extranjero lo veo con más admiración; sino más bien, como es extranjero, lo recibo y le muestro lo que tengo. “Góceselo, pruebe esta pitaya y a ver cómo le va”. Entonces sí creo que formación y capacitación es muy importante.

Obviamente plata, dinero. Yo sí, sinceramente, creo que la infraestructura turística es muy importante desarrollarla. Hay un segmento dentro de los servicios turísticos que me parece importantísimo y es el de los guías. Los guías en Colombia, aunque hay una asociación y tienen su tarjeta profesional de guías, todavía les falta más apoyo y más condiciones para poder seguirse formando, para poder seguir mejorando su inglés o (por qué no) para poder empezar a hablar mandarín. Los chinos quieren conquistar y conocer todo el mundo, entonces que vengan y

conozcan acá también. Me parece que eso es fundamental y que es lo que ayudaría muchísimo para poder mejorar la economía colombiana a través del ecoturismo.

*Bueno ¡Muchísimas gracias! Realmente es muy valiosa la información y muchos de los temas que tocan son claves para lo que estamos haciendo.*

Anexo 3. Unidades y segmentos de la demanda, oferta y contexto

Tabla 47. Unidades y segmentos de la Demanda

<b>Participantes</b>	<b>Unidad o segmento</b>	<b>Número de segmento</b>
Entrevistado 1	"empecé siendo <i>Backpacker</i> simplemente por un tema de inspiración por un jefe que tenía"	1
	"me gusta mucho viajar solo y disfruto mucho conociendo nuevas personas"	2
	"tal vez el último en el que estuve fue en el Cabo de la Vela y en Punta Gallinas y el parque Tayrona. Diría que son mis favoritos, pues son experiencias que tiene de todo. Uno camina y se ejercita, tiene playa, tiene mar y tiene ríos"	3
	"en esas mismas experiencias que he estado como <i>Backpacker</i> muchas de las personas que he conocido cuentan sus experiencias en Colombia o en distintos lugares"	4

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Lugares donde tiene usted la posibilidad de tener cercanía con el medioambiente, con culturas, con recursos hídricos y donde usted puede poner a prueba su estado físico"	5
	"normalmente estoy buscando sitios donde pueda tomar excelentes fotografías. ¡Con muy buenas vistas y paisajes!"	6
	"Me encanta mucho lo que tiene que ver con hacer Hiking y <i>Trekking</i> y pues eso también, de alguna forma ayuda a mi estado de salud."	7
	"conocer muchas veces lugares que no son tan turísticos"	8
	"la verdad es que no es solo conocer países y lugares, sino también conocer personas me motiva a ser <i>Backpacker</i> . desarrollar algunas habilidades sociales"	9
	"ser <i>Backpacker</i> es viajar ligero, es viajar descomplicadamente y es viajar económicamente"	10
	"Apreciar la naturaleza es uno de los mayores atractivos de ser <i>Backpacker</i> "	11
	"El hecho de ser <i>Backpacker</i> , lo que a uno le gusta es viajar descomplicadamente sin estar atado a algunas normas o estar atado a algún servicio ecoturístico"	12

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Normalmente, no. En mi caso yo trato de no usar servicios ecoturísticos, sino que a mí me motiva mucho armar el plan por mi cuenta"	13
	"Para mí el ecoturismo es brindar un servicio turístico de descanso, de aventura, de conocer lugares propiamente relacionados con la naturaleza, con ambientes que pueden ser extremos en algunos casos"	14
	"La otra es por medio de los Blogs. Sigo algunos instagramers y algunos bloggers que escriben sobre algunas experiencias en ecoturismo. "	15
	"sobre todo con amigos extranjeros que he conocido en distintos viajes como <i>Backpacker</i> , les recomiendo los sitios para visitar en mi país he incluso recomiendo los sitios que yo no he visitado, pero quiero hacer"	16
	"Pero en Colombia algunos destinos pueden ser en promedio entre 4 a 7 días de duración. "	17
	"Colombia se puede resaltar por los precios. Es económico viajar acá en Colombia. Incluso los extranjeros lo reconocen cuando visitan estos lugares ecoturísticos"	18



Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Es seguro viajar acá, ya es seguro viajar acá. En los últimos 10 años Colombia ha sido un país que se ha encargado de fortalecer su seguridad y ese puede ser un aspecto diferenciador."	19
	"Colombia, a diferencia de otros países, entiende su potencial ecoturístico y lo desarrolla"	20
	"Entiende su potencial y el trato al cliente (el servicio al cliente), sobre todo a los extranjeros es bastante especial, bastante bueno. La gente lo reconoce"	21
	"la belleza de los paisajes. La comida, les parece muy buena la comida. "	22
	"Colombia como destino: la posibilidad de usted tener distintos climas, distintos pisos térmicos; la comida, la variedad en frutas, la variedad en fauna y flora que tiene este país, los distintos climas que tiene este país, la facilidad para moverse (distancias relativamente cortas) y que Colombia es, a la final, un país económico para hacer turismo"	23
	"Hay variedad de culturas por conocer y sobre todo el trato que le da el colombiano al extranjero (en cuanto a su calidez)"	24
	"Lo que resaltan del país es: les parece muy buena la comida y las mujeres también"	25

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"El sabor y el ambiente del colombiano; somos gente alegre, a la que le encanta bailar, que tiene una cultura muy rica"	26
	"El colombiano recibe muy bien al extranjero, le gusta que lo visite en Colombia"	27
	"digamos que Colombia es un destino "económico" para el extranjero, a diferencia de otros países."	28
Entrevistado 2	"sino que puedes conocer mucha gente, puedes ahorrarte unos pesos y puedes también ser mucho más flexible"	29
	"un tiempo estuve muy dedicado al trabajo, por ahí unos 3 años muy juicioso, pero luego de eso empecé a salir más y a conocer más. "	30
	"Como <i>Backpacker</i> , bueno ... este no es ecoturista, pero Moscú me pareció una ciudad increíble. Una ciudad que, a pesar de tener un tema socialista, se ve muy poderosa."	31
	"También como <i>Backpacker</i> en Marrakesh, la capital de Marruecos. Es una ciudad que en el día es muy bacana pero por la noche ya te asustas"	32
	" Reviso si hay ríos, si hay cabalgatas, si hay fogatas. Busco qué actividades, a parte de la principal, puede haber; pues, al final, así puedes estar entretenido, relajado y disfrutando de los momentos"	33

Participantes	Unidad o segmento	Número
	<p>"quiero conocer y tomar fotos de los páramos de Colombia antes de que se acaben. En este momento ya llevo unos 3 o 4 y aún me faltan al menos unos 2 o 3. Son ese tipo de cosas que también me dicen: "Bueno, toca aprovechar ahorita porque en 10 años lo que hay en glaciares o nieve muy posiblemente no esté"</p>	34
	<p>"soy una persona a la que le gusta mucho todo el tema del senderismo, todo el tema natural. Entonces, ya he conocido algunas locaciones (sobre todo en Colombia) cuando hablamos de ecoturismo, donde lo he hecho. "</p>	35
	<p>"Entonces es un poco las experiencias que uno pueda acumular visitando diferentes sitios nuevos"</p>	36
	<p>"el tema de despegarte también de tu cotidianidad y volver renovado es algo que te da esto. Las experiencias que puedes vivir son mucho más completas que con un viaje normal"</p>	37
	<p>"Allá estuve con unos indígenas y fue una experiencia muy bacana. En últimas es que ellos te "adopten". No era tanto el plan turístico promocional, sino era un plan más como una amiga que estudió en la universidad. Entonces terminé allá en Silvia con los indígenas guambianos"</p>	38

Participantes	Unidad o segmento	Número
	<p>"No tienes tanto equipaje a la mano, entonces vas con tu maleta a donde quieras y si te gusta algo, tomas la decisión ese mismo día. También por un tema económico"</p>	39
	<p>"uno como <i>Backpacker</i> se puede mover super fácil. "</p>	40
	<p>"Poder conocer, poder aprender de otras culturas, poder tener historias que contar, cosas nuevas que te hayan pasado o cosas nuevas que hayas visto"</p>	41
	<p>"uno está muy conectado a los dispositivos electrónicos y vos como <i>Backpacker</i> ecoturista vas a llegar a un lugar donde no vas a tener señal y sí o sí te vas a tener que alejar. Desconectado del celular por 3 o 4 días, los paisajes brutales y un esfuerzo mental y físico asombroso."</p>	42
	<p>"Más ahora con la necesidad de la gente de poder escapar de la realidad por un momento, es una muy buena alternativa Me parece un buen plan, el cambiar de ambiente, algo diferente y salir de la ciudad. Por eso me llama mucho la atención, el poder desconectarte al final"</p>	43
	<p>"Es un turismo en el que puede haber un tema de lujo, pero yo lo veo más como el turismo natural. Más sencillo. Como estar con una fogata, en una casa de madera, viviendo la experiencia de los</p>	44

