

Potenciar el turismo en Riohacha, creando un destino ecoturístico sostenible

Chapter 5. Boosting tourism in Riohacha, creating a sustainable ecotourism destination

Stewart Enrique Tobinson Padilla

stewart.tobinson@unad.edu.co

<https://orcid.org/0009-0000-2667-6146>

Pablo Antonio Barrera Carrillo

pabarreracar@unadvirtual.edu.co

<https://orcid.org/0009-0006-5437-064X>

Isabel María Mendoza Loperena

isabel.mendoza@unad.edu.co

<https://orcid.org/0009-0002-0683-2767>

Resumen

Colombia, por sus hermosos paisajes, es un país de naturaleza turística, no obstante, en algunos de sus paisajes aún no se ha potencializado el turismo, ya sea por las características geográficas de la región, por la cultura o por otros factores externos al propio turismo. Es por eso que el gobierno, en aras de incentivar el crecimiento económico de algunas regiones, así como de incentivar el turismo, ha creado distritos especiales en los que se generan incentivos al ecoturismo y a las empresas amigables con el ambiente. Pensando en este potencial se plantea en el estudio la creación de un hotel como destino turístico sostenible, a partir de la elaboración de un plan de negocios que marca la ruta que debe seguirse para lograr el propósito deseado. En efecto, para atender la falta de aprovechamiento de la actividad turística en Riohacha, específicamente sobre el ecoturismo sostenible, se plantea como solución la creación de un hotel ecoturístico para potenciar ese tipo de turismo en la región. La metodología consistió en la revisión sistemática de la literatura científica, con fines de aplicar la investigación hermenéutica interpretando los datos que otros autores o fuentes secundarias de información han compartido sobre la temática. Entre los principales hallazgos está que todo proyecto bajo el enfoque de un plan de negocios debe desarrollar estudios o análisis de mercado, financiero, operativo, de riesgo y jurídico, que sirven como sustento a cualquier propuesta de esta magnitud. Entre las conclusiones se menciona que el proyecto de creación del hotel es factible desde la perspectiva económica, operativa y técnica. Entonces, a partir de su implementación, se puede generar crecimiento económico en Riohacha, donde aún el turismo, y especialmente los hoteles, tienen gran demanda pero muy poca oferta, situación que se desea aprovechar con la creación del hotel ecoturístico Talataa.

Palabras clave: ecoturismo, sostenible, plan de negocios, turismo, cultura

Abstract

Colombia, due to its beautiful landscapes, is a naturally touristic country. However, tourism has not yet been developed in some areas, whether due to the region's geographic characteristics, its culture, or other factors external to tourism itself. Therefore, the government, in an effort to encourage economic growth in some regions and promote tourism, has created special districts, where incentives are generated for ecotourism and environmentally friendly businesses. With this potential in mind, the study proposes the creation of a hotel as a sustainable tourist destination, based on the development of a business plan that outlines the path to be followed to achieve the desired objective. The methodology consisted of a systematic review of the scientific literature, applying hermeneutical research, interpreting data shared by other authors or secondary sources of information on the subject. Among the main findings is that every project under the business plan approach must develop market,

financial, operational, risk and legal studies or analyses that serve as a basis for any proposal of this magnitude. Among the conclusions, it is noted that the hotel project is feasible from an economic, operational and technical perspective. Its implementation can therefore generate economic growth for Riohacha, where tourism, and especially hotels, still have high demand but very limited supply. This situation is being capitalized on with the creation of the Talataa ecotourism hotel.

Keywords: ecotourism, sustainable, business plan, tourism, culture

Introducción

A lo largo de la existencia de la humanidad, una de las actividades por las que mayor gusto y preferencia ha mostrado es conocer la diversidad de lugares en todo el mundo, motivada por distintos intereses, entre los cuales destacan la visita a lugares exóticos, el disfrute de la naturaleza, el enriquecimiento de la diversidad cultural, el conocimiento sobre el patrimonio histórico y cultural de las naciones, el intercambio comercial, la adquisición de productos y servicios turísticos, la práctica de actividades recreativas y de esparcimiento, la interacción con actores sociales pertenecientes a otras culturas, entre otras.

Ahora bien, la importancia del comportamiento del sector turístico estriba en que cuando la actividad turística crece, los visitantes aumentan y realizan mayores transacciones de dinero en el destino que los recibe, hecho que impacta sobre el incremento del Producto Interno Bruto (PIB) y en el crecimiento económico del lugar (Brida et al., 2021). Algunos datos que soportan las afirmaciones anteriores han sido suministrados por el Barómetro OMT del Turismo Mundial, cuando publicaron que en el 2019 el turismo supuso un 10,3 % de la actividad económica mundial, siendo responsable de generar uno de cada cuatro nuevos puestos de trabajo [World Tourism Organization (WTO, 2020)].

