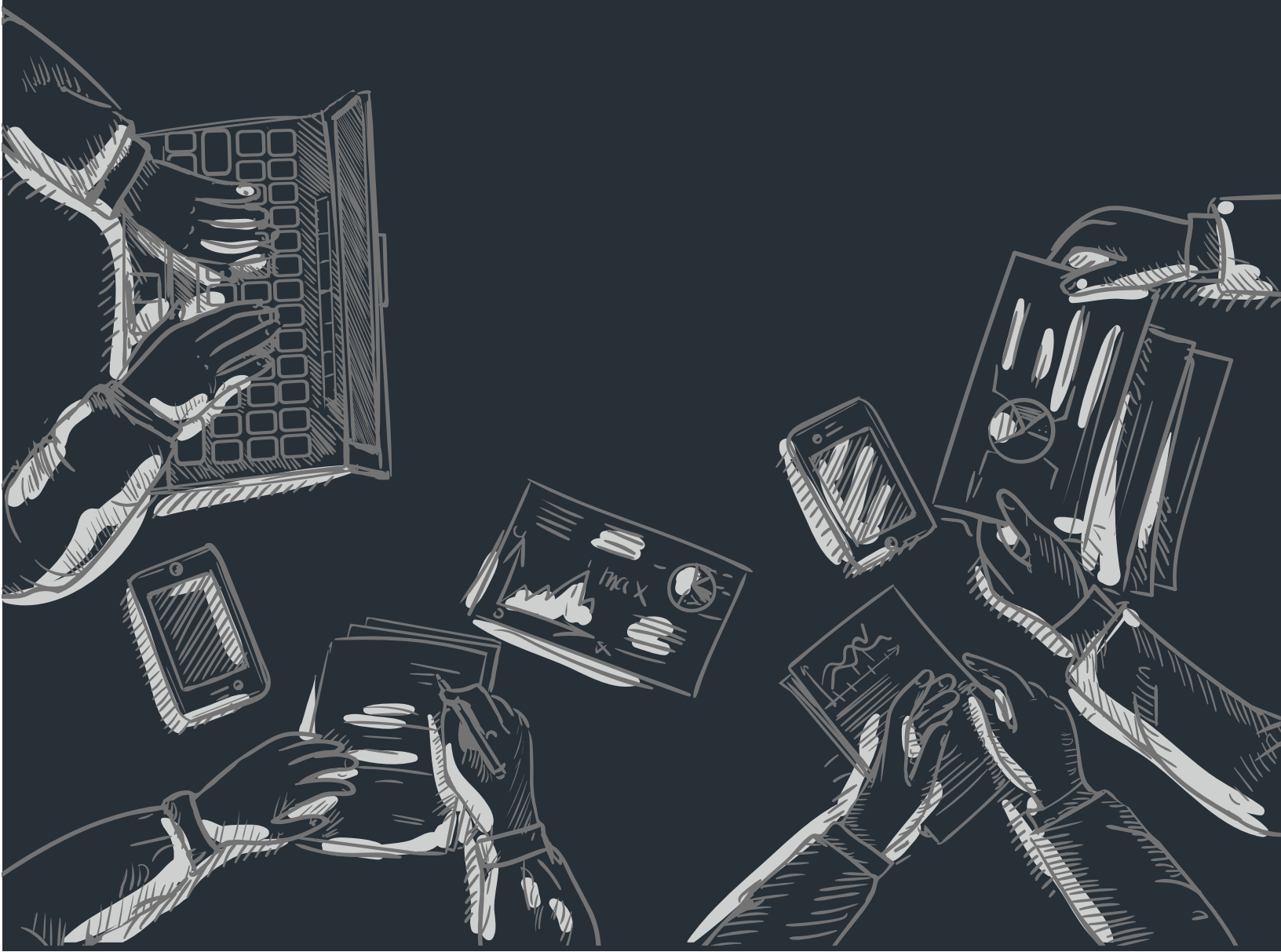


El turismo de naturaleza: una oportunidad para municipio de San Luis oriente antioqueño

Sara Duque López
Mariana Hincapié García
Elizabeth Serna Ramírez
Geovanny García Echeverry
Alfredo Rodas Cardona
Universidad Católica de Oriente



Resumen

El turismo de naturaleza tiene como fin la realización de actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza, con el motivador principal de observar y apreciar la biodiversidad y las cuales están relacionadas con el ecoturismo, turismo rural o el turismo de aventura que permite el disfrute de charcos, cascadas y ríos, avistamiento de aves, agroturismo y senderos interpretativos, entre otros. La investigación fue de corte mixto para realizar un inventario de las riquezas naturales que posee el municipio de San Luis y plantear estrategias que potencialicen este tipo de turismo. Se encontró que este municipio al poseer un sinnúmero de riquezas naturales se puede consolidar como un referente regional, nacional e internacional.