Participantes	Unidad o segmento	Número
	mosquitos o el calor en las noches. Por eso el ecoturismo lo relaciono mucho como a volver a lo básico, como lo más simple."	
	"volver a lo más simple y desde el lado de vivir experiencias que son nuevas y que vos tienes que vivir en algún momento para valorar lo que tienes"	45
	"También reviso fotos. De pronto un amigo montó una foto en Instagram y el paisaje se ve súper bacano, entonces hablo con él y me motiva con su experiencia. Empiezo a preguntar y de pronto le escucho a un amigo que estuvo en el Tayrona o estuvo en Huanchaco o en algún lugar en el Cocuy (por ejemplo)"	46
	"“Vengan, es muy bacano”. Cuando se da ese “colegaje” o cuando te prestan, en otra ciudad del mundo, el sofá para dormir, yo creo que es un tema de agradecimiento y una invitación que se hace con el gusto de poder retribuir ese favor. "	47
	"Trato de revisar la zona cómo es. Hace mucho tiempo existía el tema de violencia, pero hoy no es tanto. Sin embargo, quedan algunas disidencias, entonces también miro siempre ese tema: la seguridad. "	48
	"De hecho, siento también que el tema de la paz ha ayudado mucho a esto. Porque este tema es relativamente nuevo y desde	49

Participantes	Unidad o segmento	Número
	ahí es cuando el ecoturismo ha ido creciendo y creciendo, porque la gente se siente más segura"	
	"Entonces uno trata de no nombrarlo, tal vez solo menciona que "toca tener cuidado, como en todo lado". "	50
	"Dentro de esos artículos lo que más se veía era todo el tema de que el ecoturismo venía creciendo; sobre todo nos enfocamos mucho en San Gil por esa época, con todo el tema de ecoturismo más deportes extremos que venía creciendo"	51
	"El servicio al cliente aquí es muy bueno y más si eres un extranjero, siento que hay una amabilidad adicional"	52
	"Por otro lado, con los paisajes. Siento que, al tener tantos climas, tanta diversidad en todo, eso también se presta para que vengan acá y puedan ir desde el lugar más fino, hasta el lugar más guerrero o luchador."	53
	"es por la gente, por la naturaleza y por lo que pueden venir a hacer acá, por tantos pisos térmicos y paisajes. "	54
	"Las mujeres también. Si son turistas masculinos también el tema de la belleza femenina es algo que los atrae. Y ahora que lo recuerdo, también lo vendo por el tema cultural y folclórico de la danza. "	55

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"en temas de ecoturismo también hay un tema de lujo que está entrando, por ejemplo, con el Glamping"	56
	"el tema de la comida y sobre todo las frutas y todo eso, en cuanto a lo económico que pueden llegar a ser aquí en comparación a otros países"	57
	"siento que hay mucho apoyo tanto del ministerio de comercio, como del ministerio de ambiente. Además, con todo el tema de los parques nacionales."	58
	"sin embargo, dice que Colombia tiene algo único. "	59
	"Está el que piensa que Colombia es una selva, como está el que sabe que también es un país increíble. De hecho, hoy en día hay muchos extranjeros aquí en Colombia"	60
	"Por ejemplo, lo que yo hago es mostrar fotos de diferentes paisajes (por ejemplo, las rutas de Hiking o <i>Trekking</i> ) y así los extranjeros quedan emocionados."	61
Entrevistado	"es porque ando liviano de equipaje y simplemente me gusta recorrer diferentes partes del mundo y conocer"	62
3	"Creo que el mundo es muy bonito como para simplemente quedarse en un lugar. Me gusta conocer gente, me gusta conocer lugares y vivir experiencias nuevas. "	63

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Me encanta Colombia, sobre todo el Eje Cafetero y la parte sur del país. Precisamente porque Leticia y el sur del Quindío son muy ricos en biodiversidad. Me ha gustado mucho, me ha marcado mucho la gente y la cultura en Colombia. "	64
	"Busco sobre todo poder tomar buenas fotografías de los pájaros y las aves y poder coleccionar esas fotografías. "	65
	"Tienes una agenda, como con las cosas por hacer o los lugares importantes por conocer, también lo que más importa es la gente y es conocer la cultura y enriquecerte como ser humano espiritualmente. "	66
	"es el turismo responsablemente ecológico. Estar en hoteles que se preocupan por su huella de carbono y por ser conscientes, que el impacto que tienen que hacer en la naturaleza es menor. Que de alguna manera están protegiendo el lugar donde tienen su albergue."	67
	"normalmente me gusta quedarme 2 o 3 meses en un lugar. No soy una persona que tenga una agenda muy apretada. Definitivamente me gusta sumergirme en las culturas, hablar con las personas, compartir, disfrutar y conocer de la región"	68



Participantes	Unidad o segmento	Número
	"quiero ir a la parte donde antes estaba la guerrilla: toda la zona del Guaviare, me han dicho que es increíble. Incluso pienso que es uno de los lugares turísticos más recomendados en este momento, precisamente porque falta explorar mucho y está muy virgen."	69
	"En todas partes pasan cosas y te puede pasar algo malo y en Colombia también, pero simplemente te debes cuidar y ya"	70
	"Los otros lugares están (tal vez) un poco más explorados, sin embargo, Colombia tiene muchas cosas ... muchas cosas que no conocemos."	71
	"Pero lo que es la biodiversidad, los paisajes y las oportunidades que da el post conflicto son increíbles y pienso que hay que visitarlo, hay que visitar Colombia para conocer toda esta riqueza cultural y de flora y fauna que tiene"	72
	"La riqueza que hay en este país no la he encontrado en ningún lugar"	73
Entrevistado 4	"para mí es muy fácil tomar mi maleta, unas pocas cosas y arrancar un viaje; aprender y tener una nueva aventura. Además, lo hago como "sin mente", arrancar y ya"	74

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"La verdad a mí me motiva mucho conocer, vivir nuevas culturas, tener nuevas aventuras, conocer gente, compartir con personas, estar cerca de la naturaleza o del ecosistema de nuevos sitios."	75
	"Diría que el más importante fue en Australia, en la ciudad de Cairns. En Cairns tuve la oportunidad de ir a una parte donde se maneja un tema de parque cercano a la ciudad, que no recuerdo el nombre, pero era un sitio muy hermoso con la naturaleza. Allá podía encontrar muchas cosas – muchos animales -, tenía un tema muy particular de fauna y flora que me gustó mucho"	76
	"yo encontré en el Tayrona unos sitios paradisiacos, que parece que es algo que debemos cuidar y debemos resaltar en el turismo en nuestro país. Las playas, toda la tradición de los ancestros indígenas de la región; la conexión espiritual y uno tener la oportunidad de vivir eso, es algo único"	77
	"lo más atractivo es que uno se puede adaptar a cualquier tipo de lugar. Uno tiene la facilidad de encontrar mucha oferta y diferentes tipos de servicios con los que uno normalmente puede estar satisfecho y muy contento"	78

Participantes	Unidad o segmento	Número
	<p>"Me parece que es algo diferente a lo que normalmente los turistas tienen como servicio. La oportunidad de conocer puede dar una nueva visión de muchas cosas, y eso me parece interesante."</p>	79
	<p>" También me motiva hablar un idioma diferente al que hablo todo el tiempo; compartir con personas en su idioma y aprender dialectos. Eso me motiva bastante."</p>	80
	<p>"La verdad, yo miro mucho la accesibilidad: el cómo puedo llegar al sitio. Miro mucho (justamente) si voy a tener ese espacio y voy a poder estar un poco distante de las masas, como de lo que hacen los turistas tradicionalmente. "</p>	81
	<p>"También miro mucho el tema de los guías, si son tours guiados (por ejemplo), como ese tipo de cosas. También los servicios que puedo tener, o que me acompañan, para que la oferta sea completa y pueda realmente conocer bien el sitio a través de personas de la región."</p>	82
	<p>" Para mí, ecoturismo es el turismo que hago más cercano con temas ambientales. Donde estoy alejado de las masas, temas un poco más privados o reservados para un grupo de personas. Donde tengo una conexión diferente con la naturaleza"</p>	83