En ese mismo orden de ideas, Ortiz et al. (2019) señalan cómo gran cantidad de estudios han demostrado la importancia que ha adquirido el turismo como un factor determinante para el desarrollo económico, considerando su capacidad para generar empleo, su impacto en el incremento de ingresos fiscales y la renta disponible por habitante, incluso las divisas que su actividad genera y los aportes a la balanza de pagos; todo esto propicia un mejor estado del bienestar y calidad de vida para las personas. Como lo afirma Pelegrín (2022), “el turismo es una de las actividades más trascendentales que emprenden los países en la actualidad en busca de bienestar económico” (p. 379).

En el contexto colombiano, Leguizamón et al. (2020) presentaron datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), en los que se observa que hasta el 2017 los principales indicadores de turismo en el país tuvieron crecimientos destacados,

como fue el caso de los visitantes internacionales, los cuales incrementaron un 69 % respecto al año anterior; la generación de divisas creció un 52 %; la generación de nuevos empleos creció 19 %; y la irrupción de nuevas empresas vinculadas al sector turístico incrementó 74 %, configurando una oferta de destinos turísticos a lo largo de 281 municipios del territorio nacional.

Así mismo, el MinCIT (2022) señala que el PIB de alojamiento y servicios de comida en el 2021 alcanzó los 38,9 billones de pesos, un 15,6 % más que en el 2019 y superior en un 59,7 % al 2020. En el caso específico de la ocupación de alojamiento, para diciembre del 2021 se ubicó en 54,4 %, superando por 4,6 puntos porcentuales las cifras logradas en el mismo mes del 2019 y en el que destacó una ciudad de la región Caribe de Colombia, Cartagena, que mostró uno de los mayores crecimientos al alcanzar una tasa de ocupación hotelera del 74 %.

Como se puede analizar de los datos anteriores, existe evidencia suficiente para argumentar que la importancia del alojamiento y los servicios que prestan los hoteles dentro de la actividad turística en general, es uno de los soportes económicos más importantes para el país, pero que en el caso de Riohacha no se está aprovechando. No es explotado ese crecimiento del turismo, aunque ya se demostró que los hoteles dentro de la industria del turismo son el reflejo del potencial de desarrollo económico que se puede lograr con sus actividades subyacentes, es decir, los hoteles y sitios de alojamiento se erigen como un factor estratégico dentro del accionar gubernamental y la inversión privada, pero existe la necesidad de crear un hotel ecoturístico sostenible, que responda a las finalidades que tuvo el gobierno nacional cuando declaró a Riohacha “Distrito Especial, Turístico y Cultural de Colombia”, para que lograra mayor desarrollo económico al convertirse en destino turístico.

En efecto, en la actualidad Colombia tiene diez distritos turísticos, dentro de los cuales se encuentra Riohacha, tal como lo refrenda la Cámara de Comercio de La Guajira (2023), Riohacha es la capital de La Guajira, destino turístico, con diversidad étnica, cultural y ambiental, y con posicionamiento geoestratégico para el desarrollo sostenible y la competitividad. Por medio de la Ley 1766 del 2015, ostenta la categoría de Distrito Especial Turístico y Cultural.

Sin embargo, Colombia, a pesar de considerarse un país de turismo y donde La Guajira representa una gran riqueza minero-energética, cultural y de paisaje ecoturístico, es uno de los menos explotados a nivel turístico, como ya se mencionó en los apartados precedentes. Cabe destacar que las riquezas naturales, geográficas y culturales que se encuentran en los diferentes lugares que configuran al departamento no tienen el nivel de impacto esperado con respecto a la actividad turística, en gran parte por la escasa oferta de hoteles y sitios de alojamiento dentro del mercado ecoturístico y cultural, donde se ofrezca un factor diferenciador en el alojamiento y en paquetes de diversión cultural y turística en su capital, Riohacha.

Por tanto, a manera de aportar solución al entramado de realidades que describen a Riohacha con respecto a la actividad turística, este estudio plantea la propuesta de un plan de negocios para la creación del hotel ecoturístico sostenible Talataa, como respuesta a la escasa oferta existente en el mercado para el alojamiento de los visitantes o turistas con poder adquisitivo medio y alto y que se encuentren interesados en conocer, además del paisaje de La Guajira, su riqueza cultural y ambiental (cultura milenaria wayuu, sus artesanías, los juglares del vallenato, las minas de sal de Manaure, el Cerrejón, entre otros), sustentado en las políticas públicas que pretenden incentivar el crecimiento del turismo en La Guajira, de acuerdo a lo indicado en la Agenda Departamental de Competitividad e Innovación de este departamento, en la cual se han priorizado y acelerado algunos proyectos en la región que propendan por este objetivo (Cámara de Comercio de La Guajira, 2023, pp. 16-17).

En virtud del desarrollo anterior, surge como principal interrogante en el estudio: ¿cuál será el plan de negocios que viabilice la creación e implementación del hotel Talataa como un destino ecoturístico sostenible dentro de Riohacha, por medio de elementos como el plan de *marketing*, el estudio financiero, un análisis de riesgos del plan de negocios, la incorporación de factores tecnológicos y los elementos jurídicos requeridos para dar legalidad a dicha implementación?

