

**El rafting como práctica turística de aventura articulada al turismo deportivo en el  
municipio de San Gil**

Diego Fernando Olea Arjona

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá D.C.

2018

**El rafting como práctica turística de aventura articulada al turismo deportivo en el  
municipio de San Gil**

Diego Fernando Olea Arjona

Director

Alvelayis Nieto Mejía

Trabajo de grado para optar al título de Hotelería y Turismo.

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá D.C.

2018

## **Agradecimientos**

**Quiero agradecer:** Primeramente, a Dios y a mi familia por el apoyo brindado, a la universidad y a los profesores por su dedicación y tiempo brindado y a la empresa DORADO EXTREMO por su colaboración con el trabajo de campo. A ellos muchas gracias.

## **Resumen**

Este proyecto se desarrolla sobre la idea de llevar el municipio de san gil, que está muy bien establecido como uno de los mejores destinos de turismo de aventura a nivel Colombia, a un nivel de turismo deportivo el cual atrae un segmento de turismo un poco diferente que es más grande con el fin de potencializar el destino no solo como un destino fuerte de turismo de aventura sino también como un municipio capaz de sostener eventos deportivos generando así un desarrollo mucho más grande para este municipio. Para esto se realizará un estudio del municipio como tal seguido de las partes legales necesarias para el desarrollo de la idea, se buscará información que ayude a llevar a cabo esta idea.

*Palabras claves:* Rafting, Turismo, Deporte, San Gil, Evento, Agencias.

## Tabla de contenidos

Introducción .....	12
1. Planteamiento del problema.....	13
2. Objetivos .....	15
2.1. Objetivo general .....	15
2.2. Objetivos específicos.....	15
3. Justificación .....	16
4. Marcos de referencia.....	17
4.1. Marco metodológico .....	17
4.1.2. Metodología de la investigación.....	17
4.1.3. Enfoque cualitativo.....	17
4.1.4. Enfoque cuantitativo.....	18
4.1.5. Participantes.....	18
4.1.6. Muestra.....	18
4.1.7. Técnicas e instrumentos para utilizar.....	19
5.1. Marco teórico .....	20
5.1.1. Turismo deportivo.....	20
5.1.2. Eventos Deportivos y el Turismo.....	22
5.1.3. Rafting.....	23
5.1.4. Turismo de aventura.....	25
5.2. Marco conceptual .....	26
5.2.1. Turismo deportivo.....	26
5.2.2. Rafting.....	26
5.2.3. Turismo de aventura.....	26
5.3. Marco geográfico .....	26
5.3.1. San Gil, Santander.....	26
5.4. Marco Legal .....	28
5.4.1. Ley 300 de 1996.....	28
5.4.2. Resolución 3860 del 28 de diciembre de 2015.....	28
5.4.3. NTS AV 010 (Norma técnica sectorial): Requisitos para la operación de actividades de rafting en turismo de aventura.....	29
5.4.4. Reglamento de competencia.....	29
6. Capítulo I .....	30

Caracterización del Rafting como deporte de aventura en el municipio de San Gil. ....	30
6.1. Rafting como practica de turismo de aventura.....	30
6.2. El Rafting en Colombia.....	31
6.2.1. Cundinamarca, Tobia.....	32
6.2.2. San Agustín.....	33
6.2.3. Quindío.....	34
6.3. Reglamento para el rafting en Colombia.....	34
6.4. Formato de caracterización .....	36
6.4.1 Rafts.....	36
6.4.2. Chalecos.....	37
6.5.3. Remos o paletas .....	38
6.5.4. Cascos.....	39
6.5.5. Transporte.....	40
6.5.6. Prestador de servicios.....	41
6.5.7. Hotel Dorado.....	42
6.5.8. Colasistencias.....	43
6.5.9. Recapitulación de resultados de la caracterización.....	44
6.6. Encuestas.....	45
6.6.1. Resultados.....	45
6.6.3. Gráficos y análisis de los resultados.....	47
6.6.3.5. ¿Con quién realiza la práctica del Rafting en el municipio de San Gil?: .....	49
6.7. Entrevistas .....	53
6.7.1. Matriz de caracterización de la Entrevista.....	54
6.7.2. Análisis de las opiniones de los expertos.....	58
7. Capitulo II.....	61
Comparar modelos de eventos turístico-deportivo a partir del Rafting para identificar factores de éxito.....	61
7.1. Antecedentes de turismo deportivo .....	61
7.1.2. Bogotá.....	61
7.2. Rafting.....	62
7.2.1. San Gil.....	62
7.2.2. Barranquilla.....	62
7.2.3. Betania.....	62

7.3. Experiencias internacionales de turismo deportivo.....	63
7.3.1. Argentina 2018. ....	63
7.3.2. Al-Ain, Abu Dhabi, 2016. ....	63
7.3.3. Indonesia, 2015.....	63
7.4. Matriz de comparación de factores de éxito.....	65
7.4.1. Argentina. ....	65
7.4.2. Japón.....	65
7.4.3. Ecuador. ....	66
7.4.3. Costa Rica.....	66
7.5. Análisis de factores de éxito.....	67
7.5.1. Argentina. ....	67
7.5.2. Japón.....	68
7.5.3. Ecuador.....	68
7.5.4. Costa Rica.....	69
7.5.5. Comparación de factores de éxito con la opinión propia. ....	70
8. Capitulo III.....	71
Desarrollar una propuesta de turismo deportivo que esté articulada a las prácticas de rafting en el municipio de San Gil. ....	71
8.1 Producto turístico .....	71
8.2. Introducción al producto turístico deportivo de San Gil .....	75
8.3. Componentes procedimentales para la construcción del producto turístico .....	75
8.4. Perfil del cliente .....	76
8.5. Itinerario .....	76
8.6. Ruta .....	78
8.7. Costeo.....	78
8.8. Estrategia de mercadeo.....	81
8.8.1. Perfil del cliente potencial. ....	81
8.8.2. Estrategia de comunicación.....	81
8.8.3. Estrategia de promoción.....	82
8.8.4. Comercialización.....	83
8.9. Acceso .....	83
8.9.1. Terrestre.....	83
8.10. Oferta y demanda .....	85

8.10.1. Oferta .....	85
8.10.2. Demanda .....	88
8.11. Atractivos .....	89
8.11.1. Atractivos naturales complementarios al evento .....	89
8.11.2. Artificiales. ....	91
8.11.3. Humano. ....	95
8.12. Facilidades.....	95
8.12.1. Alojamiento. ....	95
8.12.2. Alimentos y Bebidas.....	99
8.12.3. Entretenimiento. ....	101
8.12.4. Complementarios.....	104
Conclusiones .....	106
Referencias.....	108
Anexos .....	111



## Lista de figuras

Figura 1 Mapa San Gil Fuente: Google Maps (2019).....	27
Figura 2 Rafting Tobia Fuente: Google images (2019).....	32
Figura 3 Rafting Cundinamarca Fuente: Google images (2019).....	33
Figura 4 Rafting San Agustín Fuente: Google Images (2019) .....	33
Figura 5 Rafting Quindío Fuente: Google images (2019).....	34
Figura 6 Torta de tabulación de edad Fuente: Propia .....	47
Figura 7 Torta de tabulación de genero Fuente: Propia.....	47
Figura 8 Torta de tabulación de pregunta numero 1 Fuente: propia.....	48
Figura 9 Torta de tabulación pregunta 2 Fuente: Propia.....	48
Figura 10 Torta de tabulación pregunta 3 Fuente: Propia.....	49
Figura 11 Torta de tabulación pregunta 4 Fuente: Propia.....	50
Figura 12 Torta de tabulación pregunta 5 Fuente: Propia.....	50
Figura 13 Torta de tabulación pregunta 6 Fuente: Propia.....	51
Figura 14 Torta de tabulación pregunta 7 Fuente: Propia.....	51
Figura 15 Torta de tabulación Pregunta 8 Fuente: Propia .....	52
Figura 16 Torta de tabulación pregunta 9 Fuente: Propia.....	52
Figura 17 Mundial de rafting 2013 H2H Fuente: IRF .....	64
Figura 18 Mundial de Rafting Downriver Fuente: IRF .....	64
Figura 19 Mapa Trazado de competencia Fuente: Propia y Google Maps.....	78
Figura 20 Mapa Vía San Gil - Bogotá Fuente: Google Maps.....	84
Figura 21 Mapa San Gil - Bucaramanga Fuente: Google Maps.....	85
Figura 22 Aventura Total Fuente: Google images.....	86
Figura 23 Agencia Dorado Extremo Fuente: Propia.....	87
Figura 24 Agencia San Gil Travel Fuente: Google images .....	87
Figura 25 Parque natural Gallineral Fuente: Google images.....	89
Figura 26 Rio Fonce Fuente: Google images .....	90
Figura 27 Quebrada Curití Fuente: Google images .....	90
Figura 28 Pozo azul Fuente: Google images .....	91
Figura 29 Catedral de la Santa Cruz Fuente: Google images .....	92
Figura 30 Santuario de María Auxiliadora Fuente: Google images .....	92

Figura 31 Plaza de mercado de San Gil Fuente: Google images.....	93
Figura 32 Plaza central San Gil Fuente: Google images .....	94
Figura 33 Feria San Gil Fuente: Google images.....	94
Figura 34 Hotel Dorado Extremo Fuente: Propia.....	96
Figura 35 Hotel Riviera Fonce Fuente: Hoteles San Gil .....	96
Figura 36 Hotel Puerto Bahía Fuente: Google images .....	97
Figura 37 Hotel Posada campestre Fuente: Google images.....	98
Figura 38 Balcón Sangileño Fuente: Tripadvisor .....	99
Figura 39 Restaurante El Maná Fuente: Google images .....	99
Figura 40 Restaurante Mesón del Arriero Fuente: Google images.....	100
Figura 41 Restaurante Casona china Fuente: Propia .....	100
Figura 42 Bar Doggy Style Fuente: Google images .....	101
Figura 43 Bar Giratorio Múnich Fuente: Google images .....	102
Figura 44 Queen 1991 disco bar Fuente: Google .....	102
Figura 45 Centro comercial San Gil Plaza Fuente: Google images.....	103
Figura 46 Centro comercial El puente Fuente: Google images .....	103
Figura 47 Colasistencias Fuente: Propia.....	104
Figura 48 Hospital Regional de San Gil Fuente: Google images .....	104

## Lista de tablas

Tabla 1 Objetivo específico .....	19
Tabla 2 Objetivo específico #2 Fuente: Propia.....	19
Tabla 3 Objetivo específico #3 Fuente: Propia.....	20
Tabla 4 Formato de caracterización Rafts Fuente: Propia .....	36
Tabla 5 Formato de caracterización Chalecos Fuente: propia .....	37
Tabla 6 Formato de caracterización Remos o Paddles Fuente: propia .....	38
Tabla 7 Formato de caracterización Cascos Fuente: propia .....	39
Tabla 8 Formato de caracterización Transporte Fuente: Propia .....	40
Tabla 9 Formato de caracterización Agencia de viaje Fuente: propia.....	41
Tabla 10 Formato de Caracterización Hotel fuente: Propia.....	42
Tabla 11 Formato de caracterización Colasistencias Fuente: Propia.....	43
Tabla 12 Tabla de resultados de encuestas Fuente: propia .....	45
Tabla 13 Matriz de caracterización de la entrevista Fuente: Propia .....	54
Tabla 14 Matriz de comparación Argentina Fuente: Propia.....	65
Tabla 15 Matriz de comparación Japón Fuente: Propia.....	65
Tabla 16 Matriz de comparación Ecuador Fuente: propia.....	66
Tabla 17 Matriz de comparación Costa Rica Fuente: propia.....	66
Tabla 18 Tabla de itinerario Fuente: Propia .....	76
Tabla 19 Tabla de costeo Fuente: Propia.....	78

## **Introducción**

El presente trabajo es la consecución a una idea que surge en anteproyecto de grado la cual es establecer un tipo de turismo nuevo en el municipio de San Gil, Santander, el cual funcione como respuesta a la nueva competencia que está surgiendo a nivel nacional. Hoy en día el turismo de aventura es uno de los factores de desarrollo más fuertes por esta razón muchos municipios lo han adoptado como línea económica teniendo resultados muy positivos. Pero esto resulta en que entre más municipios lo hagan, la competencia aumenta, por esta razón muchos de los lugares donde ya se había establecido el turismo de aventura han tenido que buscar nuevas alternativas para no perder público. Por esta problemática es que se busca la solución en el turismo deportivo ya que es una rama del turismo la cual es poco mencionada dentro del turismo en Colombia.

En el primer capítulo se busca realizar una caracterización del servicio prestado en el municipio de San Gil en torno al rafting con la finalidad de conocer y analizar las prácticas y equipos de las empresas de San Gil. Para esto se realizan unas matrices de análisis de los equipos de una empresa que colaboro con la investigación y presto sus equipos para tomar evidencias fotográficas. Además de eso se caracterizó el servicio utilizando la herramienta de la encuesta aplicada a las personas que realizaron la actividad no solo con la empresa sino también con varios prestadores del servicio.

El segundo capítulo tomo como temática el análisis de eventos que ocurrieron en el exterior con la finalidad de obtener unos factores de éxito que posiblemente se pudieran aplicar a la idea presentada en este trabajo. Se analizaron mundiales de Rafting ocurridos en diferentes partes del mundo como lo son Argentina, Japón, entre otros los cuales después de un análisis se pudiera saber cuáles fueron esos factores de éxito que llevaron al evento a su desarrollo óptimo y además de eso saber en qué medida fueron benéficos para las ubicaciones donde se realizaron.

En el tercer capítulo se aborda la idea de establecer un producto turístico que presente un evento turístico – deportivo en el municipio de San Gil como resultado de los capítulos anteriores y se busca presentarlo como el resultado a la problemática de la competencia creciente en Colombia.

## 1. Planteamiento del problema

En la actualidad el municipio de San Gil es uno de los fuertes turísticos no solo de la región de Santander sino también de Colombia gracias a su infraestructura dedicada al turismo de aventura y al turismo de descanso, su desarrollo gracias a las facilidades para la práctica de actividades de aventura y su inversión por parte de la alcaldía hacia las infraestructuras turísticas hace que San Gil sea un municipio con un potencial enorme para el desarrollo de un turismo deportivo, el cual requiere de unas mejores características como lo son hoteles con capacidad de alojar una cantidad de personas más grande, durante un tiempo más prolongado, además también hacer que sus empresas sean capaces de no solo realizar la actividad turística sino también poder organizar eventos de gran magnitud como lo serán los eventos deportivos que se buscan establecer en el pueblo.

Hoy San Gil tiene una capacidad de alojamiento e infraestructuras grande en comparación a otros municipios o inclusive ciudades turísticas y este a pesar de que es un gran factor que ayuda el municipio, también lo acerca a la posibilidad de crear un turismo deportivo y aunque existe esta posibilidad, no se ha tenido como objetivo, ya que en el municipio se prioriza el turismo de aventura y turismo de descanso y no se contemplan otras alternativas de desarrollo turístico que ayuden a potencializar o mejorar el destino, por esta razón existe un problema inicial donde el municipio no contempla otras alternativas a que tiene actualmente, allí es donde entra el turismo deportivo que trae factores de desarrollo económico y la llegada masiva de turistas, además de crear una publicidad y un posicionamiento no solo a nivel local sino también puede llegar a ser a nivel internacional en el corto plazo, esto se evidencia a simple vista ya que San Gil se ha estancado de cierta manera a dedicarse primordialmente al turismo de aventura y solo publicitar de manera masiva las actividades que se tienen allí, además de articular todas las infraestructuras en torno a este, y aunque esto es un factor que facilita el establecer el turismo deportivo, su objetivo sigue sin ser ese.

Otro de los problemas que abarca San Gil es que hoy en día muchos municipios o pueblos están apuntando a lo mismo que ellos, el establecer una infraestructura de turismo de aventura, lo cual se ve como un tipo de “competencia” ya que estos pueden llegar a tener mejores rutas de acceso o simplemente estar más cerca de las grandes ciudades principales, un ejemplo de esto puede ser

Tobia en el departamento de Cundinamarca, cerca de la ciudad de Bogotá y esto restara mercado o clientela a San Gil de manera directa o indirecta.

Por esta razón el agente de desarrollo de San Gil, el turismo de aventura puede llegar a un punto donde deje de ser lo que es. Además de que estas no son las únicas causas por las cuales San Gil tendría que llegar al punto de buscar otras alternativas de desarrollo, también existen la variedad de recursos existentes en distintas partes de Colombia para el turismo de aventura, los cuales en un futuro cercano pueden llegar a ser aprovechados de una manera masiva. También el tener solo un objetivo de mercado o plan de desarrollo es contraproducente. Y si solo se tiene un agente de desarrollo que en este caso es el turismo de aventura el pueblo de San Gil podría llegar a dejar de ser el fuerte turístico que es hoy en día a pesar de su fortaleza para el turismo de aventura. Además de que el mercado turístico de Colombia está en constante desarrollo y evolución, queriendo traer siempre más turistas extranjeros además de incentivar el turismo interno, además de que las exigencias de calidad siempre están en aumento y más aun con un mercado extranjero donde se querrá siempre dar un servicio de mayor calidad frente a los demás competidores, y la tendencia del crecimiento de ofertas turísticas hará que los destinos ya estipulados busquen maneras de primero mantenerse competentes en el mercado y segundo buscar nuevas alternativas que incentiven el desarrollo de los mismos.

## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo general**

Proponer el rafting como práctica turística de aventura articulada al turismo deportivo en el municipio de San Gil

### **2.2. Objetivos específicos**

- Caracterizar la práctica del rafting como deporte de aventura en el municipio de San Gil.
- Comparar modelos de eventos turístico-deportivos a partir del rafting para identificar factores de éxito.
- Desarrollar una propuesta de turismo deportivo que esté articulada a las prácticas de rafting en el municipio de San Gil.

### **3. Justificación**

La presente investigación se realiza como alternativa de proyecto de grado, con la finalidad de presentar una investigación sobre turismo deportivo aplicado al rafting practicado en el municipio de San Gil Santander, presentando resultados y cumpliendo los objetivos propuestos por el tutor y el trabajo como tal, además de que se tiene un objetivo de presentar un trabajo sobre un tipo de turismo el cual no ha sido materia grande de estudio en la universidad además de no tenerse presente en gran medida en el país o en el municipio al cual se buscará aplicar todos los conceptos analizados y propuestos en el presente trabajo.

La investigación comienza con el objetivo de obtener y presentar resultados, realizar comparaciones los cuales se buscarán aplicar al municipio de San Gil para crear una conciencia sobre un posible factor de que a futuro puede traer distintos beneficios para el municipio. Que no solamente puede aplicar a este municipio, sino que también puede llegar a ser un ejemplo para otros lugares en Colombia los cuales se pueden fijar en un turismo deportivo por alguna facilidad o recurso turístico que tengan. Además, generar una conciencia sobre el turismo deportivo y todos los beneficios y desventajas que trae para así consolidar una herramienta de desarrollo en distintas partes.

Se aplicará en el municipio de San Gil ya que su desarrollo como destino de turismo de aventura ha sido muy grande y tienen hoy en día facilidades que les permite calificar como un posible destino de turismo deportivo, y las cuales ayudan a crear un desarrollo más grande para diferentes agentes como serán primeramente la población por la inversión que se buscará realizar y los resultados de la investigación, y como segunda parte, las entidades o empresas turísticas de la región las cuales tendrán el manejo de la actividad conjunto con la alcaldía, y se buscará que San Gil pase de ser uno de los mejores destinos turísticos por excelencia de Colombia a ser uno de los reconocido a nivel de Latinoamérica por la publicidad y promoción, que se buscará obtener con el desarrollo de actividades de gran magnitud como lo serán los eventos deportivos, en este caso aplicados al rafting.



