



TURISMO SOSTENIBLE

Alternativa de desarrollo territorial

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables,
Económicas y de Negocios - ECACEN

Grupo de investigación INCACEN



TURISMO SOSTENIBLE: ALTERNATIVA DE DESARROLLO TERRITORIAL

Editor:

Vladimir Jhosmell Baquero Márquez

Autores:

Vladimir Jhosmell Baquero Márquez
Amanda Janneth Riascos Mora
Luis Rolando Rosero Luna
Carlos José Ortiz Sanjuán
Brenda Malena del Valle Rivera
Angélica Patricia Salcedo Padilla
Jesús Rafael Fandiño Isaza
Arnellys Yarith Ortiz Paz
María Teresa Hernández
Stewart Enrique Tobinson Padilla
Pablo Antonio Barrera Carrillo

Isabel María Mendoza Loperena
Olga Lilihet Matallana Kuan
Yasmín Díaz Chacón
Gustavo Cano Estepa
Aracelli López Villa
José Oswaldo Romero
José Danny Acacio Navarro
Daniela Rangel Fernández
Yaqueline Quintero Jiménez
Gustavo Javier Terán Rosero
Luis Ramiro García Revelo

Maira Cecilia Gasca Mantilla
Verónica Deibe Blanco
Eduard Antonio Mantilla Torres
Daniel Macías Montoya
José Miguel Naycir Noriega
Safir Jemima Muñoz Sandoval
Frederick Flórez Jiménez
Elvis Augusto Orozco Castillo
Mirna Luz Borja Bruges
Luis Carlos Palencia Salas
Janis Cecilia Nieves Rivadeneira

Grupo de investigación:

INCACEN (Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD)
Subjetividades y Sujetos Colectivos (UNAD)
DAVINCI (UNAD)
GESTINDUSTRIALES EOCA (UNAD)
NICOP (Universidad del Magdalena)
GICAD (Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO)

Semillero de investigación: SECOFU – SIGMA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (UNAD)

Jaime Alberto Leal Afanador

Rector

Constanza Abadía García

Vicerrectora académica y de investigación

Leonardo Yunda Perlaza

Vicerrector de medios y mediaciones pedagógicas

Edgar Guillermo Rodríguez Díaz

Vicerrector de servicios a aspirantes, estudiantes y egresados

Leonardo Evemeleth Sánchez Torres

Vicerrector de relaciones intersistémicas e internacionales

Martha Viviana Vargas Galindo

**Vicerrectora de inclusión social para el desarrollo regional
y la proyección comunitaria**

Sandra Rocío Mondragón

**Decana Escuela de Ciencias Administrativas, Contables,
Económicas y de Negocios (ECACEN)**

Juan Sebastián Chiriví Salomón

Líder Nacional del Sistema de Gestión de la Investigación (SIGI)

Martín Gómez Orduz

Líder Sello Editorial UNAD

Turismo sostenible: Alternativa de desarrollo territorial

Editor: Vladimir Jhosmell Baquero Márquez

Autores: Vladimir Jhosmell Baquero Márquez, Amanda Janneth Riascos Mora, Luis Rolando Rosero Luna, Carlos José Ortiz Sanjuán, Brenda Malena del Valle Rivera, Angélica Patricia Salcedo Padilla, Jesús Rafael Fandiño Isaza, Arnellys Yarith Ortiz Paz, María Teresa Hernández, Stewart Enrique Tobinson Padilla, Pablo Antonio Barrera Carrillo, Isabel María Mendoza Loperena, Olga Lilihet Matallana Kuan, Yasmín Díaz Chacón, Gustavo Cano Estepa, Aracelli López Villa, José Oswaldo Romero, José Danny Acacio Navarro, Daniela Rangel Fernández, Yaqueline Quintero Jiménez, Gustavo Javier Terán Rosero, Luis Ramiro García Revelo, Maira Cecilia Gasca Mantilla, Verónica Deibe Blanco, Eduard Antonio Mantilla Torres, Daniel Macías Montoya, José Miguel Naycir Noriega, Safir Jemima Muñoz Sandoval, Frederick Flórez Jiménez, Elvis Augusto Orozco Castillo, Mirna Luz Borja Bruges, Luis Carlos Palencia Salas y Janis Cecilia Nieves Rivadeneira.

Grupos de investigación: INCACEN (UNAD), Subjetividades y Sujetos Colectivos (UNAD), DAVINCI (UNAD), GESTINDUSTRIALES EOCA (UNAD), NICOP (Universidad del Magdalena) y GICAD (UNIMINUTO).

ISBN:

e-ISBN:

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN)

©Editorial

Sello Editorial UNAD

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Calle 14 Sur No. 14-23 - Bogotá D.C.

Mes del 202X

Corrección de textos:

Diseño de portada:

Diagramación:

Impresión:

Cómo citar este libro: Baquero Márquez, V. J., Riascos Mora, A. J., Rosero Luna, L. R., Ortiz Sanjuán, C. J., del Valle Rivera, B. M., Salcedo Padilla, A. P., Fandiño Isaza, J. R., Ortiz Paz, A. Y., Hernández, M. T., Tobinson Padilla, S. E., Barrera Carrillo, P. A., Mendoza Loperena, I. M., Matallana Kuan, O. L., Díaz Chacón, Y., Cano Estepa, G., López Villa, A., Romero, J. O., Acacio Navarro, J. D., Rangel Fernández, D., ... Nieves Rivadeneira, J. C. (2026). *Turismo sostenible: Alternativa de desarrollo territorial*. Sello Editorial UNAD. DOI PENDIENTE

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons - Atribución - No comercial - Sin derivar 4.0 internacional. https://co.creativecommons.org/?page_id=13





Reseña del libro

El libro *Turismo sostenible: Alternativa de desarrollo territorial* representa un aporte relevante al análisis y la promoción de prácticas turísticas fundamentadas en principios de sostenibilidad, innovación y participación comunitaria. Elaborado con un destacado equipo de investigadores pertenecientes a diversas instituciones de educación superior del orden nacional y a nivel internacional de Venezuela y Ecuador, la obra compila estudios y reflexiones que abordan el turismo comunitario, turismo rural, turismo de naturaleza, ecoturismo, agroturismo y otras modalidades orientadas al fortalecimiento de las economías locales y la preservación de la identidad cultural de los territorios.

A lo largo de sus capítulos, el texto examina estrategias de planificación y diseño de productos turísticos sostenibles, así como metodologías de evaluación de impacto, acentuando la importancia de la articulación entre comunidades, gobiernos locales, sector empresarial e instituciones académicas. De igual forma, se enfatiza el rol de la innovación social y el empoderamiento comunitario como elementos esenciales para la consolidación de iniciativas turísticas viables y competitivas.

La obra presenta, además, estudios de caso en territorios como Santa Marta, Pasto, Paipa, Cesar, Bolívar y Cotacachi (Ecuador), que ilustran el potencial del turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico, social y ambiental.

Dirigido a investigadores, estudiantes, emprendedores y responsables de la formulación de políticas públicas, este libro ofrece un marco conceptual y operativo para la construcción de modelos turísticos inclusivos y resilientes. Su contenido constituye una referencia fundamental para quienes buscan orientar el turismo hacia un enfoque integral de desarrollo territorial, comprometido con la sostenibilidad y el bienestar comunitario.



Reseña de los autores

Vladimir Jhosmell Baquero Márquez

Docente de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN) de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Con doce años de experiencia profesional en el sector público y privado, con más de diez años como docente universitario. Vinculado al grupo de investigación INCACEN de la UNAD Zona Caribe y líder del Semillero de Investigación Contadores del Futuro (SECOFU). Administrador de empresas, especialista en Gerencia Financiera, magíster en Tecnología Educativa y estudiante del Doctorado en Dirección de Proyectos.

Amanda Janneth Riascos Mora

Docente de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO) y de la UNAD. Psicóloga, especialista en Alta Gerencia, magíster en Psicología Empresarial y doctorada en Dirección de Proyectos. Integrante del grupo de investigación Subjetividades y Sujetos Colectivos.

Luis Rolando Rosero Luna

Estudiante de Administración de Empresas de UNIMINUTO.

Carlos José Ortiz Sanjuán

Estudiante de Contaduría Pública de la UNAD, integrante del semillero SECOFU.

Brenda Malena del Valle Rivera

Docente de medio tiempo en el programa de Contaduría Pública de la UNAD, profesional en Contaduría Pública y especialista en Gerencia Financiera, investigadora integrante del grupo INCACEN y del semillero SECOFU.

Angélica Patricia Salcedo Padilla

Docente de medio tiempo de la UNAD. Comunicadora social y magíster en Marketing. Hace parte de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades (ECSAH).

Jesús Rafael Fandiño Isaza

Administrador de empresas, especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, magíster en Administración de Empresas, magíster en Administración de Organizaciones, candidato a doctor en Administración Gerencial. Docente de tiempo completo del Programa de Administración de Empresas con funciones de docencia e investigación. Líder local de investigación de la UNAD, Centro de Educación Abierta y a Distancia (CEAD) Santa Marta. Líder del grupo de investigación INCACEN, categorizado C en Minciencias, y del semillero de investigación SIGMA. Tiene experiencia en mentoría

académica, análisis bibliométrico y desarrollo de modelos gerenciales. Sus intereses se centran en liderazgo transformacional, estrategia e innovación organizacional en entornos educativos y corporativos.

Arnellys Yarith Ortiz Paz

Estudiante de Contaduría Pública de la UNAD, integrante del semillero SECOFU.

María Teresa Hernández

Doctora en Ciencias de la Educación. *Magíster Scientiarum* en Ciencias de la Educación. Especialista en Planificación y Evaluación. Docente del Instituto Universitario Aeronáutica Civil (IUAC) y la Florida Global University (FGU). Coordinadora de la Línea de Investigación, Ambiente, Salud y Sostenibilidad de la UNAD.