Contenido teórico

El contenido teórico de esta investigación abordó el comportamiento del sector turístico en La Guajira, la caracterización de Riohacha como destino de la región Caribe colombiana y los fundamentos del ecoturismo. Además, se analizaron el plan de *marketing* y el plan de negocios como herramientas estratégicas para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos turísticos.

Comportamiento del sector turístico en La Guajira

El turismo en Riohacha, y en La Guajira en general, ha venido creciendo de manera sostenida durante los últimos años, convirtiéndolo en un destino de preferencia y de interés para muchos visitantes o turistas. La Cámara de Comercio de La Guajira (2023) plantea que, según datos del Centro de Información Turística de Colombia (CITUR), se revela un crecimiento significativo del turismo en La Guajira, tal como se observa a continuación en la tabla 12:

Se observa que entre el 2021 y el 2022 hubo un aumento significativo en la llegada de pasajeros aéreos internacionales, los cuales alcanzaron los 718 viajeros, y un notable incremento del número de visitantes extranjeros de manera general. Además, el sector turístico experimentó una expansión, con un aumento del 49,8 % en el número de prestadores de servicios activos en el Registro Nacional de Turismo (RNT), en comparación con el 18,3 % del período anterior. Finalmente, los establecimientos

de alojamiento y hospedaje mostraron una recuperación postpandemia, llegando incluso a revertir la caída del -2,2 % que se registró en el 2021.

Tabla 12. Comportamiento del sector turístico en La Guajira

Indicador	2017	2018	2019	2020	2021	2022	% Var 20/21	% Var 21/22
Llegada de pasajeros aéreos internacionales en vuelos regulares	890	1.197	3.340	1.172	508	718	-56,6%	41,3%
Llegada de pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares	76.019	82.255	123.221	38.551	128.299	115.148	232%	-10,2%
Visitantes extranjeros no residentes	2.413	2.248	3.015	1.067	1.592	4.162	49,2%	161,4%
Visitantes parques nacionales naturales	16.076	18.252	19.134	4.748	23.007	18.457	384,5%	-16,7%
Prestadores de servicios turísticos activos en RNT	3.255	396	558	534	632	947	18,3%	49,8%
Establecimientos de alojamiento y hospedaje	262	291	401	393	384	607	-2,2%	58%
Total habitaciones en establecimientos de alojamiento y hospedaje	0	4.069	5.032	5.075	5.510	5.947	8,5%	7,9%
Total camas en establecimientos de alojamiento y hospedaje	0	7.223	9.138	9.119	9.890	10.817	8,4%	9,3%

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, resulta pertinente destacar la relevancia de los atractivos turísticos que posee Riohacha, los cuales constituyen destinos de interés tanto para visitantes nacionales como internacionales. La figura 24 presenta una síntesis de los principales sitios y tradiciones turísticas del territorio, considerados espacios de alto valor

paisajístico, cultural y recreativo, que ofrecen experiencias de esparcimiento y contemplación para los turistas.

Descripción de Riohacha como parte de la región Caribe de Colombia

La región Caribe de Colombia está conformada por los departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre, los cuales limitan geográficamente al norte con el mar Caribe, al sur con la región Andina, al occidente con el mar Caribe y el océano Pacífico, y al oriente con Venezuela, dando origen a la región natural continental y marítima más septentrional del país. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2019), la población (según censo del 2018) es de 11 156 755 habitantes y posee una superficie de 132 288 km², que representa un 11,6 % del territorio nacional.

En el caso específico de Riohacha, capital de La Guajira, se erige como una joya en la región Caribe de Colombia, fusionando la rica herencia indígena wayuu con la vitalidad de una ciudad costera. Su ubicación estratégica en la desembocadura del río Ranchería, donde se encuentra con el mar Caribe, le confiere un paisaje único que combina playas, desierto y la esencia cultural de sus habitantes. La ciudad actúa como un punto de encuentro entre tradiciones ancestrales y el dinamismo del turismo, ofreciendo a sus visitantes una experiencia auténtica y diversa (*Revista Entornos*, 2021).

La influencia de la cultura wayuu es palpable en cada rincón de Riohacha, desde su artesanía hasta su gastronomía, creando un ambiente en el que el pasado y el presente se entrelazan (Gobernación de La Guajira, 2024). Las playas de Riohacha, con su arena dorada y aguas cristalinas, invitan al descanso y la contemplación, mientras que el malecón se convierte en un punto de encuentro para disfrutar de la brisa marina y la vida nocturna. Además, su cercanía a destinos ecoturísticos como el cabo de la Vela y Punta Gallinas la convierte en un punto de partida ideal para explorar la belleza natural y cultural de La Guajira. En la figura 24 se describen los aspectos más relevantes de Riohacha.

Sector del ecoturismo

El ecoturismo representa una alternativa que muchos países andan desarrollando como alternativa para el crecimiento económico con un enfoque en los ecosistemas, “en el que se busca concientizar a viajeros y locales de utilizar la naturaleza de una mejor manera y fomentar respeto por su patrimonio natural y cultural” (Gutiérrez et al., 2021, p. 239). De tal manera que el ecoturismo se presenta como una estrategia de desarrollo sostenible que busca equilibrar el crecimiento económico con la conservación de los ecosistemas.