## 4. Marcos de referencia

### 4.1. Marco metodológico

#### 4.1.2. Metodología de la investigación.

La investigación tendrá un enfoque mixto, que relacionará el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo con el objetivo general del proyecto.

#### 4.1.3. Enfoque cualitativo.

El enfoque cualitativo como su nombre lo dice busca analizar cualidades o comportamientos de distintos temas para así obtener información de estos y generar preguntas o hipótesis. Ayuda mucho a la creación de un proyecto cuando este tiene que ver más con los aspectos sociales o culturales y relacionen comportamiento de la sociedad a la cual se va a estudiar, este enfoque a diferencia del enfoque cuantitativo puede ayudar a obtener preguntas o hipótesis antes, durante y después del proceso de obtención de información ya que tiene un proceso más circular y su actividad indagatoria tiene mucha más relación de ida y vuelta, es decir se interrelaciona más con el objetivo a estudiar

“El método de investigación cualitativa es la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados.” (Sinnaps, 2012). El enfoque cualitativo es el enfoque que busca analizar e interpretar aspectos El enfoque cualitativo que tendrá la investigación se debe a que se querrá analizar un evento en particularidad el cual será el mundial de rafting realizado en octubre del año 2018 en la provincia de Neuquén en argentina el cual será un evento deportivo que se relaciona con el turismo. Se quiere analizar este evento ya que la provincia de Neuquén tiene cierta similitud con San Gil en materia turística, por esta razón que analizara este evento y se proyectara para la realización de un evento similar en el municipio de San Gil. También se busca analizar la participación de los turistas junto con el evento para analizar los beneficios que trae el evento.

“Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Sampieri, 2014) Con este enfoque se busca obtener preguntas las cuales lleven a resultados positivos para el trabajo y así tener una perspectiva más aterrizada de la situación en San Gil.

#### **4.1.4. Enfoque cuantitativo.**

“El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Sampieri, 2014). El enfoque cuantitativo busca analizar números, estadísticas y datos físicos numéricos, este enfoque se basa bastante en las variables que pueden tener los aspectos de investigación y busca probar las variables y su repercusión para el proyecto, es más estricto que el enfoque cualitativo ya que tiene una serie de pasos los cuales no pueden ser obviados ya que se requieren para avanzar con cada paso. Tiene muy en cuenta los datos estadísticos y proyecciones que pueden obtenerse con estos, y así tener una visión de cómo podría comportarse el proyecto.

“Los métodos cuantitativos aportan valores numéricos de encuestas, experimentos, entrevistas con respuestas concretas para realizar estudios estadísticos y ver cómo se comportan sus variables.” (Sinnaps, 2012). La investigación tomara también un enfoque cuantitativo ya que como su definición lo dice, este consiste en el análisis de datos numéricos y estadísticos. El proyecto busca analizar los datos estadísticos de entrada de turistas o visitantes a los lugares donde se realizan eventos deportivos, divisas aportadas, inversión, ganancia, y demás valores estadísticos relacionados con el turismo deportivo con la finalidad de tener una idea de proyección de un evento de este tipo en el municipio de San Gil. Además, también se querrán analizar las estadísticas de impacto en las ciudades o pueblos donde se realicen eventos deportivos para prever beneficios o contras que tiene el desarrollo de estas.

#### **4.1.5. Participantes.**

En este proyecto participaran:

- La comunidad del pueblo de San Gil, Santander
- Las empresas prestadoras de servicios de turismo de aventura en San Gil, Santander
- Gobernación de San Gil, Santander
- Turistas

#### **4.1.6. Muestra.**

La muestra del proyecto se basará en las empresas prestadoras de servicios turísticos de aventura, los turistas y las entidades gubernamentales que reglamenten lo relacionado con el proyecto.

#### 4.1.7. Técnicas e instrumentos para utilizar.

##### 4.1.7.1. *Objetivo específico #1.*

Tabla 1

*Objetivo específico #1*

<b>Objetivo específico</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
<b>• Caracterizar la práctica del rafting como deporte de aventura en el municipio de San Gil.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Observación</li> <li>- Entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía</li> <li>- Formato de entrevista semiestructurada</li> <li>- Matriz de caracterización.</li> </ul>

**Nota:** Autoría propia.

##### 4.1.7.2. *Objetivo específico #2.:*

Tabla 2

*Objetivo específico #2*

<b>Objetivo específico</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
<b>•Comparar modelos de eventos turístico-deportivos a partir del rafting para identificar factores de éxito.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rastreo documental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Matriz de comparación</li> </ul>

**Nota:** Autoría propia.

##### 4.1.7.3. *Objetivo específico #3*

Tabla 3

*Objetivo específico #3*

<b>Objetivo específico</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
•Desarrollar una propuesta de turismo deportivo que esté articulada a las prácticas de rafting en el municipio de San Gil.	- Investigación documental	- Comparación

**Nota: Autoría propia.**

## **5.1. Marco teórico**

### **5.1.1. Turismo deportivo.**

“La participación en los eventos deportivos, sea esta como espectador o como competidor, ha representado por mucho tiempo una motivación y un interés especial en los flujos de carácter turístico” (Monterrubio, 2013, pág. 59). El turismo deportivo es una de las diferentes ramas del turismo, difiere del turismo de aventura ya que este tiene como objetivo principal el viaje o salida del lugar de residencia y llegar a un lugar donde se pueda realizar otro tipo de actividades. El turismo deportivo tiene como base algún evento competitivo fuera de la ciudad de residencia donde las personas pernoctaran y además de participar en el evento, realizaran un turismo secundario. Los eventos deportivos se remontan a muchos años atrás, inclusive a las épocas antes de cristo donde se dice que en la china se realizaban actividades deportivas de un carácter masivo, desde sus inicios los deportes significaron un desplazamiento ya sea dentro de la misma ciudad como dentro de la misma nación, por esta razón cuando se masificaron se empezó a realizar largos viajes los cuales obligaban a los participantes a dormir fuera de sus ciudades de origen. Aquí es donde entra la definición de turismo.

“El deporte y el turismo tienen una enorme repercusión socioeconómica, de la que es consciente en la mayoría de los casos la sociedad civil y que cada vez tienen más en cuenta los gobiernos” (WTO, 2002). La organización mundial de turismo (WTO) en su libro “turismo y deporte – informe introductorio” hace un reconocimiento a que el turismo y el deporte se interrelacionan de manera cada vez más frecuente y esto conlleva a un desarrollo cada vez mayor en diferentes partes del mundo. Un ejemplo de esto es el mundial de futbol el cual es uno de los eventos deportivos

más grandes del mundo, y para nadie es un secreto que el país que es escogido como sede del evento recibe un número de visitantes enorme y esto se traduce a que entra mucho dinero por este tipo de eventos a estas locaciones.

El turismo deportivo empieza a tener revuelo en 1966 ya que el deportista olímpico Don Anthony realiza un trabajo académico donde interrelaciona las actividades deportivas (como los juegos olímpicos) y el turismo, el impacto en este ya sea económico como de cantidades. Desde esa primera intervención las entidades turísticas y deportivas empiezan a interrelacionar estos dos términos de manera más frecuente según pasan los años.

“El interés que el turismo deportivo ha ganado en la comunidad académica se ha visto ampliamente reflejado en las obras especializadas. Obras completas como *Sport tourism*, de Standeven y Knop (1999), proporcionan un análisis de la naturaleza del deporte, la naturaleza del turismo y las relaciones simbióticas entre ambos” (Monterrubio, 2013, pág. 60). Desde finales del siglo XX e inicios del siglo XXI se analizó el deporte como una materia y el turismo como otra, pero sin dejar de lado la interrelación que tienen entre ellos, logrando conocer cómo se afectan cada uno entre sí y dándonos una idea de él porque son agentes que se promueven entre sí, aunque sus definiciones pueden ser diferentes.

Hablando de diferentes definiciones las dos más grandes actividades de ocio a nivel mundial son el deporte y el turismo. Posteriormente el turismo deportivo o *sport tourism* tuvo otra definición la cual fue ya más estructurada “Todas las formas activas o pasivas de la actividad deportiva, participando casualmente o de forma organizada, bien sea por razones comerciales o de negocios, pero que necesariamente implique un viaje fuera del lugar habitual de residencia o trabajo” (Standeven y De Knop, 1999). En esta definición se tiene una claridad más amplia en cuanto al turismo deportivo, se logra entender que el turismo deportivo es el que realizan las personas que tienen como objetivo la participación o la visita a un evento deportivo el cual sea fuera de su lugar de residencia.

El turismo deportivo tiene una visión diferente propuesta por diferentes estudiosos del tema y este es el turismo de eventos deportivos, el cual se enfoca en el análisis de los eventos o mega eventos deportivos que se realizan de manera poco regular o solo una vez, como un ejemplo de estos tenemos los mundiales de fútbol ya que se realizan de forma poco regular y es considerado uno de los mega eventos deportivos y turísticos más grandes del mundo. Aunque estos eventos

tiene una repercusión bastante positiva en las ciudades o pueblos donde se realiza, no siempre tiene impactos tan positivos ya que el manejar un evento deportivo o un mega evento deportivo requiere de ciertas inversiones en dinero para generar la infraestructura necesaria para llevar a cabo el evento, “Pueden resultar en grandes endeudamientos para las comunidades anfitrionas” (Monterrubio, 2013, pág. 63). Normalmente vemos que para los grandes eventos se necesita, sin importar la ciudad, una adecuación para poder llevar el evento a su cabalidad, por esta razón el endeudamiento puede ser un factor complicaste ya que, si la locación obtiene una deuda demasiado grande, a largo plazo puede ser complicado pagarla.

### **5.1.2. Eventos deportivos y el turismo.**

Si bien es cierto que los dos son agentes muy diferentes, los dos se interrelacionan de una manera mucho más grande a la que se tiene contextualizada, normalmente en las academias o lugares de estudio, el turismo deportivo es poco mencionado ya que se encuentra fuera de los tipos de turismo convencionales. En cuanto a deporte se refiere, tienen sus propias organizaciones y entes gubernamentales los cuales se encargan del planteamiento y desarrollo de estos eventos deportivos, los cuales involucran los escenarios deportivos donde se realizan los eventos y todos los equipos que estos necesiten. El turismo por otra parte se encarga de estudiar los motivos de viaje, tipos de actividades, desarrollo ambiental y social de los lugares, número de personas, servicios, y otros.

A finales del siglo XX hubo una alianza entre el comité olímpico internacional y la OMT los cuales son los dos entes más grandes en cuanto a su área se refiere, para trabajar en conjunto ya que los que se afectan de manera intrínseca, con el objetivo de realizar una actividad más organizada del turismo deportivo y la realización de los eventos deportivos como tal. Desde esta “alianza” se reconoce el turismo deportivo de manera más firme.

En cuanto a deporte existen muchísimas prácticas o deportes que tienen eventos internacionales, no solamente los mundiales de futbol o los juegos olímpicos, hay muchos deportes que se encuentran fuera de los presentados en los anteriormente dichos, por ejemplo son los deportes no convencionales los cuales son muy variados y requieren de distintas características para ser realizados, allí es donde entran las locaciones específicas para realizar estos y si las poseen pueden tener un agente de desarrollo por explotar.

Los eventos deportivos tienen muchas influencias en el turismo o en las sociedades, entre estas pueden estar los impactos económicos, sociales, culturales, y entre otros, los cuales no pueden ser pasados por alto ya que su influencia en esta es grande. Los impactos económicos son los que más se tienen en cuenta ya que estos a final de cuentas benefician de manera más positiva a la región o localización donde estos se llevan a cabo. (Monterrubio, 2013, pág. 64). “los beneficios económicos de los eventos deportivos pueden también resultar del incremento de los flujos turísticos asociados con la promoción del evento, el desarrollo inducido y los gastos de construcción, así como de la actividad comercial adicional y el desarrollo empresarial”. Es una realidad que para el desarrollo de los eventos se realiza una publicidad ya sea nacional como internacional, de manera masiva para asegurar que el evento cuente con los participantes deseados además de que tenga el reconocimiento deseado, por esta razón el incremento económico de los lugares donde se realiza el evento es notorio ya que la llegada de los asistentes siempre trae dinero o divisas, las cuales fundamentalmente se utilizan para el desarrollo de la locación ya sea en vías, edificaciones, comercio, y otras infraestructuras que pueden crearse para el evento y después de este funcionar para la ubicación ya sea en turismo, o comercio.

### **5.1.3. Rafting.**

El rafting o descenso de ríos es un deporte que se practica en ríos con un caudal fuerte, su objetivo es la navegación río abajo (hacia la corriente) desde un punto inicial hasta un punto final, pasando por las diferentes dificultades del río, las personas o tripulantes deben trabajar en equipo para dirigir la balsa o bote a través del río, se necesitan normalmente de 4 a 6 personas para realizar esta actividad. Su nombre proviene del “Raft” o en el español la balsa de goma sobre la cual se realiza la actividad sobre el río.

“los orígenes de este deporte se remontan a 1938, cuando tuvo lugar el primer descenso en un bote neumático y gran envergadura por el río Colorado, en estados unidos.” (Ziperoovich, 2003). El rafting es el resultante de la necesidad de las comunidades antiguas donde requerían navegar con productos o simplemente desplazarse, posteriormente se empieza a ver como un tipo de deporte por los años 50 donde empiezan a haber eventos deportivos dentro de las comunidades los cuales tenían como objetivo mostrar y condecorar a los mejores navegantes de los ríos en las distintas balsas. En los juegos olímpicos de 1972 en Múnich Alemania se incluyó el rafting como

deporte participante del evento. Desde este acontecimiento empezó a verse el rafting de manera más establecida en Estados Unidos y en Europa de manera simultánea.

El rafting es la actividad más conocida del turismo de aventura ya que la mayoría de las personas puede realizarla en compañía de un guía o un experto en el deporte, representa un gran porcentaje de actividad dentro del turismo de aventura, el rafting clasifica al río en diferentes niveles de dificultad:

- Aguas planas: son las aguas que son muy fáciles de navegar, tiene un número reducido de rápidos o remolinos, huecos. El recorrido en estos no se hace.
- Clase 1: son aguas de recorrido muy fácil, tiene pocos desniveles y es muy poco turbulenta.
- Clase 2: Son aguas de recorrido fácil. No representan un peligro para un nadador ya que poseen huecos de no más de 25 cm y unas turbulencias mínimas.
- Clase 3: Son aguas de recorrido intermedio donde se requiere un conocimiento del río ya que presenta peligros de consideración para los nadadores ya que puede tener huecos de hasta un metro de profundidad y puede tener una turbulencia un poco alta.
- Clase 4: Son aguas de recorrido difícil. Pueden tener huecos de hasta 2 metros de profundidad y pasos estrechos que requieren un conocimiento del río, posee peligros más elevados para los nadadores, tiene un oleaje elevado pero predecible y unas caídas de agua ligeramente grandes.
- Clase 5: Son aguas de recorrido para expertos. Son aguas muy movidas las cuales pueden tener huecos de más de 2 metros y olas grandes difíciles de predecir, pueden tener remolinos y caídas de agua y demás peligros altos que pueden representarse para los nadadores.
- Clase 6: Son aguas casi imposibles y presentan un riesgo de muerte para los nadadores, tienen remolinos, olas, huecos, caídas de agua impredecibles.

Los ríos no tienen una sola clasificación durante toda su extensión ya que siempre habrá partes donde el río es más calmado y otras donde es casi imposible su navegación.



En Colombia Existen una gran cantidad de ríos donde se puede practicar el rafting, los lugares más frecuentes donde se realiza este deporte o esta actividad turística son en el Río Fonce y el Río Suarez en San Gil en Santander, en el Río Negro en el corregimiento de Tobia en Cundinamarca, En el Río Magdalena en San Agustín Huila, En el Quindío en el Río Barragán, y en el cañón del Chicamocha en el Río Chicamocha.

#### **5.1.4. Turismo de aventura.**

“Se define como una actividad con significantes de riesgo, expediciones difíciles, y gran cuota de elementos imprevistos: el turismo donde no existe la rutina, y para grupos reducidos” (Ziporovich, 2003, pág. 97). El turismo de aventura es una rama del turismo en el cual las actividades deportivas que significan un poco de riesgo se hacen presentes y se realizan durante el viaje, en este tipo de turismo se caracteriza por ser una de las tendencias con más crecimiento dentro del ámbito del turismo mundial también por ser uno de los agentes de desarrollo con mejor respuesta para las comunidades o pueblos donde se articula. El turismo de aventura requiere de unas características especiales para poderlo articular, esto se debe a que las actividades que se realizan son actividades en ríos, montañas, cascadas, senderos montañosos, tipos de climas, entre otros. Por esta razón el turismo de aventura tiende siempre a estar fuera de las ciudades capitales o grandes ciudades, tiende a estar en pueblos o lugares donde la naturaleza es más abundante.

El turismo de aventura desde su principio habla de tener un riesgo en las actividades que se realizan, pero hoy en día se replantea ya que al hablar de riesgo se puede llegar a sentir un grado de inseguridad a la hora de realizar el turismo o la actividad como tal, por esta razón hoy en día se replantea la definición de turismo de aventura “ En la actualidad asistimos a un replanteamiento que exige adecuarse a las necesidades y posibilidades de los turistas, hablamos de un riesgo controlado, de la aventura a medida de cada uno, de la regulación del esfuerzo físico.” (Ziporovich, 2003, pág. 98). Con la nueva definición llegamos al punto de decir que el turismo de aventura ha cambiado al pasar de los años y que con el desarrollo y el estudio de este se nota que este debe acomodarse a las necesidades y facilidades del cliente además de brindarle una seguridad ante un riesgo, como nos dice Andrés Ziporovich, para que llegue al punto de ser el agente de desarrollo que se desea y que hoy en día llega a ser.

## **5.2. Marco conceptual**

### **5.2.1. Turismo deportivo.**

El turismo deportivo se divide etimológicamente se divide en dos palabras: - Turismo: “Actividad o hecho de viajar por placer” (Diccionario de la real academia española, 2014). Entonces se entenderá por turismo el hecho o actividad de desplazarse fuera del lugar habitual de residencia a otro por placer. Y deportivo viene de la palabra deporte que significa: “Actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas” (Diccionario de la real academia española, 2014). Se referirá a la práctica de un deporte establecido con un reglamento y el cual sea de manera competitiva. Por ende, el turismo deportivo será el hecho de viajar a otro lugar con un motivo u objetivo de realizar una actividad deportiva competitiva.

### **5.2.2. Rafting.**

El rafting es un deporte que se practica en ríos o aguas claras que tengan una corriente, el objetivo es la navegación por un tramo de un río hasta llegar a una meta o final. “Actividad deportiva consistente en descender por un río, en especial por su zona de aguas bravas, en balsa, canoa u otra embarcación semejante” (Diccionario de la real academia española, 2014).

### **5.2.3. Turismo de aventura.**

Esta tiene dos definiciones el primer turismo, como anteriormente se menciona, es la actividad de viajar por placer. Y aventura que se define como: “Acaecimiento, suceso o lance extraño.” (Diccionario de la real academia española, 2014). Lo significa como actividad o suceso que no es frecuente en la vida de una persona.

## **5.3. Marco geográfico**

### **5.3.1. San Gil, Santander.**

San Gil es un municipio en el departamento de Santander a 96 kilómetros de la ciudad capital Bucaramanga y a 327 kilómetros de Bogotá.