Stewart Enrique Tobinson Padilla

Contador público titulado, especialista en Gestión Gerencial, docente, líder del semillero de investigación SICEFI ZCAR de la UNAD. Cuenta con experiencia como contador público y revisor fiscal.

Pablo Antonio Barrera Carrillo

Administrador de empresas, especialista en Gestión de Proyectos y magíster en Administración de Empresas. Egresado líder dinamizador del semillero de investigación SICEFI ZCAR de la UNAD. Cuenta con más de veinte años de experiencia como empresario independiente, con trayectoria destacada en liderazgo gremial, gestión estratégica y fortalecimiento del sector empresarial en la región. Reconocido por su visión emprendedora, capacidad de gestión y compromiso con el desarrollo económico local.

Isabel María Mendoza Loperena

Contadora pública titulada, magíster en Gerencia Empresarial, especialista en Gerencia Financiera, docente líder dinamizadora del semillero de investigación SICEFI ZCAR de la UNAD.

Olga Lilihet Matallana Kuan

Economista, especialista en Talento Humano, magíster en Administración. Hace parte de la UNAD.

Yasmín Díaz Chacón

Administradora de empresas, especialista en Gestión Pública, especialista en Gestión Social, magíster en Administración de las Organizaciones. Estudiante del Doctorado en Turismo de la Universidad Complutense de Madrid. Integrante de la UNAD.

Gustavo Cano Estepa

Reseña de los autores

Semillerista de Ideas en Acción, administrador de empresas. Estudiante de la Maestría en Administración de las Organizaciones de la UNAD.

Aracelli López Villa

Especialista en Licenciatura en Biología y Química, contadora pública, candidata a magíster en Gestión del Turismo Sostenible de la Universidad del Magdalena.

José Oswaldo Romero

Administrador de empresas de la Universidad del Magdalena.

José Danny Acacio Navarro

Economista de la Universidad Industrial de Santander (UIS). Magíster en Administración de la Universidad Santo Tomás. Profesor de tiempo completo de la Maestría en Prospectiva e Innovación Sostenible de la UNAD. Par académico e investigador asociado reconocido por Minciencias.

Daniela Rangel Fernández

Ingeniera industrial de la Universidad de Santander (UDES). Especialista en Gerencia de Proyectos y en Gerencia en Riesgos Laborales, Seguridad y Salud en el Trabajo de UNIMINUTO. Profesora de tiempo completo del Programa de Administración de la UNAD.

Yaqueline Quintero Jiménez

Administradora de empresas de la UNAD. Especialista en Gerencia Estadística de Mercado de la UNAD. Profesora de medio tiempo en el Programa de Administración de la UNAD.

Gustavo Javier Terán Rosero

Ph.D. en Ciencias Económicas. Docente del Programa de Políticas Públicas de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (Ecuador). Cuenta con veinticinco años de experiencia como consultor y docente universitario. CEO de las empresas Science Research y Blockchain Latam en Ecuador.

Luis Ramiro García Revelo

MSc en Administración Pública. MSc en Administración de Negocios. Docente de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (Ecuador).

Maira Cecilia Gasca Mantilla

Docente de la Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería (ECBTI) de la UNAD. Ingeniera electrónica, magíster en Mantenimiento y doctora en Ciencias,

mención Gerencia. Integrante del grupo de investigación DAVINCI de la misma institución, investigadora junior. Cuenta con más de cinco años de experiencia laboral y más de trece como docente universitaria.

Verónica Deibe Blanco

Docente de la ECBTI de la UNAD. Vinculada al grupo de investigación GESTINDUSTRIALES EOCA de la UNAD y líder del semillero de investigación Ingeniería de Procesos, Logística y Cadenas de Suministro (IPLYC). Ingeniera industrial, magíster en Ingeniería Avanzada de Producción, Logística y Cadenas de Suministro y estudiante del Doctorado en Ingeniería.

Eduard Mantilla Torres

Docente de la ECBTI de la UNAD. Cuenta con cinco años de experiencia laboral en el sector privado y más de ocho como docente universitario. Líder del semillero de investigación Cibercosmonautas. Ingeniero de sistemas, magíster en Seguridad, Peritaje y Auditoría en Procesos Informáticos.

Daniel Macías Montoya

Representante de la cadena del cacao en el Magdalena.

José Miguel Naycir Noriega

Docente de la ECBTI de la UNAD, adscrito al CEAD Santa Marta. Ingeniero industrial, especialista en Gerencia de Proyectos y estudiante de la Maestría en Estadística Aplicada. Cuenta con más de seis años de experiencia como docente universitario en los sectores público y privado.

Safir Jemima Muñoz Sandoval

Estudiante de Ingeniería Industrial de la UNAD, integrante del semillero IPLYC.

Frederick Flórez Jiménez

Estudiante de Ingeniería Industrial de la UNAD, integrante del semillero IPLYC.

Elvis Augusto Orozco Castillo

Doctorante en Ciencias Sociales, mención Gerencia; magíster en Economía con profundización en Teoría y Política Económica. Economista con énfasis en economía internacional. Cuenta con experiencia como subgerente del Grupo Empresarial de Consultoría Internacional GRECI S.A.S., así como director e investigador de grupos de investigación categorizados en Minciencias. Investigador asociado por Minciencias, gestor de proyectos de investigación, formulador y ejecutor de proyectos de investigación, conferencista y ponente, escritor de artículos de investigación, evaluador de proyectos y artículos científicos, tallerista y consultor-asesor en proyectos de acreditación en programas académicos. Ha sido docente en la Universidad

del Magdalena, Sergio Arboleda, UNAD, Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional (INFOTEP) y la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN).

Mirna Luz Borja Bruges

Especialista en Gerencia de la Calidad de la Universidad del Magdalena, administradora de empresas de la Universidad Antonio Nariño, instructora e investigadora del SENA, integrante de la Red de Comercio y Ventas, docente de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN); directora del curso Sistemas Integrados de Gestión HSEQ del programa de Tecnología en Gestión Industrial.

Luis Carlos Palencia Salas

Economista y especialista en Finanzas con experiencia en análisis financiero, presupuestos, evaluación de proyectos y manejo de datos económicos. Ha trabajado como docente en áreas de economía y finanzas. Diseñador de estrategias para optimizar recursos y mejorar la rentabilidad de las organizaciones. Maneja herramientas financieras y estadísticas para la toma de decisiones oportunas. Maestrante en Economía.

Janis Cecilia Nieves Rivadeneira

Administradora de empresas y magíster en Gerencia de Recursos Humanos, con experiencia en planeación, organización, dirección y control de procesos administrativos y talento humano de las organizaciones. Ha trabajado como docente superior en áreas de administración y de talento humano. Capacitada para diseñar estrategias en aras de optimizar recursos de forma eficiente y efectiva con el fin de lograr los objetivos empresariales.



Contenido

Introducción	19
Presentación	20
 Capítulo 1. La dinamización del turismo comunitario en las posadas rurales del corredor oriental de Pasto, Colombia	23
Boosting community tourism in rural lodges in the eastern corridor of Pasto, Colombia	
 Capítulo 2. Fortalecimiento del turismo en las posadas rurales del corredor oriental de Pasto	45
Strengthening tourism in rural lodges in the eastern corridor of Pasto	
 Capítulo 3. La planificación estratégica como herramienta para el desarrollo turístico sostenible de las mipymes en el distrito de Santa Marta	73
Strategic planning as a tool for sustainable tourism development for MSME in the Santa Marta district	
 Capítulo 4. Educación ambiental, turismo y conservación del patrimonio natural y cultural en Latinoamérica	93
Environmental education, tourism and conservation of natural and cultural heritage in Latin America	
 Capítulo 5. Potenciar el turismo en Riohacha, creando un destino ecoturístico sostenible	115
Boosting tourism in Riohacha, creating a sustainable ecotourism destination	
 Capítulo 6. Turismo de naturaleza y ecoturismo pos-COVID: Una propuesta de desarrollo sostenible para Paipa, Boyacá	139
Nature tourism and post-COVID ecotourism: A sustainable development proposal for Paipa, Boyacá	
 Capítulo 7. Implementación de indicadores de sostenibilidad económicos ETIS: Caso de Taganga, Colombia	161
Implementation of ETIS economic sustainability indicators: The case of Taganga, Colombia	

Capítulo 8. Diagnóstico territorial y perfil turístico del sur del Cesar y Bolívar: Bases estratégicas para su implementación	179
Territorial assessment and tourism profile of Southern Cesar and Bolívar: Strategic foundations for implementation	
Capítulo 9. Hacia un modelo de gobernanza sostenible de un destino turístico basado en gestión del <i>brand equity</i>: Caso Parque Nacional Cotacachi-Cayapas en Ecuador	203
Towards a sustainable governance model for a tourist destination based on brand equity management: Case Cotacachi-Cayapas National Park in Ecuador	
Capítulo 10. La Ruta del Cacao en el Magdalena: Innovación tecnológica para el desarrollo turístico y competitividad regional	215
The Cocoa Route in Magdalena: Technological innovation for tourism development and regional competitiveness	
Capítulo 11. Fundamentos, desafíos y estrategias para el turismo sostenible	241
Foundations, challenges and strategies for sustainable tourism	
Conclusiones	270