Palabras clave: turismo de naturaleza, San Luis, oriente antioqueño, estrategias.

Introducción

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico, donde hay desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Respecto al turismo de naturaleza según The International Ecotourism Society (TIES, 2022), se define como un viaje responsable a áreas naturales, conservando el medio ambiente y mejorando el bienestar de la población local, actuando de manera responsable y consciente, promoviendo el cuidado del medio ambiente y minimizando el impacto en estas zonas y en sus habitantes. El turismo de naturaleza se divide en tres categorías: ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura y permite realizar actividades como: disfrute de charcos, cascadas y ríos, avistamiento de aves, agroturismo, turismo de haciendas y granjas, senderismo, entre otros (OMT, 2019).

El ecoturismo, está basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local, se desarrollan actividades como: avistamiento de ballenas, de aves, senderos interpretativos y recuperación de la fauna y flora.

El turismo rural, busca que la experiencia del visitante esté relacionada con productos vinculados con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales. Las actividades que se desarrollan son: agroturismo, pesca y turismo de haciendas y granjas.

El turismo de aventura tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos, se asocia con una actividad física, la interacción y la cercanía con

la naturaleza; comprende actividades como lo es el buceo, torrentismo, rafting, rapel, trekking, parapente, kitesurf, windsurf y pesca deportiva (Colombia productiva, 2013). El oriente antioqueño es una de las nueve subregiones del departamento de Antioquia y, a su vez, está dividida en cuatro zonas: altiplano, embalses, bosques y páramos. Se caracteriza por la variedad climas, tierras fértiles, asentamiento de empresas y una oferta paisajística atractiva y una infraestructura vial que lo conecta con el centro y la costa del país.

En la zona bosques, se encuentra el municipio de San Luis que es conocido como la Perla Verde, ubicado en medio de ecosistema con biodiversidad, con especies silvestres, piscinas naturales, cascadas, zonas de cavernas, rutas y hallazgos arqueológicos indígenas, que lo convierten en un lugar ideal para el desarrollo del turismo de naturaleza.

En el marketing, se habla de la promoción como el conjunto de actividades que comunican atributos de un bien y persuaden a los consumidores para su adquisición (Kotler, 1999); para Middleton y Clarke (2001), la promoción turística son todas las formas que se utilizan para hacer que los clientes se den cuenta de sus productos, agudizando los deseos y estimule la demanda.

Metodología

La investigación fue de corte mixto, el método inductivo y el diseño de la investigación transversal. Las fuentes usadas fueron primarias como expertos en turismo de naturaleza, agencias y fuentes secundarias. Las técnicas utilizadas desde lo cualitativo fueron la observación, entrevistas semiestructuradas, grabaciones y fotografías y desde lo cuantitativo encuestas, listas de cotejo y escalas de estimación; para determinar la validez y confiabilidad de los datos en la cuantitativo el grado de aplicación del instrumento y en lo cualitativo la constancia de participación. Una vez obtenida la información se hacen análisis, tablas, categorías y se construirá el informe final.

Resultados

El municipio de San Luis cuenta con una riqueza hídrica como charcos, cascadas y balnearios, entre los que se destacan: la Planta, las Piedras, La Tebaida, San Francisco, El Balseadero, Aragonés, La Cristalina, río Caldera, río Claro, río Samaná, río Dormilón, cascada la Cuba y Balneario la Iraca, que permiten el desarrollo de diferentes actividades como son el Rafting, torrentismo, canyoning, senderismo ecoturístico y servicio de alimentación. También, hay cuevas, cavernas y grutas rocosas naturales, denominadas: Salida Caverna, Garganta Agua Linda, caverna Cabeza de Toro, Tirinto, cueva la Flecha, caverna los Caracoles y Petroglifo, ubicadas en el corregimiento del Prodigio

(Antioquia es mágica, s.f.), que permite desarrollar actividades de espeleología; para la práctica del senderismo, el disfrute de paisajes y de la biodiversidad del municipio, se encuentran montañas, cerros, valles, miradores y accidentes geográficos como son los cerros de: Castellón, Cuchilla, Pavas y Montenegro; altos como: la Cruz, Popal, Bonito, morro Gacho, loma de Cuchilla y Valle del Prodigio. Los principales senderos son: Cuba, El Balseadero, El Castellón, La Colonización, El Dormilón, ruta La cruz, San Luis, el Popal, charco El Jardín, la Tebaida y el Vergel.