**Figura 1.** Mapa San Gil Fuente: Google Maps (2019)

San Gil es pronunciado la capital turística de Santander en el año de 2005 ya que su afluencia de turistas es bastante alta por sus atractivos naturales como lo son los ríos y las montañas que lo rodean, se encuentra en la cordillera oriental andina, por esta razón sus terrenos no son planos, sino que en su mayoría tienen una ondulación geográfica correspondiente a la montaña. Posee una gran hidrografía ya que por el pasa el caudal del río Fonce, arteria fluvial principal del pueblo, el río Monas y el río Mogoticos. Por lo que san gil es una tierra con una gran actividad agropecuaria con cultivos de distinta denominación como lo son las frutas, los cítricos, tabaco, café, azúcar, tomate, yuca, frijol, entre otros lo cual lo hace un pueblo desarrollado, además de su enorme actividad turística y hotelera.

“En el departamento de Santander, San Gil juega un papel importante dentro del sector de los servicios aparte del tema turístico, caracterizado por la banca, transporte, salud, construcción, comercio, entretenimiento y mercadeo.” (Alcaldía San Gil , 2017). El pueblo de San Gil por su desarrollo hoy en día puede tener estructuras como grandes centros comerciales, puentes, y edificios que no solo funcionan como agentes de desarrollo para San Gil, sino que también tienen repercusión para el departamento de Santander ya que San Gil es un pueblo que conecta distintos municipios y ciudades con las ciudades del Santander.

- Gentilicio: Sangileño
- Superficie: 150 Km<sup>2</sup>

- Altitud: Máxima = 2000 m.s.n.m. Media = 1114 m.s.n.m. Baja = 890 m.s.n.m.

#### **5.4. Marco legal**

Las pautas del trabajo estarán dadas acorde a las leyes que acogen el turismo en Colombia, en este caso específico serán las directamente involucradas con el turismo, el turismo deportivo, el turismo de aventura, el Rafting, y demás.

##### **5.4.1. Ley 300 de 1996.**

La ley general del turismo en Colombia, mediante esta se estipula las disposiciones generales de turismo en el territorio colombiano. Dentro de esta se encuentran diferentes títulos como:

- Título 1: Disposiciones generales
- Título 2: Descentralización de funciones
- Título 3: Planeación del sector turístico
- Título 4: Del ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo, y turismo metropolitano
- Título 5: Del turismo de interés social
- Título 6: Del mercado, la promoción del turismo, y la cooperación turística internacional
- Título 7: De la corporación nacional del turismo
- Título 8: Aspectos operativos del turismo
- Titulo 9: De los prestadores de servicios turísticos en general
- Titulo 10: Disposiciones laborales transitorias
- Titulo 11: Disposiciones finales

Por esta ley se reglamenta todo el turismo nacional. Se puede encontrar en: (Senado de la republica, 1996)

##### **5.4.2. Resolución 3860 del 28 de diciembre de 2015.**

“por la cual se reglamenta el cumplimiento de las normas técnicas sectoriales expedidas por las unidades sectoriales de normalización para las actividades del denominado turismo de aventura y sostenibilidad turística”

Resolución de ley por el cual se encuentran las normas sectoriales de turismo de aventura y las actividades relacionadas a este, ejemplo: Canotaje, Rafting, Balsaje, entre otros. Además de también encontrarse las disposiciones para la sostenibilidad turística en Colombia y todas sus normas técnicas.

(Ministerio de industria y comercio , 2015)

**5.4.3. NTS AV 010 (Norma técnica sectorial): Requisitos para la operación de actividades de rafting en turismo de aventura.**

Por la cual se reglamenta el Rafting dentro del turismo de aventura y todos los involucrados en el desarrollo de esta junto al Icontec. Dentro de esta se especifica los instrumentos mínimos para el desarrollo de la actividad dentro del territorio colombiano, las palabras importantes y definiciones clave para el conocimiento de la actividad como el concepto que es, las especificaciones mínimas para los guías acompañantes en los recorridos de la actividad.

(Icontec , 2007)

**5.4.4. Reglamento de competencia.**

Expedido por la federación internacional de Rafting en marzo de 2017 y por el cual se reglamenta y regular la competencia de este deporte. Dentro de esta de definen el tipo de competencias sean mundiales, regionales, departamentales, o festivos. Competencias previas a mundiales, categorías, niveles de competencia, requerimientos y demás elementos necesarios para el desarrollo de una competencia bajo los estándares mundiales.

(Federacion internacional de Rafting , 2017 )

## 6. Capítulo I

### Caracterización del Rafting como deporte de aventura en el municipio de San Gil.

#### 6.1. Rafting como practica de turismo de aventura

El rafting en Colombia empieza comienza como una actividad a la cual se le apostaba poco ya que el turismo en esa época no era un factor de desarrollo que se considerara fuerte para el país. El rafting toma fuerza primero en países como Costa Rica y Argentina antes de tomar fuerza en Colombia.

“Colombia no se queda atrás, su inmensa riqueza convierte esta nación en el objetivo de los amantes de la naturaleza y el ecoturismo, por ello y teniendo en cuenta la inmensa cantidad de ríos que tiene Colombia, un grupo de empresarios santandereanos decidieron adoptar el rafting para aprovechar la variada gama de opciones que ofrecen nuestras aguas, valiéndose de una pequeña balsa o raft, de la cual tomó su nombre esta práctica, y crear, en 1992, la primera empresa comercial de canotaje en los ríos Fonce y Chicamocha” (El Tiempo, 1998)

Colombia se ha caracterizado siempre por tener una amplia variedad de recursos naturales, ya sea en materia hidrográfica, de terrenos, vegetal, de flora y fauna, o animal. Por esta razón Colombia ha sido, al pasar de los años, un destino cultural y natural cada vez más grande el cual siempre se encuentra en crecimiento en sus diferentes actividades. Así empezó el rafting en Colombia, con una disposición de crecimiento catapultada por la cantidad de ríos y factores geográficos que hacen que esta actividad sea realizada con facilidad y siempre con nuevas propuestas.

En Colombia la historia del rafting no es muy clara ya que antes de establecerse las empresas que prestan este servicio turístico, ya había personas que practicaban este deporte como una actividad de ocio y más aún había muchas más personas que realizaban actividades en el río ya que en Colombia la cultura en el pueblo suele incluir que los niños tienen como actividades de ocio el nadar en ríos o realizar descensos por la corriente del río sobre neumáticos de camiones.

Con el tiempo las personas se dan cuenta que en Colombia el turismo empieza a ser un factor de desarrollo al cual se le apuesta de gran manera, y que en nuestro territorio se pueden realizar diferentes tipos de turismo, por esta razón en san gil se empieza a apostar al turismo de aventura ya que posee una gran fuerza hidrográfica. Anteriormente san gil solo era un pueblo de paso ya

que por sus ríos debían pasar embarcaciones que se dirigían a la costa así que San Gil obtenía recursos solo por ser un destino de paso de los comerciantes. Después de un tiempo se creó una desviación llamada la troncal de la Magdalena la cual ahorra tiempo y hacía que ya no fuera necesario el paso por San Gil, esto significó que San Gil perdería su factor de ingreso primario.

Javier Gómez es una persona importante en la historia del turismo de aventura en el municipio de San Gil ya que es de los primeros en establecer este tipo de turismo aprovechando los recursos que tiene el municipio.

“Hace 9 años, Javier Gómez emprendió la tarea de crear una empresa turística en Santander. Este sangileño de 45 años, abogado de la Universidad Javeriana de Bogotá y quien se desempeñó como comisario de policía y locutor de radio, terminó quitándose el saco y la corbata para meterse en el río y hacer del turismo de aventura un polo de desarrollo para Santander.” (Dinero, 2002)

Javier Gómez crea la empresa Ríos y Canoas S.A. la cual es la primera empresa de turismo de aventura en Colombia, se dedica inicialmente a la prestación del servicio de espeleología y chiva, posteriormente como lo dice el artículo, se dan cuenta que el futuro de San Gil se encuentra en el turismo de aventura, Javier viaja a Costa Rica donde el rafting se encuentra muy bien establecido con el fin de analizar la prestación del servicio y realizar alianzas para poder prestar este servicio en Colombia, Gómez llega a Colombia junto con un grupo de los mejores guías de rafting y apoyado de un raft o balsa prestado por una de las empresas de Costa Rica, con este conjunto empieza la prestación del servicio en San Gil y con el pasar de los tiempos esta empresa empieza a adquirir implementos para realizar la actividad por cuenta propia, por demanda las personas de San Gil empiezan a apostar a este turismo y empiezan a buscar la manera de prestar este servicio ellos sin la necesidad de personas de fuera del país.

El turismo de aventura a pesar de empezar de manera tímida en Santander, posteriormente se convierte en el mayor agente de desarrollo de San Gil, generando en 2002 un aumento de empleos que llegaba a 50, llegando posteriormente cerca de 800 empleos.

## **6.2. El Rafting en Colombia**

Colombia posee una gran cantidad de ríos y recursos hidrográficos, por esta razón posee una gran cantidad de cualidades para la realización de la actividad del rafting un ejemplo de estas es su variedad de niveles de dificultad en los diferentes ríos lo cual los hace perfectos para la

realización no solo de la actividad como turismo sino también como una competencia de profesionales. El rafting se realiza en diferentes lugares como lo son:

### 6.2.1. Cundinamarca, Tobia.

Cerca de la ciudad capital se encuentra Tobia, la cual es una inspección del municipio de Nimaima de la provincia del Gualivá de Cundinamarca. Antes de adoptar el turismo de aventura como factor de desarrollo principal Tobia se dedicaba netamente a la producción de panela ya que sus territorios cuentan con 3 ríos y una geografía propicia para el cultivo de la caña de azúcar. Tobia hace parte del corregimiento de Nimaima, pero en materia turística Tobia es independiente ya que su potencial lo hace el fuerte de todo el corregimiento, Nimaima también ofrece el turismo, pero su desarrollo es en Tobia.



**Figura 2.** Rafting Tobia Fuente: Google images (2019)

Hoy en día se encuentran diferentes prestadores de servicios turísticos como son los de turismo de aventura, hospedaje y alimentación los cuales hacen que tenga una capacidad turística considerable para su infraestructura local. Las vías de acceso se han arreglado con el fin de aumentar el ingreso de turistas. Y al ofrecer planes “cortos” normalmente el turista que reciben es una persona que normalmente no pernocta más de 1 o 2 noches, y realiza las actividades turísticas en un día o dos y vuelve a su lugar de residencia, la tendencia es recibir jóvenes de los 16 a los 30 ya que está enfocado más en este mercado, pero también puede recibir público mayor a los 30 y ofrecer un servicio completamente satisfactorio para los compradores.





**Figura 3.** Rafting Cundinamarca Fuente: Google images (2019)

#### **6.2.2. San Agustín.**

Cerca al pueblo de San Agustín cruza el río Magdalena, uno de los ríos más importantes de Colombia, su caudal en esta zona lo hace tener una clase de 2 a 3 la cual es la indicada para la práctica del rafting en personas no muy experimentadas, brinda una experiencia grata y cargada de adrenalina sin llevarla a un punto que pueda asustar a sus practicantes. Pero si los turistas son personas experimentadas que gozan de un viaje complicado también en el río se encuentran partes de clase 4 y 5 dependiendo la temporada y el clima las cuales aseguran un viaje muy movido y con mucha adrenalina.



**Figura 4.** Rafting San Agustín Fuente: Google Images (2019)

### 6.2.3. Quindío.

En el paisaje cafetero colombiano se encuentra el río barragán el cual posee un caudal tranquilo permitiendo a las personas menos experimentadas participar de la actividad mucho más seguros ya que posee caudales clase 2 los cuales significan aguas calmadas sin tanto movimiento en el raft, permiten que en el viaje se puedan avistar los paisajes cafeteros con sus haciendas, cultivos, y demás atributos que integran en eje cafetero.



**Figura 5.** Rafting Quindío Fuente: Google images (2019)

### 6.3. Reglamento para el rafting en Colombia

El gobierno colombiano reglamenta la actividad turística por medio del ministerio de comercio, industria y turismo mediante diferentes leyes, resoluciones, normas técnicas sectoriales (NTS) y demás disposiciones de ley la cuales emite con la finalidad de que todos los prestadores de servicio cumplan las leyes a cabalidad.

La ley principal de turismo en Colombia es la ley 300 de 1996 la cual reglamente toda la actividad turística en Colombia, de ella derivan diferentes leyes las cuales reformulan la ley 300 o la complementan con la finalidad de mantener actualizada la reglamentación en Colombia y así hacer que el turismo tenga un desarrollo constante.

La resolución 0405 de 2014 entra a modificar la ley 300 de 1996 en el artículo 5 (de los prestadores de servicios turísticos) y establece las normas técnicas sectoriales que entraran en régimen para los prestadores del denominado turismo de aventura. En el artículo primero se

definen las normas técnicas sectoriales que entran a regir el Rafting, Rapel, Espeleología, y parapente.


La Norma técnica sectorial AV010 “requisitos para la operación de actividades de Rafting en el turismo de aventura” muestra las disposiciones que se deben tener en cuenta a la hora de ofertar y realizar la actividad del rafting en Colombia, los equipos que se deben usar, y las competencias que deben tener los guías de turismo especializados en este tipo de turismo de aventura.

## 6.4. Formato de caracterización

### 6.4.1 Rafts.

Tabla 4

*Formato de caracterización Rafts*

Nombre	Raft
Fotografía	Botes de rafting
	
Descripción	
<p>Los botes o rafts utilizados en la prestación del servicio en la agencia son botes NSR la cual es una marca americana que se dedica a la producción de elementos para uso en deportes de agua como lo son el rafting, kayak, pesca, entre otros.</p> <p>Estos equipos garantizan la seguridad en el rio para los turistas y para los prestadores de servicio además aseguran una durabilidad bastante larga.</p>	
Fuente:	Diego Fernando Olea Arjona. Agencia Dorado Extremo
Elaborado por:	Diego Fernando Olea Arjona
Fecha:	28/04/2019


**Nota: Autoría propia.**



### 6.4.2. Chalecos.

Tabla 5

*Formato de caracterización Chalecos*


Nombre	Chalecos
Fotografía	Chalecos salvavidas
	
Descripción	<p>Los chalecos salvavidas que usa la agencia son nacionales, tienen la función de proporcionar flote en el río, son parte del equipo de seguridad que se le brinda al turista. Además de ayudar al turista a flotar en el río, también tienen la función de agarradera en el caso de tener que halar al turista de nuevo al raft en el caso de que se haya caído o se haya lanzado al río.</p>
Fuente:	Diego Fernando Olea Arjona. Agencia Dorado Extremo
Elaborado por:	Diego Fernando Olea Arjona
Fecha:	28/04/2019

**Nota: Autoría propia.**

### 6.5.3. Remos o paletas.

Tabla 6

*Formato de caracterización Remos o Paddles*


Nombre	Remos o paletas
Fotografía	Equipo de remos o paletas
	
Descripción	<p>Los remos o paletas o en ingles paddles son los equipos usados para remar en el rio, estos son usados para dar impulso, frenar y direccionar el bote o raft en el rio; además también es una ayuda para el turista ya que puede funcionar como extensión para alcanzar a las otras personas o el mismo guía y ser acercados al bote en caso de que estén abajo del bote.</p>
Fuente:	Diego Fernando Olea Arjona. Agencia Dorado Extremo
Elaborado por:	Diego Fernando Olea Arjona
Fecha:	28/04/2019

**Nota: Autoría propia.**

#### 6.5.4. Cascos.

Tabla 7

*Formato de caracterización Cascos*

Nombre	Cascos
Fotografía	Cascos de seguridad
	
Descripción	
<p>Los cascos son utilizados en el rafting para proteger a los turistas en diferentes situaciones como lo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En caso de que haya ramas sobre el río</li> <li>- De golpes por parte de otras personas con los remos</li> <li>- Golpes con piedras</li> <li>- Objetos que caigan de los árboles</li> </ul> <p>Estos cascos cuentan con cintas reflectivas y espumas de seguridad lo cual los hace propicios para la seguridad continua del turista durante la realización de la actividad.</p>	
Fuente:	Diego Fernando Olea Arjona. Agencia Dorado Extremo
Elaborado por:	Diego Fernando Olea Arjona
Fecha:	28/04/2019

**Nota: Autoría propia.**

### 6.5.5. Transporte.

Tabla 8

*Formato de caracterización Transporte*

Nombre	Transporte
Fotografía	Vehículos de transporte
	
Descripción	
<p>Los vehículos de transporte son utilizados para llevar a los turistas al punto de salida donde se les realiza la charla de seguridad y se les dan las instrucciones básicas las cuales serán utilizadas durante todo el trayecto del río.</p> <p>Los vehículos son vehículos bien cuidados donde el turista puede ir bastante cómodo disfrutando del paisaje con el que cuenta San Gil.</p>	
Fuente:	Diego Fernando Olea Arjona. Agencia Dorado Extremo
Elaborado por:	Diego Fernando Olea Arjona
Fecha:	28/04/2019


Nota: Autoría propia.



### 6.5.6. Prestador de servicios.

Tabla 9

*Formato de caracterización Agencia de viaje*

Nombre	Prestador de servicios
Fotografía	Agencia dorado extremo
	
Descripción	<p>La agencia de viajes y prestadora de servicios que ayudo de gran manera a la investigación tiene como nombre Dorado extremo, su dueño y gerente general se llama Edwin Ríos Gámez.</p> <p>La agencia presta el servicio de canyoning y rafting a todas las personas con un servicio de calidad alto y además están certificadas con el sello de calidad y las demás inscripciones al RNT, además de ser los creadores de la actividad del Canyoning en el municipio de San Gil.</p>
Fuente:	Diego Fernando Olea Arjona. Agencia Dorado Extremo
Elaborado por:	Diego Fernando Olea Arjona
Fecha:	28/04/2019

Nota: Autoría propia.

### 6.5.7. Hotel Dorado.

Tabla 10

#### Formato de Caracterización Hotel

Nombre	Hotel Dorado
Fotografía	Hotel de la agencia prestadora
	
Descripción	<p>El hotel Dorado extremo es una asociación entre el dueño de la agencia prestadora de servicios turísticos de aventura y los propietarios de la edificación, se construye el hotel en la edificación y se certifican en calidad, realizan toda la documentación de cámaras de comercio y RNT.</p> <p>Es manejado por los dueños del edificio ya que viven allí mismo.</p>
Fuente:	Diego Fernando Olea Arjona. Agencia Dorado Extremo
Elaborado por:	Diego Fernando Olea Arjona
Fecha:	28/04/2019

Nota: Autoría propia.

### 6.5.8. Colasistencias.

Tabla 11

*Formato de caracterización Colasistencias*

Nombre	Colasistencias
Fotografía	Colasistencias agencia de asistencias
	
Descripción	
<p>Colasistencias es la empresa que se contrata para los seguros que se les da a los clientes que lleguen a la agencia Dorado extremo. Se encuentra precisamente enfrente de la agencia y con ella se contratan todos los seguros que deben tenerse para la prestación del servicio.</p> <p>La empresa de asistencias da un certificado a la empresa prestadora de servicio y además unas manillas distintivas que son la evidencia de que la persona se encuentra bajo el servicio de asistencias médicas durante la práctica de la actividad turística.</p>	
Fuente:	Diego Fernando Olea Arjona. Agencia Dorado Extremo
Elaborado por:	Diego Fernando Olea Arjona
Fecha:	28/04/2019

Nota: Autoría propia.

### **6.5.9. Recapitulación de resultados de la caracterización.**

Este proceso de caracterización se da gracias a la empresa Dorado Extremo la cual ayuda a la investigación permitiendo el acceso a sus instalaciones a nivel operativo y administrativo, permiten la entrada a las bodegas de almacenamiento de los equipos que usan para la actividad del rafting y otras características del turismo de aventura.