Índice de figuras

Contenido

Figura 1. Reunión con emprendedores de las posadas rurales	31
Figura 2. Registros fotográficos de las posadas rurales turísticas	32
Figura 3. Análisis de los tipos de clientes que se hospedan en las posadas turísticas	33
Figura 4. Servicios solicitados por los turistas en las posadas	33
Figura 5. Estrategias de promoción que utilizan los turistas para visitar las posadas turísticas	34
Figura 6. Principales desafíos que enfrentan las posadas turísticas	35
Figura 7. Evaluación en el aspecto competitivo del corredor oriental de Pasto	35
Figura 8. Aspectos que atraen la visita de los turistas	36
Figura 9. Actividades realizadas por los visitantes durante la estancia en las posadas rurales	37
Figura 10. Principales motivaciones para visitar un destino turístico rural	37
Figura 11. Canales de información que utilizan los turistas para conocer los destinos turísticos rurales de Pasto	38
Figura 12. Factores más importantes que eligen los turistas para hospedarse en una posada rural	39
Figura 13. Esquema de la oferta	57
Figura 14. Socialización con los dueños de las posadas rurales del corredor oriental de Pasto	61
Figura 15. Pirámide de Maslow	64
Figura 16. Tiempo de operación de los negocios	81
Figura 17. Objetivos estratégicos de las mipymes	82
Figura 18. Acciones estratégicas para garantizar sostenibilidad económica	83
Figura 19. Obstáculos para enfrentar estrategias de sostenibilidad	84
Figura 20. Evaluación de sostenibilidad de las mipymes en el turismo	84
Figura 21. Importancia de la planeación estratégica en la sostenibilidad	85
Figura 22. Normas de calidad para una escuela verde (UNESCO)	102
Figura 23. Educación ambiental como la semilla del cambio	103
Figura 24. Descripción del contexto de Riohacha	122
Figura 25. Vista panorámica de la playa de Mayapo, La Guajira	123
Figura 26. Santuario de Fauna y Flora Los Flamencos, La Guajira	124
Figura 27. El malecón de Riohacha, La Guajira	124
Figura 28. Gastronomía de la región	125
Figura 29. Estudios o análisis que se deben realizar para una idea de negocio	128
Figura 30. Matriz FODA del proyecto	131

Figura 31. Actividades clave del hotel	132
Figura 32. Elementos innovadores del proyecto	134
Figura 33. Cantidad de prestadores de turismo de naturaleza por actividad	145
Figura 34. Modelo de turismo de naturaleza	149
Figura 35. Visita a Atisbe	150
Figura 36. Vista del parque central de Palermo (Paipa)	151
Figura 37. Recorrido con Joaquín Ramírez en Palermo (Paipa)	152
Figura 38. Ruta La Virgen	152
Figura 39. Ruta La Muela	153
Figura 40. Plano de la ruta La Virgen	154
Figura 41. Cascada La Humeadora, Gambita	154
Figura 42. Habitaciones disponibles y ocupadas durante el 2022	168
Figura 43. Empleados residentes en Taganga	171
Figura 44. Porcentaje de empleos en el turismo que son estacionales	173
Figura 45. Bosques subtropicales en Aguachica	183
Figura 46. Humedales y río Magdalena en Gamarra	184
Figura 47. Serranía del Perijá en González	184
Figura 48. Ciénagas y balnearios en La Gloria	185
Figura 49. Bosque seco tropical y río Magdalena en Pelaya	185
Figura 50. Montañas y quebradas en río de Oro	186
Figura 51. Quebradas como afluentes del río Lebrija y reservas naturales	186
Figura 52. Balnearios naturales en San Martín, Cesar	187
Figura 53. Atractivos turísticos del sur del Cesar	188
Figura 54. Atractivos turísticos del sur de Bolívar	191
Figura 55. Atractivos culturales y espacios naturales del sur del Cesar y Bolívar	192
Figura 56. Prácticas culinarias del sur del Cesar y Bolívar	194
Figura 57. Perfiles de visitantes del sur del Cesar y Bolívar	196
Figura 58. Productos turísticos para el sur del Cesar y Bolívar	198
Figura 59. Mapa ilustrativo de la ruta turística del cacao propuesta en el Magdalena con integración de recursos digitales	223
Figura 60. Modelo Ruta Turística Inteligente del Cacao	236
Figura 61. Panorámica de Taganga, Santa Marta	262
Figura 62. Proceso de pesca artesanal en Taganga	263

Índice de tablas

Contenido

Tabla 1. Análisis de las cinco fuerzas	29
Tabla 2. Corregimientos del corredor oriental de Pasto	50
Tabla 3. Modalidad de planeación de las mipymes	80
Tabla 4. Sector económico de las mipymes	81
Tabla 5. Tiempo de revisión del plan estratégico de las mipymes	82
Tabla 6. Matriz de alineación estratégica para mipymes turísticas de Santa Marta	87
Tabla 7. Dimensiones del desarrollo sostenible en el turismo	98
Tabla 8. Pilares del desarrollo sostenible en Latinoamérica: un panorama integral	101
Tabla 9. Principales destinos en Latinoamérica	105
Tabla 10. Impacto del turismo en la economía de Latinoamérica (2022)	107
Tabla 11. Políticas públicas imperativas para el turismo sostenible en Latinoamérica	108
Tabla 12. Comportamiento del sector turístico en La Guajira	120
Tabla 13. Conceptos de autores sobre el turismo	146
Tabla 14. Fuentes de indicadores, ítems y preguntas de la recolección de información	166
Tabla 15. Relación de años de servicio en el establecimiento	170
Tabla 16. Relación de habitantes de Santa Marta y Taganga con MOD de Santa Marta	171
Tabla 17. Relación de habitantes de Santa Marta y Taganga con total de residentes de Santa Marta empleados en turismo	172
Tabla 18. Atractivos naturales del sur del Cesar por municipio	187
Tabla 19. Atractivos naturales del sur de Bolívar por municipio	191
Tabla 20. Infraestructura y servicios disponibles por municipio	196
Tabla 21. Estrategias para el desarrollo de productos mínimos viables e indicadores (resumen)	199
Tabla 22. Muestra de encuestas, entrevistas y registros de visitantes por parroquia (Imbabura, Ecuador)	206
Tabla 23. Participantes en la muestra según variables demográficas, ingresos y gastos (n=409)	207
Tabla 24. Atributos que influyen sobre las preferencias del destino y NPP	209
Tabla 25. Prueba t de muestras independientes para diferencias por género en el nivel promedio de preferencia	210
Tabla 26. Prueba t de muestras independientes para diferencias por área (rural vs. urbana) en el nivel promedio de preferencia	211
Tabla 27. Preferencias promedio y niveles de significancia de atributos según tramos de edad	212
Tabla 28. Aplicaciones, beneficios y barreras de implementación de propuestas de <i>blockchain</i> en la Ruta del Cacao del Magdalena	226
Tabla 29. Dimensiones del turismo sostenible	246
Tabla 30. Importancia de la gobernanza colaborativa en el turismo sostenible	249
Tabla 31. Tecnologías digitales aplicadas a la optimización operativa y la sostenibilidad turística	260



Introducción

En las últimas décadas, el turismo se ha consolidado como una de las actividades económicas con mayor potencial en la dinamización de los territorios, la generación de empleo y la articulación sociocultural en las regiones. No obstante, su crecimiento acelerado, y en muchos casos la falta de políticas gubernamentales, ha provocado impactos significativos sobre los ecosistemas, las dinámicas sociales locales y los modelos de gobernanza en los territorios receptores.

En este contexto, cada capítulo del libro emerge no solo como una alternativa, sino como un medio estratégico para garantizar el equilibrio entre el desarrollo económico, la conservación ambiental y el bienestar de las comunidades que involucra la dinámica del turismo rural, turismo de naturaleza y turismo comunitario como elementos que integran el desarrollo de un turismo sostenible en los territorios.

Por lo tanto, se propone analizar el turismo sostenible desde una mirada integral y territorial, articulando fundamentos teóricos, enfoques metodológicos y experiencias prácticas que permitan comprender y orientar procesos de planificación, gestión e investigación en contextos locales y regionales. Asimismo, la obra busca aportar herramientas conceptuales y operativas para estudiantes, investigadores, gestores públicos, emprendedores y actores comunitarios interesados en el turismo como estrategia de desarrollo sostenible.

De igual manera, el texto se orienta a la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, reconociendo el papel del turismo como un elemento potencial para la reducción de desigualdades, la generación de empleo, la protección de los ecosistemas y el fortalecimiento del capital social.

Desde esta perspectiva, se propone una visión crítica y propositiva del turismo, orientada a la construcción de territorios más resilientes, inclusivos y sostenibles. Su propósito es contribuir a la consolidación de territorios más competitivos, donde el turismo se constituya en un medio para fortalecer el tejido social, proteger el patrimonio natural y cultural, y mejorar la calidad de vida de las comunidades.

En síntesis, este libro se concibe como un aporte riguroso al campo de los estudios del turismo y el desarrollo territorial, orientado a ampliar la reflexión teórica, enriquecer el debate académico y ofrecer referentes metodológicos y prácticos que contribuyan a la toma de decisiones informadas que ayuden al desarrollo del turismo sostenible con enfoque territorial.

Presentación

Es un honor para la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) y para el Sello Editorial UNAD presentar el libro *Turismo sostenible: Alternativa de desarrollo territorial*, una obra que sintetiza el esfuerzo colectivo de investigadores, docentes, estudiantes y profesionales de la UNAD, en articulación con otras instituciones universitarias del orden nacional e internacional, comprometidos con el fortalecimiento de la sostenibilidad en los territorios por medio del turismo.

Este libro, escrito por más de treinta destacados autores vinculados a reconocidas instituciones académicas, constituye un aporte fundamental al debate contemporáneo sobre la importancia del turismo como instrumento para el desarrollo económico, social y ambiental. Desde su concepción, la obra buscó ofrecer un enfoque integral que permitiera articular la teoría con la práctica, abordando los retos y oportunidades que afrontan los territorios en la construcción de modelos turísticos responsables e inclusivos.

A lo largo de sus once capítulos, *Turismo sostenible: Alternativa de desarrollo territorial* examina diversas variantes turísticas como el turismo comunitario, turismo rural, turismo de naturaleza, ecoturismo, agroturismo y turismo cultural, destacando su potencial para dinamizar las economías locales, generar empleo, fortalecer la identidad cultural y preservar el patrimonio natural.

Cada capítulo presenta una mirada estratégica que combina la planificación, la gestión de la sostenibilidad, la innovación social y el empoderamiento comunitario como elementos clave para garantizar el éxito y la permanencia de las iniciativas turísticas.