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"por amigos <i>Backpackers</i> he tenido la oportunidad de escuchar de todos estos destinos. Mucho del destino de Amazonas, que es algo único. He podido recibir la información por parte de conocidos"	84
	"A mí me gusta aprovechar alrededor de unas tres semanas, yo pienso. Con eso yo creo que uno puede recorrer y caminar bastante y tener (de verdad) la conexión que uno espera en estos sitios. "	85
	"Yo creo que es económico, creo que es bastante económico. Uno normalmente en otros países puede gastarse hasta dos veces lo que se gasta en Colombia. Los alimentos son baratos, el hospedaje es barato y el transporte es económico también"	86
	"Es algo que se debe potenciar mucho y que todos los colombianos debemos estar orgullosos de eso."	87
	"creo que todavía Colombia no tiene tanto comercio y no se tiene tan en masa esa oferta, como lo es en países como Perú o México."	88
	"La verdad, las zonas tan paradisíacas que hay, las playas, el clima. Por ser un país que está ubicado en el trópico, existen muchas ventajas para cambiar de clima y de estación fácilmente. Por ejemplo, si quiero algo de desierto y algo de mar, tengo la	89

Participantes	Unidad o segmento	Número
	<p>posibilidad de ir a la costa y tener ese paseo. Si quiero algo de selva, puedo tener el tema del Amazonas fácilmente. O si quiero algo relacionado con avistamiento de ballenas, también tengo la posibilidad de ir al Pacífico. Tengo mucha oferta y diferentes planes que puedo hacer en un solo país"</p>	
	<p>"hay muy buena oferta en el Amazonas y hacia el Pacífico. Sé que existe muy buena oferta de ecoturismo en esas regiones. En el Amazonas, por ejemplo, las Islas de los Micos y todas esas cosas que dan esa conexión con la naturaleza y con la selva amazónica. Y hacia el Pacífico, todo el tema de las ballenas y todos los avistamientos que se hacen. Esos son, de forma general, los que conozco. "</p>	90
	<p>"si uno está buscando un poco de exclusividad, puede ser un atributo muy interesante que se puede desarrollar dentro de la oferta de ecoturismo en Colombia"</p>	91
Entrevistado	<p>"Porque el turismo que hago siempre va enfocado al ecoturismo. Entendiendo el ecoturismo como un fenómeno social que incluye aspectos económicos, ambientales y culturales. Creo que el ecoturismo es salir de viaje a un lugar de naturaleza siendo sostenible y responsable en las áreas naturales"</p>	92
5		

Participantes	Unidad o segmento	Número
	<p>"Yo quedé absolutamente enamorada de Bolivia, ¡Me encantó Bolivia! No tanto como destino, porque en Bolivia la verdad las ciudades no son muy lindas, sino (más que todo) los paisajes que se ven allá. El Salar de Uyuni me impactó totalmente. "</p>	93
	<p>"En Colombia uno de mis destinos favoritos es Ciudad Perdida. Uff ... me cambió la vida espiritual (¿entera?). El contacto con la naturaleza allá es increíble. El reto de caminar cuatro días seguidos haciendo <i>Trekking</i> en una sierra nevada para llegar a la cima, en verdad es un esfuerzo, es totalmente un reto. Y es como sentirse completamente reconfortado estando allá arriba, la vista estando allá arriba lo recompensa todo. Entonces también es ponerse un reto a uno mismo. "</p>	94
	<p>"Paisajes, para mí tomar fotos de los paisajes. Tiene que ser claves que haya destinos que tengan actividades de naturaleza. Entre esos dos, me encantaría Costa Rica por todos los destinos naturales que tiene. "</p>	95
	<p>"Que se pueda hacer <i>Trekking</i> y su posición geográfica también influiría muchísimo. "</p>	96
	<p>"Uno no vuelve a ser la misma persona después de cada viaje y eso no es igual al viajar (tipo) de ciudad. La cultura y la conexión</p>	97

Participantes	Unidad o segmento	Número	de segmento
	<p data-bbox="396 415 1227 594">que se tiene con las personas que compartes en hostales, que comparten tu “ADN mochilero”, es una conexión totalmente diferente que no se ve en el turismo tradicional."</p> <p data-bbox="396 636 1227 1035">"A la hora de escoger un viaje, mi motivación es más que todo aprender y conocer distintos lugares. Sí, realmente eso. También tener una conexión con la cultura me encanta. Y también que sea un destino turístico que tenga historia, gastronomía y cultura. Entre más pueda conocer y más pueda aprender en esos términos, creo que pesaría un poco más. "</p> <p data-bbox="396 1077 1227 1476">"Pienso que también hay una mejora en el bienestar de las comunidades y realmente, yo siempre busco esos viajes que sean de naturaleza y que sean responsables. La palabra ecoturismo ya viene con un sentido de responsabilidad con la naturaleza, entonces trato de viajar a este tipo de destinos que no tengan impacto ambiental."</p> <p data-bbox="396 1518 1227 1770">"Pasaba mucho con Colombia, hace 50 años que estábamos en guerra, y eso también frena mucho a la hora de venir acá a Colombia. Últimamente ya todo está más pacífico, más tranquilo y eso ha aumentado mucho el turismo. "</p>	98	
		99	
		99	

Participantes	Unidad o segmento	Número
Entrevistado	<p>"No sé si Colombia tiene o planea tener, pero definitivamente tiene el potencial. Colombia es muy grande y diverso (en la naturaleza y el país). Entonces pienso que está lleno de oportunidades en ecoturismo, así te guste ir a las montañas a hacer Hiking o algo diferente. Creo que toda Colombia es ecoturismo."</p>	100
6	<p>"Porque normalmente viajamos mucho, fuera de los límites de la ciudad y normalmente lo hacemos todo como <i>Backpackers</i>."</p>	102
	<p>"Y no hay que empacar mucho además de la libertad, así que es mucho más fácil viajar así (Risas)."</p>	103
	<p>"Para mí el primero es Suiza, especialmente Montreux. Principalmente porque está en la ribera del lago (lago de Ginebra), está en la "mitad" del país y tiene una atmósfera y un clima realmente únicos. Realmente es como una Riviera francesa en la mitad de Suiza; un clima caluroso, húmedo, lleno de palmeras y todo entre montañas, entonces es muy única esa mezcla. Me gusta mucho. En segundo lugar, diría Belgrado, en Serbia, porque me gustó mucho la cultura allá. Es única y muy diferente a lo que tenemos aquí, pero también es muy familiar al mismo tiempo. Así que fue</p>	104



Participantes	Unidad o segmento	Número de segmento
	<p>muy divertido ir, probar la comida local, visitar los lugares locales, pasar tiempo con los locales. También me gustó mucho Annecy, en Francia. También es una ciudad pequeña a la orilla de un lago, con el lago ubicado entre las montañas. Es un lugar muy lindo, me gustó mucho. Me gustó Londres. Tiene mucha cultura y tiene una vista muy amplia, muy colorida (¿?). He estado un par de veces, en tiempos un poco extraños (que no recuerdo muy), así que siempre vuelvo. Siempre exploro un nuevo lado de Londres."</p>	
	<p>"Pues no es el objetivo principal, pero sí, es chévere si es único. Nos gusta tomar fotos y documentar nuestros viajes, entonces sí, es genial tener buenas fotos y poder compartirlas. "</p>	105
	<p>"Algunas veces. A veces cuando viajamos nos gusta hacer Hiking o vamos a lugares campestres"</p>	106
	<p>"Además, nos gusta no ir a los sitios más típicos y populares, sino buscar lugares pequeños e interesantes en diferentes países. Primero debería ser un lugar que no hayamos visitado antes, algo nuevo."</p>	107