La caracterización se realiza primero tomando fotos de todos los equipos que la norma técnica sectorial AV 010 pide para la práctica del Rafting en el territorio colombiano, posteriormente se realiza un análisis a estos equipos con la finalidad de conocer su estado y el cuidado que le da la empresa a estos, así se logra conocer con que calidad prestan el servicio y la seguridad que asegura la empresa, los equipos denotan un uso pero son completamente funcionales y además cumplen con los requisitos de calidad que deben tener. La empresa les da un uso constante a estos implementos por esta razón los cuidan muy bien ya que conocen la regla y además buscan que los clientes se sientan seguros por esta razón cuando un equipo se encuentra en malas condiciones buscan no utilizarlo y mandarlo a arreglar lo más pronto posible

La caracterización no solo se hace con los equipos utilizados para la prestación del servicio sino también se caracteriza los elementos complementarios de la actividad como es la asistencia que tiene la actividad la cual es reglamentaria por ley, y además de eso a la empresa como tal ya que a final de cuentas esta es la que debe tener reglamentación y reconocimiento en las actividades.

Posterior a la caracterización y a las encuestas realizadas a los clientes que practicaron la actividad, se observa que la gran mayoría de los equipos proporciona la calidad que espera el cliente, pero hay uno el cual requiere que se mejore y son los cascos de protección que prestan ya que estos cascos denotan un gasto medianamente alto, por esta razón se ven un poco viejos. Los clientes que se encuestaron mencionan que estos equipos pueden ser mejorados o cambiados por cascos más nuevos para así brindar seguridad completa al cliente, aunque los cascos están en regla y son muy funcionales, sus características estéticas pueden mejorar.

A la luz de la investigación, este ejercicio brinda información de cómo es la práctica del Rafting no solo en materia de la actividad como tal sino también las practicas que tienen las empresas del sector ante sus equipos y así mismo como se sienten los clientes con estos equipos a la hora de realizar la actividad del Rafting.

## 6.6. Encuestas

En San Gil durante el trabajo de campo se realizaron unas encuestas con la finalidad de saber la percepción del turista ante la actividad del Rafting y además darles a analizar sobre una propuesta de competencia entorno al Rafting en San Gil.

La sistematización de la información se realiza tomando un proceso de verificación de las encuestas una a una, tomando las respuestas con un carácter numérico para después ser tabulada en una hoja de Excel y posteriormente contar las respuestas. Para obtener la información se realizó un acercamiento a las personas que acababan de realizar la actividad del Rafting, se pidió permiso a los guías líderes que estaban con las personas y a estas como tal para la realización de la encuesta.

Una dificultad con la que se conto fue que se realizó la tarea experimental en un fin de semana donde no hubo mucha afluencia como la esperada, por esta razón se realizaron menos encuestas de las pensadas, pero esto no influye en gran medida sobre lo requerido para realizar la caracterización.

### 6.6.1. Resultados.

Tabla 12

*Tabla de resultados de encuestas*

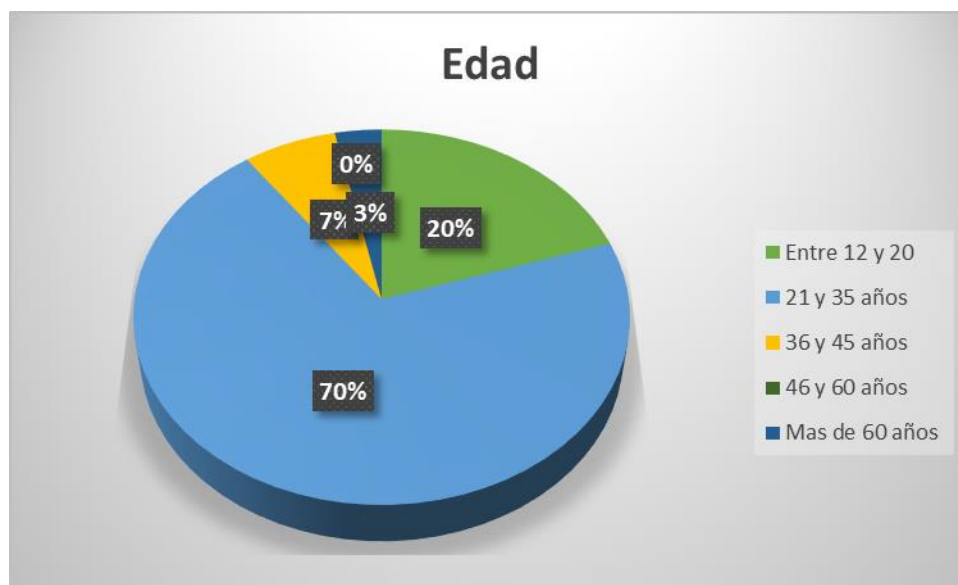
Pregunta	Respuestas	Texto respuesta	Conteo	% conteo
Edad	A	Entre 12 y 20	6	20%
	B	21 y 35 años	21	70%
	C	36 y 45 años	2	7%
	D	46 y 60 años	0	0%
	E	Mas de 60 años	1	3%
Género	A	Masculino	13	43%
	B	Femenino	17	57%
¿Cuál es el motivo principal de su visita al municipio de San Gil?	A	Turismo	20	67%
	B	Negocios	0	0%
	C	Deporte	6	20%
	D	Otras actividades	0	0%
	A y D	Turismo y deporte	4	13%
¿Qué lo motiva a realizar el Rafting como practica de turismo de aventura?	A	La experiencia	6	20%
	B	la adrenalina	20	67%
	C	El hobbie	2	7%
	D	La práctica deportiva	1	3%

¿Con quién realizo la práctica del Rafting en el municipio de San Gil?	A	Solo	0	0%
	B	Pareja	8	27%
	C	Familia	4	13%
	D	Amigos	18	60%
¿Busca intermediación de agencias de viaje y operadores de turismo para la práctica del Rafting en San Gil?	A	Siempre	10	33%
	B	Casi siempre	7	23%
	C	A veces	3	10%
	D	Nunca	10	33%
¿Cómo califica la prestación del servicio en cuanto al Rafting en San Gil?	A	Bueno	22	73%
	B	Regular	8	27%
	C	Malo	0	0%
¿Cómo califica la calidad de los equipos prestados para la realización de la actividad de Rafting?	A	Bueno	27	90%
	B	Regular	3	10%
	C	Malo	0	0%
¿Qué percepción de seguridad le genera el practicar Rafting en el municipio de San Gil?	A	Muy seguro	26	87%
	B	Parcialmente seguro	4	13%
	C	Inseguro	0	0%
¿Considera usted que el Rafting puede llegar a ser una actividad deportiva que se practique regularmente?	A	Si lo consideraría	30	100%
	B	No lo consideraría	0	0%
¿Participaría usted de una práctica de turismo deportivo (competencia) a partir del Rafting en el municipio de San Gil?	A	Si lo consideraría	27	90%
	B	No lo consideraría	3	10%

Nota: Autoría propia.

### 6.6.3. Gráficos y análisis de los resultados.

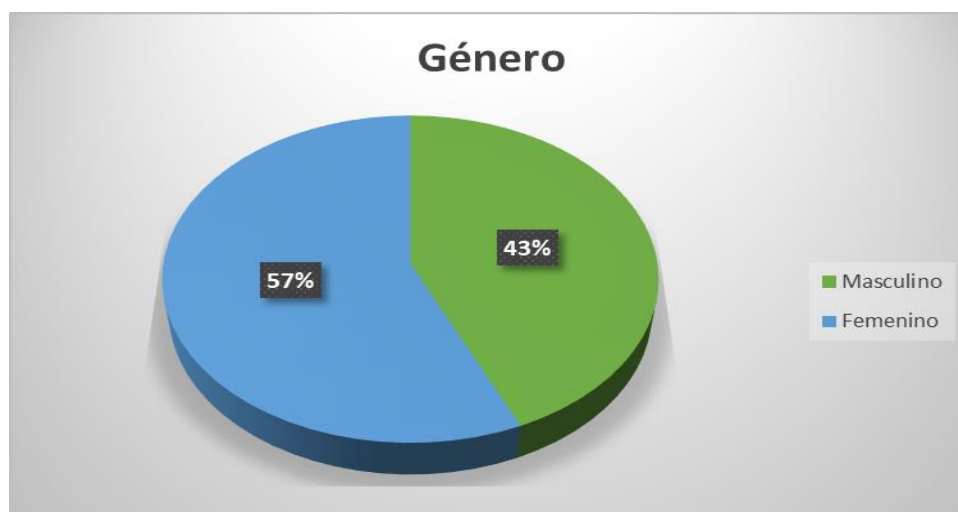
#### 6.6.3.1. Edad.



**Figura 6.** Torta de tabulación de edad. Autoría propia.

El rango de edad que más se encuentra según la encuesta es de personas entre los 21 y los 35 años, por ende, se define que la gran mayoría de personas participantes de la actividad son personas jóvenes. En un porcentaje menor del 7% se encuentran personas mayores de 36 años lo cual indica que a pesar de tener una edad más elevada la actividad del rafting sigue llamando a este tipo de personas.

#### 6.6.3.2. Género.



**Figura 7.** Torta de tabulación de genero. Autoría propia.

Se encontró que, en las personas encuestadas, el 57% de la población fueron mujeres y el 43% fueron hombres, lo cual va contrario a lo que se cree que los hombres representarían la mayoría de las personas que practican Rafting.

#### 6.6.3.3. ¿Cuál es el motivo principal de su visita al municipio de San Gil?



**Figura 8.** Torta de tabulación de pregunta número 1. Autoría propia.

Esta pregunta es de bastante importante para la investigación, el 67% de las personas viajan netamente por turismo. El 20% viajan netamente por deporte, y el 13% de la población viaja por deporte y turismo junto. Los resultados indican que el cambio a través de los años se ha hecho notorio en cuanto a la competencia de los destinos turísticos ya que al principio esta actividad era netamente turística, con el pasar de los tiempos se transformó en una actividad turístico - deportiva ya que no solo los pobladores de San Gil realizan la actividad por deporte sino también muchas de las personas de municipios y ciudades aledañas.

#### 6.6.3.4. ¿Qué lo motiva a realizar el Rafting como practica de turismo de aventura?:



**Figura 9.** Torta de tabulación pregunta 2. Autoría propia.



El 69% de la población encuestada manifiesta realizar la actividad del Rafting que se motiva por la adrenalina. Es decir que a la mayoría de las personas desea tener emociones fuertes. Otro 21% desea realizar las actividades por la experiencia, es decir que no han realizado la actividad antes y por esto deciden realizarla, para conocer. El 7% y el 3% la realizan por hobby y por la práctica deportiva, esto se asocia a que los pobladores de San Gil y de pueblos y ciudades aledañas practican Rafting como costumbre deportiva y como actividad de ocio.

#### 6.6.3.5. ¿Con quién realiza la práctica del Rafting en el municipio de San Gil?



**Figura 10.** Torta de tabulación pregunta 3. Autoría propia.

Las personas que realizan Rafting normalmente van en compañía de diferentes personas apegadas a ellos como en este caso la mayoría, con un 60% de los encuestados, realizan la actividad en compañía de amigos. El 27% de los encuestados realizan la actividad en compañía de las parejas, pero habitualmente también van acompañado de otros amigos los cuales también van en pareja. El 13% restante realiza la actividad en familia ya que tiende también a ser un plan familiar el cual puede realizarse de personas entre los 12 y los 60 años.

#### 6.6.3.6. *¿Busca intermediación de agencias de viaje y operadores de turismo para la práctica del Rafting en San Gil?*



**Figura 11.** Torta de tabulación pregunta 4. Autoría propia.

En la encuesta, las personas manifestaron que la mayoría busca siempre intermediación de operadores de actividades turísticas con el 34% y casi siempre buscan ayuda de las agencias con el 23%. Sorprendentemente el 33% de las personas nunca busca ayuda de agencias de viaje.

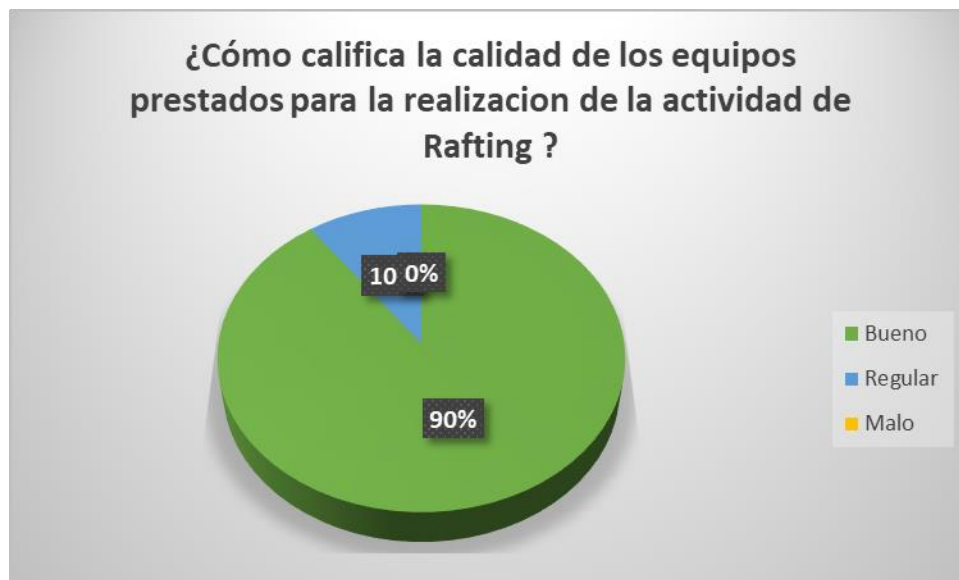
#### **6.6.3.7. ¿Cómo califica la prestación del servicio en cuanto al Rafting en San Gil?:**



**Figura 12.** Torta de tabulación pregunta 5. Autoría propia.

En las encuestas se entrevistaron a un grupo de franceses los cuales calificaron el servicio como regular, ellos representan el 27%. El Resto de los turistas calificaron el servicio como bueno, lo cual nos hace pensar que hay una diferencia entre prestadores de turismo.

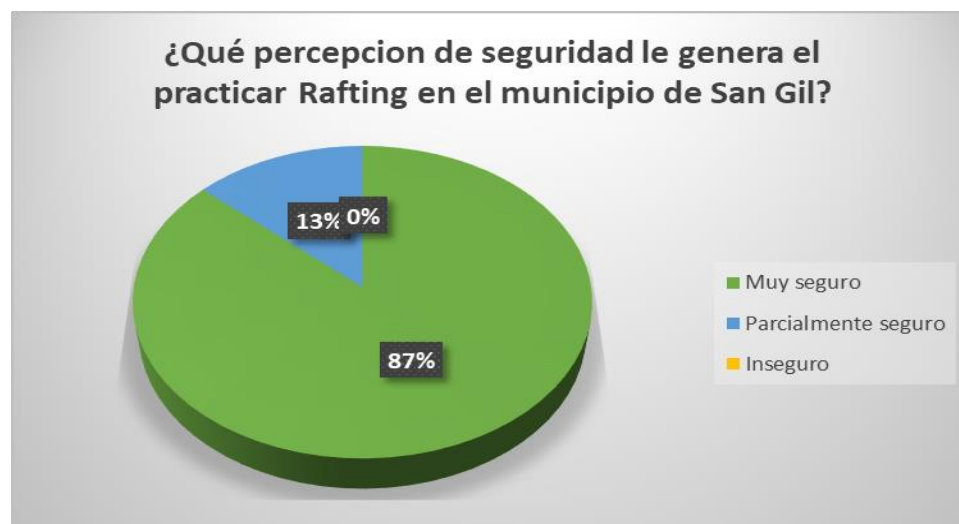
**6.6.3.8. ¿Cómo califica la calidad de los equipos prestados para la realización de la actividad del Rafting?**



**Figura 13.** Torta de tabulación pregunta 6. Autoría propia.

El 90% de los encuestados piensa que los elementos que brindan los prestadores se encuentran en buen estado de calidad, mientras el 10% piensa que la calidad es media ya que se denotan un poco usados.

**6.6.3.9. ¿Qué percepción de seguridad le genera el practicar Rafting en el municipio de San Gil?**



**Figura 14.** Torta de tabulación pregunta 7. Autoría propia.

Para las personas encuestadas, el 87% de las personas se siente muy seguro a la hora de practicar la actividad con las agencias prestadoras, el otro 13% se siente parcialmente seguro por la actividad del río y demás factores que se relacionan con las actividades de aventura.

**6.6.3.10. ¿Considera usted que el Rafting puede llegar a ser una actividad deportiva que se practique regularmente?**



**Figura 15.** Torta de tabulación Pregunta 8. Autoría propia.

En los encuestados la totalidad de estos mencionaron que creen que el Rafting puede volverse un deporte de practica la cual tenga una frecuencia para volverla actividad deportiva.

**6.6.3.11. ¿Participaría usted de una práctica de turismo deportivo (competencia) a partir del Rafting en el municipio de San Gil?**



**Figura 16.** Torta de tabulación pregunta 9. Autoría propia.

Normalmente las personas asistentes a la actividad son personas jóvenes que consideran participar en el Rafting como una práctica turística y deportiva, por esta razón el 90% de las personas consideran practicar en competencias.

### **6.7. Entrevistas**

En la salida de campo se realizaron unas entrevistas a personas trabajadoras de turismo los cuales se encontraban relacionados con la empresa Dorado Extremo. Estas personas aportaron de gran manera a la investigación ya que tienen un conocimiento y experiencia sobre la actividad turística en San Gil hace mucho tiempo.

El proceso de entrevista comienza con el acercamiento a la agencia de viajes donde se encuentran personas no solo expertas en turismo si no también muy amigables, se logran entrevistar 3 personas las cuales están muy empapadas del tema de turismo los cuales son el gerente general, un guía de turismo, y una vendedora.

Primero se entrevista a la vendedora la cual lleva una trayectoria de 3 años con la empresa por esta razón es gran conocedora no solo del turismo de San Gil sino también conoce bien los procesos de la empresa. Otra ventaja que represento entrevistarla es que es una persona joven la cual tiene expectativas de mejora para la empresa y para el municipio.

Después se entrevistó al dueño y gerente general de la empresa Dorado Extremo, esta persona es especializada en turismo y pionero creador de la actividad de Canyoning en el municipio de San Gil. Esta persona nos brinda no solo conocimiento sino también experiencia dentro de la materia turística no solo del municipio sino también de Colombia.

Por último, se entrevista a un guía de turismo el cual es participante activo de la actividad del Rafting constantemente, es el encargado de llevar grupos de turistas a los recorridos en el río, es especializado en Guianza turística y además es competidor activo en torneos y competencias de Rafting, esta persona nos brinda información mucho más detallada de la actividad y del río y las necesidades de este para la realización efectiva del Rafting para turistas.

### **6.7.1. Matriz de caracterización de la Entrevista.**

Tabla 13

*Matriz de caracterización de la entrevista*

Preguntas	Entrevista 1 Edwin Gámez	Entrevista 2 Andrés moreno	Entrevista 3 Alejandra Vesga
¿Cuál es la historia del Rafting en el municipio de San Gil y cómo ha evolucionado hasta el día de hoy?	El Rafting inicio en San Gil en el año no estoy muy seguro 97, 96 el caso es que llevamos 18 años de operación de Rafting en San Gil, eee, lo aprendimos de los, de los costarricenses, ellos fueron, la cuna del canotaje.	“Bueno la historia del Rafting comienzo con unos muchachos guías de costa rica que llegaron a Colombia, ee, principalmente a San Gil., de ahí se comenzó a navegar el rio Fonce. Eee... año tras año fue cogiendo fuerza del 2000 en adelante ya fue como el éxito total de la actividad y hasta la fecha pues todo surge normalmente con mucho flujo de turistas.”	“ok mira el Rafting empezó en Colombia precisamente acá en San Gil gracias a unas agencias de Costa Rica que vinieron e hicieron exploración primero en el rio Fonce, de ahí se constituyeron diferentes agencias, ee para la parte de evolución ee pues empezó con las normas de Costa Rica pero no aplicadas en su totalidad.”
¿Considera que el Rafting como deporte de aventura le aporta al desarrollo social y económico del municipio?	“El Rafting a San Gil le ha dado muchos beneficios ya que por medio del Rafting fue que se inició todo este gremio de turismo que se maneja en San Gil y gracias al Rafting se ampliaron muchas más ofertas de deportes extremos y San Gil fue conocido a nivel nacional y mundial por el Rafting dándole así la categorización a San Gil como capital turística de Santander.”	“Claro! Es una de las de las actividades pues primordial el cual pues eso hace que eee...”	“En este momento como una actividad de aventura si hace parte del desarrollo social y económico de hecho una de las líneas de la economía principal del municipio es el Rafting y un 80% de los usuarios que vienen a participar, vienen a practicar las actividades, entonces pensarlo como un deporte podría funcionar.”