El libro incorpora, además, estudios de caso en regiones representativas de nuestro país como Santa Marta, Pasto, Cesar y Bolívar, y a nivel internacional en la región de Cotacachi, Ecuador.

Estos casos permiten poner en evidencia la diversidad de realidades territoriales y muestran experiencias exitosas que pueden servir como referentes para la formulación de políticas públicas, el diseño de proyectos y la gestión de empresas del sector turístico. La obra no solo documenta buenas prácticas, sino que también identifica los retos estructurales que determinan el crecimiento sostenible del turismo en Colombia y América Latina.

Un aspecto central de este texto es su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. La obra propone una visión del turismo como motor de cambio capaz de contribuir a la reducción de las desigualdades, la protección de los ecosistemas y el fortalecimiento del capital humano. En este sentido, invita a los lectores a repensar la manera en que se concibe

y gestiona el turismo, priorizando la equidad social, la resiliencia económica y la conservación ambiental.

Dirigido a estudiantes, docentes, investigadores, emprendedores y formuladores de políticas públicas, este libro ofrece un marco conceptual sólido acompañado de herramientas prácticas y metodológicas que facilitan el diseño de modelos turísticos más inclusivos y competitivos. Asimismo, busca convertirse en un referente académico para quienes desean profundizar en el análisis de la sostenibilidad territorial con ayuda del turismo.

Queremos expresar un agradecimiento especial a los grupos de investigación INCACEN, NICOP y GICAD, así como a los semilleros SECOFU y SIGMA, cuyo trabajo fue fundamental para la consolidación de esta obra. Igualmente, extendemos nuestro reconocimiento a cada uno de los autores que contribuyeron con su conocimiento, dedicación y compromiso a la construcción de este libro.

Desde la UNAD y el Sello Editorial UNAD, invitamos a toda la comunidad académica, a los empresarios del sector turístico y a los representantes de las instituciones públicas a hacer de *Turismo sostenible: Alternativa de desarrollo territorial* un instrumento de consulta y acción para la construcción de territorios más equitativos, prósperos y sostenibles.



La dinamización del turismo comunitario en las posadas rurales del corredor oriental de Pasto, Colombia

Chapter 1. Boosting community tourism in rural lodges in the eastern corridor of Pasto, Colombia

Amanda Janneth Riascos Mora

ariascosnor@uniminuto.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-2307-6169>

Vladimir Jhosmell Baquero Márquez

vladimir.baquero@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-2122-3305>

Luis Rolando Rosero Luna

luis.rosero-l@uniminuto.edu.co

<https://orcid.org/0009-0006-7434-5783>

Resumen

El propósito de este trabajo es mostrar estrategias orientadas a fortalecer y dinamizar el turismo en las casas de hospedaje rurales localizadas en el corredor oriental de Pasto. La iniciativa busca no solo dar mayor visibilidad a estas posadas, también busca promover un turismo que sea social y económicamente sustentable, apoyándose en los recursos nativos, culturales y naturales de la región.

Para alcanzar esta finalidad, se exploraron tanto la oferta como la demanda turística, identificando los sustanciales retos y oportunidades del sector. En cuanto a la metodología, se recopilieron datos y opiniones relevantes utilizando herramientas cualitativas, incluyendo encuestas a turistas, entrevistas con los propietarios de las posadas y sesiones de grupos focales.

Los resultados del estudio destacaron áreas esenciales en las que se requieren mejoras, tales como la infraestructura, la capacitación del personal y las estrategias de promoción e impulso de las posadas rurales. Este trabajo plantea un enfoque sostenible que busca fortalecer la economía local y aprovechar el turismo como herramienta que apunta a mejorar las condiciones sociales y económicas en las comunidades del oriente de Pasto.

Palabras clave: competitividad, posadas rurales, turismo comunitario, visibilidad

Abstract

The purpose of this study is to present strategies aimed at strengthening and boosting tourism in rural inns located in Pasto's eastern corridor. The initiative seeks not only to give greater visibility to these inns, but also to promote tourism that is socially and economically sustainable, relying on the region's native, cultural and natural resources.

To achieve this goal, both tourism supply and demand were explored, identifying the sector's substantial challenges and opportunities. Regarding methodology, relevant data and opinions were collected using qualitative tools, including tourist surveys, interviews with inn owners and focus group sessions.

The study's results highlighted key areas where improvements are needed, such as infrastructure, staff training and strategies for promoting and promoting rural inns. This study proposes a sustainable approach that seeks to strengthen the local economy and leverage tourism as a tool to improve social and economic conditions in the communities of eastern Pasto.

Keywords: competitiveness, rural inns, community tourism, visibility

Introducción

La promoción del turismo rural en el sector oriental de Pasto busca ofrecer experiencias auténticas en las posadas rurales, adaptadas a los distintos intereses de los visitantes. Las propuestas van desde excursiones de un día hasta paquetes de varios días, y permiten adentrarse en el patrimonio natural y cultural de las zonas rurales.

Por medio de rutas turísticas planificadas se destaca la calidad de los recursos locales, incorporando actividades como talleres artesanales y culturales, visitas que promueven el conocimiento de la región, excursiones religiosas y degustaciones de la gastronomía típica. La intención es que el visitante viva una experiencia memorable que no solo responda a sus expectativas de ocio, sino que también propicie un vínculo real con la comunidad y su entorno.

La comercialización de estas ofertas se realiza con criterios de sostenibilidad, cuidando el equilibrio ecológico y preservando la realidad cultural de las comunidades anfitrionas. Además, se concibe el turismo comunitario como una herramienta de desarrollo que genera ingresos directos para las familias, crea empleo estable y mejora las condiciones de la vida local, contribuyendo a la disminución de la pobreza en la región.

Turismo comunitario

El turismo comunitario o rural es una actividad que ha tenido un aumento en los últimos años, como alternativa al turismo tradicional, permitiendo un desarrollo económico, cultural y social de los territorios, y en especial en zonas rurales que tienen un mayor impacto turístico, debido al espacio natural en el que se encuentran (Quispe et al., 2024). De igual manera, para Cardozo (2006) es importante ubicar el turismo en las áreas que impactan directamente y así proponer nuevas alternativas que motiven a las comunidades al desarrollo de emprendimientos locales.

El desarrollo del turismo comunitario es una actividad con mayor proyección en las regiones, ya que el turista busca una experiencia diferente que lo conecte con recursos naturales como la flora y la fauna, la agricultura, la gastronomía, la cultura local y su patrimonio, elementos que se integran en un solo sitio (García y García, 2021).

Según Alario y Castellanos (2024):

El turismo comunitario se define por su enfoque en involucrar a las comunidades locales de manera activa y beneficiosa en la planificación y operación de la industria turística en sus regiones. Este enfoque se fundamenta en la premisa de que las comunidades que residen en destinos turísticos deben desempeñar un papel central en la toma de decisiones y en la distribución equitativa de los beneficios económicos, sociales y culturales generados por el turismo. (p. 4)

Por otra parte, para Aparicio (2021):

La oferta turística es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que permite, facilita y propicia el aprovechamiento de los atractivos turísticos del lugar. La demanda, es la toma de decisiones en la que los individuos programan acciones de viajes turísticos para disfrutar de recursos turísticos ofertados. (p. 297)

De acuerdo con Pinares et al. (2021), “el turismo rural comenzó con actividades de naturaleza y comunidades rurales, con el fin de mitigar los impactos negativos del turismo de masas” (p. 166). Por lo tanto, el turismo comunitario se enfoca en utilizar los recursos naturales, la cultura territorial, el ecosistema social y étnico apuntando a la diversidad y sostenibilidad de las regiones, con el propósito de ofrecer al turista un contacto directo e interactivo entre la comunidad y el medio ambiente, generando mayores económicos y calidad de vida a las comunidades (Alvear et al., 2016).

El turismo natural, también llamado turismo alternativo, se refiere a aquellos viajes que están estrechamente vinculados con la naturaleza. Este tipo de turismo invita a los visitantes no solo a disfrutar del entorno natural, sino también a respetarlo y, sobre todo, a involucrarse activamente en la conservación de sus recursos (Cornejo, 2024).

Para construir una oferta turística sólida, el primer paso consiste en identificar y seleccionar cuidadosamente los recursos turísticos que puedan resultar atractivos para los visitantes (Terán, 2021). Este proceso es fundamental, ya que asegura que los recursos escogidos tengan el valor y el interés necesarios para convertirse en productos turísticos viables.

La selección de estos recursos debe realizarse siguiendo los lineamientos establecidos por la Organización Mundial del Turismo (OMT):

El turismo se centra en cinco prioridades estratégicas: acelerar la innovación y la transformación digital; mejorar la competitividad del sector mediante las inversiones y el emprendimiento; generar empleo y ampliar las oportunidades de capacitación; mejorar la resiliencia y garantizar viajes seguros y sin contratiempos; y proteger el patrimonio cultural y natural prestando apoyo, al mismo tiempo, a las comunidades locales. (OMT, s. f.)

Según Vallejo y Llugsha (2023), “el turismo rural constituye una nueva alternativa de diversificación de ingresos para las comunidades campesinas y un eje estratégico para el desarrollo territorial rural” (p. 29). En Colombia, el turismo rural fortalece las prácticas sostenibles, ya que son las propias comunidades locales quienes cuidan y preservan el entorno natural donde se desarrollan estas experiencias. De igual manera, el turismo rural también se denomina turismo comunitario porque permite vivir cerca de la vida en el campo y participar en las actividades diarias de la comunidad. También facilita el acceso a sus conocimientos tradicionales, sus costumbres y su cultura.

Uno de los objetivos del proyecto Turismo Comunitario del Corredor Oriental fue poner a prueba un modelo de gestión para el turismo comunitario en esta zona, demostrando que incluso poblaciones con recursos limitados consiguen explotar su potencial turístico hacia la generación de ingresos significativos. El proyecto también buscó crear posadas gestionadas de manera eficiente, donde la interacción con visitantes de distintos lugares del mundo no solo enriquece el conocimiento local, sino que también abre nuevas oportunidades económicas. Además, se pretende destacar y aprovechar la riqueza natural de la región, convirtiéndola en un atractivo estratégico y sostenible para el turismo.