En el municipio diferentes actores, desarrollan actividades relacionadas con turismo de naturaleza como la alimentación, alojamiento, transporte y de servicios turísticos, que comienzan a vislumbrar avances y generan sensaciones gratas en las personas que los visitan, que con una voz a voz invitan a conocidos a conozcan este lugar del oriente antioqueño.

En cuanto al servicio de alojamiento se encontraron 23 alojamientos, de los cuales 12 son hoteles, cuatro de ellos ubicados en la autopista Medellín-Bogotá y los restantes están en la zona urbana del municipio; seis fincas ubicadas en la zona rural y cinco glamping, cada uno de ellos con sus particularidades, lo que permite que los precios se adecuen a las necesidades de los turistas. Estos lugares ofrecen espacios cómodos y limpios ideales para el descanso, la atención de las personas que trabajan allí es cálida y respetuosa, pero a algunos de ellos no tienen la información de lo que ofrecen y dar respuesta a las inquietudes de los clientes. Se detecta que estas empresas, no tienen una estrategia comunicativa para promocionar sus servicios de hospedaje. Solo 12 de ellos (52 %) cuentan con página web o social media, pero la información que se encuentra no es muy clara, plana y sin un segundo idioma.

La alimentación es un elemento importante para el turismo de un lugar, ya que genera empleo, mantiene vivas ciertas tradiciones culinarias y se convierte en un medio para que se involucren con las costumbres y habitantes del municipio. En San Luis se encontraron 25 lugares que vendían alimentos y bebidas. 12 restaurantes se encuentran ubicados en la autopista y la zona urbana del municipio, ofrecen platos típicos colombianos, solo uno de ellos tiene en su carta comida saludable y platos vegetarianos y solo dos de ellos tiene carta. En el centro urbano y sus alrededores se encuentran tres cafeterías, dos asaderos de pollos y ocho establecimientos de comidas rápidas, los platos son bien presentados y los lugares son limpios. El personal es amable, respetuoso y tiene conocimiento de los productos que ofrecen. En los negocios se encuentra publicidad, afiches, carteles que comunican lo que se puede adquirir.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, los prestadores de servicios turísticos son personas naturales o jurídicas que habitualmente proporcionan, intermedian o contratan directa o indirectamente con el turista un servicio. En San Luis, se encontraron cuatro entidades dedicadas a esta actividad; una de ellas es una agencia de viajes y tres son agencias turísticas; también, se encuentran personas naturales

que prestan el servicio de guía de manera particular. Dos de ellas cuentan con página web, con información completa y números de contacto, servicios ofrecidos y, algunos apartados en inglés; también, cuentan Instagram, Facebook, YouTube y WhatsApp. Estas empresas, llevan varios años prestando el servicio, cuentan con un portafolio de actividades que se pueden realizar en el municipio, dependiendo de lo que se quiera hacer hay paquetes de diferentes precios; además, ofrecen seguro y hacen firmar un consentimiento informado; trabajan en prerrutas para ofrecer destinos diferentes para las personas que ya han visitado el municipio. Consideran que es importante que, las autoridades municipales generen alguna normativa frente a las actividades que se realizan en el río, ya que es muy peligroso. En el mercado internacional los prestadores de servicios turísticos se promocionan con agencias aliadas y cuentan con personal que domina otra lengua. Aunque, San Luis no está posicionado como sitio turístico, estos operadores se están capacitando para ofrecer un mejor servicio. La debilidad que se encontró en el municipio en los procesos de turismo es la informalidad y la fortaleza es que los locales se están preparando para atender las demandas de los visitantes en este tema.