			<i>Autoría propia. Autoría propia.</i>
¿Considera que el Rafting puede ser contemplado como una práctica turístico-deportiva a nivel competitivo?		¡Si claro!, incluso acá se han realizado varias competencias y el flujo de gente ha sido ee bastante y le ha gustado a la gente, ese tipo de actividad como competencia.”	: “eee si, de he... San Gil tiene infraestructura en este momento, capacidad hotelera que es muy importante y tiene sobre todo el acceso, sin embargo, hay que revisar ee por ejemplo para niveles más fuertes de compe... eee para competencias que esa zona está un poco distante entonces hay que evaluarlo bastante.”
¿Qué sería necesario, quizás en cuanto a equipos y gestión para proponer el primer evento deportivo internacional en el municipio?	“bueno primero que todo la ayuda de la administración pública, eee el rio esta presto para cualquier evento a nivel nacional e internacional, de hecho, se vienen haciendo eventos nacionales eee... promoción, publicidad por redes sociales ee... invitar a la idtf que es pues la empresa a nivel de internacional que rige este deporte”	“Bueno necesario sería un equipo en el cual estén los jueces, segundo que todo transporte, tercero pues lo primordial balsas eee y ee la logística que son las compuertas ee los cronómetros.”	“mmm, habría que hacer una eee, hacer una evaluación de todos los requisitos de todo lo que implica traer un evento internacional eee capacidad hotelera por supuesto, la infraestructura, eee el aporte que va a colocar la gobernación, las diferentes agencias, encargados...”
¿Cuál es el apoyo y el alcance que le han dado los organismos gubernamentales a la práctica del Rafting en el municipio de San Gil?	... la administración local que es la alcaldía municipal se nos ha dejado muy en abandono por decirlo así ya, pues llevamos muchos años que pues	“Bueno pues incentivos así por parte del ente gubernamental no tanto, más que todo pues aquí en la alcaldía cuando hay	“ee bueno la práctica de los deportes de aventura y de las agencias, ee un 100% son agencias privadas, sin embargo, cuando se



	<p>este destino se ha catalogado y se ha posicionado es gracias a la empresa privada y no a la publica entonces eso nos tiene un poco molestos en el tema de las administraciones, ya la parte gubernamental si el gobernador se ha hecho campañas pero pues ya lo provee a nivel Santander mas no a nivel como San Gil.”</p>	<p>eventos pues patrocinan con una cierta parte, pero es muy mínimo pa lo que se..., pa todo lo que se tiene que hacer es muy mínimo.”</p>	<p>hacen eventos que tiene que ver con festivales donde se incluye el Rafting y en algunas actividades la alcaldía si patrocina esos eventos al igual que el instituto de cultura y turismo.”</p>
<p>¿Teniendo en cuenta que hay varios operadores que ofertan este servicio, todos están regulados y certificados para el desarrollo de las actividades?</p>		<p>“bueno, todos los operadores están bajo su norma técnica de Rafting a nivel nacional. Eee lo único que diferencia unas de otras son la calidad de equipos y de los guías.”</p>	<p>“ok. En este momento para en San Gil todas las empresas que operan la actividad de Rafting tienen un sello de calidad otorgado por una de las dos certificadoras que existen en Colombia, pero ya el inconveniente no es estar certificado sino es si estas cumpliendo o no con lo que implica tener esa certificación o lo que implica con esa norma.”</p>
<p>¿Cuál es el futuro del Rafting en San Gil y considera que se puede dar una transición de práctica turística a práctica deportiva?</p>	<p>“de hecho el Rafting acá se toma como parte deportiva y parte turística. Deportiva para los Sangileños como tal que participan en competencias a niveles mundiales que son los mundiales de Rafting,</p>	<p>“Bueno el futuro del Rafting en San Gil puede continuar siempre y cuando el rio se descontamine a un 100% del resto iría de para abajo.”</p>	<p>“eee... pues de hecho sería una solución, Antes ee San Gil pues era el único sitio en el país donde se practicaba el Rafting, actualmente todos los lugares disponibles desde los llanos, tenemos Antioquia,</p>

	pero pues como estamos en Colombia y como siempre sucede los deportistas en Colombia son olvidados y los recursos son muy mínimos entonces esto hace que no evolucione tanto.”		hay diferentes lugares entonces habría que eee esa es una buena opción para seguir, para el turismo, para el Rafting siga en aumento.”
--	--	--	--

Nota: Autoría propia.

### 6.7.2. Análisis de las opiniones de los expertos.

Las entrevistas brindan bastante información en torno a diferentes aspectos como lo son la historia del turismo en San Gil, leyes de turismo, funcionamiento de la empresa ya sea la propia o las del sector.

La primera pregunta de la entrevista tiene que ver con la historia de la actividad en San Gil en la cual todos concordaron en que la actividad comienza cuando guías Costarricenses vienen a Colombia con la finalidad de analizar distintos ríos y así establecer el Rafting en Colombia, gracias a esta información se conoce que Costa Rica es la cuna del Rafting y son los pioneros al establecerla como una práctica de turismo no solo en su país sino también a nivel latinoamericano, a ellos se les debe mucho en materia de desarrollo turístico hoy en día ya que el Rafting es una de las actividades de turismo de aventura que más atrae gente a los destinos y así mismo dinero. Alejandra brinda información importante sobre la legalidad de la actividad que en un principio comienza con leyes costarricenses, posteriormente el gobierno colombiano expide las normas técnicas sectoriales que rigen la actividad turística teniendo en cuenta que el terreno natural de los dos países difiere un poco, pero en materia de seguridad se basan sobre los mismos principios de seguridad en agua. La segunda pregunta tiene otra similaridad y es que los 3 entrevistados concuerdan en que el Rafting es una de las líneas principales dentro del turismo del municipio es la actividad que más mueve gente dentro de las ofrecidas en los distintos paquetes que se venden.

La pregunta 2 nos da un panorama de cómo es visto el Rafting en el municipio de San Gil, con las respuestas podemos definir que en materia de desarrollo lo ven como una práctica turística que aporta al desarrollo, pero también lo ven de manera deportiva. Por esta razón cuando se les presenta

la idea de realizar una actividad articulada entre el turismo y el deporte muestran una aceptación de la idea y la proponen como viable y aportan su conocimiento para la realización de esta.

Siguiendo la idea, se les pregunto sobre que creían necesario para la realización de un evento internacional y nacional competitivo en torno al Rafting, donde los 3 coinciden en que la alcaldía debe tener más participación ya que según evidencias en el municipio hace falta el interés de la alcaldía o el ente gubernamental en materia de apoyo a las agencias que operan del turismo, por otra parte se evidencia que requieren de una colaboración entre las diferentes empresas operadoras de turismo para un evento de esta magnitud ya que los 3 entrevistados mencionan una unión para realizar el evento y así obtener los equipos e implementos necesarios para la idea.

Las empresas que operan en San Gil son empresas que necesitan tener todas las certificaciones en regla ya que al ser el turismo una de las actividades principales del pueblo, todos buscan no solo la calidad sino la competencia, por esta razón las empresas de San Gil están correctamente reglamentadas ante todos los entes que las controlan, aunque si expresan que las empresas deberían tener un control un poco más fuerte ya que no se sabe cuáles de las empresas están cumpliendo la norma al pie de la letra.

En la última pregunta tiene una gran importancia en la investigación ya que toma el tema principal de esta el cual es implementar una idea turístico-deportiva en San Gil para un futuro factor de desarrollo, las 3 personas concuerdan que la idea puede traer un nuevo mercado al municipio generando así una mayor visita al municipio ya que eso sería una oferta de valor diferente a las que se están realizando hoy en día en muchos otros lugares de Colombia, uno de los entrevistados lo menciona explícitamente ya que piensa que esta idea puede implementarse para llevar el Rafting a una nueva forma de practicarlo y así solucionar uno de los problemas en cuanto a competencia se refiere, también se menciona que el rio debe cuidarse para poder implementar la idea ya que debe ser limpiado y descontaminado para la realización de una actividad internacional.

En conclusión, las entrevistas muestran un panorama bastante favorable para la implementación de la idea, ya que se confirman muchas de las suposiciones y se confirman con personas que no solo son conocedoras del tema, sino que también han tenido un largo recorrido tanto en el tema turístico como en el tema deportivo. Gracias a estas personas se confirma que la idea es viable siempre y cuando se presente de manera correcta ante los entes organizadores y gubernamentales y así puede no solo ser una iniciativa por parte de las empresas de turismo sino llegar a ser una

idea bien articulada para que más adelante pueda ser tomada como ejemplo en diferentes puntos del país.

## 7. Capítulo II

### **Comparar modelos de eventos turístico-deportivo a partir del Rafting para identificar factores de éxito**

#### **7.1. Antecedentes de turismo deportivo**

En Colombia el turismo deportivo a pesar de ser tan escuchado o conocido tiene actividades las cuales son reconocidas dentro de las personas que lo realizan, uno de los destinos o actividades selectas se encuentra en Cundinamarca en el pueblo de Suesca donde se encuentran las piedras de Suesca las cuales son reconocidas entre el gremio de los escaladores por su gran altura y sus características propicias para realizar la actividad. Los deportistas frecuentan esta zona y además de participar activamente en el deporte en esta zona, significan un ingreso para el pueblo de Suesca.

##### **7.1.2. Bogotá.**

En la ciudad de Bogotá, aunque no está muy marcado, el turismo deportivo se presenta en zonas como el estadio Nemesio Camacho el Campin ya que muchas veces en este se presentan partidos de futbol los cuales involucran equipos de distintas regiones de Colombia y los aficionados por su pasión al futbol llegan a Bogotá con el objetivo de ver a su equipo en el estadio, y muchas veces requieren de un hospedaje, una alimentación, transporte, seguridad. Los cuales son componentes esenciales del turismo. El palacio de los deportes es otra de las sedes las cuales atrae deportistas e involucra un turismo deportivo, un ejemplo son los diferentes torneos que se realizan en diferentes disciplinas deportivas como lo son:

- Basquetbol
- Bolos
- Bmx
- Porras
- Taekwondo
- Futsal
- Voleibol

Cuando se realizan competencias a nivel nacional en esta locación de los diferentes deportes, atraen una gran cantidad de personas que realizan turismo al necesitar hospedaje ya que estos eventos duran entre 2 y 5 días.

## **7.2. Rafting**

### **7.2.1. San Gil.**

En cuanto al rafting se tienen unos antecedentes, el más reciente es un evento realizado en el año 2018 “Primer campeonato nacional de Cross River Rafting en San Gil” evento que tuvo como objetivo la clasificación al mundial de Rafting que tuvo lugar en Neuquén, Argentina el año 2018.

“Ya confirmaron su participación equipos de Medellín, Meta, Cundinamarca y otros departamentos y sitios del país, así como de San Gil, para lo cual hemos organizado un plan de contingencia con los entes de socorro, previendo el tema climático, pero por ser profesionales de este deporte no se prevén problemas, además porque todos contarán con sus medidas de seguridad”, aseguró Mauricio Ríos Rivera, director de Indersangil.” (Sanchez, 2018)

En el evento se contó con la participación de diferentes regiones de Colombia lo cual da un panorama más amplio de las regiones que toman el Rafting como deporte competitivo y poseen ligas o equipos dedicados a la práctica de este.

### **7.2.2. Barranquilla.**

En la ciudad de Barranquilla en el 2015 inicia una propuesta de realizar rafting en el río Amazonas, su caudal tranquilo brinda una experiencia tranquila al turista el cual podrá admirar la flora y la fauna de los alrededores del río. Esto es un precedente ya que en las regiones del Caribe como lo es Barranquilla no se veía el rafting como potencialidad, esto demuestra que no solo es una actividad que pueden realizar los turistas sino también es una actividad que conlleva desarrollo y deporte para las regiones donde se realiza.

“Durante el recorrido, los deportistas son cautivados por la diversidad de especies animales y la vasta vegetación que componen el paisaje de los pequeños islotes del río.” (Heraldo, 2015)

### **7.2.3. Betania.**

Todos los años en la represa de Betania se lleva a cabo el “Festival del agua, La ecología y los deportes náuticos” en la semana santa.

“la programación de estas celebraciones incluye concurso de fotografía, muestra gastronómica, feria artesanal, encuentro de declamadores, concierto de música religiosa y actividades como natación con aletas, pesca, voleibol playa, esquí, jetski, fútbol playa y canotaje.” (Viceministerio de turismo, 2017)

La reunión de los deportes conjunto con la cultura, como es en el caso de Betania, brinda un mejor panorama en cuanto al turismo deportivo ya que allí es donde se encuentra en su máxima expresión.

### **7.3. Experiencias internacionales de turismo deportivo**

#### **7.3.1. Argentina 2018.**

El rafting a nivel mundial posee un evento el cual es llamado WRC (World rafting championships) el cual es un mundial que atrae a muchos competidores a nivel mundial, en el cual se desarrollan competencias en distintas modalidades de rafting como lo son el slalom (competencia en un circuito determinado), H2H (head 2 head o mano a mano), Down River (descenso por el río), Sprint (carrera de velocidad).

El año pasado fue realizado en la provincia de Neuquén en Argentina, tuvo una participación de países como Rusia, Nueva Zelanda, Costa Rica, República Checa, Argentina, Japón, Eslovenia, Brasil, Eslovaquia, Noruega, Holanda, Colombia, México, Gran Bretaña, Canadá, Australia, Chile, Alemania, Perú, Rumania.

Gracias a la participación de muchos países, Argentina necesitó disponer de 110 hoteles disponibles, 1881 habitaciones habilitadas, para albergar a una población de 22.197 personas que dentro de ellos se encontraban los deportistas y las personas que iban a ver y a acompañar a los equipos en su competencia.

#### **7.3.2. Al-Ain, Abu Dhabi, 2016.**

En el 2016 se realizó el mundial de rafting en la ciudad de Al-Ain, en los Emiratos Árabes Unidos, tuvo una participación de 28 países donde se involucraban los deportistas y diferentes acompañantes de estos. Este evento siempre ha tenido una connotación de una afluencia de personas bastante elevada en las regiones donde se realiza, por esta razón se considera un evento turístico deportivo que contribuye al desarrollo de la región donde se realiza.

#### **7.3.3. Indonesia, 2015.**

Indonesia fue la sede del World Rafting Championships en el año de 2015 desde el 29 de noviembre hasta el 8 de diciembre contando con la participación de países como: Argentina, Australia, Brasil, Canadá, Costa Rica, República Checa, Dinamarca, Francia, Gran Bretaña,

Indonesia, Italia, Japón, Malasia, Holanda, Nueva Zelanda, Rusia, Eslovaquia, Eslovenia, Estados Unidos.

El torneo fue llevado a cabo en los ríos Citarik River, Sukabumi, West Java. Donde hubo categorías masculina y femenina, con divisiones open, masters, sub-19, y sub-23.



**Figura 17.** Mundial de rafting 2013 H2H. IRF (2018)



**Figura 18.** Mundial de Rafting Downriver . IRF (2018)



## 7.4. Matriz de comparación de factores de éxito.

### 7.4.1. Argentina.

Tabla 14

*Matriz de comparación Argentina*

Nombre del evento	Lugar/es	N° de participantes	Actividades	Descripción del evento	Análisis de los factores de éxito.
World Rafting Championchips	Argentina, Neuquén	202 personas asistentes	Competencias en estas categorías: - Sprint - H2h - Slalom - Downriver	- Niveles de 2 a 4 propicios para el turismo y la competencia	- Alta oferta hotelera - Variedad de niveles de río - Apoyo de la alcaldía

Nota: Autoría propia.

### 7.4.2. Japón.

Tabla 15

*Matriz de comparación Japón*

Nombre del evento	Lugar/es	N° de participantes	Actividades	Características del río	Análisis de los factores de éxito.
World Rafting Championchips	Japón, Yoshino River	560 personas aprox	Competencias en estas categorías: - Sprint - H2h - Slalom - Downriver	- Niveles competitivos desde 4 a 5 y nivel 2 en sus partes calmadas	- Gran extensión de nivel competitivo - Paisajes naturales

Nota: Autoría propia.

### 7.4.3. Ecuador.

Tabla 16

*Matriz de comparación Ecuador*

Nombre del evento	Lugar/es	Nº de participantes	Actividades	Características del río	Análisis de los factores de éxito.
Festival del río	Embalse del Papaya	48 participantes Aprox	Competencia por el festival del río y una feria productiva artesanal	- Embalse donde se presenta una corriente con nivel 2 y 3	- Evento realizado durante un festival - Participación de empresas y estudiantes de turismo

Nota: Autoría propia.

### 7.4.3. Costa Rica.

Tabla 17

*Matriz de comparación Costa Rica*

Nombre del evento	Lugar/es	Nº de participantes	Actividades	Características del río	Análisis de los factores de éxito.
CHORRO EXTREME RACE	Río Naranja de Quepos	100 participantes Aprox	Competencias en categoría R4 masculina y femenina y de tiempos individuales en kayak	- Categorías 3 y 4	- Evento pro-fondos para participación en mundial de rafting - Categorías masculina y femenina

Nota: Autoría propia.

## **7.5. Análisis de factores de éxito**

### **7.5.1. Argentina.**

Factores de éxito:

- Alta oferta hotelera
- Variedad de niveles de río
- Apoyo de la alcaldía.

Alta oferta hotelera:

Para el evento del mundial de rafting en argentina se habilitaron 1240 camas completamente disponibles para la estadía de los participantes activos y no activos. A mi parecer esta oferta hotelera proporciona un factor de éxito en el evento ya que les da seguridad a los asistentes de tener una estadía cerca al hotel y además recomendada por el evento. La estadía siempre es un factor que influye en el desarrollo efectivo de un evento y en argentina participaron muchas personas de distintas partes del mundo.

Variedad de niveles del río:

En Neuquén el río alumine tiene una gran extensión y posee distintas clases para hacer el rating las cuales van desde 2 hasta 5 en ciertos tramos del río lo cual lo hace propicio para realizar la competencia y da facilidades para realizar las distintas actividades de competencia y esto da a la organización una facilidad para la realización del evento.

Apoyo de la alcaldía:

El apoyo de la gobernación de Neuquén hizo que el evento tuviera una acogida no solamente de las personas participantes del evento, sino que también asistió la población local haciendo que el evento fuera más grande y también se aportó a la cultura local con la interacción de los visitantes extranjeros.

### **7.5.2. Japón.**

Factores de éxito:

- Gran extensión de nivel competitivo
- Paisajes naturales

Gran extensión de nivel competitivo:

Japón tuvo una de las más grandes acogidas en el evento del mundial de rafting, tuvo una participación de 560 personas provenientes de distintas partes del mundo y por esta razón el evento ha sido uno de los más grandes y exitosos en el mundo. En materia de turismo la entrada de asistentes significó un gran factor lucrativo ya que se necesitaron más hoteles, más comida, más organización y por ende se logró vender más el destino y su promoción fue masiva.