Cabe destacar que por medio de esta modalidad turística se promueve una interacción responsable con la naturaleza, fomentando la educación ambiental y el respeto por el patrimonio natural y cultural de los destinos. El objetivo es que tanto los viajeros como las comunidades locales adopten prácticas que minimicen el impacto negativo en el entorno, al tiempo que se generan beneficios económicos que contribuyan al desarrollo sostenible de las regiones.

Figura 24. Descripción del contexto de Riohacha



Fuente: elaboración propia.

Gutiérrez et al., (2021) plantean que “el ecoturismo es uno de los sectores que más ha crecido durante los últimos años a nivel global. En América Latina, hay dos países que son potencia en este tema: Costa Rica y Colombia” (p. 239). Por tanto, enfocar propuestas de negocios o proyectos de inversión orientados hacia el ecoturismo es el camino que seguir para generar desarrollo socioeconómico en Riohacha.

La Organización Mundial del Turismo [World Tourism Organization (UNWTO)] afirma que las características del ecoturismo se basan en el cumplimiento de una serie de requisitos básicos como “amor por la naturaleza, observación del entorno natural y su interpretación, respeto por culturas tradicionales de zonas naturales, un impacto negativo mínimo y la contribución al mantenimiento de las zonas naturales generando empleo local y beneficios en la comunidad” (Cámara de Comercio de La Guajira, 2023, p. 15).

Tanto Gutiérrez et al. (2021) como la UNWTO (2020) coinciden en reconocer el ecoturismo como un motor de desarrollo, enfatizando la necesidad de considerar su impacto en el entorno natural y cultural. Gutiérrez et al. se enfocan en el potencial económico del ecoturismo, destacando el papel de países como Colombia en su crecimiento, mientras que la UNWTO define las características del ecoturismo, subrayando la importancia del respeto por la naturaleza y las culturas locales, la minimización del impacto negativo y la contribución al desarrollo comunitario. En conjunto, ambos aportes ofrecen una visión integral del ecoturismo, desde su potencial económico hasta sus implicaciones éticas y ambientales.

La figura 25 nos muestra un destino turístico muy visitado en la región, ubicado a pocos kilómetros de la ciudad. Mayapo se ha consolidado como una de las opciones preferidas por quienes desean disfrutar de una conexión más directa con la naturaleza sin necesidad de recorrer grandes distancias. Sus aguas de tono turquesa, el viento propicio para practicar *kitesurf* y su entorno natural lo convierten en uno de los paisajes más atractivos de la región.

Figura 25. Vista panorámica de la playa de Mayapo, La Guajira



Fuente: Ranchería Utta (2025).

Otro atractivo turístico de la región es el Santuario de Fauna y Flora Los Flamencos, tal como se puede ver en la figura 26.

Figura 26. Santuario de Fauna y Flora Los Flamencos, La Guajira



Fuente: Parques Nacionales Naturales de Colombia (2023).

La figura 26 nos muestra el Santuario de Fauna y Flora los Flamencos, ubicado a tan solo treinta minutos de Riohacha. Este santuario se destaca como el sitio ideal para admirar flamencos rosados en su entorno natural. Sus lagunas, manglares y senderos brindan una experiencia única de contacto con la biodiversidad del Caribe, al tiempo que permiten aprender sobre la importancia de la conservación ambiental.

En la figura 27 se puede observar el malecón. Ubicado en el corazón de la ciudad, brinda una vista privilegiada del mar Caribe y se ha posicionado como uno de los espacios más apreciados para disfrutar de la puesta del sol. Ofrece un ambiente sereno perfecto para quienes desean relajarse sin salir del área urbana. Su suave brisa y el tranquilo movimiento del mar invitan a pasear por la orilla, admirar las aves que sobrevuelan la costa o descansar bajo los kioscos.

Figura 27. El malecón de Riohacha, La Guajira



Fuente: El Informador (s. f.).

La gastronomía ocupa un lugar fundamental en la región, ofreciendo a los visitantes una amplia diversidad de platos tradicionales que reflejan la riqueza cultural y culinaria del territorio (figura 28).

Figura 28. Gastronomía de la región



Fuente: TripAdvisor.

La figura 28 detalla la oferta gastronómica de la región, la cual se distingue por su variedad y autenticidad, convirtiéndose en una experiencia imprescindible para quienes visitan los diferentes restaurantes y puestos de comida en Riohacha. En estos espacios se pueden degustar preparaciones tradicionales como el friche, chivo, arroz con camarones y arepa de huevo, junto con opciones clásicas y contemporáneas que mantienen la esencia y los sabores característicos del territorio.