Participantes	Unidad o segmento	Número
	<p>"Además, importa el paisaje, la naturaleza, el clima ... Claramente también buscamos ver algo que no podamos ver aquí, cosas que no estén a la mano y que no tengamos aquí. "</p>	108
	<p>"La otra barrera, por ejemplo, las enfermedades, que en algunos países es más probable que estén presentes (los viajeros deben vacunarse y ese tipo de cosas). Tal vez el agua no es potable en la zona o hay un virus (¿?) allá que puede presentar una barrera. "</p>	109
	<p>"No estar perturbando la naturaleza. "</p>	110
	<p>"Por internet. Dos fuentes: Blogs de viajes en YouTube y en general, videos, sería una. Y la segunda sería simplemente en Google. Buscar a dónde ir, qué explorar cuando estemos allá. "</p>	111
	<p>"Sí, por supuesto, he recomendado Colombia muchas veces. Porque Colombia, para mí, fue muy emocionante y diferente a lo que tenemos aquí en Europa. Todo: el clima, la vegetación, las frutas, la comida, la cultura, las personas, los pueblos, la arquitectura, la naturaleza ... hay mucha diversidad en Colombia y es muy diferente a lo que tenemos aquí. Así que pienso que todos deberían verlo."</p>	112

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Si quieres escapar a algún lado en el invierno, donde no haya nieve, Colombia es el destino perfecto. Odio la nieve, así que estaría muy feliz de vivir allá. "	113
	"Colombia es muy grande y tiene muchas oportunidades, así que siempre hay una razón para volver y explorar nuevos lugares. Ir al Amazonas o a la costa pacífica, en general a cualquier lugar, todo es muy hermoso, hay muchas cosas por explorar. "	114
	"No realmente. No había considerado a Colombia como un destino de viaje. No es que tuviera algo en contra de Colombia, simplemente no estaba entre mis planes en ese tiempo. Pero sí había escuchado algunas cosas sobre Colombia, me gustaba tomar café colombiano, era como mi favorito. Pero no como destino de viaje."	115
Entrevistado	"Nos gusta viajar livianos de equipaje, por cortos periodos de tiempo y, en general, no nos gusta llevar muchas cosas. "	116
7	"La libertad. Viajas liviano, puedes tomar decisiones espontáneas durante el viaje y eso te da la libertad de no estar atado a nada, te da más libertad para explorar. "	117

<b>Participantes</b>	<b>Unidad o segmento</b>	<b>Número de segmento</b>
	"Yo diría San Francisco, Barcelona, Londres, Providencia y Estambul, también fue muy interesante. Es un lugar muy único porque se tienen dos continentes encontrándose y su mezcla cultural es muy interesante. Puedes ver y sentir algo de influencia europea, pero al mismo tiempo se puede sentir la influencia musulmana. Nunca había estado en un país que tuviera una población musulmana tan grande y experimentar la forma en que viven también fue muy interesante"	118
	" Inspiración. Explorar el mundo, nuevas culturas, nuevos países, nuevos lugares y siempre tener nuevas experiencias. Debería ser lo suficientemente especial, para que consideremos hacer ese tipo de viaje a ese lugar. Esperamos que la naturaleza sea muy hermosa, ese es el factor principal."	119
	"Ecoturismo se da cuando viajas de una forma que tiene muy poco impacto ambiental en el sitio que estás visitando. Tratas de mantener baja tu huella de carbono, visitando lugares que necesitan ser protegidos por alguna razón (tal vez ecosistemas frágiles) ... "	120
	"Claro que lo recomiendo. No solo lo recomiendo, también he llevado mucha gente (Risas). Así que sí, lo hago todo el tiempo.	121

Participantes	Unidad o segmento	Número
	Cada vez que sale en la conversación, cuando las personas me preguntan, siempre les digo que es un gran lugar para visitar. "	
	"Porque está muy intacta, muy aislada y no hay muchos turistas. También la gente es muy diferente de cualquier otro tipo de personas que haya conocido antes. La comida es muy interesante, las playas son muy lindas y en general siento que el Caribe es uno de los lugares más interesantes del mundo."	122
	"Pues, sé que tienen en el Amazonas, en el norte en la zona de Santa Marta y en general hay muchos lugares que se están volviendo populares para el ecoturismo; especialmente en hábitats en peligro como Caño Cristales, etc. Entonces pienso que es un mercado en crecimiento. "	123
	"Diría que la diversidad y el clima. En la diversidad de la biósfera, hay mucha naturaleza, muchos tipos diferentes de naturaleza y una gran diversidad de paisajes que ofrecen las diferentes e interesantes reservas naturales. Así que ahí es donde veo mucho potencial, porque Colombia puede ofrecer bosques, puede ofrecer jungla, puede ofrecer costa (mar), puede ofrecer desiertos ... Colombia tiene cada posible escenario para una increíble experiencia ecoturística. "	124

Participantes	Unidad o segmento	Número
	<p>"Creo que aún tengo este reflejo de siempre poner atención y tener cuidado. Pero creo que es simplemente la forma en que me criaron al vivir en Colombia. Pero creo que ha mejorado con el tiempo. Claro que hay cosas que no puedes hacer allá, que sí podrías hacer acá, pero cuando llevo a alguien conmigo y hacemos un tour por la ciudad o en diferentes ciudades, nunca hemos tenido malas experiencias. Solo hay que tener cuidado. "</p>	125
	<p>"La diversidad de climas y la cantidad de oportunidades que ofrece desde ese punto de vista. Hay mucha variedad (como dije anteriormente), si quieres selva, si quieres bosques ... hay mucha variedad y por eso tiene mucho que ofrecer. Muchas veces cuando viajamos, viajamos por una sola cosa y esa es la única cosa que el país tiene por ofrecer. Pero en Colombia hay muchas experiencias diferentes para ofrecer, incluso las experiencias de ciudad. "</p>	126
Entrevistado	<p>"Para mí, viajar como <i>Backpacker</i> es una forma económica de viajar y una forma maravillosa para ponerse en contacto con los lugareños y otros viajeros"</p>	127
8		

Participantes	Unidad o segmento	Número
	<p>"Cataratas Victoria en el África entre los países de Zambia y Zimbabwe. Un lugar mágico, paisajes hermosos, mucha agua, pájaros, especies endémicas. Las personas son increíbles. Muy atentas y dadas a compartir su conocimiento con los extranjeros</p> <p>Zambia: es un lugar maravilloso. Irlanda - Amo la naturaleza allí, es mágica, la lluvia, las montañas, lo verde, hacen del paisaje algo surreal. Además de Nueva Zelanda, pero también hay gente muy amable con los huéspedes. Entonces naturaleza y gente. "</p>	128
	<p>"obre todo, la posibilidad de vivir muchas aventuras. Es increíble despertarse sin tener nada planeado e ir construyendo el día a día según quiera. Los planes salen de la nada y cada uno termina siendo una aventura enriquecedora."</p>	129
	<p>"Para mí lo más atractivo de ser turista <i>Backpacker</i> es que es económico, adicional me encanta conectarme con la gente, ya sea locales u otros Backpackers"</p>	130
	<p>"A esto me refiero a no solo conocer la cultura local, sino a vivirla. Es decir, conocer la gente, sus costumbres y explorar cosas nuevas. Mantener una mente abierta a todas las aventuras que se crucen por el camino es la mejor actitud para viajar como <i>Backpacker</i>"</p>	131

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Siempre intento escoger un destino con oferta ecoturística y prefiero de ser posible viajar en autobús en lugar de avión, reducir el desperdicio, no dañar a los demás. De esta forma siento que estoy ayudando a la conservación del lugar y aparte me permite conocer mejor cada país y sus personas. "	132
	"Para mí, el ecoturismo cuida del país, los lugareños y el medio ambiente."	133
	"Siempre intento escoger un destino con oferta ecoturística y prefiero de ser posible viajar en autobús en lugar de avión, reducir el desperdicio, no dañar a los demás. De esta forma siento que estoy ayudando a la conservación del lugar y aparte me permite conocer mejor cada país y sus personas. "	134
	"De Colombia no conozco mucho, solo por lo que me han dicho algunos <i>Backpackers</i> latinoamericanos que conocí cuando estuve en España. Sé que es un país peligroso, pero no me preocuparía eso, ya que he estado en países del África donde la situación puede ser similar o peor."	135
	"No iría a Colombia sola, pues como mujer no me sentiría segura, me imagino viajando allá con otra persona. "	136

(Tabla de elaboración propia)



Tabla 48. Unidades y segmentos de la Oferta

Participantes	Unidad o segmento	Número de segmento
Entrevistado 9	"60% de turistas colombianos, 40% extranjeros, de los cuales la mayoría son estadounidenses y alemanes. Hay un gran porcentaje que son europeos en genera"	137
	"familias o grupos de amigos que buscan tener una experiencia un poco más de lujo y más cómoda en este destino. "	138
	"un nuevo concepto de <i>Backpacker</i> que es el <i>Backpacker</i> de lujo. Le gusta estar llegado a zonas remotas, pero le gusta estar cómodo"	139
	"Como se entiende en Colombia, es más que todo el turismo a zonas de naturaleza. Pero como debería ser, es simplemente el turismo a zonas de naturaleza, pero con un impacto mínimo y con el mayor aporte posible a la comunidad. "	140
	"Se hace <i>trekking</i> en todos los atractivos del Parque Nacional – que son varios – Pero la actividad principal es precisamente esa, <i>trekking</i> , interpretación del entorno."	141
	"avistamiento de fauna y flora"	142
	"avistamiento de aves "	143