Paisajes naturales:

Los paisajes naturales de Japón fueron un gran atractivo para los visitantes ya que no solamente fueron motivados por el evento sino también por el paisaje cultural de Japón el cual es muy tradicional y el río por donde se realizó el evento tiene un paisaje natural típico asiático. Por esto la acogida del evento también fue bastante.

### **7.5.3. Ecuador.**

Factores de éxito:

- Evento realizado durante un festival
- Participación de empresas y estudiantes de turismo

Realizado durante un festival:

El evento realizado en Ecuador tuvo lugar durante un festival llamado el festival del río donde se celebran distintos eventos como conciertos, exposiciones gastronómicas, bailes, carnavales, y algunos deportes donde se encuentra el rafting. El tener no solo el evento competitivo del rafting sino también la motivación del festival hace que los participantes deportistas realicen más actividades de turismo como la integración cultural y aumenta el gasto lo cual es beneficioso para la comunidad local y para el turista aumenta la satisfacción de la experiencia.

Participación de empresas y estudiantes de turismo:

La participación de las empresas de turismo como los prestadores de servicios turísticos es un factor importante a la hora de realizar este tipo de eventos ya que a final de cuentas los prestadores de servicios turísticos con los que conocen la dinámica de los eventos y más aun de la realización de las actividades además, integrar a los estudiantes de turismo significa no solo una ganancia económica sino también una ganancia intelectual a los futuros encargados del turismo en esta región del país de Ecuador.

Las empresas con su experiencia aportan a la óptima realización de los eventos deportivos y turísticos además de prestar sus implementos en el caso del rafting y así se genera un lucro primero para las empresas por el préstamo y en segunda medida es una inversión que se querrá usar para el desarrollo de la región.

#### **7.5.4. Costa Rica.**

Factores de éxito:

- Evento pro-fondos para participación en mundial de rafting
- Categorías masculina y femenina

Evento Pro – fondos para participación en mundial:

En materia de eventos el mover gente suele ser el primer problema ya que no sabemos cómo hacer para que los futuros participantes se motiven al 100% para participar en el evento, por esta razón pienso que uno de los factores de éxito en este evento es el trasfondo comunitario al querer acompañar y apoyar al equipo participante en el mundial.

Categorías masculina y femenina:

Los eventos deportivos normalmente se dividen en categorías masculinas y femeninas, pero normalmente los hacen en distintas fechas, es decir, primero los hombres durante unos días y después las mujeres en otros días. Por esta razón creo que el evento tuviera las dos categorías al mismo tiempo asegura una participación alta además de que atrae más al público ya que muchas veces las mujeres desean ver a los hombres competir y los hombres a las mujeres, entonces esto hace que el evento sea más atractivo y asegura la participación y por ende el ingreso al destino.

### **7.5.5. Comparación de factores de éxito con la opinión propia.**

Los diferentes eventos analizados poseen diferencias en los factores de éxito, unos dependían de los atractivos naturales que presenten los destinos, otros dependían de infraestructuras, otros de prestadores o del recurso humano. Por esta razón pienso que se deben aprovechar todos los atractivos y facilidades que presenten los destinos turísticos y que mejor que San Gil ya que allí por su trayectoria en turismo de aventura se encuentran diferentes factores que pueden llevar un evento al éxito.

Factor humano: en San Gil la población apuesta mucho por el turismo de aventura por ende se encuentran varias agencias de viaje y varios operadores turísticos además de tener un control por parte del gobierno de San Gil, y el Indersangil el cual controla la actividad como deporte.

Recursos de accesibilidad: San Gil se encuentra en una zona privilegiada ya que es la entrada a la ciudad de Bucaramanga llegando desde Bogotá, por ende, posee unas vías de acceso muy buenas las cuales permiten que los turistas lleguen de manera sencilla y segura. Además de eso, San Gil en su interior posee vías de acceso a los diferentes lugares del pueblo haciéndolo un lugar donde se puede realizar turismo de manera correcta.

Prestadores de servicios: en San Gil los prestadores de turismo son personas residentes del pueblo, es decir, la misma comunidad de San Gil sabe cómo es el funcionamiento de la actividad dentro de su pueblo y así pueden manejar el evento o la actividad que se llegue a realizar ya que son conocedores de la actividad en el municipio además de tener una larga experiencia en sus ríos y en su pueblo.

## 8. Capítulo III

### **Desarrollar una propuesta de turismo deportivo que esté articulada a las prácticas de rafting en el municipio de San Gil.**

#### **8.1 Producto turístico**

En primera medida se debe entender que es un producto, la definición de producto es muy acogida en el ámbito empresarial como un factor que represente la solución a una necesidad que pueda llegar a tener una persona la cual será el cliente potencial. Los productos varían dependiendo el mercado al cual se quiere llegar, los mercados se segmentan según las características que tengan las personas y tomando eso en cuenta es que se comienza a crear un producto.

“Los productos son en general los elementos básicos de la oferta, que desarrollan funciones dirigidas a satisfacer las necesidades del mercado” (cavassa, 2006, pág. 35)

(cavassa, 2006) define el producto como el elemento básico de la oferta, es decir es el elemento que se crea para cumplir una oferta la cual busca llegar a un público el cual establece una demanda y así suplir una necesidad y obtener un beneficio monetario.

El turismo ha sido una de las actividades económicas de más grande crecimiento desde hace mucho tiempo por esta razón sus actividades se asocian a un producto empresarial, por esta razón la definición comercial de producto se le aplica. Los productos turísticos son un conjunto de elementos que constituyen un producto final, los elementos tienen la finalidad de apoyarse entre sí para presentarse al cliente y este tenga toda la facilidad de acudir al destino.

“El producto turístico se presenta bajo una compleja prestación de servicios (Hoteles, restaurantes, lugares de recreación, equipos deportivos, etc.) que requiere grandes inversiones y a diferencia de otros sectores productivos su adaptación y readaptación dan lugar a una movilidad relativa de cara a las condiciones cambiantes del mercado” (cavassa, 2006, pág. 42)

La integración de las distintas materias que constituyen el turismo son las resultantes de los productos turísticos de las regiones del país, un producto no puede existir si alguno de los elementos que menciona el autor no está presente, pero si algunos tienen más importancia que otros, la capacidad hotelera siempre será un factor determinante ya que se necesita para que el cliente realice el turismo por definición el cual es la pernoctación fuera del lugar de residencia. Los restaurantes serán de igual importancia para establecer un producto turístico ya que la comida

siempre será muy importante para el cliente, además, la gastronomía de las regiones de Colombia siempre será un factor motivador de visita a estos.

Al establecer un producto turístico se busca ofrecer un producto integral el cual tenga un factor motivante lo suficientemente fuerte para que, personas que se encuentren lejos del destino, viajen y realicen turismo en el lugar de ejecución del producto; si esto no se logra el producto fracasara y no será fácil comercializarlo. (cavassa, 2006) en su libro afirma que para establecer un producto turístico siempre habrá que realizar una inversión grande ya que muchas veces los lugares donde se quiere implementar el producto requieren de una adecuación o una mejora para establecer el producto, y estas inversiones siempre tienen un costo elevado que se espera recuperar con la venta del producto. Un ejemplo de esto es el producto que se estableció como el parque del café, el cual tenía como objetivo aprovechar la cultura cafetera de la región del triángulo del café y mostrarlo como un producto turístico, para establecer este parque se necesitó en primera medida el acceso a la ubicación donde hoy en día desarrolla su actividad después se creó toda la infraestructura respetando la idea inicial de mostrar el paisaje cafetero.

Otro ejemplo de producto turístico se encuentra en Tobia Cundinamarca donde se adopta un objetivo muy parecido a San Gil, allí toman el turismo de aventura y lo convierten en un producto turístico que hoy en día es la segunda actividad productiva más importante de esta inspección. Ahí lo primero que se establece es la accesibilidad y toman ventaja de las construcciones de vía conocida como la ruta del sol, esta pasa por la entrada a Tobia, de ahí se comienzan obras para establecer una ruta de más fácil acceso al municipio, posterior a esto los mismos pobladores empiezan a establecer empresas de gastronomía como lo son restaurantes de comida rápida, así como también empiezan a ofrecer servicios de hotelería, aunque en un principio lo hacen sin tener en cuenta la reglamentación colombiana. Cuando se establece el producto como tal, todos los prestadores de servicios se legalizan con tal de tener no solo la calidad sino también el reconocimiento el cual siempre será un factor que signifique una venta.

Los productos ya sean comerciales o turísticos, necesitan no solo de los elementos que los componen, sino también necesitan de una estrategia publicitaria o de marketing la cual será la encargada de vender el producto, por esta razón su importancia es tan relevante.



“El mejor marketing consiste en tener un buen producto, a pesar de que mucha gente le cueste creerlo, debido a la constante confusión del marketing con las actividades netamente promocionales.” (Serra, 2011, pág. 219)

Serra en su libro marketing turístico establece una diferencia entre las actividades promocionales y el marketing, los productos turísticos requieren de estrategias de mercadeo o de marketing ya que son productos como su nombre lo indica, las actividades promocionales son las que netamente publicitan el producto, el marketing busca establecer una estrategia que asegure la venta del producto y este a su vez llegue a un mercado mucho más grande. Pero como claramente dice, la base del marketing es un buen producto, allí es donde se establecen todas las cualidades que debe tener el producto turístico.

El producto turístico se compone de 3 elementos básicos los cuales son:

#### 1) Los atractivos turísticos

Estos se definen como los atractivos naturales, artificiales y humanos. Los atractivos naturales serán todos los aspectos naturales de la región o lugar donde se realicen, es decir montañas, lagos, costas, caídas de agua, parques nacionales naturales, flora y fauna, entre otros.

Los atractivos artificiales serán los que son construidos por el ser humano como lo son iglesias, museos, obras de arte, culturas, danzas, ferias, mercados, entre otros. Estos se comercializan como la cultura que tienen los residentes de un lugar.

Los atractivos humanos serán los servicios que se presten en el lugar de desarrollo como son los servicios de hotelería, gastronomía, entre otros. El atractivo humano también puede ser la forma de tratar a las personas que lleguen al destino, la cordialidad y la hospitalidad son bastante importantes en este tipo de productos.

#### 2) Facilidades

En el libro de Ramírez presentan siete aspectos que componen las facilidades las cuales se integran y constituyen las facilidades turísticas, estas son:

- Alojamiento:

Este serán todos los hoteles, hostales, moteles, pensiones, lugares de camping, y demás establecimiento que tenga la finalidad de brindar el servicio de pernoctación en el lugar de desarrollo del turismo

- Alimentos y bebidas:

Serán todos los establecimientos que comercialicen alimentos ya sean restaurantes, cafeterías, restaurantes típicos y también todos los lugares como cantinas y bares.

- Entretenimiento y diversión:

Aquí entran los clubes nocturnos, discotecas, casinos, cines, teatros, plazas de toros, parques de diversiones y parques deportivos.

- Agencias de viajes:

Son las agencias encargadas de comercializar productos turísticos sean mayoristas o vendan al detalle.

- Capacitación

La capacitación será todos los procesos de normalización e instrucción que se realicen a las personas que tendrán contacto con los clientes de manera directa o indirecta. También entran los estudios que tengan las personas de la región encargadas de atender el cliente o turista.

- Otros

Aquí entran los bancos, telecomunicaciones, cambio de moneda, centros comerciales, oficinas de información turística, centros de eventos.

### 3) Acceso

Serán todas las rutas de acceso a el lugar donde se lleva a cabo el producto turístico, sea marítimo, aéreo o terrestre.

### Características del producto turístico

- 1) “No es transportable sino más bien estacionario
- 2) Se compra su uso, mas no el producto
- 3) Comercia, exporta e importa derivados del producto turístico como atractivos y eventos culturales.
- 4) Tiene un perfil físico y de servicio, por tanto, su conducción resulta bastante interesante
- 5) Integra la comodidad material con la espiritual tanto a nivel individual como de masas.” (cavassa, 2006, pág. 44)

Las características que menciona este autor dan un panorama de cómo debe crearse un producto turístico y que debe cumplir dentro de sus principios. El producto se vende siempre como el uso de este mas no del producto como tal ya que la persona paga por la experiencia que se le brinda a la hora de utilizar el producto turístico.

## **8.2. Introducción al producto turístico deportivo de San Gil**

San Gil es un municipio ubicado el departamento de Santander a 97 kilómetros de Bucaramanga. San Gil es considerada la capital turística de Santander por su trayectoria en los productos de turismo de aventura, desde hace muchos años San Gil adopto el turismo como una de las actividades económicas del municipio. Los sangileños comienzan a interesarse en este tipo de turismo cuando guías de turismo y deportistas de Costa Rica vienen a Colombia con la finalidad de realizar estudios en diferentes partes del país y obtener información para establecer el turismo de aventura en el país. La actividad del Rafting es la primera en el país que entra a ser estudiada en San Gil en el río Fonce el cual cruza el municipio y demás corregimientos aledaños los cuales se ven beneficiados ya que el municipio se apoya en todos los atractivos naturales que se encuentran dentro de la zona de San Gil y demás municipios.

San Gil también además se concentra en la producción agrícola en sus zonas aledañas al pueblo, producen tomate, frijol, yuca, y demás hortalizas. También se dedica a las frutas como los cítricos, piña, limón. Y además también tiene línea ganadera y porcina además de la piscicultura.

Hoy en día San Gil ha recibido una enorme competencia ya que los departamentos se dieron cuenta que el turismo de aventura puede llegar a ser un factor de desarrollo bastante productivo, además de que Colombia brinda bastante apoyo en materia de turismo ya que el país es bastante atractivo para los extranjeros por sus cualidades naturales y turísticos. Por esta razón se piensa en crear un nuevo producto turístico que se presente como una solución a la competencia creciente de los diferentes municipios y así aprovechar lo que es un factor negativo, convertirlo como un **factor de desarrollo nuevo para este municipio.**

## **8.3. Componentes procedimentales para la construcción del producto turístico**

Para establecer una nueva propuesta de producto turístico para el municipio de San Gil se piensa en basarse en la actividad de Rafting la cual ha tenido una larga trayectoria en el municipio. Bajo este principio se busca establecer una colaboración entre las empresas prestadoras de servicios turísticos y la alcaldía para establecer un producto turístico en torno a una actividad deportiva, para

esto se debió realizar en primera medida una caracterización del servicio de Rafting en el municipio con la finalidad de saber en qué factores son fuertes y en cuales hay que realizar una mejora para obtener el resultado deseado. Posterior a la caracterización se realiza un acercamiento a la población con encuestas y entrevistas para obtener información sobre la experiencia en cuanto a calidad y satisfacción de la prestación del servicio y así establecer lo que se menciona en el libro de marketing turístico dentro de los atractivos turísticos, el atractivo humano.

Por último, se realiza una tarea experimental donde se practican las actividades ofertadas por las empresas turísticas de la región y se pernocta en el municipio con la finalidad de poder analizar de manera vivencial como es la prestación del servicio, el vivir de los Sangileños, la comida local, conocer precios, conocer costumbres, clima, y demás factores que afecten a la hora de querer establecer un producto turístico.

#### 8.4. Perfil del cliente

El cliente que se busca para este producto turístico es:

- Personas jóvenes de entre 18 a 35 años
- Personas sin afecciones cardiacas o respiratorias
- Personas con experiencia en la realización del Rafting
- Equipos conformados de Rafting
- Hombres y mujeres
- Nacionales o internacionales

#### 8.5. Itinerario

El evento tendrá una duración de 3 días donde tendrán el siguiente itinerario:

Tabla 18

*Tabla de itinerario*

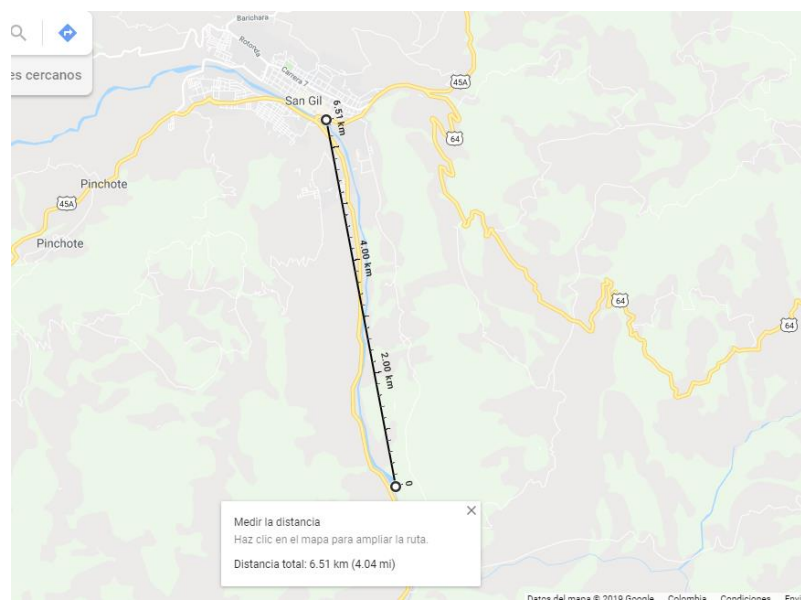
Día 1	Actividad	Hora
Dia 1	llegada deportistas	6:30 a. m.
	Desayuno	7:00 a. m.
	Charla técnica	8:00 a. m.
	Asignación de habitaciones	9:00 a. m.
	Almuerzo	12:00 p. m.

	Inicio primera actividad competitiva (carrera Slalom)	2:00 p. m.
	Segunda Pasada	2:45 p. m.
	Tercera pasada	3:30 p. m.
	Presentación de Resultados	4:30 p. m.
	Cierre de competencia día 1	5:00 p. m.
	llegada al hotel	7:00 p. m.
	Cena	8:00 p. m.
Dia 2	Desayuno	7:00 a. m.
	Charla sobre turismo de San Gil	9:00 a. m.
	Almuerzo	12:00 p. m.
	Inicio segunda actividad competitiva (Downriver)	2:00 p. m.
	Segunda Pasada	2:45 p. m.
	Tercera pasada	3:30 p. m.
	Presentación de Resultados	4:30 p. m.
	Presentación cultural y cierre de competencia día 2	5:00 p. m.
	llegada al hotel	7:00 p. m.
	Cena	8:00 p. m.
Dia 3	Desayuno	7:00 a. m.
	Inicio tercera actividad competitiva (Sprint)	9:00 a. m.
	Segunda Pasada	9:45 a. m.
	Tercera pasada	10:30 a. m.
	Presentación de Resultados	11:30 a. m.
	Almuerzo	1:00 p. m.
	Ceremonia de premiación	3:00 p. m.
	Cena y coctel de cierre de evento	7:00 p. m.

Nota: Autoría propia

## 8.6. Ruta

La competencia tendrá un trazado sobre el río Fonce el cual posee diferentes dificultades y niveles de competencia. Este trazado constara de 6.5 kilómetros en promedio donde los competidores mostraran sus habilidades comenzaran en el punto de salida el cual estará ubicado a 6.8 kilómetros de San Gil y llegaran al parque gallineral donde finalizaran todas las competencias.



**Figura 19** Mapa Trazado de competencia Fuente: Propia y Google Maps (2018)

## 8.7. Costeo

El evento en primera medida se piensa desarrollar como una iniciativa propia donde no se cuentan con patrocinios o aportes de parte de ninguna entidad o empresarial, pero se busca que los costos de este se vean disminuidos con el apoyo de las alcaldías de los lugares donde participen los competidores además del apoyo gubernamental de Santander o más específicamente en San Gil.