Plan de marketing

Vargas (2020) plantea lo siguiente:

Un plan de *marketing* estratégico es el camino que las empresas deben transitar aprovechando la experiencia, el *know how*, las fortalezas que tengan para potenciar las oportunidades, cambiar las debilidades y transformar eficazmente las metodologías tradicionales de *marketing* por aquellas que la nueva era del *marketing* ha venido convirtiendo en tendencia innovadora para la promoción y venta de productos o servicios dentro de extensos mercados globalizados. (p. 214)

De la definición anterior se entiende que un plan de *marketing* estratégico es una hoja de ruta que permite aprovechar las fortalezas y conocimientos con los que se cuenta para capitalizar oportunidades en el mercado. Implica transformar las prácticas tradicionales de *marketing*, adaptándolas a las tendencias innovadoras de la era digital, para promocionar y vender eficazmente productos o servicios en un mercado globalizado. En esencia, se trata de una planificación que busca optimizar la presencia y el rendimiento de una empresa en el mercado, por medio de la implementación de estrategias adaptadas a las nuevas realidades del consumo (Vargas, 2020).

Para la creación de un hotel como destino ecoturístico sostenible, un plan de *marketing* estratégico implica aprovechar el conocimiento profundo del entorno y la experiencia en sostenibilidad, destacando las fortalezas únicas como la ubicación y el compromiso ambiental. Se deben identificar oportunidades en el creciente mercado del turismo sostenible y abordar debilidades como la competencia con grandes cadenas.

Por otra parte, la transformación del *marketing* tradicional se logra enfocándose en un público objetivo consciente y utilizando canales que transmitan los valores del hotel, como redes sociales y *marketing* de contenidos, ya que la nueva era del *marketing* se centra en la autenticidad y la creación de relaciones a largo plazo, ofreciendo información transparente sobre prácticas sostenibles e involucrando a los huéspedes en la conservación. Así mismo, la promoción en mercados globalizados requiere plataformas digitales y alianzas con agencias especializadas, buscando viajeros que valoren experiencias sostenibles y respetuosas con el entorno.

Plan de negocios

Gaytán (2020) afirma que un plan de negocios actúa como una guía estratégica para las organizaciones o personas, delineando el camino hacia la consecución de metas y objetivos, con un enfoque particular en la rentabilidad. Este documento no solo establece la dirección a seguir, sino que también anticipa y propone soluciones para los posibles obstáculos que puedan surgir durante la implementación y el desarrollo del negocio; además, proporciona una evaluación importante de la competitividad de la organización en el mercado al que se dirige.

Del mismo modo expresa que, al consolidar toda la información relevante en un solo documento, el plan de negocios ofrece una visión integral de la viabilidad del proyecto; por tanto, permite a las organizaciones evaluar y aplicar directrices, explorar alternativas y establecer planes de acción concretos para la puesta en marcha del negocio. De esta manera, se facilita el cumplimiento del plan estratégico establecido y, sobre todo, se maximiza la posibilidad de alcanzar las metas financieras de rentabilidad deseadas.

Por su parte, Cristancho et al. (2021) enfatizan que los modelos de negocio proporcionan el proceso de afianzamiento empresarial, con la finalidad de ampliar su rentabili-

dad y posicionamiento en el mercado. Para esto, es necesario considerar algunos aspectos de gran relevancia en el desarrollo de los planes de negocios como son el aspecto financiero, la generación de las ideas de negocio, las acciones de *marketing* y el contexto legal de la idea.

Bocken y Snihur (2019) expresan que los planes de negocios son herramientas valiosas que facilitan la concepción, el diseño y la ejecución de ideas empresariales, al proporcionar una estructura y una guía que aumentan significativamente las posibilidades de que una idea de negocio se transforme en un proyecto empresarial sólido y viable. En esencia, un plan de negocios bien elaborado actúa como un catalizador, transformando conceptos en realidades empresariales exitosas.

Desde una perspectiva clásica, Wieland et al. (2017) señalan que los planes de negocios se conciben como documentos extensos y detallados que articulan la relevancia de las oportunidades identificadas por el empresario. Estos planes delinear el problema existente en el mercado y explican cómo la nueva empresa ofrecerá soluciones eficaces y oportunas para abordar dicho problema. En esencia, se trata de una hoja de ruta que justifica la viabilidad y el potencial de un nuevo negocio, demostrando su capacidad para resolver necesidades específicas del mercado.

Metodología

En referencia al método aplicado, el mismo se enmarca en los criterios de la revisión documental o bibliográfica definida por Reyes y Boente (2019) como “el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos” (p. 8). En efecto, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura científica relacionada con el turismo, identificando sus elementos conceptuales y prácticos, así como teorías relacionadas con planes de negocios en bases de datos reconocidas como Google Scholar, Scopus, Redalyc, SciELO, Dialnet y ScienceDirect (Elsevier). También se consultaron los repositorios institucionales de reconocidas universidades, de las cuales se recopilaban artículos científicos, tesis de grado y otros documentos valiosos con información relevante para la temática estudiada.

Es importante señalar que el análisis de la información obtenida por medio de la investigación documental, como lo explica Gallardo (2017), se basa en la búsqueda, recuperación, revisión crítica e interpretación de datos provenientes de documentos secundarios. Dichos documentos, registrados en archivos físicos o digitales por otros investigadores, sirven como base para generar nuevos conocimientos sobre el tema en estudio. En ese sentido, se reconocen las potencialidades que tiene el turismo como alternativa viable para impulsar el desarrollo económico de Riohacha por medio de la creación del hotel Talataa como un destino ecoturístico sostenible, a los fines de responder la interrogante principal planteada.