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Está la parte comunitaria, que son las actividades que se hacen bien sea con la comunidad, o la forma en que se organizan los viajes acá que es de la mano de toda la comunidad."	144
	"La Macarena, Meta"	145
	"la selva como en casa. Buscamos es que la persona se adapte a este entorno y se sienta como si este entorno fuera su casa. "	146
	"el hotel desde el comienzo se diseñó para que tuviera el menor impacto posible"	147
	"Cada una de las cabañas que tiene el hotel está ubicada no por un plano, sino por el espacio que tuviera disponible el bosque para ubicarlas. No se tumbó ningún árbol para ubicar las instalaciones."	148
	"Todo el hotel está dentro de la selva, lo que hace que el ambiente, el clima, sea completamente distinto al que tiene La Macarena. El bosque es nuestro aire acondicionado, acá no usamos aire acondicionado ni ventiladores"	149
	"todos los productos que manejamos en el hotel son biodegradables."	150

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Todos los productos los traemos desde Bogotá y nos aseguramos de que tengan una curva de biodegradabilidad que se acerque a lo que necesitamos acá"	151
	"aprovechamos toda la materia orgánica que sale del hotel. La compostamos y la utilizamos en un vivero con el que estamos germinando plantas nativas. Este año ya llevamos 1040 (mil cuarenta) plantas germinadas. "	152
	"los baños no son baños convencionales, son baños secos. La materia orgánica que también utilizamos de esos baños la estamos utilizando toda para las plantas nativas también"	153
	"todo el hotel funciona con una planta solar. Con eso logramos tener todas las instalaciones iluminadas y se cargan todos los equipos de los clientes. Así podemos reducir también esa huella de carbono. "	154
	"Todo el staff del hotel es local. Apoyamos todas las agremiaciones y asociaciones que hay en La Macarena para los servicios que nosotros proveemos"	155
	"el tema de alimentación nos enfocamos en reducir al máximo todo el consumo de carnes rojas. Precisamente porque La	156

Participantes	Unidad o segmento	Número
	Macarena es un destino que anualmente se ve reportado como uno de los más deforestados del país, debido a la ganadería"	
	"Más que todo el cliente. Hoy en día son muchas las personas que están buscando un turismo responsable y precisamente son aquellos clientes que están dispuestos a pagar más por eso."	157
	"toda esa economía genere un impacto positivo en la región y eso a la larga termina trayendo más personas"	158
	"Nuestro canal principal es el “voz a voz”, prácticamente es en el que más nos enfocamos."	159
	"también tenemos una relación super extensa con muchísimas agencias de viajes, más que todo las receptoras"	160
	"están también las redes sociales (Instagram, Facebook ...). No son nuestro fuerte, la idea del próximo año es convertirlo en nuestro fuerte"	161
	"Obviamente también está la presencia que tenemos online. La presencia que tenemos en Trip Advisor es buenísima, aparecemos como el mejor hotel de La Macarena. Entonces siempre nos buscan (sobre todo) por la calificación que tenemos y la cantidad de “reviews” que han dejado las personas en Trip Advisor"	162

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"No, no. Porque este es un destino que, por el momento, no muchas personas vuelven a visitar; y como nosotros no somos cadena pues tampoco. "	163
	"Está creciendo de una manera importante. La falta muchísimo para establecerse como otros países, más que todo por el nivel de formación y especialización que tiene. Colombia tiene un potencial enorme, lo que pasa es que todavía no existe el nivel de servicios que hay en otros países (como Perú, Ecuador o Chile) donde el nivel de servicios, especialmente para los extranjeros, ya son de una especialización impresionante"	164
	"Cada uno de los destinos se está especializando en muchas cosas y yo creo que cada vez es más la oferta que hay para la formación de personas que puedan prestar esos servicios."	165
	"el mismo país se encarga de hacer una divulgación enorme a nivel extranjero"	166
	"Aquí apenas estamos arrancando con bilingüismo, pero a la larga va por muy buen camino"	167
	"Y porque se trata de ese país ultra diverso"	168
	"que durante muchos años no se pudo visitar y finalmente ahora sí se puede"	169

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Yo diría que, más que todo, esa sensación de inexplorado. El hecho de que no es un país que todo el mundo conoce y que a penas está aprovechando las experiencias de otros países para formarse, hace que sea un destino muy atractivo."	170
Entrevistado	"Pues viene mucho extranjero"	171
10	"pero normalmente es turismo que le encanta la naturaleza. Un turismo de descanso y sobre todo de compartir experiencia, que es a lo que nosotros le apuntamos. "	172
	"andar tipo mochilero, pero pagando bien, durmiendo en una cama bien, estando en una cabaña bien"	173
	"Es un turismo que valora lo que hay en la zona, que no busca más de lo que se le ofrece. Siempre y cuando, teniendo en cuenta también que tiene algo bueno y bonito,"	174
	"Nosotros hacemos caminatas por la selva, por los ríos, en la playa; "	175
	"También el avistamiento de ballenas"	176
	"visitar a las comunidades., ver cómo viven las comunidades acá, teniendo en cuenta también todas las actividades que tienen los grupos en sus comunidades"	177

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"hacemos muchas comidas tradicionales recolectando en la huerta. En eso nos hemos enfocado para que nuestros clientes vengan y tengan la experiencia de preparar sus propios alimentos también."	178
	"Chocó, municipio de Nuquí, Playa Guachalito"	179
	"que sea autosostenible, generando el menor impacto posible de basura. La idea es apuntar al <i>Lodge</i> de impacto cero"	180
	"nosotros siempre todo lo producimos aquí en el <i>Lodge</i> , todo es muy orgánico y sostenible"	181
	"Usamos energía solar, a pesar de que estamos en el Chocó, un departamento donde llueve tanto, tratamos de sostenernos con la energía que producimos."	182
	"el beneficio es que a veces sale mucho más económico todo, porque nosotros producimos ahí mismo. Entonces eso ayuda a ser un poco más económico"	183
	"teniendo en cuenta que los guías no los tenemos aquí mismo en el hotel, sino que los contratamos con los grupos de guías que hay en cada comunidad; cada comunidad ofrece sus propias actividades, eso nos ayuda también a la satisfacción del cliente."	184

Participantes	Unidad o segmento	Número
	El cliente también tiene en cuenta que los recursos sean compartidos."	
	"Normalmente yo me inclino mucho al “voz a voz”, a las recomendaciones y la satisfacción del cliente, con eso ellos mismos nos recomiendan."	185
	"Pero también toca tener en cuenta las redes sociales."	186
	"Por la página. Encuentran la página en la web y ahí ya nos contactan"	187
	"hay planes por grupo o si un cliente vuelve, claro que se le tiene en cuenta eso. Lo mismo si recomienda también, todo eso le suma al cliente."	188
	"Yo pienso que hay que promocionar más esos destinos, darlos a conocer; que el gobierno muestre mucho más esos destinos naturales que Colombia tiene. Siempre se han direccionado en el turismo más tradicional (Cartagena, Santa Marta, San Andrés), "	189
	"Pues, mire, se ve simplemente en mostrarles lo bonito que tiene el Chocó. Que tengan experiencias bonitas, que vivan, que coman bien, que se sientan en su casa y que encuentren un lugar de descanso y sobre todo de tranquilidad. "	190



Participantes	Unidad o segmento	Número de segmento
	"Tiene mucho potencial. Colombia es muy diverso en muchas actividades ecoturísticas"	191
	"Hay lugares que están de verdad vírgenes que quieren que el gobierno le apunte a mostrar todo lo bonito que tiene Colombia."	192
Entrevistado 11	"Son personas que vienen de diferentes partes del mundo. Dependiendo de la época del año recibimos más argentinos o más turistas americanos o europeos,"	193
	"Varía mucho, pero principalmente son <i>Backpackers</i> y mochileros. principalmente son personas que están viajando por el mundo con poco equipaje y que están buscando experiencias. Lo que denominan " <i>Backpackers</i> " o "Mochileros". "	194
	"es un turismo que cada vez crece más. Es un turismo joven, un turismo que está buscando más que todo experiencias. Es un turismo que está en una etapa de la vida donde se está buscando vivir experiencias, conocer gente, descubrir nuevos lugares y se encuentran muy apasionados por vivir todo tipo de actividades que queden grabadas de por vida."	195
	"Es un turista que busca alojarse de una forma económica, de una forma que no sea costosa"	196