Los turistas que visitan San Luis, les gusta estar en contacto con la naturaleza; los rangos de edades de los que acceden a estas actividades son en un 60 % jóvenes, 30 % adultos y 10 % niños. La procedencia de ellos es un 70 % de municipios cercanos y de Medellín, un 20 % de otros departamentos y un 10 % son extranjeros. Los meses que más reciben visitantes son: diciembre, enero febrero, mayo, junio y julio y a veces octubre, temporadas de vacaciones y fiestas del pueblo; el mayor atractivo turístico del municipio es el charco la planta. Los visitantes lo hacen por recomendación de otras personas, por redes sociales y la página web de los que la tienen. Para los extranjeros, lo que más genera confianza es la página web, un contacto y que tenga alguna información así sea en inglés.

Tabla 1: Matriz DOFA del turismo de municipio de San Luis

Fortalezas	Debilidades
F1: Riqueza y abundancia de recursos naturales.	D1: Desaprovechamiento de los medios digitales para promoción y como medio para ofrecer sus servicios.
F2: Variedad en temas gastronómicos y diferentes sitios para alimentarse	D2: Poco conocimiento de la formalización legal

F3: Las entidades turísticas tienen gran conocimiento de las rutas, y charcos y actividades que se realizan.	D3: Falta de afiches publicitarios y portafolio de productos y servicios
F4: Existen buenas relaciones entre las entidades y prestadores de servicios turísticos	D4: Falta de interés para comunicarse con clientes potenciales
F5: Capacitación de guías turísticos	D5: Poca experiencia en el sector de agencias operadoras.
F6: Un esquema de ordenamiento donde la visión y las propuestas se enfocan en el turismo rural y de naturaleza.	D6: Poca desarrollo de infraestructura turística (Poca accesibilidad vial a las veredas)
F7: La existencia de dos Áreas protegidas: la tebaida y otra en los mármoles	D7: Habitantes rurales dependientes de la extracción de madera.
	D8: No hay cultura de emprendimiento turístico.
Oportunidades	Amenazas
O1: Posibles alianzas con municipios vecinos donde los ríos se conectan para la realización de festivales turísticos y actividades en los charcos y senderos, así como caminatas, rafting, canopy y entre otros.	A1: Municipios cercanos y con características similares.
O2: Demanda de turistas tanto colombianos como extranjeros	A2: Pérdida de clientes potenciales debido al poco manejo de medios de comunicación.
O3: Inversión para potencializar más el turismo	A3: Otras empresas del sector de agencias operadoras con mayor experiencia.
O4: Apoyo de entidades e instituciones para la capacitación y oferta educativa a personal.	A4: Explotación de los mármoles a gran escala por las cementeras.
O5: Proyecto doble calzada autopista Medellín-Bogotá y la ruta del sol que conecta con Bogotá y la costa.	A5: La mirada solo de los inversionistas en montar proyectos hidroeléctricos.
O6: Existencia de los vientos alisios del sur que generan un clima especial.	A6: Desarrollo inmobiliario sin planificación urbanística.
O7: Tiene el corredor kárstico, con cuevas y con formaciones únicas en el mundo.	

Nota: Elaboración propia.

Las estrategias, que se proponen para potencializar el turismo de naturaleza en el municipio de San Luis son:

- Destacar el patrimonio cultural que tiene el municipio para diseñar actividades alternativas para los futuros y potenciales visitantes.
- Desarrollar alianzas con los municipios vecinos que cuentan con recursos naturales relacionadas con el turismo de naturaleza, lo que genera redes.
- Capacitar permanentemente a las personas que desarrollan actividades turísticas, para que brinden un servicio más profesional.
- Capacitaciones en medios digitales para generar procesos comunicacionales en la web del municipio y turismo de naturaleza.
- Diseñar un portafolio de servicios turísticos que sean de interés y se adecue a las expectativas del turista, y darlo a conocer por todos los medios de comunicación.
- Fomentar una campaña que impulse a la inversión de entidades del país y externas.
- Usar el marketing digital, crear experiencias inmersivas que hagan sentir sensaciones al público objetivo y crear recordación en el cliente.
- Generar publicidad orgánica para lograr una mayor visualización, llegar a más personas, crear contenido de valor donde se muestre las actividades que se pueden realizar, los productos y servicios ofrecidos, eventos y horarios de atención.
- Como estrategia municipal se sugiere desarrollar un sitio en la web donde se encuentren descritos los sitios turísticos con su descripción, los datos de los prestadores de servicios turísticos, contactos para que sea fácil la comunicación con los turistas reales y potenciales.
- Trabajar con la comunidad para consolidar la propuesta de que todos son anfitriones del municipio.
- Crear una marca ciudad San Luis.
- Trabajar en red con los prestadores de servicios, vendedores restaurantes, alojamientos, para ofrecer una mejor experiencia a los clientes.
- Los prestadores de servicios turísticos deben participar en la vitrina turística de Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), lo que genera espacios para establecer relaciones comerciales y lograr mayor visualización.
- Participar en ferias internacionales donde se promueve el turismo; una de estas puede ser la Feria Internacional de Turismo de América Latina (FIT) que se celebra en Argentina anualmente, para establecer relaciones con posibles socios estratégicos que ayuden a potencializar servicios y expandir áreas de negocios.