El turismo rural comunitario se presenta como una estrategia valiosa para las comunidades que viven en zonas con abundantes recursos naturales y culturales, permitiendo que tanto turistas locales como internacionales reconozcan y valoren su riqueza (Quispe et al., 2024). No obstante, a menudo se pasa por alto que este tipo de turismo requiere integrar de manera equilibrada los aspectos económicos, ambientales y sociales para convertirse en una alternativa real frente a la explotación corporativa de los recursos, la intervención externa en su gestión o la degradación del medio ambiente (Espinoza et al., 2018).

El crecimiento del turismo rural responde a la convergencia de diversas dinámicas, entre las que se encuentran el deterioro socioeconómico de las áreas rurales tradicionales, los cambios en la demanda turística orientados hacia productos con atributos ecológicos y naturales, así como la visión de las administraciones públicas que consideran el turismo como un instrumento de desarrollo (Tubay et al., 2024).

Un destino de turismo rural se define como un territorio diferenciado por la existencia de recursos naturales asociados a las prácticas humanas, generalmente localizado en áreas alejadas de zonas urbanas, con escasa o nula industrialización, que posee patrimonio cultural y elementos identitarios propios (Vallejo y Llugsha, 2023). Su actividad económica se sustenta principalmente en el uso sostenible de los recursos naturales y en la elaboración de bienes derivados de dichos recursos (Tubay et al., 2024).

El turismo comunitario integra diversas modalidades presentes en espacios rurales, como el ecoturismo, el agroturismo, el turismo cultural o de aventura, lo que amplía significativamente su importancia. Además, es una opción que impulsa los ingresos en el campo, con la introducción de servicios de producciones agrarias no convencionales, agroturismo, actividades recreativas, hospedajes, ocio, ventas de productos agrarios y artesanales, entre otros (Pérez, 2024).

En este sentido, el turismo comunitario no solo tiene como objetivo atraer visitantes, sino también fortalecer una economía local más sólida y sostenible, empoderando a las comunidades rurales para que participen activamente en la planificación y realización de las actividades turísticas. De esta manera, la promoción y comercialización de las experiencias en las posadas rurales contribuye de manera significativa a

la conservación del patrimonio natural y cultural, asegurando que el turismo en el corredor oriental comunitario se convierta en una fuente de bienestar y desarrollo integral para todas las personas involucradas.

Estrategias competitivas del turismo comunitario

El turismo comunitario debe reflejar una estrategia de carácter local orientada a la optimización de las ventajas comparativas, aun en contextos marcados por complejidades de orden social, económico, ambiental y cultural. A partir de la disponibilidad de oportunidades y capacidades mínimas, es posible transformar la realidad o el entorno en escenarios competitivos que favorezcan el progreso de las comunidades implicadas (Briones et al., 2021).

Para el desarrollo del turismo, es necesario el establecimiento de estrategias que impacten en el desarrollo social y económico de las regiones. Por lo tanto, el contacto con la naturaleza es una estrategia de impacto en el turismo comunitario, ya que esta ofrece un bienestar físico y una experiencia emocional al visitante al explorar lugares poco accesibles y de tradición local o territorial (Juárez et al., 2024).

Por otra parte, Juárez et al. (2024) manifiestan que:

El término turismo de naturaleza, el cual comprende los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. (p. 36)

La estrategia tiene como finalidad establecer acciones que impulsen el desarrollo y visibilidad de productos o servicios para lograr ventaja competitiva y posicionamiento de los negocios (Ruiz et al., 2023). El turismo sostenible es la mejor alternativa de crear productos atractivos que no generen afectación al medio ambiente, por medio de una gran variedad de recursos culturales, gastronómicos, patrimoniales y naturales (Valarezo y Rosillo, 2020).

Por otra parte, los procesos de capacitación en gestión turística sostenible son fundamentales para que las comunidades rurales se empoderen de manera eficiente y efectiva, para ofrecer experiencias auténticas y diversas (Quispe et al., 2024).

En el sector rural de Pasto se encuentran posadas turísticas que brindan espacios tranquilos y acogedores, alejados del ruido y la agitación de la ciudad, lo que les confiere una ventaja frente al turismo tradicional. Estas posadas, generalmente rodeadas de naturaleza, ofrecen actividades al aire libre como senderismo, ecoturismo, paseos a caballo y experiencias agropecuarias. Este sector se presenta como una alternativa innovadora para aprovechar los recursos locales de manera sostenible,

generando empleo y nuevas oportunidades de ingreso económico a largo plazo para las comunidades.

Por tal razón, es necesario establecer un vínculo entre diferentes sectores que apunten a la competitividad y mejoramiento organizacional, como lo argumentan Mainet et al. (2024). Para obtener un mejor desempeño:

Es necesario establecer alianzas estratégicas entre las diferentes empresas y entidades que forman parte de estas zonas rurales para que, de una forma coordinada, puedan mancomunar esfuerzos y de esta manera crear sinergias que puedan ayudar a mejorar factores críticos de su desempeño, tales como los niveles de calidad de los bienes y servicios que brindan a sus clientes, su posicionamiento en el mercado, entre otros. (p. 1)

En contraste, Porter (2015) plantea que la rentabilidad a largo plazo de un mercado está marcada por cinco fuerzas que influyen en la competitividad, por lo que las empresas deben evaluar sus objetivos y recursos según esas fuerzas.

Tabla 1. Análisis de las cinco fuerzas

Amenaza de nuevos competidores	Rivalidad entre competidores existentes	Poder de negociación de los proveedores	Poder de negociación de los compradores	Amenaza de productos sustitutos
Un mercado se vuelve poco atractivo cuando existen barreras de entrada difíciles de superar, especialmente para los nuevos participantes que llegan con recursos y capacidades diferentes, intentando consolidarse dentro del sector.	La competencia en un mercado se vuelve menos atractiva cuando hay muchos competidores bien establecidos y los costos fijos son altos. Esta situación aumenta la rivalidad, dando lugar a constantes guerras de precios, campañas de <i>marketing</i> agresivas y la necesidad de lanzar continuamente nuevos productos, lo que puede afectar la rentabilidad de las empresas.	Un mercado resulta menos atractivo cuando los proveedores están bien organizados, cuentan con recursos importantes y tienen la capacidad de imponer condiciones sobre los precios y la cantidad de productos que se deben comprar.	Un mercado se vuelve menos atractivo cuando los compradores están bien organizados, existen muchos productos sustitutos o cuando el producto ofrecido es poco diferenciado. En estas condiciones, los clientes tienen mayor poder para exigir precios más bajos, mejor calidad y un servicio superior, lo que reduce los márgenes de beneficio de la empresa.	El atractivo de un mercado disminuye cuando existen productos sustitutos, reales o potenciales, especialmente si son más avanzados tecnológicamente o pueden ofrecerse a precios más bajos. Esta situación genera presión sobre los márgenes de la industria.

Fuente: elaboración propia a partir de Porter (2015).

La economía en el turismo comunitario

En lugares donde se instaura el turismo, se vive un crecimiento de emprendimientos enfocados a ofrecer productos y servicios, por ende, la actividad laboral se fortalece, logrando que el entorno dinamice su economía y mejore la calidad de vida de las personas o familias participantes de la cadena productiva del turismo (Reyes, 2023).

Así, se fortalece la creación de negocios sostenibles en la región, en especial en zonas rurales, fundamentando el crecimiento económico de estas, de acuerdo con Andere y Moreno (2022):

Las decisiones que se toman hoy –económicas, sociales o ambientales– tienen un impacto en las generaciones futuras y, por otro, vincula el aspecto socioeconómico del desarrollo con su impacto en el medio ambiente. De esta forma, actualmente se piensa en el desarrollo económico como un concepto que combina crecimiento autosostenible, cambios estructurales en los patrones de producción, actualización tecnológica, modernización social, política institucional y mejora generalizada del bienestar humano. (p. 321)

En la dinámica del turismo comunitario, los atractivos turísticos influyen de manera positiva, pero se necesita de aspectos integrales a la operatividad para incrementar la movilidad turística. Entre estos elementos esenciales se encuentran la conectividad local, infraestructuras viales accesibles, servicios de transporte óptimos y oportunos, alojamientos agradables y acordes a las necesidades del visitante, gastronomía propia a la cultura y riqueza natural que motive la estancia (Lumbreras, 2019).

Por otra parte, para Moreno (2021):

El turismo en Colombia se ha logrado posicionar como un sector influyente en la economía, su aporte en el PIB, el empleo, la inversión extranjera, crecimiento y desarrollo económico lo convierten en un sector estratégico para incentivar la producción de actividades turísticas, promoción de inversión extranjera directa y exportaciones. (p. 47)

Metodología

La investigación combina un enfoque exploratorio y descriptivo. Se le califica como exploratoria porque busca identificar y comprender los retos y las oportunidades del turismo comunitario en las posadas rurales de la zona, a partir de la recopilación de información cualitativa —entrevistas y observaciones—; simultáneamente, resulta descriptiva porque pretender caracterizar la oferta turística, las dinámicas internas de las posadas y las percepciones y expectativas de los visitantes.

El estudio se enmarca en un enfoque metodológico cualitativo, adecuado para indagar en profundidad los significados, las percepciones y las vivencias de los participantes, teniendo en cuenta la realidad y la circunstancia de cada persona. Este planteamiento permite proponer acciones dirigidas a dinamizar el turismo comunitario en el sector oriental de Pasto e identificar estrategias de mercadeo que aporten valor y fomenten un desarrollo social y económico sostenible.