Participantes	Unidad o segmento	Número
	<p>"los hostales hoy en día generan un espacio donde todas las personas se integran. Normalmente tienen espacios y habitaciones compartidas de 8, 12 o 16 personas, e inclusive ya manejamos hostales en donde tenemos habitaciones privadas y la gente prefiere quedarse en estas habitaciones porque está buscando experiencias, unirse con la gente. "</p>	197
	<p>"El ecoturismo es el turismo que busca la naturaleza. Lugares que sean sostenibles. Cada vez nos alejamos más del turismo tradicional al que veníamos acostumbrados hace unos años, pues es un turismo muy dañino, que causa muchos daños tanto al medioambiente como a la zona donde se efectúa"</p>	198
	<p>"Inclusive hay sitios, tanto hostales como restaurantes, donde son atendidos por la misma comunidad, donde se preocupan por el uso de los recursos del agua, donde le dan trabajo a la comunidad y poco a poco se empiezan a desarrollar muchas zonas que no tenían este tipo de oportunidades"</p>	199
	<p>"Tenemos varias ubicaciones en Colombia. Estamos ubicados en: Bogotá (fue el primer hostel que abrimos), Cartagena fue el segundo, Santa Marta y por último San Andrés. Somos una red de hostales para poder viajar por Colombia"</p>	200

Participantes	Unidad o segmento	Número de segmento
	<p>"La filosofía nuestra, lo que siempre buscamos, es ser local. Siempre trabajamos con que todos nuestros clientes y toda la gente que nos visita pueda tener una experiencia local de acuerdo con el lugar donde está ubicado el hostel."</p>	201
	<p>"Sí, cada vez más. Eso es un proceso, esto no es de un día para otro. Es un proceso en el que, cada vez más, la gente encuentra en el hostel mensajes o el tema de reciclaje de las basuras. La gente es consciente, en especial el turista europeo, de la exigencia en este ámbito"</p>	202
	<p>"También el tema de la comunidad, nosotros contratamos solo gente local. Tenemos que promover toda esta gente local para que se promueva el sector"</p>	203
	<p>"Esto cada vez más lo demandan los clientes y las personas son más conscientes de todo este tipo de viajes. "</p>	204
	<p>"También usamos las redes, como Facebook o Instagram para promocionarnos."</p>	205
	<p>"a herramienta más fuerte es a través de las OTAs (Online Travel Agencies). La OTA más grande del mundo es Booking. Booking es una plataforma muy grande donde uno sube toda la información y, a medida que los clientes lo van calificando de</p>	206

Participantes	Unidad o segmento	Número	de segmento
	<p data-bbox="396 415 1227 741">acuerdo con sus comentarios y sus experiencias, se va posicionando como un excelente hostel o lo contrario, según el manejo que se dé. Hay otras herramientas más específicas, otros portales como “Hostel World”. Hostel World es como un Booking pero especializado en hostales"</p> <p data-bbox="396 779 1292 1104">"Actualmente no lo manejamos (un plan tipo cliente frecuente), es algo que queremos implementar. Mucha gente nos vuelve a visitar, inclusive tenemos clientes que se han quedado por uno, dos o tres meses. Sí hacemos un tema de intentar fidelización y es el tema de la red de hostales que manejamos."</p> <p data-bbox="396 1142 1292 1398">"Hay mucha informalidad y en la calle los turistas pueden conseguir muchos tours que venden a un precio mínimo, pero son tours muy irresponsables; es un turismo que no piensa en esto (ser eco-amigables)"</p> <p data-bbox="396 1436 1292 1692">"Yo creo que el foco por ahora está centrado en lo que el turista busca normalmente: Bogotá, Medellín, Cartagena, un poco Santa Marta y demás. Hay mucho para hacer en estas zonas, pero hay mucho por explotar en Colombia."</p>		

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Siento que es el primer paso para poder promover Colombia y posicionarlo en uno de los mejores lugares: ser conscientes de lo que tenemos. "	210
	"Muchas veces en varias zonas remotas, donde hay unos lugares espectaculares a nivel de naturaleza, turismo y demás, no se encuentra mano de obra calificada o una estructura ya instalada para poder llegar y ofrecer ese destino a un nivel "masivo" (por decirlo así)"	211
	"Muchas veces (esto suena un poco absurdo decirlo) un extranjero le enseña mucho más a uno, que lo que uno conoce del país. El extranjero ha viajado y experimentado mucho más y conoce unos sitios a los que uno nunca ha ido. "	212
	"Trabajamos mucho apoyando a los trabajadores para que aprendan inglés y preparamos a todo nuestro equipo para que sea consciente de eso."	213
	"Colombia tiene todo, porque tiene un tema de naturaleza, unos paisajes y una biodiversidad que no tiene casi ningún país. "	214
	"Busca lugares no siempre vírgenes, pero entre más vírgenes mejor"	215

(Tabla de elaboración propia)

Tabla 49. Unidades y segmentos del contexto

Participantes	Unidad o segmento	Número de segmento
Entrevistado 12	"Vivir como local. Ya no solo quiere probar la comida de los locales, sino que quiere ver cómo se cultiva, cómo se cosecha, cómo se prepara. Quieren vivir la experiencia completa. "	216
	"Y buscan cosas especializadas. Por ejemplo: Las ferias, el Carnaval de Barranquilla o vienen a aprender a bailar Salsa. Son cosas muy específicas, muy especiales, que solo tiene Colombia"	217
	"Estos chicos que son <i>Backpackers</i> son jóvenes aventureros"	218
	"otros que están buscando este turismo de alto nivel, como es el aviturismo, ya son personas muy mayores"	219
	"Creo que el potencial más grande, la riqueza más grande de Colombia es esa: la biodiversidad"	220
	"Hoy día los jóvenes son más conscientes también del medioambiente. Eso obliga al empresario a pensarse en productos sostenibles"	221
	"en la Macarena, el río de los siete colores es un destino de alto nivel al que van muchos extranjeros"	222

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Tenemos también el Amazonas, donde pueden hacer un intercambio cultural con comunidades indígenas."	223
	"La Guajira, a pesar de que tiene tantos problemas en términos de pobreza, también es muy visitado el Cabo de la Vela"	224
	"El 70% del territorio de Bogotá es rural y el IDT (Instituto Distrital del Turismo) le está apostando con todo al turismo rural en la ciudad"	225
	"La fortaleza que tiene la zona cafetera es que tiene diversidad de producto, ahora también en turismo de aventura. Entonces en una sola zona encuentran muchos productos y creo que eso la hace muy atractiva. "	226
	"Creo otro factor que la brecha se haga grandes es la infraestructura"	227
	"Formación y capacitación. tenemos alrededor de 2000 guías en todo el país, certificados. ¡Esos son muy poquitos! En San Andrés tenemos 2 certificados"	228
	"La verdad muchos territorios han abierto sus puertas, incluso para sus mismos locales"	229
	"yo creo que estas normas técnicas no están funcionando mucho"	230

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"Actualmente estamos trabajando también en la política pública de sostenibilidad. Creo que esa política tiene una enorme debilidad, es una política de sostenibilidad que tiene un enfoque muy ambiental"	231
	"viene de los empresarios exigiendo un poco que se reglamente, que se norme y que se produzcan proyectos e infraestructura alrededor de este tema"	232
	"Las políticas, en especial todo lo que ha surgido alrededor del turismo de naturaleza, no viene del gobierno nacional (como debería ser),"	233
Entrevistado 13	"vivir como local. experiencia tropical. Yo voy a Colombia porque en Colombia encuentro diferentes pisos térmicos, diferente biodiversidad, diferentes tipos de fauna y flora, encuentro el Amazonas"	234
	" <i>Backpackers</i> , que en muchas ocasiones lo que hacen es que quieren recorrer y vivir la experiencia latinoamericana. Entonces comienzan en Argentina y empiezan a subir hacia el norte, y son toda esta masa que se desplaza constantemente por Latinoamérica. Esos <i>Backpackers</i> buscan el ecoturismo, tener la experiencia de lo auténtico desde ese lugar. "	235