- Realizar un evento masivo en el municipio liderado por entes de gobierno y el sector privado donde se promocióne San Luis.
- Establecer la agremiación que reúna a diferentes actores relacionados con el sector turístico para unir fuerzas y lograr objetivos que individualmente serían muy difíciles de lograr.
- Crear una oficina de cooperación internacional que su función permita atraer inversión extranjera, promocionar el municipio, conseguir aliados estratégicos que genere desarrollo y visibilidad a nivel internacional.
- Que los entes municipales participen en discusiones y presentación de proyectos de mejora de la infraestructura vial, como la doble calzada Medellín-Bogotá, pavimentación de la vía antigua y la vía que va a puerto Nare por el Prodigio y gestionar la construcción de la vía que va de San Luis por el Brasil por la zona del río San Miguel, hasta llegar a la cabecera de San Carlos, lo que dará conectividad y ofrecer mejores condiciones viales a los turistas.

Conclusiones

El turismo de naturaleza contribuye al desarrollo económico de un territorio, permitiendo utilizar de manera adecuada los recursos que tiene, pero con la conciencia de cuidar y preservar los recursos naturales y biológicos que habitan el espacio.

El municipio de San Luis posee infinitas riquezas naturales, que le otorgan una ventaja comparativa y competitiva para el desarrollo del turismo naturaleza, en el que se pueden desarrollar actividades que apuntan al ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura dependiendo de los intereses de los demandantes.

San Luis en el oriente antioqueño, cuenta con un alto potencial para el desarrollo de actividades relacionadas con el turismo de naturaleza, gracias a la abundancia en riquezas naturales, como fuentes hídricas, cerros, senderos, paisajes, junto con biodiversidad de fauna y flora silvestre, que lo hacen un destino atractivo para los viajeros. Sin embargo, a pesar de contar con estas riquezas naturales, no se han sabido aprovechar las potencialidades que se poseen, que podrían hacer de este municipio un pionero en este tipo de turismo, aún falta darse a conocer, para lograr una mayor visualización tanto en los mercados nacionales como internacionales.

El municipio cuenta con un esquema de ordenamiento territorial claro y desde los procesos de planeación de San Luis se declara potencializar el turismo, pero de manera responsable que permita garantizar a generaciones futuras el disfrute de estos recursos.

Es importante destacar que, existen buenas relaciones entre las entidades y prestadores de servicios turísticos en el municipio, además del gran conocimiento que se tiene de las riquezas que se poseen que permiten las construcciones de planes turísticos para diferentes segmentos de visitantes que desean realizar.

Falta desarrollar estrategias comunicativas por los diferentes actores para promocionar el municipio, el turismo, las riquezas naturales que se poseen.

Referencias

- Antioquia es mágica. (s.f.). *San Luis*. <https://turismoantioquia.travel/san-luis/>
- Colombia productiva. (2012, noviembre). *Diagnóstico turismo de naturaleza en Colombia*. <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=56e56497-881d-41f6-b23c-4df2d0685f6b>
- Kotler, P. (1999). *El marketing según Kotler: cómo crear, ganar y dominar los mercados*. Paidós empresa.
- Middleton, V. & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. Elsevier, Oxford.
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2022). *Turismo extranjero*. <https://www.unwto.org/tourism-data/country-profile-outbound-tourism>
- The International Ecotourism Society [TIES]. (s.f.). *Colombia Travel - Turismo de naturaleza y Ecoturismo: ¿Cuál es la diferencia?* <https://colombia.travel/es/blog/turismo-de-naturaleza-y-ecoturismo-cual-es-la-diferencia>