Se adoptó un método inductivo para elaborar conocimiento desde la observación y el estudio de las experiencias recolectadas. El paradigma interpretativo guía el trabajo, enfocándose en entender los fenómenos desde la visión de quienes los viven. Para la recolección de datos se utilizaron cuestionarios con preguntas cerradas y escalas de respuesta, junto con encuestas semiestructuradas y entrevistas basadas en guías abiertas y flexibles. Estas entrevistas, realizadas de forma presencial y virtual, permitieron profundizar en las vivencias y opiniones de los propietarios de las posadas y así identificar fortalezas, obstáculos y posibilidades para el turismo rural en la región.

La figura 1 constata la realización de un encuentro con los propietarios de las posadas rurales, durante el cual se socializó el proyecto y se destacó su relevancia para el desarrollo socioeconómico de las comunidades y núcleos familiares. Este proceso buscó promover la generación de ingresos complementarios que contribuyan al mejoramiento de las condiciones de vida de las familias locales.

Figura 1. Reunión con emprendedores de las posadas rurales



Fuente: elaboración propia.

La figura 2 presenta una descripción detallada de la infraestructura de las posadas turísticas, concebidas en un entorno de carácter familiar que favorece la interacción directa del visitante con la comunidad local. Este modelo de alojamiento propicia el fortalecimiento del vínculo entre el turista y el territorio, facilitando el conocimiento y la vivencia de la cultura regional.

Figura 2. Registros fotográficos de las posadas rurales turísticas

Fuente: elaboración propia.

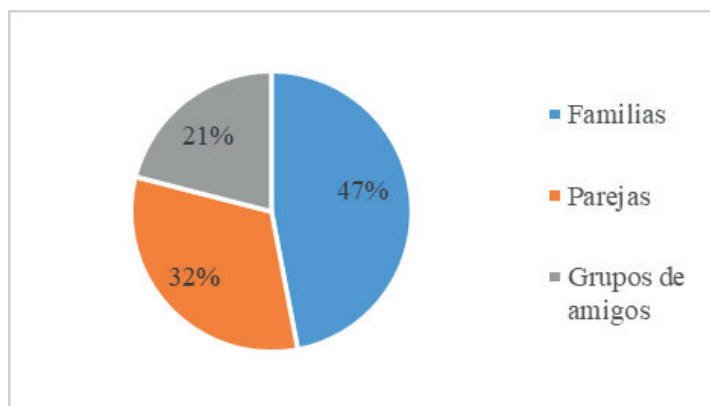
Resultados

Se presentan de acuerdo con la información recolectada por los investigadores en las distintas posadas turísticas y con los turistas que visitan la zona rural de Pasto, Nariño.

Encuestas en posadas turísticas

La figura 3 nos muestra que el 47 % de los turistas que acuden a las posadas rurales son familias conformadas por padres (madre y padre), hijos, abuelos, tíos, primos y demás parientes cercanos. Por otra parte, el 32 % de los turistas lo integran parejas, en su mayoría en unión libre o con alguna relación afectiva, y el 21 % está constituido por grupos de amigos. De estos tipos de clientes, el 80 % provienen de diferentes regiones del país y el 20 % del extranjero.

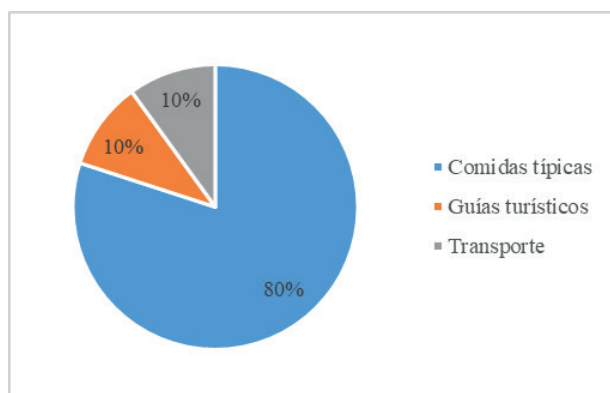
Las atracciones preferidas de los visitantes son: actividades recreativas, aventura o experiencias compartidas. Las posadas tienen una variedad de ofertas para los visitantes que buscan tranquilidad en sus estancias y conocer la cultura del territorio.

Figura 3. Análisis de los tipos de clientes que se hospedan en las posadas turísticas

Fuente: elaboración propia.

Este análisis pone en evidencia que las posadas son lugares de alojamiento que atraen a viajeros que buscan una experiencia personalizada, auténtica, sostenible y económica en comparación con empresas medianas o grandes del sector hotelero (Reyes et al., 2006).

En la figura 4 se muestra el tipo de servicios que los visitantes demandan en las posadas, donde el 80 % solicita servicios de gastronomía típica de la región. Una vez consultados, manifestaron que los platos típicos de Pasto son conocidos por su variedad cultural ancestral, catalogados como comidas únicas que no se encuentran en otras regiones del país, como son: el cuy asado, el helado de paila, los hervidos, las empanadas de añejo, el frito pastuso, entre otros sabores.

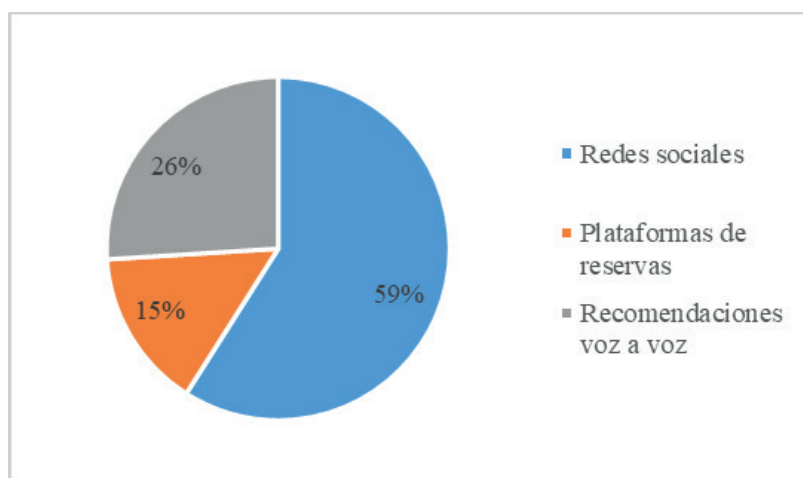
Figura 4. Servicios solicitados por los turistas en las posadas

Fuente: elaboración propia.

Por lo tanto, “la gastronomía de Pasto es una deliciosa fusión andina llena de tradición y sabor, cada plato es un viaje a la cultura ancestral pastusa” (Universidad de Nariño, s. f.).

La figura 5 presenta los canales de promoción que utilizan los visitantes para sus estancias en las posadas. El 59 % manifestó que las redes sociales son un espacio de conectividad con los actuales y futuros clientes, y un 26 % son recomendaciones de amigos y familiares que han visitado estos sitios turísticos. En menor proporción, el 15 % utiliza plataformas para atraer a sus clientes.

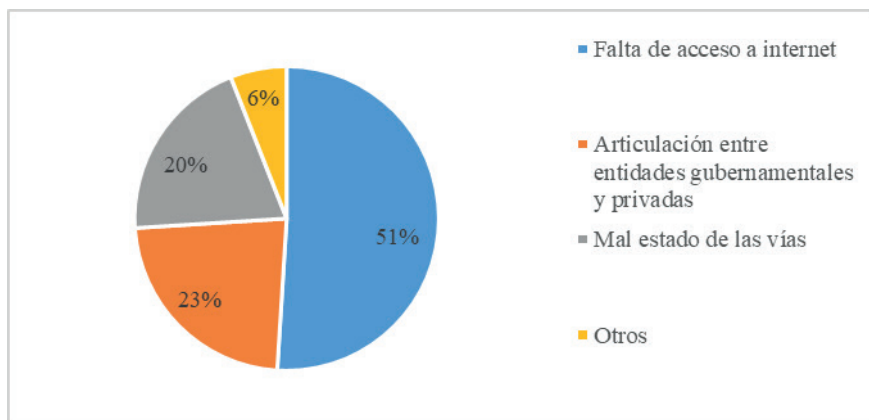
Figura 5. Estrategias de promoción que utilizan los turistas para visitar las posadas turísticas



Fuente: elaboración propia.

Para Hugo et al. (2020), las redes sociales son herramientas esenciales en la comunicación de las organizaciones con sus clientes y público en general, ya que permiten una conexión directa, oportuna y segura en la gestión de las organizaciones, en especial en el intercambio de opiniones sobre los productos y servicios que estas ofrecen.

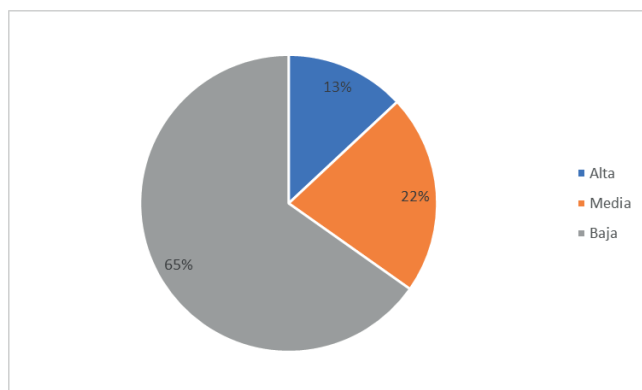
La figura 6 presenta los principales desafíos que afrontan las posadas turísticas en relación con la infraestructura que limitan la competitividad y sostenibilidad de las empresas. El principal problema que presentan es la falta de acceso a internet para ofrecer mejor calidad en el servicio; el 51 % manifestó su preocupación sobre este tipo de aspecto, lo cual es esencial para atraer turistas. Por otra parte, el 23 % afirma que debe haber mayor articulación entre las entidades gubernamentales y el sector privado, para mejorar la promoción del turismo rural. Así mismo, el 20 % considera que el mal estado de las vías dificulta el acceso de los visitantes a las posadas.

Figura 6. Principales desafíos que enfrentan las posadas turísticas

Fuente: elaboración propia.