Resultados

Luego de la revisión de la literatura científica, se precisó que para determinar la factibilidad y viabilidad de la creación del hotel ecoturístico sostenible Talataa se deben abarcar los estudios o análisis que se observan a continuación en la figura 30:

Figura 29. Estudios o análisis que se deben realizar para una idea de negocio



Fuente: elaboración propia.

Mercado

Para realizar el análisis de mercado se identifica el mercado potencial, el público objetivo y la competencia; una vez determinados se genera un análisis del entorno, para lo cual se presenta una matriz FODA. En cuanto al mercado objetivo, un análisis de la Oficina de Estudios Económicos del MinCIT indicó también que “en enero del 2023 el país recibió 454 727 visitantes extranjeros, que representa un aumento del 63,5 % frente a enero del 2022 y del 18 % frente al mismo mes del 2019”. Entonces el público objetivo se concentra en la cantidad de visitantes extranjeros que entran al país, especialmente los que llegan hasta Riohacha.

El modelo de negocio del hotel ecoturístico Talataa va dirigido a un público objetivo B2C (de empresa a consumidor). Se espera que se hospeden en su mayoría turistas

extranjeros provenientes de países europeos, Estados Unidos, Canadá y turistas nacionales; hombres y mujeres de edades comprendidas entre 30 y 55 años; se pronostican familias con niños y, por las características orográficas de La Guajira y del terreno, menos clientes mayores de 60 años.

las iniciativas lideradas por la Cámara de Comercio para el fortalecimiento del sector turístico y del Clúster de Turismo de La Guajira, se evidencia que el departamento le apunta a nuevas formas de turismo orientadas a lo experiencial, lo cultural, lo étnico, lo ecológico, lo folclórico, lo gastronómico y lo experiencial donde el enfoque hacia la sostenibilidad desde la economía, la sociedad, el medio ambiente y la cultura no se puede perder de vista. (Cámara de Comercio de La Guajira, 2023, p. 31)

Por lo anterior, se denotan las siguientes características del público objetivo:

- **Estrato socioeconómico:** poder adquisitivo medio alto con ingresos en promedio entre 50 000 y 100 000 mil dólares anuales.
- **Estilo de vida:** amantes de la naturaleza, aficiones por actividades al aire libre, interés por conocer nuevas culturas y formas de vida, apasionados por deportes náuticos.
- **Beneficios buscados:** el solaz y el esparcimiento, pasar tiempo en familia, experiencia de inmersión en la naturaleza.
- **Actitudes:** aprender de nuevas culturas como la de los indígenas wayuu, su gastronomía, música, bailes y costumbres en general, respeto por la naturaleza y la biodiversidad.

Análisis financiero

El análisis financiero de un hotel ecoturístico sustentable implica evaluar la viabilidad económica del proyecto, considerando tanto los aspectos tradicionales como los relacionados con la sostenibilidad. Esto incluye la estimación de los costos de inversión inicial, los gastos operativos, los ingresos proyectados y el flujo de caja. Además, se deben analizar indicadores clave como el retorno de la inversión (ROI), el punto de equilibrio y el valor actual neto (VAN). Es fundamental considerar los costos adicionales asociados con la implementación de prácticas sostenibles, como la eficiencia energética, el uso de energías renovables y la gestión de residuos, así como los posibles beneficios económicos a largo plazo.

Análisis operativo

El análisis operativo del hotel ecoturístico sustentable se centraliza en la eficiencia y efectividad de los procesos internos, buscando maximizar la calidad de los servicios al momento que se disminuye el impacto ambiental. Esto implica la evaluación de

la infraestructura, la gestión de recursos humanos, la logística de suministro, la implementación de tecnologías limpias y la adopción de prácticas sostenibles en todas las áreas del hotel. Se deben considerar aspectos como la eficiencia energética, la administración de residuos, el manejo de energías renovables, la preservación del agua y la promoción de la biodiversidad local. Además, se debe garantizar que los proveedores cumplan con los estándares de sostenibilidad y que los empleados estén capacitados en prácticas ecológicas y culturales.

Análisis de riesgos

El análisis de riesgos en un proyecto de hotel ecoturístico sustentable implica identificar, evaluar y mitigar los posibles obstáculos que podrían afectar la viabilidad y el éxito del negocio. Esto incluye riesgos ambientales, como desastres naturales, cambios climáticos y pérdida de biodiversidad; riesgos sociales, como conflictos con comunidades locales, cambios en las tendencias turísticas y problemas de seguridad; y riesgos económicos, como fluctuaciones en los precios de los insumos, variaciones en la demanda y dificultades para obtener financiamiento. Además, se deben considerar los riesgos operativos, como fallas en la infraestructura, problemas de personal y dificultades en la implementación de prácticas sostenibles. Un análisis de riesgos exhaustivo permite anticipar posibles problemas y diseñar estrategias para minimizar su impacto.