Tabla 19

*Tabla de costeo*



Valor al publico	\$ 599.042	\$ 574.406	\$ 559.625	\$ 549.771	\$ 542.732	\$ 537.453	Desde Bogotá
	\$ 567.792	\$ 543.156	\$ 528.375	\$ 518.521	\$ 511.482	\$ 506.203	Desde Bucaramanga
Utilidad por persona	\$ 119.808	\$ 114.881	\$ 111.925	\$ 109.954	\$ 108.546	\$ 107.491	Desde Bogotá
	\$ 113.558	\$ 108.631	\$ 105.675	\$ 103.704	\$ 102.296	\$ 101.241	Desde Bucaramanga
Utilidad total	\$ 3.594.250	\$ 4.595.250	\$ 5.596.250	\$ 6.597.250	\$ 7.598.250	\$ 8.599.250	Desde Bogotá
	\$ 3.406.750	\$ 4.345.250	\$ 5.283.750	\$ 6.222.250	\$ 7.160.750	\$ 8.099.250	Desde Bucaramanga
Utilidad más IVA	\$ 95.847	\$ 91.905	\$ 89.540	\$ 87.963	\$ 86.837	\$ 85.993	Desde Bogotá
	\$ 90.847	\$ 86.905	\$ 84.540	\$ 82.963	\$ 81.837	\$ 80.993	Desde Bucaramanga
Precio de venta	\$ 694.888	\$ 666.311	\$ 649.165	\$ 637.734	\$ 629.569	\$ 623.446	Desde Bogotá
	\$ 658.638	\$ 630.061	\$ 612.915	\$ 601.484	\$ 593.319	\$ 587.196	Desde Bucaramanga
Precio de venta definitivo	\$ 695.000	\$ 667.000	\$ 650.000	\$ 638.000	\$ 630.000	\$ 624.000	Desde Bogotá
	\$ 659.000	\$ 631.000	\$ 613.000	\$ 602.000	\$ 594.000	\$ 588.000	Desde Bucaramanga

Nota: Autoría propia

El costeo en primera medida se toma desde la ciudad de Bogotá siendo un punto de referencia para los diferentes lugares de donde se piensa promocionar el evento y de donde se considera que viajaran los deportistas de pueblos pequeños. En segunda instancia se toma la ciudad de Bucaramanga ya que es la más cercana al municipio de San Gil.

Los precios de venta definitivos se toman como el valor que debe pagar el competidor por asistir al evento, este valor tendrá incluido:

- Transporte
- Alimentación
- Equipos de competencia
- Costos de seguro
- Jueces
- Organización



## **8.8. Estrategia de mercadeo**

Para establecer la estrategia de mercado se deben definir primero el perfil de persona a la cual se quiere llegar por esta razón se establece el siguiente perfil.

### **8.8.1. Perfil del cliente potencial.**

El cliente potencial será:

- Todos los guías turísticos que se especialicen en la actividad del Rafting y ejerzan en cualquier municipio de Colombia
- Todas las personas que pertenezcan a algún equipo deportivo conformado de Rafting
- Personas entre el rango de edad de los 20 años hasta los 35 años
- Personas categorizadas en estratos de 3 a 5 con capacidad financiera para costear los gastos necesarios
- Hombres y mujeres
- Personas con experiencia en Rafting considerable para estar en un evento turístico-deportivo

### **8.8.2. Estrategia de comunicación.**

El evento turístico-deportivo es una alternativa respuesta a la constante creciente competencia en turismo de aventura que se desarrolla en Colombia. Por esta razón se piensa que el realizar un evento que atraiga un nuevo público es indispensable para mantener la competencia en materia de turismo del municipio. Con este se busca beneficiar a la población local de San Gil aprovechando su trayectoria en el Rafting y su capacidad en materia de equipos y personal, que puede llegar a sostener eventos regionales, nacionales y hasta internacionales.

Por esta razón la estrategia de comunicación se basará en mostrar la capacidad y la experiencia del municipio ante el Rafting y que allí se pueden hacer competencias las cuales atraigan un público nuevo y este se establezca de manera que los eventos turístico-deportivos se realicen con más frecuencia en el municipio.

Este evento tendrá una ventaja y es que se contrataran guías especializados en el Rafting para ser los jurados y los organizadores, también se buscara la participación de los integrantes de los equipos de Rafting que se encuentren en San Gil con la finalidad de tener asesoría experta en el

evento, y así tener un evento que no solamente sea atractivo en materia turística sino también en materia de organización de un evento de categorías internacionales.

Para generar más interés se buscará que las empresas turísticas brinden una certificación de calidad del evento y además tener el apoyo de la alcaldía de San Gil para incluir en las empresas relacionadas al evento y tener una base que interese a los competidores.

### **8.8.3. Estrategia de promoción.**

Para promocionar el evento se busca tener publicidad en redes sociales y en folletos. Esto ya que el público objetivo es un público joven el cual está en contacto frecuente de las redes sociales y muchas veces prefiere este tipo de publicidad a la hora de buscar información por su misma facilidad de acceso.

En primera medida se utilizará la promoción publicitaria de FACEBOOK ya que esta red social es una de las principales hoy en día, y en ella frecuentan el público al cual se le apunta, allí se presentara la página oficial del evento con toda la información como itinerario, descripción de los costos, descripción del evento, y demás que sea necesaria para los clientes a la hora de querer adquirir el evento, además tendrá un link directo a la página web oficial del evento donde se tendrá toda la información de patrocinadores (en el caso de lograr encontrarlos) itinerarios y demás.

En INSTAGRAM se presentará la imagen desarrollada para el evento además del brochure que contendrá la información relacionada al evento y un acceso a un enlace el cual llevará al posible cliente a la página web principal del evento.

Para los costos de esta publicidad se contempla que será durante 6 meses lo cual será diario durante estos con la finalidad de lograr llegar a todos los clientes potenciales en las diferentes regiones de Colombia, estas redes sociales permiten establecer un valor mínimo y un valor máximo que se quiera pagar para adquirir la publicidad por esta razón son escogidas ya que su alcance es bastante grande y sus costos en comparación no son altos. El valor que se busca pagar para esta publicidad durante los 6 meses será: \$1.485.000 pesos colombianos donde se comprenderá la promoción de la página y la información resumida que se presente en esta.

#### **8.8.4. Comercialización.**

La comercialización se divide en dos directa e indirecta, donde la directa será cuando la empresa o el evento como tal se acerca al cliente y se informa del producto, este cliente podrá adquirir el producto de manera directa con el vendedor.

La comercialización indirecta se basa en utilizar una serie de intermediarios los cuales promocionaran el producto en sus establecimientos o páginas, este tipo de comercialización permite llegar a un público mucho más amplio.

Para esta idea de evento turístico-deportivo se planea utilizar la comercialización indirecta ya que en primera medida se buscará publicitar el evento de manera online, y además de esto se enviarán folletos a las empresas turísticas de Colombia donde estas sean las que promocionen el evento con los folletos y además de incluir mensajes publicitarios con las empresas que se asocien con el evento. Además, se buscará que el público se pueda inscribir al evento de manera online y realicen los pagos a través de entidades bancarias o en las instalaciones de las empresas turísticas que se asocien con el evento.

Estas alianzas se formarán en primera medida con las empresas operadoras turísticas en San Gil ya que estas mismas se beneficiarán del evento. Se buscará incluir la publicidad en las páginas de estas y además en la página de la alcaldía de San Gil.

### **8.9. Acceso**

#### **8.9.1. Terrestre.**

San Gil es un municipio que se encuentra a 96 kilómetros de la ciudad de Bucaramanga y 327 kilómetros de Bogotá. Al ser estas dos las ciudades más importantes se presentan las empresas más importantes que viajan a San Gil

Bogotá

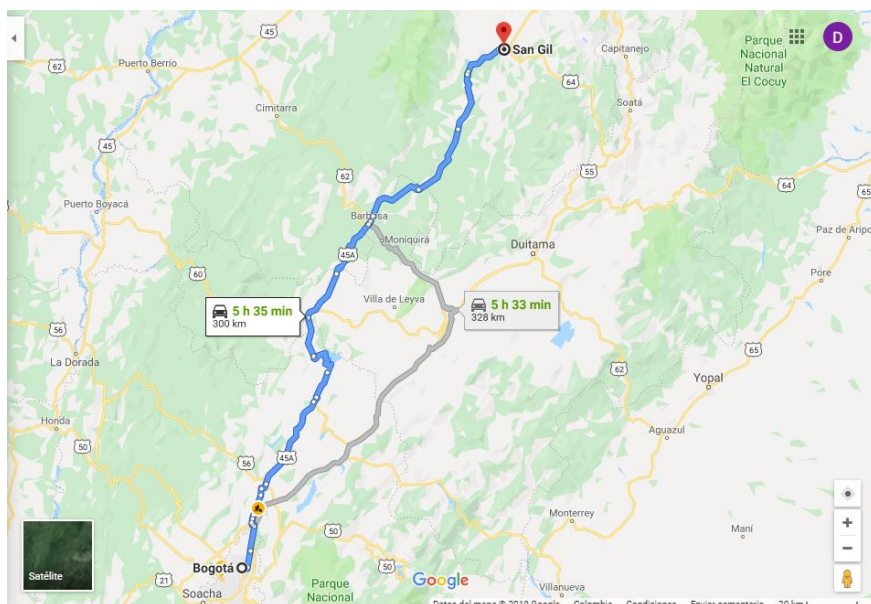
- Copetran
- Omega
- Transportes Reina
- Cootransangil
- Brasilia

## Bucaramanga:

- Berlina del Fonce
- Concorde
- Cotrasaravita
- Autoboy
- Transsander
- Copetran
- Brasilia

## Vía

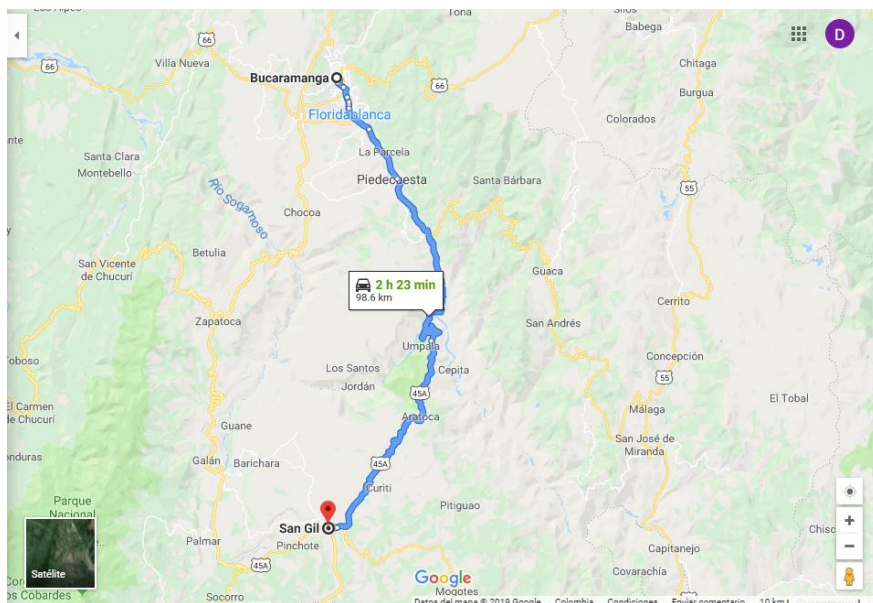
La vía de Bogotá a San Gil pasa por la ciudad de Chiquinquirá, tiene un total de 4 peajes a 10.200 pesos cada uno. Hay otra vía que pasa por la ciudad de Tunja, esta vía tiene 5 peajes en total cada uno a 10.200 pesos. Las dos vías se encuentran en muy buen estado con tramos de un solo carril y dos carriles en su mayor amplitud, es una vía con bastantes curvas ya que se viaja a través del cañón del Chicamocha. Tiene un promedio de 6 horas de viaje.



**Figura 20.** Mapa Vía San Gil – Bogotá. Google Maps (2018)

La vía desde Bucaramanga es mucho más corta, tiene un promedio de 3 horas de duración el viaje, pasa por la vía conocida como el pescadero la cual tiene muchas curvas ya que baja a la base

del cañón del Chicamocha y vuelve a subir. Tiene 98.6 kilómetros y pasa por Aratoca, Piedecuesta y Floridablanca.



**Figura 21.** Mapa San Gil – Bucaramanga. Google Maps (2018)

### **Transporte interno**

San Gil cuenta con un servicio de transporte el cual funciona dentro del municipio para sus pobladores, las empresas que prestan este servicio son:

- Cootranguanenta
- Empresas de Taxi de San Gil
- Cootransangil

## **8.10. Oferta y demanda**

### **8.10.1. Oferta.**

La oferta turística en San Gil es bastante grande ya que el municipio se dedica al turismo de manera masiva, más Puntualmente al turismo de aventura, por esta razón tienen agencias que se dedican a crear actividades específicas, pero todas tienen convenios para realizar las actividades dentro de los parámetros establecidos por el municipio. Por esta razón se presentan las agencias de viaje más representativas de San Gil:

## Aventura total



**Figura 22.** Aventura Total. Google imagen (2018)

Aventura total es una de las agencias que presta servicios en San Gil, poseen actividades como:

- Rafting
- Parapente
- Descensos
- Espeleología
- Trekking

Esta empresa es una de las que más maneja personas o clientes en San Gil, por esta razón se considera como una de las empresas más importantes en el municipio. Los equipos que tienen son equipos hechos en Colombia y también poseen equipos importados como algunos Rafts y paddles.

### Dorado extremo



**Figura 23.** Agencia Dorado Extremo. Autoría propia

La agencia de viajes Dorado Extremo es una de las empresas más completas dentro del municipio de San Gil ya que posee 11 actividades reglamentadas bajo la legislación colombiana y normas técnicas sectoriales además de tener el sello de calidad turística en sus actividades de Canyoning y Rafting. Los equipos que usan son importados y tienen una de las trayectorias más largas en San Gil lo cual les da una experiencia fuerte en materia de turismo.

### San Gil Travel



**Figura 24.** Agencia San Gil Travel. Google imagen (2018)

San Gil Travel tiene en su inventario una de las más completas ofertas ya que no solo se centra en el pueblo de San Gil, sino que también posee paquetes en el Chicamocha, planes en otras regiones de Colombia como Antioquia, Cartagena, Santa marta, Boyacá y el eje cafetero. Además

de tener una oferta en Santander como lo es los pueblos aledaños a San Gil y el embalse del Topocoro.

### **8.10.2. Demanda.**

La demanda en San Gil es bastante alta, aunque sufre del impacto de la estacionalidad de temporadas ya que su afluencia es muchísimo más elevada en las temporadas de Diciembre – Enero y Junio – Julio. La demanda competitiva en materia de Rafting es alta por que el rio Fonce es uno de los ríos que más variaciones de nivel tiene, por esta razón los guías y personas que practican el Rafting como deporte suelen ir a San Gil ya sea a entrenar o a competir con los equipos locales de San Gil.

En San Gil además de sus ventajas para realizar la actividad, la alcaldía tiene en su división de deportes el Indersangil el cual se encarga de reglamentar el Rafting como deporte y además da ayudas a todos los deportistas que se reglamenten con la administración local.

Con el trabajo realizado en San Gil, se pudo ver que las personas que frecuentan la actividad son personas jóvenes entre los 20 y los 35 años, son personas que suelen realizar actividades deportivas de manera más habitual. Jóvenes acompañados de sus amigos o familiares o parejas, también pueden ser personas que practiquen el Rafting como un deporte.

Las personas que demandan este tipo de actividades son personas que tienen como motivación la adrenalina y las experiencias fuertes en cuanto a actividades deportivas por esta razón el Rafting es una de las actividades preferidas ya que incluye las mejores experiencias en rio siempre estando seguros y acompañados de expertos que están listos y preparados en caso de alguna dificultad en el rio.

Las personas que realizan la actividad un 60% no suele pernoctar en el municipio ya que viajan allí solo por realizar la actividad turística, pero el 40% restante pernocta en el municipio ya que realiza todas las actividades que normalmente tienen que ser divididas en 2 días ya que el tiempo no permite muchas veces la realización de todas.



## 8.11. Atractivos

### 8.11.1. Atractivos naturales complementarios al evento.

#### Parque natural El Gallineral



**Figura 25.** Parque natural Gallineral. Google imagen (2018)

“EL PARQUE NATURAL EL GALLINERAL, es una Bella Isla que forman 2 brazos de la quebrada Curití en la junta con el Rio Fonce, tiene una extensión de 4 hectáreas donde sus bellos árboles con musgos colgantes crean un paraíso lleno de paisajes exóticos. La vegetación con heliconias y otras flores silvestres, los caminos empedrados y puentes coloniales invitan al visitante a caminar y disfrutar de su ambiente fresco y romántico. En la Playita de la Piedra del Pato también se disfruta EL GALLINERAL, es el mirador donde se ven los navegantes pasar en los botes viviendo la aventura del rafting.” (Gobernacion de San Gil , 2017). El parque gallineral recibe a todos los turistas que llegan a practicar actividades de turismo de aventura no solo porque allí es donde termina la actividad del Rafting, sino que también las empresas turísticas se sitúan a su alrededor además de tener el punto de información turística y policía de turismo dentro de su extensión.

### Rio Fonce



**Figura 26.** Rio Fonce. Google imagen (2018)

Llamado anterior mente río Mochuelos, es la arteria fluvial del municipio de San Gil, este es reconocido por su participación en el turismo de San Gil ya que sobre él se realiza la actividad de canotaje ya que el río tiene una variedad de dificultades lo cual lo hace atractivo para la realización de esta actividad y además atrae a muchas personas de diferentes ubicaciones por sus características. Es un afluente del río Suarez.

### Quebrada Curití

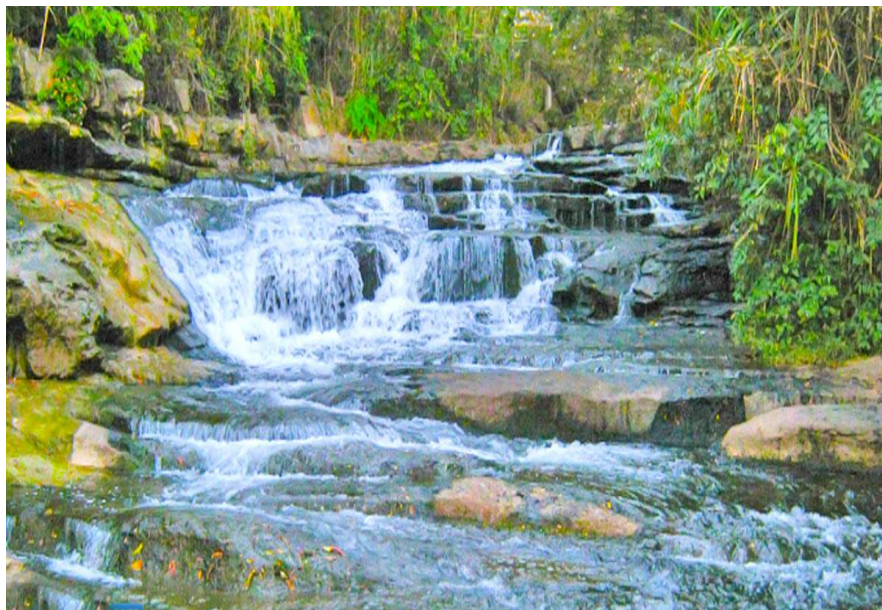


**Figura 27.** Quebrada Curití. Google imagen (2018)



La quebrada Curití se encuentra en las afueras de San Gil, esta compartida con el municipio de Curití Santander, es una caída de agua la cual conecta con el río Fonce, es una caída de agua limpia en la cual se puede nadar. Tiene una extensión de 21.03 kilómetros.