Por lo tanto, es un compromiso de empoderamiento de las entidades públicas y privadas del territorio mejorar las condiciones de infraestructura, en beneficio de la calidad de vida de los habitantes y emprendedores que desarrollan el turismo en el sector rural (Saavedra et al., 2021).

La figura 7 evalúa el corredor oriental de Pasto, zona rural que integra los distintos corregimientos, siendo importante en el fortalecimiento de la cultura y el turismo. El 65 % de las posadas manifiesta que la competencia de este sector es baja en comparación con el sector urbano, y esto debido a problemas de infraestructura y promoción del municipio. De igual manera, el 22 % manifiesta que la competitividad de este sector es media y solo el 13 % de los encuestados considera que tiene un alto potencial turístico.

Figura 7. Evaluación en el aspecto competitivo del corredor oriental de Pasto

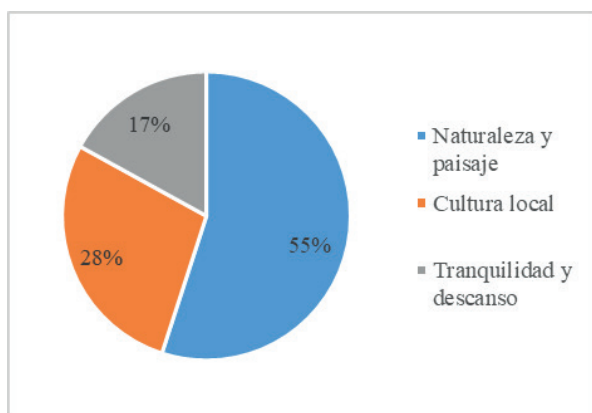
Fuente: elaboración propia.

Esto demuestra que, para que exista mayor competitividad en sector rural de Pasto, se deben realizar inversiones que apunten a la competitividad turística como factor fundamental para el desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades, desarrollando estrategias que les permitan posicionar el territorio a nivel nacional e internacional (García, 2024).

Encuestas a turistas

La figura 8 identifica los aspectos que influyen en las visitas de los turistas en el territorio. Se observa que el 55 % es atraído por la naturaleza y los paisajes que ofrece Pasto en su parte rural, un 28 % por el deseo de conocer la cultura local y un 17 % por tener un espacio de tranquilidad y descanso en su período de estancia.

Figura 8. Aspectos que atraen la visita de los turistas



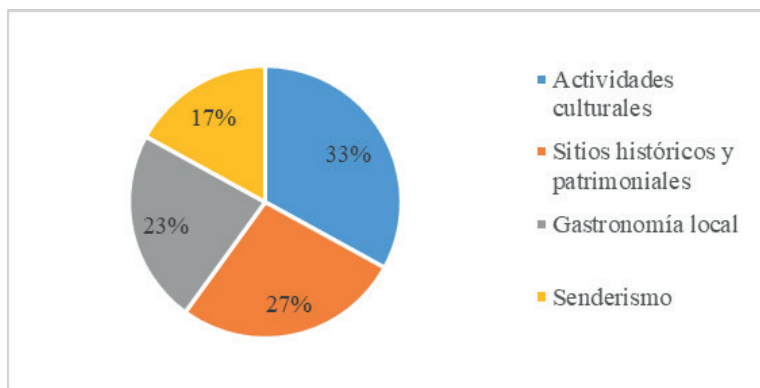
Fuente: elaboración propia.

Es importante destacar que el turismo de naturaleza es considerado uno de los sectores con mayor impacto social y económico, considerado un turismo alternativo que visibiliza la identidad de los territorios y protege la preservación y conservación del ambiente (Cornejo, 2024).

La figura 9 identifica las diferentes actividades que realizan los turistas al visitar las posadas rurales. El 33 % participa en muestras culturales propias del territorio, en especial las relacionadas con el Carnaval de Negros y Blancos que se realiza los primeros días de enero, visitas a ferias o lugares que ofrecen dulces y artesanías de la región. Además, desarrollan actividades agropecuarias, como conocer el proceso de producción de cuyes. Por otra parte, el 27 % se dedica a visitar sitios históricos y patrimoniales como iglesias, monumentos, la laguna de La Cocha, entre otros lugares de interés. El 23 % llega a la región por la gastronomía local, en especial los platos típicos como el asado de cuy, frito pastuso, hervidos, entre otros. El 17 % se apasiona

por las caminatas ecológicas o senderismo, principalmente en los cerros localizados en los diferentes corregimientos del territorio.

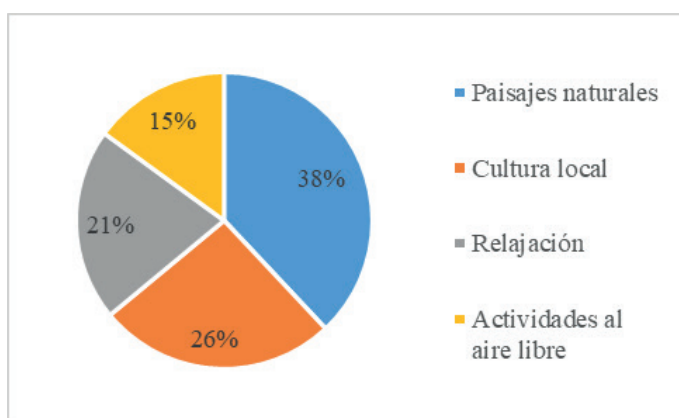
Figura 9. Actividades realizadas por los visitantes durante la estancia en las posadas rurales



Fuente: elaboración propia.

Otro aspecto importante es la motivación que genera en el turista visitar los destinos turísticos de Pasto. La figura 10 pone en evidencia que el 38 % manifiesta que el paisaje natural de la ciudad y sus corregimientos les genera un ambiente de naturaleza puro y agradable, un entorno tranquilo y sensación de bienestar físico y psicológico. El 26 % considera importante la cultura local, por sus tradiciones, amabilidad con el visitante y conexión con la historia. El 15 % exalta las actividades al aire libre, considera que el ambiente natural de la región es ideal para realizar recorridos a pie o en bicicleta por senderos para disfrutar del paisaje y la naturaleza. El 21 % valora que visitar la zona rural de Pasto genera una sensación de relajamiento corporal importante para la salud.

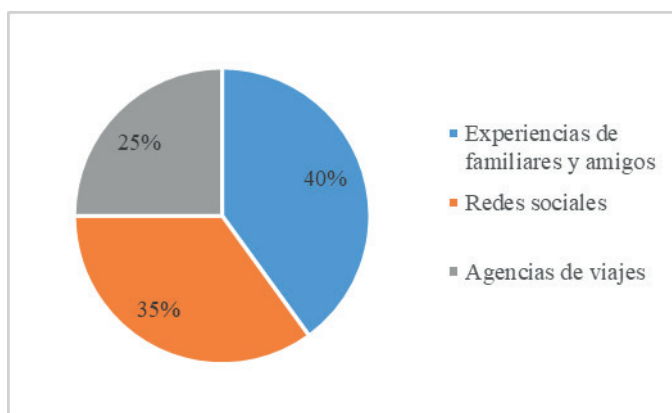
Figura 10. Principales motivaciones para visitar un destino turístico rural



Fuente: elaboración propia.

Otro aspecto importante fueron los canales de información que utilizan los turistas para conocer los destinos rurales de Pasto. En la figura 11, el 40 % manifiesta que las experiencias de familiares o amigos les despierta el interés por visitar las posadas turísticas rurales en Pasto. El 35 % utiliza las redes sociales para recibir información y obtener contacto de los sitios turísticos del territorio y las posadas. El 25 % utiliza las agencias de viajes para viajar y recibir información del turismo en Pasto.

Figura 11. Canales de información que utilizan los turistas para conocer los destinos turísticos rurales de Pasto



Fuente: elaboración propia.

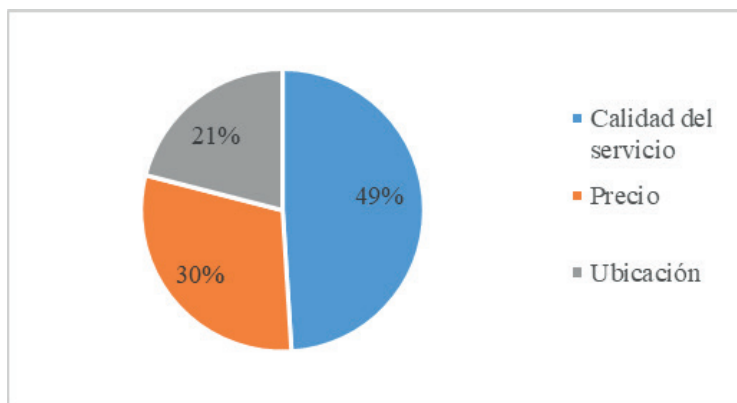
Es importante destacar que las redes sociales son un factor esencial en el turismo moderno, ya que permiten a las empresas llegar a clientes a nivel nacional e internacional de manera rápida, efectiva y segura; y a los usuarios obtener información oportuna de los lugares o sitios turísticos, costos, promociones y demás información vital para tomar decisiones (Millán, 2024).

Por otra parte, la figura 12 muestra los factores más importantes que eligen los turistas para visitar una posada rural. El 49 % de los encuestados manifestó que la calidad en el servicio es un elemento esencial para seleccionar una posada, lo cual les genera confiabilidad y seguridad en su estancia. El 30 % indicó que el precio es uno de los factores que ayudan a establecer un presupuesto para sus viajes. El 21 % considera que la ubicación de las posadas les genera tranquilidad, satisfacción personal y bienestar en el tiempo de visita.

La calidad del servicio en las posadas turísticas de Pasto no solo depende de las instalaciones, sino también de la calidez y el compromiso del personal por ofrecer experiencias únicas y memorables, transmitiendo la esencia cultural y hospitalaria de la región. Por lo tanto, las experiencias auténticas que recibe el turista en su estancia en servicios de gastronomía típica, paisajes naturales y espacios culturales

se interrelacionan con el trato cordial y respetuoso, generando una empatía y comunicación efectiva; son elementos esenciales para que el turista se sienta cómodo y seguro.