Participantes	Unidad o segmento	Número
	<p>"hay otro gran segmento, que es el segmento en el cual el Gobierno se ha enfocado mucho los últimos años, y es el segmento del “aviturismo”. Es un segmento donde la persona puede fácilmente gastarse 2000 – 2500 dólares en una semana, solo para conseguir esa foto de esa ave endémica"</p>	236
	<p>"Esta biodiversidad. ¿Qué me ofrece a mí el lugar? a biodiversidad, los pisos térmicos, los productos o la gastronomía. El hecho de que Colombia sea tan accidentada geográficamente permite que el boyacense sea auténticamente boyacense y el costeño sea auténticamente costeño"</p>	237
	<p>"Chiribiquete en el Guaviare ¡Eso es una joya! Lo que se viene con ese lugar es una cosa tremenda. Aún no está desarrollado, falta mucho por hacer. Yo ruego para que los arqueólogos, los sociólogos y todo el equipo tenga un cuidado por la preservación de ese lugar y de su gente"</p>	238
	<p>"si yo fuera la persona que pudiera decidir ante el mundo qué potencial explotaría en ecoturismo, yo seguiría quedándome con el Eje Cafetero. Seguiría quedándome con el Quindío. Seguiría quedándome con esos espacios donde tengo la experiencia café,</p>	239

Participantes	Unidad o segmento	Número
	que está muy ligada a la experiencia cacao y que está muy ligada a la experiencia del turismo."	
	"Los guías, los hoteles, la infraestructura turística, la infraestructura de guianza. Es en este punto donde el Gobierno se está enfocando y es en donde tenemos el eslabón más débil para, en verdad, poder tener una calidad ecoturística de alto perfil"	240
	"El bilingüismo. Para mí, sinceramente, la incapacidad que hemos tenido a través de varios gobiernos de no poder comunicarnos en dos idiomas nos ha hecho retrasarnos en turismo"	241
	"Total, formación y capacitación"	242
	" igual seguimos teniendo una percepción de seguridad muy variable. Un año, o más bien, un mes somos seguros y el otro mes no. Eso lo publican los análisis de seguridad de los países. Rondamos entre la “banderita roja” y la “banderita amarilla” y de pronto la verde si nos va bien en temas de seguridad"	243
	"Nosotros nos inventamos las normas técnicas para nosotros. No es que nosotros vayamos a coger una norma técnica o una certificación internacional (como “Bandera Azul”) y la meta a 5 años sea que, de las 1500 playas que hay en Colombia, 100 tengan Bandera Azul"	244

Participantes	Unidad o segmento	Número
	"es muy del sector privado, que se ha dado cuenta del verdadero potencial que hay en el ecoturismo"	245
	"Yo creo que, lo que nos ha sucedido en Colombia en tema de ecoturismo, va más desde los empresarios y cómo los empresarios han empezado a desarrollar el ecoturismo y a exigirle al gobierno que tome acción sobre este segmento (de ecoturismo). Eso es lo que ha hecho que el gobierno se mueva. "	246
	"En ecoturismo, yo creo que uno de los grandes logros de Costa Rica, es que ellos lograron volcar el ecoturismo a un concepto de sostenibilidad y pudieron ligar esa sostenibilidad a los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas. Cuando hicieron ese match, la hicieron. A nivel mundial existe la preocupación sobre la sostenibilidad, y esto viene con el espaldarazo de las Naciones Unidas y el tema de los objetivos de desarrollo sostenible para el 2030 (Global Compact). Compactaron todo, dijeron Costa Rica va en coherencia con ese asunto y eso es lo que yo vendo. "	247
	"A nivel mundial los destinos se pueden certificar con sellos de calidad internacional. Por ejemplo, en playas, hay un sello que se llama "Bandera Azul". Una persona que quiere hacer su ruta de	248

---

<b>Participantes</b>	<b>Unidad o segmento</b>	<b>Número de segmento</b>
	buceo por el mundo, lo primero que va a hacer es buscar en todas las playas del mundo cuáles tienen certificación playa azul. Eso le va a permitir asegurar que hay ciertas condiciones de calidad que se van a cumplir"	

(Tabla de elaboración propia)

## Referencias

- ANIF. (17 de Mayo de 2018). *Sector turismo: crecimiento reciente y desafíos estructurales*.  
Obtenido de Coyuntura Pyme: [anif.co.cvirtual.cesa.edu.co/Biblioteca/politica-fiscal/sector-turismo-crecimiento-reciente-y-desafios-estructurales](http://anif.co.cvirtual.cesa.edu.co/Biblioteca/politica-fiscal/sector-turismo-crecimiento-reciente-y-desafios-estructurales)
- Asgharzadeh, A., & Mousavi, M. (2012). Social and financial barriers against ecotourism expansion in Iran. *Iranian journal of research in nature tourism management*, 48-59.
- Bell, C. (2008). 100% PURE New Zealand: Branding for. *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 345-355.
- Björk, P. (2000). Ecotourism from conceptual perspective, an extended definition of a unique tourism form. *International Journal of Tourism Research Vol 2*, 189-202.
- Bringas Róbago, N., & Ojeda Revah, L. (2000). El ecoturismo: ¿Una nueva modalidad del turismo de masas? *Economía, Sociedad y Territorio*, II(7), 373-403.
- Buckley, R. (1994). A Frame work for Ecotourism. *Annals of Tourism Researh Vol. 21*, 661-669.
- Buelvas Meza, C., Rojas Sevilla, S., & Tinoco Cantillo, U. (2014). Análisis Socioeconómico y Potencialidades Ecoturísticas en la Ciénaga La Caimanera. *Desarrollo Gerencial*, 122-139.
- Choy-Sheung, S., Atang, A., Lo, M.-C., & Ramayah, T. (2017). Community Perceptions on the Usage of Digital Marketing for Homestays: The Case of Ba'Kelalan, Malaysia. *International Journal of Business and Society*, 775-782.

Clavijo, S. (16 de Mayo de 2018). *Sector turismo: ¿Cómo luce Colombia frente a sus pares?*

Obtenido de ANIF: [anif.co.cvirtual.cesa.edu.co/Biblioteca/politica-fiscal/sector-turismo-como-luce-colombia-frente-sus-pares](http://anif.co.cvirtual.cesa.edu.co/Biblioteca/politica-fiscal/sector-turismo-como-luce-colombia-frente-sus-pares)

Colombian Hostels. (13 de Junio de 2018). *Estudio del mercado Backpacker*. Obtenido de

Colombian Hostels: <https://colombianhostels.com.co/estudio-del-mercado-backpacker/>

Coppin, L. (1992). Ecoturismo y América Latina: Una aproximación al tema. *Estudios y*

*Perspectivas en Turismo*, 7-14.

Crespo Jareño, J. A. (Septiembre de 2018). Ecoturismo: análisis del nuevo paradigma ecológico

en un contexto multipaís. 1-404. Albacete.

Das, M., & Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament?

*TourismManagement Perspectives*, 3-16.

Dias, R. (2008). Marketing Ecológico y Turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 140-155.

Divinagracia, L., Divinagracia, M. R., & Divinagracia, D. (2012). Digital Media-Induced

Tourism: The Case of Nature-based Tourism (NBT) at East Java. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*(57), 85-94.

Duffy, L., & Fogle, E. (2018). Guiding practices for implementing an eco-certification program:

A case study of Ecotourism Australia. *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, 15.

Obtenido de <http://ertr.tamu.edu>

Enríquez Martínez, M. A. (2010). Ecoturismo mexicano: la promesa, la realidad y el futuro. Un

análisis situacional mediante estudios de caso. *El Periplo Sustentable.Turismo y*

*Desarrollo.*, 37-67.

- Fernández, V. R. (2003). *Política para el desarrollo del ecoturismo*. Bogotá: Ministerio de desarrollo económico.
- Firth, T., & Hing, N. (1999). Backpacker hostels and their guests: attitudes and behaviours relating to sustainable tourism. *Tourism Management*(20), 251-254.
- Fondo de Promoción Turística Colombia. (2019). *Diagnóstico, visión y estrategias del sector de turismo a nivel nacional y regional*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Fondo de promoción turística de Colombia. (2012). *Investigación internacional de mercados para la región de américa*. Bogotá: Ministerio de comercio, industria y turismo.
- Foro Económico Mundial. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Ginebra: World Economic Forum.
- García Fuentes, M. (17 de Diciembre de 2018). *¿Quiénes son los Baby Boomers? (y por qué debes enamorarlos)*. Obtenido de Revista Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/324880>
- González Fernández-Villavicencio, N. (2016). Bibliotecas, medios y métricas de la web social. *Anales De Documentación*, 1-13.
- Guerrero Rodríguez, R. (2010). Ecoturismo Mexicano: la promesa, la realidad y el futuro. *El Periplo Sustentable: Turismo y Desarrollo*, 37-67.
- Gummerus, J., Liljander, V., Weman, E., & Pihlström, M. (2012). Customer engagement in a Facebook brand community. *Management Research Review*, 857-877.