Análisis jurídico

El análisis jurídico para la creación de un hotel ecoturístico sustentable implica examinar la regulación vigente en diversos ámbitos. Esto abarca desde la legislación ambiental, que regula el uso de recursos naturales y la gestión de residuos, hasta las leyes laborales, que garantizan los derechos de los empleados, y las regulaciones turísticas, que establecen los requisitos para la operación de establecimientos de hospedaje. Es fundamental obtener los permisos y licencias necesarios para la construcción y operación del hotel, así como asegurar el cumplimiento de las normas de seguridad y accesibilidad. Además, se deben considerar los aspectos legales relacionados con la propiedad de la tierra, los contratos con proveedores y clientes, y la protección de la propiedad intelectual. Finalmente se presentan los resultados del análisis FODA sobre la propuesta del proyecto de creación del hotel ecoturístico sostenible en Riohacha, como se observa en la figura 30:

Figura 30. Matriz FODA del proyecto

Fuente: elaboración propia.

Como se observa en la figura 30, la conjunción entre fortalezas y oportunidades favorece y justifica la creación del hotel, tomando en cuenta que las amenazas y debilidades son factores que se pueden afrontar desde la organización del plan de negocios y sus procesos subyacentes.

Discusión

Luego de conocer los estudios que deben desarrollarse para la elaboración del plan de negocios de creación del hotel Talataa como destino ecoturístico sostenible, se define la propuesta tal como se muestra a continuación en la figura 31:

Figura 31. Actividades clave del hotel



Fuente: elaboración propia.

Estrategia de marketing

La estrategia de *marketing* para el hotel ecoturístico Talataa se fundamenta en la implementación del *marketing* estratégico, articulando cuatro variables clave como se describen a continuación:

Producto/servicio

El hotel ecoturístico Talataa ofrece el servicio de alojamiento. Dentro de las opciones alojativas se pueden escoger entre dos opciones, que son 20 cabañas de lujo de 40 metros cuadrados (15 dobles, 5 múltiples), y 55 habitaciones de lujo (5 suites, 10 sencillas, 40 con acomodación doble y triple). La decoración interior está basada en elementos típicos de la región y realizada por artesanos wayuu.

Características de las habitaciones y cabañas

Las cabañas de lujo tienen todo el confort, ambiente aislado y rodeado de naturaleza. La habitación sencilla tiene una cama individual. La habitación doble es para 2 personas adultas y pueden ir acompañadas hasta de 2 menores. En la habitación múltiple se pueden hospedar hasta 6 personas.

Áreas recreativas

Sendero ecológico, piscina, discoteca bar, gimnasio, zona de yoga, playa privada, spa, salones temáticos con temas de La Guajira [la mina del Cerrejón, las minas de sal de Manaure, el folclor vallenato y sus juglares (uno de ellos Francisco el Hombre)], parque eólico, el parque de los flamencos rosados, la laguna salada, el arte milenario de artesanías wayuu, restaurante.

Servicios adicionales

Comidas y bebidas típicas de la región y en general, excursiones, organización de eventos (con artistas vallenatos autóctonos), tardes de ranchería en las que los clientes del hotel pueden interactuar en tiempo y entorno real con la cultura milenaria wayuu, tienda de artesanías con sus productos.

Estrategia de precio

Con el objetivo de captar clientes se opta inicialmente por la estrategia de penetración de mercado, que consiste en ofrecer un producto o servicio a un precio más bajo que la competencia. Es una táctica poderosa que permite a la empresa entrar con fuerza en el mercado y captar rápidamente la atención de los clientes.

Elementos innovadores del proyecto

En La Guajira, y específicamente en su capital Riohacha, no hay hoteles ecoturísticos de una gama media alta, y es precisamente este concepto de negocio el elemento diferenciador más relevante; entre los servicios más innovadores se encuentran los siguientes (ver figura 32).



Figura 32. Elementos innovadores del proyecto



Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

La propuesta de creación de un hotel ecoturístico sustentable en Riohacha revela un proyecto con un potencial significativo, diseñado para responder a la necesidad de: 1) potenciar el turismo en Riohacha; 2) responder a la falta de un sitio de alojamiento que considere las condiciones naturales que ofrece Riohacha; 3) cumplir con la finalidad de declaración de Riohacha como Distrito Especial Turístico y Cultural de Colombia para potenciar el desarrollo económico de la región; 4) generar ingresos fiscales y aportar al PIB del país; 5) generar empleo directo e indirecto por medio de actividades turísticas que requieren productos y servicios subyacentes; 6) incrementar la oferta turística ante la demanda creciente y sostenida. Del mismo modo se concluye que la propuesta, con ayuda de su análisis financiero, es viable a largo plazo, siempre y cuando se gestionen adecuadamente los costos iniciales y operativos, y se logre una ocupación y tarifas competitivas. La implementación de prácticas sostenibles puede generar ahorros a largo plazo en costos operativos, como el consumo de energía y agua, y atraer a un segmento de mercado dispuesto a pagar por experiencias responsables. No obstante, es fundamental asegurar el financiamiento adecuado y gestionar los riesgos financieros asociados con la fluctuación de la demanda y los costos.