### **Pozo azul**



**Figura 28.** Pozo azul. Google imagen (2018)

“Un sitio de descanso al que acuden con frecuencia los habitantes de San Gil y los viajeros es el balneario Pozo Azul, ubicado a un kilómetro del municipio, en la vía que conduce a Bucaramanga. En este lugar, donde es posible zambullirse en las aguas limpias de la quebrada Curití, el paisaje lo completan lajas de piedra, pequeñas cascadas y trampolines naturales.” (Gobernacion de San Gil , 2017)

#### **8.11.2. Artificiales.**

Los atractivos artificiales son los creados o relacionados a la mano del ser humano, es decir lo que está hecho por los humanos después de su llegada a algún punto territorial. En San Gil encontraremos:

### **Catedral de la Santa Cruz**



**Figura 29.** Catedral de la Santa Cruz. Google imagen (2018)

La catedral de la Santa Cruz se encuentra en la plaza central de San Gil, siguiendo la arquitectura colonial española donde la plaza central tiene una pila de agua, y a su alrededor hacia el norte se encuentra la catedral a mano izquierda y hacia el oeste se encuentra la alcaldía, es construida en ladrillo de arena como la mayoría de las catedrales de los pueblos coloniales de la región de Santander. Tiene como patrona a la inmaculada concepción y está bajo el control de la Diócesis de Socorro y San Gil.

### **Santuario de María auxiliadora**



**Figura 30.** Santuario de María Auxiliadora. Google imagen (2018)

Este santuario se construye gracias a monseñor Ríos quien es el que tiene la idea de crearlo con la finalidad de tener otro lugar para recibir a los feligreses, la construcción comienza en un lote donado por Don José Dolores Rodríguez. Su construcción en un principio es básica con techos en lata, con el pasar de los años el arquitecto Dr. Guillermo Collazos construye el santuario basándose en el arte gótico italiano.

### **Plaza de mercado**



**Figura 31.** Plaza de mercado de San Gil. Google imagen (2018)

La plaza de mercado de San Gil es la plaza más importante de la región, allí llegan desde cárnicos, Flores, quesos, lácteos, panes, frutas, verduras y hortalizas de toda la región. Esta plaza todavía conserva su infraestructura y organización original por esta razón es muy representativa ya que a pesar de que el pueblo es muy turístico, la plaza se mantiene sin impacto y refleja toda la cultura del pueblo.



## Parque central de San Gil



**Figura 32.** Plaza central San Gil. Google imagen (2018)

El parque central de San Gil se caracteriza por tener la arquitectura colonial española donde en el centro del parque central tiene una pila o una fuente de agua, a sus alrededores se encuentra la iglesia, la alcaldía, un colegio, y comercio. Y sus calles se distribuyen en respecto a el parque ya que este debe ser el centro y el municipio crece a su alrededor. Este es un punto de encuentro para todos los Sangileños y allí se encuentran exhibiciones artísticas y además se denota la cultura santandereana.

## Ferias y fiestas



**Figura 33.** Feria San Gil. Google imagen (2018)

Las ferias y fiestas en San Gil son muy variadas y se disfrutan durante todo el año, son eventos culturales típicos del pueblo. Algunos ejemplos de estas son:

- Alboradas
- Celebraciones eucarísticas
- Festivales de teatro
- Ferias de emprendimiento
- Exposiciones de pintura
- Cabalgatas
- Ferias comerciales
- Muestras ganaderas
- Ferias deportivas
- Eventos musicales
- Ferias agronómicas

Estas se realizan durante todo el año y son parte de la cultura de San Gil porque los mismos pobladores participan en ellas y muestran su vivir.

### **8.11.3. Humano.**

El atractivo humano será toda atención o grado de hospitalidad que tenga el poblador Sangileño. Ya que este es un pueblo ubicado en Santander, el santandereano tiene fama de ser una persona que habla fuerte, parece enojado cuando habla, es entrador, muy carismático. Pero por estas mismas cualidades se tienen conflictos o mal entendidos con personas de otras regiones ya que a veces se cree que esta persona está peleando o discutiendo todo el tiempo.

Ya que San Gil es un pueblo que hace muchos años se dedica al turismo, el poblador está acostumbrado a ver personas de otras regiones, inclusive a personas de otros países, por esta razón el pueblo está muy dado a la recepción de personas y a hacerlas sentir cómodas en el tiempo de su estadía lo cual es esencial en el turismo, por esta razón San Gil es un pueblo que llama el interés

## **8.12. Facilidades**

### **8.12.1. Alojamiento.**

### Hotel Dorado Extremo



**Figura 34.** Hotel Dorado Extremo. Autoría propia.

El hotel Dorado Extremo es uno de los hoteles que presta sus servicios en el pueblo de San Gil, tiene 3 plantas las cuales siempre están disponibles para el público, es manejado en conjunto con la empresa prestadora de servicios turísticos Dorado Extremo.

### Hotel la Riviera Fonce



**Figura 35.** Hotel Riviera Fonce. Hoteles San Gil (2018)



Este hotel se encuentra ubicado dentro del municipio de San Gil, a las orillas de del rio Fonce, tiene diferentes habitaciones en ocupaciones múltiples con piscinas para adultos y niños, Restaurantes, Wi-Fi, Zona de juegos y parqueadero cubierto, además de contar con deportes extremos en el rio Fonce.

### **Hotel Puerto bahía**



**Figura 36.** Hotel Puerto Bahía. Google imagen (2018)

Cuenta con habitaciones en diferentes acomodaciones de hasta 5 personas en habitaciones normales y también cuenta con habitaciones tipo suite junior y presidencial para clientes que deseen tener una experiencia reconfortante de alta categoría, es uno de los hoteles más importantes de San Gil, cuenta con piscina pequeña, Salón de eventos, Wi-Fi, Restaurante, parqueadero, lavandería, Room service, Salón de masajes, y convenio para realizar deportes extremos.

### Hotel Posada campestre



**Figura 37.** Hotel Posada campestre. Google imagen (2018)

Es uno de los mejores hoteles de la región de Santander, se encuentra en el kilómetro 2 vía Charalá sobre el río Fonce, cuenta con servicios de:

- Piscina y turco
- Restaurante
- Parqueadero
- Zona de camping
- Juegos infantiles
- Salón de eventos
- Zonas verdes
- Wi-Fi

Es uno de los hoteles más completos de San Gil.

## 8.12.2. Alimentos y Bebidas.

### Balcón Sangileño



**Figura 38.** Balcón Sangileño. Tripadvisor (2018)

Restaurante típico ubicado en el parque central de San Gil, tiene su menú basado en la gastronomía santandereana con platos como el cabrito al horno, sopa de mote santandereano, entre otros. Tiene dos sedes, una en el parque central la cual es la principal y otra frente al parque gallineral que tiene el mismo menú, pero es un poco más pequeña.

### El maná



**Figura 39.** Restaurante El Maná. Google imagen (2018)

El maná es un restaurante que no tiene temática definida sino la ejecutiva, tiene platos originales de la región y además complementa su menú con platos de otros lugares del país, posee una gran

calificación en TripAdvisor. Su servicio se caracteriza por ser cálido y los platos poseen certificación de calidad.

### Mesón del arriero



**Figura 40.** Restaurante Mesón del Arriero. Google imagen (2018)

Es un restaurante ubicado en la zona turística de San Gil el cual tiene temática cultural y gastronómica paisa, sus platos son típicos de la región de Antioquia, tiene un rango de precios de desde 7.000 hasta 50.000, su sazón es reconocida dentro del gremio de restaurantes ya que es muy característica de la región de Antioquia.

### Casona China



**Figura 41.** Restaurante Casona china. Autoría propia.

El restaurante Casona China es un restaurante típico chino donde se venden platos típicos de la región asiática, su ambientación es típica china con el uso de madera y símbolos chinos, su atención es bastante cálida y sus platos son bastante abundantes, siempre acompañados de salsa agridulce y salsa soja. El menaje que utilizan tiene motivos chinos con tal de brindar la mayor experiencia posible.

### 8.12.3. Entretenimiento.

#### Bar Doggy style



**Figura 42.** Bar Doggy Style. Google imagen (2018)

El bar Doggy style sigue el estilo de los bares lounge donde quieren tener un ambiente relajado con buena música donde las personas puedan disfrutar de una bebida y compartir con amigos o familiares. También se especializa en los deportes, tienen transmisiones de los eventos deportivos más importantes.



### Bar Giratorio Múnich



**Figura 43.** Bar Giratorio Múnich. Google imagen (2018)

Es un Bar Pub donde se sirven cervezas nacionales e importadas con música clásica de los pubs. También venden picadas, comidas rápidas, cocteles y licores. Poseen una tarima donde se presentan artistas nacionales e internacionales en ocasiones, este bar se caracteriza por tener cervezas de colores.

### Queen 1991 Disco Bar



**Figura 44.** Queen 1991 disco bar. Google imagen (2018)

Queen 1991 es un bar con temática disco donde la fiesta tiene muy buenas calificaciones, venden licores nacionales e importados y tienen eventos musicales donde artistas nacionales se presentan en noches temáticas.

### Centro comercial San Gil Plaza



**Figura 45.** Centro comercial San Gil Plaza. Google imagen (2018)

San Gil Plaza es un centro comercial que está siendo construido desde el 2018, ya está abierto al público. Tiene tiendas en diferentes categorías como bar, restaurantes, ropa, entretenimiento, mercado, salud, hogar, servicios.

### Centro comercial El Puente



**Figura 46.** Centro comercial El puente. Google imagen (2018)

Este centro comercial se caracteriza por estar conectado por un puente, además se encuentra frente a uno de los puentes principales de San Gil ya que por el pasan todos los automóviles que

se dirijan a Bucaramanga, tiene tiendas en diferentes categorías como: Restaurantes, ropa, salud, mercado, música, cine, entre otras.

#### **8.12.4. Complementarios.**

##### **Colasistencias**



**Figura 47.** Colasistencias. Autoría propia.

Es una empresa dedicada a brindar asistencias y seguros a viajeros que realicen actividades de turismo en el municipio de San Gil, esta empresa tiene convenio con las empresas turísticas y sus seguros están incluidos en las tarifas de las actividades turísticas de San Gil. Tiene convenio con los hospitales y lugares de asistencia médica en San Gil.

##### **Hospital regional de San Gil**



**Figura 48.** Hospital Regional de San Gil. Google imagen (2018)



El hospital regional de San Gil es uno de los más completos en la región de Santander. El servicio de salud ha estado en constante evolución gracias a que siempre tiene un proceso de mejora en sus instalaciones, procesos, y equipos.

### **Bancos**

Las entidades bancarias en San Gil están muy presentes ya que el pueblo tiene una afluencia bastante grande gracias a su actividad turística. Los bancos presentes en San Gil son:

- Banco de Bogotá
- Davivienda
- Banco pichincha
- Banco caja social
- Bancolombia
- BBVA
- Banco agrario de Colombia
- Banco popular

Además de tener empresas como:

- Mapfre
- Efecty
- Corresponsales bancarios

## Conclusiones

### Conclusiones

- Con la caracterización del servicio podemos concluir que San Gil gracias a su experiencia y trayectoria en el turismo de aventura puede prestar un servicio de calidad basado sobre las normas colombianas que reglamentan estas actividades. Los equipos utilizados en la prestación al ser importados generan la sensación de calidad y seguridad. Por esta razón San Gil es la mejor ubicación para realizar el evento.
- Al acercarse a la comunidad que practica y presta el servicio de Rafting en el municipio de San Gil se puede concluir que los clientes tienen una percepción de calidad y de seguridad al acercarse a cualquiera de las empresas para realizar la actividad por esta razón en cuanto a preguntas de satisfacción manifiestan estar a gusto y satisfechos con la prestación del servicio.

Los prestadores de servicio al ser las personas que están más inmersas tienen la claridad completa de cómo es el desarrollo de la actividad turística en San Gil, por eso manifiestan que la competencia que se desarrolla cada día es un factor el cual afecta el municipio por esta razón creen que el presentar una propuesta turístico-deportiva es muy viable y puede ser la solución a este problema.

- Tomando como referencia los eventos de competencias de Rafting a nivel mundial se puede concluir que los eventos como las competencias mundiales de Rafting atrae un número bastante considerable de visitantes a un destino lo cual se traduce en la entrada de dinero a la ubicación donde se realice, por esta razón puede ser tomado como un factor de desarrollo turístico ya que no solo las personas viajan por el evento sino también viajan por conocer el destino.
- Los factores de éxito son esos puntos que resultaron en el desarrollo efectivo del evento deportivo, por esta razón podemos concluir que si los factores que se evidencian en otros eventos son aplicados a la estructuración de un evento en San Gil este resultara en el correcto desempeño y se lograrán los objetivos tanto deportivos como turísticos.
- Para establecer un evento turístico se debe conocer las capacidades y ventajas de la locación donde se hará, por esta razón al establecer un producto turístico podemos concluir que San Gil posee una gran variedad de facilidades para poder organizar un evento turístico

deportivo tanto nacional como internacional para así tener un nuevo público al cual no se le está poniendo mucha atención.

- En Colombia el Rafting es uno de los deportes de aventura es más importante para el desarrollo del turismo de aventura ya que es la actividad que más mueve personas, por esta razón muchas personas se dedican a esta actividad ya sea como guías turísticos o como deportistas, por esta razón se ha creado un público al cual se le puede apuntar ya que estas personas se interesan en eventos competitivos donde puedan demostrar sus habilidades. Por esta razón el establecer un evento que reúna a las personas especializadas en Rafting es un proyecto viable porque está dando una solución a una problemática que surge y además se está tomando en cuenta un público nuevo.

### Referencias

- Alcaldia San Gil . (6 de Mayo de 2017). *Alcaldia de San Gil* . Obtenido de <http://www.sangil.gov.co/san-gil/informacion-general/>
- cavassa, C. R. (2006). *Marketing turistico* . Mexico : Trillas .
- Diccionario de la real academia española. (2014). *Real academia española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=axaWB7V>
- Dinero . (2002). El Pionero de la aventura. *Dinero* .
- El Tiempo. (1998). El Rafting se toma los rios de colombia . *El tiempo*.
- Federacion internacional de Rafting . (marzo de 2017 ). *Federacion internacional de Rafting* . Obtenido de <https://www.internationalrafting.com/wp-content/uploads/2011/02/Race-Rules-Spanish-2017.pdf>
- Gobernacion de San Gil . (1 de Junio de 2017). *San Gil* . Obtenido de <https://www.sangil.gov.co/turismo/sitios-turisticos/>
- Google. (2019). Obtenido de [https://www.google.com/search?q=rafting+tobia&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi76uaP14DhAhUQj1kKHcqxAz4Q\\_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=\\_](https://www.google.com/search?q=rafting+tobia&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi76uaP14DhAhUQj1kKHcqxAz4Q_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=_)
- Google. (2019). Obtenido de [https://www.google.com/search?q=rafting+en+san+agustin&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiggOnLvvhgAhUKnlkKHXLnAfkQ\\_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=43RIJzCj3qJEUM](https://www.google.com/search?q=rafting+en+san+agustin&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiggOnLvvhgAhUKnlkKHXLnAfkQ_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=43RIJzCj3qJEUM)
- Google. (2019). Obtenido de [https://www.google.com/search?q=rafting+en+quindio&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiThuDx\\_HgAhXSpFkKHT07C0YQ\\_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=P\\_4RdrfXd7Dv7M](https://www.google.com/search?q=rafting+en+quindio&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiThuDx_HgAhXSpFkKHT07C0YQ_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=P_4RdrfXd7Dv7M)

Heraldo, E. (19 de Abril de 2015). *El Heraldó* . Obtenido de Durante el recorrido, los deportistas son cautivados por la diversidad de especies animales y la vasta vegetación que componen el paisaje de los pequeños islotes del río.

Icontec . (15 de Marzo de 2007). *NTS*. Obtenido de [http://rntneiva.confecamaras.co/ckfinder/userfiles/files/NTS%20%E2%80%93%20AV%202010\\_%20Requisitos%20para%20la%20operaci%C3%B3n%20de%20actividades%20de%20rafting%20en%20turismo%20de%20aventura,%202007.pdf](http://rntneiva.confecamaras.co/ckfinder/userfiles/files/NTS%20%E2%80%93%20AV%202010_%20Requisitos%20para%20la%20operaci%C3%B3n%20de%20actividades%20de%20rafting%20en%20turismo%20de%20aventura,%202007.pdf)

Maps, G. (2018).

Ministerio de industria y comercio . (28 de 12 de 2015). *Mincit* . Obtenido de [http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77038&name=RESOLUCION\\_3860\\_DE\\_2015.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77038&name=RESOLUCION_3860_DE_2015.pdf&prefijo=file)

Monterrubio, J. C. (2013). *Turismo no convencional impactos socioculturales*. Mexico: Trillas.

Sampieri, R. h. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico : Mc Graw Hill.

Sanchez, V. J. (17 de 05 de 2018). *Vanguardia* . Obtenido de <https://www.vanguardia.com/santander/guanenta/primer-campeonato-nacional-de-cross-river-rafting-san-gil-AEVL433223>

Senado de la republica. (27 de julio de 1996). *Biblioteca digital del congreso*. Obtenido de [https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14016/Ley\\_300\\_de\\_1996.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14016/Ley_300_de_1996.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Serra, A. (2011). *Marketing turístico* . Madrid : Piramide .

Sinnaps. (2012). *Sinnaps* . Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>

Viceministerio de turismo. (2017). *Colombia Travel*. Obtenido de <http://www.colombia.travel/es/ferias-y-fiestas/festival-del-agua-la-ecologia-y-los-deportes-nauticos>

WTO. (2002). *Turismo y Deporte - Informe introductorio*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404186>

Ziperovich, A. (2003). *Turismo y recreacion* . Trillas .

## Anexos

### Formato de Encuesta



La presente encuesta tiene como propósito obtener información valiosa de su parte, con el interés de aportar al desarrollo de un proyecto de investigación del programa de Hotelería y Turismo de la Universitaria Agustiniana – Uniagustiniana. La información que aquí se consigne tiene propósitos exclusivamente académicos y por ningún motivo tendrán uso diferente, previa autorización de la fuente.

El trabajo tiene como título “El Rafting como practica de turismo de aventura articulada al turismo deportivo en el municipio de San Gil” y busca establecer una comparación y una propuesta de la realización de un evento deportivo en el municipio con invitaciones nacionales e internacionales con la finalidad de atraer un público diferente en materia de turismo y así generar un factor de desarrollo diferente en San Gil

Derrotero de preguntas:

1. Edad:

- A) Entre 12 y 20 años
- B) 21 y 35 años
- C) 36 y 45 años
- D) 46 y 60
- E) Mas de 60

2. Genero:

- A) Masculino
- B) Femenino

3. ¿Cuál es el motivo principal de su visita al municipio de San Gil?

- A) Turismo
- B) Negocios
- C) Deporte
- D) Otras actividades

4. ¿Qué lo motiva a realizar el Rafting como practica de turismo de aventura?

- A) La experiencia
- B) La adrenalina
- C) El hobbie
- D) La práctica deportiva

5. ¿Con quién realizo la práctica del Rafting en el municipio de San Gil?

- A) Solo
- B) Pareja
- C) Familia
- D) Amigos

6. ¿Busca la intermediación de agencias de viaje y operadores de turismo para la práctica del Rafting en San Gil?

- A. Siempre
- B. Casi siempre
- C. A veces
- D. Nunca

7. ¿Cómo califica la prestación del servicio en cuanto al Rafting en San Gil?

- A) Bueno
- B) Regular
- C) Malo



8. ¿Cómo califica la calidad de los equipos prestados para la realización de la actividad de Rafting?

- A) Bueno
- B) Regular
- C) Malo

9. ¿Qué percepción de seguridad le genera el practicar Rafting en el municipio de San Gil?

- A) Muy seguro
- B) Parcialmente seguro
- C) Inseguro

10. ¿Considera usted que el rafting puede llegar a ser una actividad deportiva que se practique regularmente?

- A) Si lo considera
- B) No lo considera

11. ¿Participaría usted de una práctica de turismo deportivo (competencia) a partir del Rafting en el municipio de San Gil?

- A) Si participaría
- B) No participaría