- Gutiérrez Montoya, G. A., Sánchez Jiménez, M. Á., & Galiano Coronil, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 135-150.
- Hernández Ramírez, N. (2010). Ecoturismo e infraestructura vial como detonante de la economía loca, cas de estudio Villa del Carbón. *Revista Quivera*, 37-57.
- Hernández Sanpieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico DF: McGraw-Hill.
- Ionel, M. (2019). Ecotourism and Its Importance on the Tourism Market. *Ovidius. University Annals, Economic Sciences Series*, XIX, 300-305.
- J. Walter Thompson Intelligence. (2018). *The Future 100*. London: J. Walter Thompson Intelligence.
- Lacouture, M. (23 de Noviembre de 2019). *Colombia Es Pasion*. Obtenido de Colombia Es Pasion: <http://www.colombiaespasion.com/es/>
- Latevaweb. (8 de Junio de 2018). *Customer Journey y marketing digital*. Obtenido de Latevaweb: <https://www.latevaweb.com/customer-journey-y-marketing-digital>
- Lemoine Quintero, F. Á., López Zambrano, G. L., & Valls Figueroa, W. (2018). LA PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES COMO UNA ALTERNATIVA SOSTENIBLE PARA EL DESTINO TURÍSTICO BAHÍA DE CARÁQUEZ - ECUADOR. *FACE*, 18(1), 22-32.
- Linares, H. L. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 453-466.



- Mara Mazaro, R., & Varzin, G. (2018). Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad. *Revista de Administración Contemporánea*, 789-809.
- Martín-Cabello, A. (2014). «BACKPACKER» In Chile as an expression of global youth subculture. (U. d. Murcia, Ed.) *Cuadernos de Turismo*(34), 405-407.
- McCulloch, J. (1991). Backpackers: The growth sector of the Australian tourism. 7-14.
- Mehmetoglu, M. (2010). Accurately identifying and comparing sustainable tourists, nature - based tourists, and ecotourists on the basis of their environmental concerns. *Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 171-199.
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (1 de julio de 2010). Decreto No. 2372. Bogotá, Colombia: Diario oficial de la República de Colombia.
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial de Colombia. (10 de Julio de 2006). Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 001-1. Bogotá: Incontec.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Diagnóstico Turismo de Naturaleza en Colombia*. Bogotá.
- Ministro del Interior y de Justicia. (30 de Septiembre de 2003). Decreto No. 2755. Bogotá, Colombia: Diario Oficial de la República de Colombia.
- Molina -Murillo, S. (2019). Certificación turística sostenible y los impactos socioeconómicos percibidos por hoteles en Costa Rica. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, PASOS*, 17(2), 262-372. Obtenido de <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.025>

- Molina, C. M. (Julio de 2011). Ecoturismo en Colombia: una respuesta a nuestra invaluable riqueza nacional. *TurYDes*, 4(10), 1. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/10/cdmm.htm>
- Murphy, L., & Brymer, E. (2010). Backpackers and sustainable tourism: exploring the potential. *Global sustainable tourism* (págs. 733-749). Mbombela: Tshwane University of Technology.
- Noer Fatanti, M., & Suyadnya, I. (2015). Beyond User Gaze: How Instagram Creates Tourism Destination Brand? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1089-1095.
- O'Regan, M. (2010). Back packer Hostels: Place and Performance. En K. Hannam, & A. Diekmann, *Beyond Backpacker Tourism: Mobilities and Experiences* (págs. 85-101). Bristol: Channel View Publications.
- Ojeda, A., García de Fuentes, A., Romero, D., & Fraga, J. (2019). El ecoturismo como herramienta de conservación en. *Revista Cartográfica*(101), 155-171.
- Orgaz Agüera, F., & Castellanos Verdugo, M. (2013). Conceptualización y consideraciones en torno al ecoturismo. *Revista en Investigación de Turismo y Desarrollo Local*, 5.
- Ospina Díaz, M. R., Mora, R., & Romero Infante, J. A. (2013). Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia por parte de las agencias de turismo localizadas en Bogotá, D.C. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 7-28.

- Parques Nacionales Naturales de Colombia. (26 de Octubre de 2020). *Sistema de Parques Nacionales Naturales*. Obtenido de Parques Nacionales Naturales de Colombia: <https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/sistema-de-parques-nacionales-naturales/>
- Parra-Lopez, E., Martínez-González, J., & China-Martín, A. (2019). Drivers of the formation of loyalty toward tourism destinations. *European Journal of Management and Business Economics*, 66-82.
- Pozo, H., & Tachizawa, T. (2018). Marketing and social responsibility: an exploratory study of local tourism. *Tourism & Management Studies*, 39-49.
- Răzvan, D., & Sabou, G. (2012). Influence of social media in choice of touristic destination. *Cactus Tourism Journal*, 24-30.
- Rebollo Soto, N. (2012). *Ecoturismo* (Primera ed.). Tlalnepantla: Red Tercer Milenio.
- Reichstein, C., & Härting, R.-C. (2018). Potentials of changing customer needs in a digital world – a conceptual model and recommendations for action in tourism. *Procedia Computer Science*, 1484-1494.
- Riasi, A., & Pourmiri, S. (2015). Effects of online marketing on Iranian ecotourism industry: Economic, sociological, and cultural aspects. *Management Science Letters*, 915-926.
- Rodríguez Medina, J. (1 de Junio de 2020). *Periódico Portafolio*. Obtenido de Portafolio.co: <https://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/turismo-en-colombia-de-nuevo-petroleo-a-sector-marginal-541344>
- Ryan, C., & Mohsin, A. (2003). Backpackers in the Northern Territory of Australia: motives, behaviours and satisfactions. *International Journal of Tourism Research*, 113-131.

- Sánchez Jiménez, M., Gutiérrez Montoya , G. A., & Galiano Coronil, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, VIII(15), 135-150.
- Scheyvens, R. (2002). Backpacker Tourism and Third World Development. *Annals of Tourism Research*(29), 44-164.
- Shokoohyar, S. (2019). Determinants of Backpackers' Perceptions of Security? A WOM-based Approach. *e-Review of Tourism Research*, 249 - 270.
- Sotiriadis, M. D., & van Zyl, C. (2013). Electronic word-of-mouth and online reviews in tourism services: the use of twitter by tourists. *Electronic Commerce Research*, 103-124.
- Stowell, G. (4 de Octubre de 2018). *Empresarios Colombia se preparan para promover ecoturismo en medios digitales*. Obtenido de Eje 21:  
<https://www.eje21.com.co/2018/10/empresarios-colombia-se-preparan-para-promover-ecoturismo-en-medios-digitales/>
- Subdirección de Sostenibilidad y Negocios Ambientales. (2019). *Comportamiento de visitantes a áreas protegidas nacionales con vocación ecoturística*. Bogotá. Obtenido de <https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/11/informe-visitantes-2019-final.pdf>
- Tutunea, M. F. (2016). Maturity in Digital Environment -evolution, Activity and Promotion. Case Study Regarding Travel Agencies From Cluj- napoca. *Journal of tourism – studies and research in tourism*, 53-60.

- Valverde Sánchez, R. (2018). Conservation Strategies, Protected Areas, and Ecotourism in Costa Rica. *Journal of Park and Recreation Administration*, 36, 115–128. Obtenido de <https://js.sagamorepub.com/jpra/article/view/8355>
- Vargas Riaño, D. (6 de Junio de 2019). *Turistas extranjeros gastan en promedio US\$1.200 en el país*. Obtenido de portafolio.co: <https://m.portafolio.co/economia/turistas-extranjeros-gastan-en-promedio-us-1-200-en-el-pais-530348>
- Zainal Abidin, H., Scarles, C., & Lundberg, C. (2019). Digital Collaboration: A Solution for Destinations. *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, 205-214.