Referencias

- Bocken, N., y Snihur, Y. (2019). Lean startup and the business model: Experimenting for novelty and impact. *Long Range Planning*, 53(4), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2019.101953>
- Brida, J. G., Rodríguez Brindis, M., y Mejía Alzate, M. L. (2021). La contribución del turismo al crecimiento económico de la ciudad de Medellín-Colombia. *Revista de Economía del Rosario*, 24(1), 1-23. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/economia/a.8926>
- Cámara de Comercio de La Guajira. (2023). *Informe socioeconómico del departamento de La Guajira 2022*. Cámara de Comercio de La Guajira. <https://camaraguajira.org/wp-content/uploads/2020/11/INFORME-SOCIOECONOMICO-DE-LA-GUAJIRA-2022-v2.pdf>
- Cristancho Triana, G. J., Ninco Hernández, F. A., Cancino Gómez, Y. A., Alfonso Orjuela, L. C. y Ochoa Daza, P. E. (2021). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. *Suma de Negocios*, 12(26), 41-51. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.v12.n26.a5>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2019). *Censo nacional de población y vivienda 2018 y desafíos socioeconómicos para la región Caribe*. DANE. <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentaciones-territorio/080819-CNPV-presentacion-RegionCaribe.pdf>
- El Informador. (2023). *La Guajira “Caribe hermoso”* [Fotografía]. El Informador. <https://www.elinformador.com.co/index.php/revistas/167-guia-turistica/295608-la-gujira-caribe-hermoso>
- Gallardo Echenique, E. (2017). *Metodología de la investigación: Manual auto formativo interactivo*. Universidad Continental.
- Gaytán Cortés, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Mercados y Negocios*, 42(21), 143-156. <https://doi.org/10.32870/myn.v1i42>
- Gobernación de La Guajira. (2024). *La diversidad cultural de La Guajira: Un tesoro de tradiciones y costumbres*. Gobernación de La Guajira.
- Gutiérrez Quiroga, L. G., Castro Casallas, E. L., y Largacha-Martínez, C. (2021). Ecoturismo sostenible: *Benchmarking* del caso de Costa Rica para impulsar el turismo en Colombia. *Turismo y Sociedad*, 29, 239-262.

- Leguizamón Gámez, L., Mora Durán, N. L., Pabón Ramírez, W. O., y Marulanda Ascanio, C. (2020). Identificación de estrategias de gestión pública para el fomento del turismo sostenible en Chinácota, Norte de Santander. *Reflexiones Contables*, 3(2), 29-39.
- Ley 1766 del 2015 (24 de julio), por medio de la cual se le otorga la categoría de distrito a Riohacha, Capital del departamento de La Guajira. Diario Oficial 49.583. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1766_2015.html
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (2022, 23 de febrero). “En 2022 el sector turismo pasará de la reactivación al crecimiento sostenido”: ministra de Comercio, Industria y Turismo. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2022-el-turismo-pasara-al-crecimiento-sostenido>
- Ortiz Flórez, J., Cancino Susan, E., y Cancino Escalante, G. O. (2019). El aporte del turismo al desarrollo económico del municipio de Pamplona, región nororiental de Colombia. *Revista Espacios*, 40(1), 1-15. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n01/a19v40n01p15.pdf>
- Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2023). *Flamencos* [Fotografía]. Parques Nacionales Naturales de Colombia. <https://www.parquesnacionales.gov.co/wp-content/uploads/2023/05/flamencons-1024x410.jpg>
- Pelegrín, L. (2022). Rediseño de la oferta de productos turísticos de naturaleza: Región Costa Sur Central de Cuba. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(5), 376-389.
- Ranchería Uta. (2025). *Playa Mayapo, Guajira* [Fotografía]. Ranchería Uta. <https://rancheriautta.com/wp-content/uploads/2025/02/playa-mayapo-guajira.webp>
- Revista Entornos. (2021, 27 de diciembre). *Riohacha, la joya del Caribe que se consolida como uno de los destinos preferidos por nacionales y extranjeros*. Revista Entornos. <https://revistaentornos.com/riohacha-la-joya-del-caribe-que-se-consolida-como-uno-de-los-destinos-preferidos-por-nacionales-y-extranjeros/>
- Reyes, N., y Boente, A. (2019). *Metodología de la investigación: Compilación total*. Publicación independiente.
- TripAdvisor. (s. f.). *Tenemos la mejor gastronomía* [Fotografía]. TripAdvisor. <https://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/17/44/e7/6f/tenemos-la-mejor-gastronomia.jpg>
- Vargas Rivadeneira, D. P. (2020). *Marketing digital como estrategia competitiva en las pymes del sector turístico en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, La Guajira* [Tesis de maestría, Universidad de la Guajira]. <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/handle/uniguajira/360>

Wieland, H., Hartmann, N., y Vargo, S. (2017). Business models as service strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45, 925-943.

World Tourism Organization (UNWTO). (2020). *World tourism barometer*. UNWTO. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/UNWTO_Barom20_01_January_excerpt.pdf