Figura 12. Factores más importantes que eligen los turistas para hospedarse en una posada rural



Fuente: elaboración propia.

Discusión

Diversificar la oferta turística, y diseñar rutas que pongan en valor los aspectos naturales y culturales de la zona, se perfila como una estrategia fundamental para atraer más visitantes y consolidar al corredor oriental de Pasto como un destino competitivo a nivel regional y nacional.

Por otra parte, la investigación de mercados identificó varios retos clave que deben abordarse para garantizar un crecimiento sostenido del turismo rural en la zona. Entre ellos sobresalen la infraestructura insuficiente, que limita la capacidad de las posadas para recibir a más turistas; la falta de formación del personal, que repercute en la calidad del servicio; y una competencia creciente en la región, que obliga a las posadas a diferenciarse no solo por ofrecer mejores servicios, sino también por mantener propuestas auténticas y distintivas.

Conclusiones

Para impulsar el turismo comunitario en las posadas rurales del corredor oriental de Pasto es fundamental implementar estrategias de *marketing* que beneficien tanto

a los turistas como a las comunidades. Esto ayuda a visibilizar las posadas y a generar desarrollo social y económico duradero. Ofrecer experiencias auténticas y a la medida de los visitantes atrae un turismo constante, crea empleo y mejora el bienestar local. Además, una comercialización responsable protege el patrimonio natural y cultural, de modo que el crecimiento no compromete la sostenibilidad. Bien planteadas, estas estrategias aumentan la competitividad del destino y aseguran beneficios para las comunidades rurales en el tiempo.

Referencias

- Alario, J. D., y Castellanos, D. A. (2024). *Turismo comunitario: Una alternativa de desarrollo para los municipios del área del embalse de Topocoro, departamento Santander, Colombia* [Trabajo de grado en Economía, Universidad Autónoma de Bucaramanga]. Repositorio Institucional UNAB. <http://hdl.handle.net/20.500.12749/25414>
- Alvear, A., Quishpe, C., y Enríquez, D. (2016). Turismo comunitario como alternativa de desarrollo en la comunidad de Cotococha Pastaza-Ecuador. *Revista Publicando*, 3(7), 203-219. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833458>
- Andere, A., y Moreno, L. (2022). Caracterización de la actividad económica y el papel del turismo en el desarrollo local: El caso de Bahía de Los Ángeles, México. *Revista El Periplo Sustentable Universidad Autónoma del Estado de México*, 43, 316-349. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9707018>
- Aparicio Salas, V. L. (2021). Turismo y desarrollo local: Un estudio de caso en el distrito de Pisac-Cusco. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(4), 296-309. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.587>
- Briones, W., Peñafiel, G., Mora, J., y Maldonado, H. (2021). Comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias. *Journal of Science and Research*, 6(3), 1-21. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5658655>
- Cardozo, C. (2006). Turismo sostenible: Una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, (11), 5-21. <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>
- Cornejo, J. (2024). Percepción de los impactos del turismo de naturaleza en una comunidad rural, el caso de Tomatlán, Jalisco. *CIMEXUS*, 19(1), 29-50. <https://doi.org/10.33110/cimexus190102>

- Espinoza, R., Salazar, M., y Chávez, R. (2018). Turismo rural y emprendimientos sociales turísticos en el municipio de Tomatlán Jalisco. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 11(24). <https://www.eumed.net/rev/turydes/24/emprendimientos-sociales-turisticos.html>
- García Carranza, Y. M., y García Carranza, E. K. (2021). Emprendimientos turísticos sustentables: Una revisión de la literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 13612-13624. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1346
- García Reinoso, N. (2024). Medición de competitividad en ecosistemas emprendedores del turismo: Modelo, metodología y herramienta de evaluación. *Revista Reflexiones*, 104(2), 1-27. <https://archivo.revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/61419/62208>
- Hugo Cárdenas, F. X., Jiménez Rosero, C. E., Holovatyi, M., y Lara Pazos, P. E. (2020). El impacto de las redes sociales en la administración de las empresas. *RECIMUNDO*, 4(1), 173-182. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(1\).enero.2020.173-182](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(1).enero.2020.173-182)
- Juárez Mancilla, J., Cruz Chávez, P. R., Cruz Chávez, G. R., y Torres García, A. F. (2024). *Estrategias para el turismo comunitario*. Comunicación Científica. <https://doi.org/10.52501/cc.157>
- Lumbreras, L. G. (2019). Sobre el desarrollo económico y social de Ayacucho. *Alteritas: Revista de Estudios Socioculturales Andino Amazónicos*, (9), 31-36. <https://revistas.unsch.edu.pe/index.php/alteritas/article/view/5/6>
- Mainet, Y., Cruz, N., Avilas, J., y Guevara, A. (2024). Comportamiento de la gestión de las alianzas estratégicas para el turismo rural. *Ciencias Holguín*, 29(2). <https://www.redalyc.org/journal/1815/181574886004/html/>
- Millán, O. (2024). Redes sociales y la influencia en la decisión del destino turístico. *Cuadernos.Info*, (57), 315-337. <https://doi.org/10.7764/cdi.57.65499>
- Moreno, A. (2021). *Impacto económico del sector turismo en Colombia: Un análisis a partir del modelo insumo producto* [Tesis de grado, Universidad Externado de Colombia]. Repositorio Institucional Universidad Externado de Colombia. <https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/c43085db-fa89-43c9-8684-a0975e3aca50/content>
- Organización Mundial del Turismo. (s. f.). *Misión y principios. Cinco prioridades estratégicas*. Organización Mundial del Turismo. <https://www.unwto.org/es/acerca-de-onu-turismo>

- Pérez Winter, C. (2024). Turismo rural y territorio: Conceptos, estrategias y tensiones desde el INTA (Argentina). *Antropología Americana*, 9(17). <https://doi.org/10.35424/anam.v9i17.2242>
- Pinares, E., Sotomayor, S., y López, T. (2021). Turismo comunitario basado en el buen vivir: Caso de Misminay, Cusco. *Podium*, 40, 163-178.
- Porter, M. E. (2015). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (2.ª ed.). Grupo Editorial Patria.
- Quispe Fernández, G. M., Jurado Almonte, J. M., y Ayaviri Nina, D. (2024). El emprendimiento turístico rural y sus tendencias a través de un análisis bibliométrico. *Cuadernos de Turismo*, (53), 69-93. <https://doi.org/10.6018/turismo.616391>
- Reyes, G., Marín, F., y Gutiérrez, C. (2006). Satisfacción del cliente de las posadas turísticas en la Península de Paraguaná, estado Falcón, Venezuela. *Multiciencias*, 6(3), 278-283. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/multiciencias/article/view/16646/16619>
- Reyes, M. (2023). *Turismo y desarrollo: Análisis de un caso en Colombia y un caso en Ecuador desde la perspectiva de capacidades, funcionamientos y oportunidades del enfoque de desarrollo humano* [Tesis de grado, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)]. Repositorio Institucional FLACSO. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/19211/2/TFLACSO-2023%20MERC.pdf>
- Ruiz Cedeño, A., Cuétara Sánchez, L. M., Martín Fernández, R. A., y Márquez Ortiz, L. E. (2023). Estrategia comercial para el posicionamiento de organizaciones hoteleras en el destino sol y playa Crucita. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(9), 565-580. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.37>
- Saavedra, J., García, M., Martínez, O., y Mora, J. (2021). *Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: Estudio de casos*. Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=875333>
- Terán, P. (2021). *El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la comunidad de San Clemente del cantón Ibarra* [Tesis de grado, Universidad Andina Simón Bolívar (UASB)]. Repositorio Institucional UASB. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8281/1/T3603-MGDE-Teran-El%20turismo.pdf>
- Tubay Moreira, M., Chang Muñoz, W., Cevallos Mayorga, K. Y., y Macías Sánchez, M. D. (2024). El turismo rural y condiciones de vida en los habitantes de una zona rural. *Revista Científica Multidisciplinaria SAPIENTIAE*, 7(14), 236-245. <https://doi.org/10.56124/sapientiae.v7i14.0016>

Universidad de Nariño. (s. f.). *Gastronomía nariñense*. Universidad de Nariño. <https://www.udenar.edu.co/congresos-y-seminarios/xiv-simposio-colombiano-de-catalisis-pasto-2025/gastronomia/>

Valarezo Molina, S. B., y Rosillo Suárez, A. N. (2020). Estrategias de *marketing* sostenible para el posicionamiento turístico en destino de sol y playa parroquia Crucita Ecuador: Posicionamiento turístico. *Revista Científica Sinapsis*, 1(16). <https://doi.org/10.37117/s.v2i17.352>

Vallejo, D., y Llugsha, V. (2023). Gestión del turismo comunitario: Análisis del Centro de Turismo Comunitario Chiriboga en Ecuador. *Gestión Joven*, 24(2), 27-39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9079755>





Fortalecimiento del turismo en las posadas rurales del corredor oriental de Pasto

Chapter 2. Strengthening tourism in rural lodges in the eastern corridor of Pasto

Mg. Amanda Janneth Riascos Mora

amanda.riascos@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-2307-6169>

Resumen

El presente estudio tiene como finalidad afianzar el turismo comunitario del sector oriental de Pasto, por medio de una oferta de posadas turísticas en el sector rural autogestionadas por la comunidad. Los hallazgos ponen en evidencia una creciente demanda turística, especialmente durante eventos religiosos, que no puede ser atendida adecuadamente debido a la insuficiencia de infraestructura hotelera. Utilizando instrumentos cualitativos, se logró detectar esta necesidad y diseñar una respuesta efectiva basada en la activación de posadas rurales. Estas ofrecen una experiencia auténtica de inmersión cultural y generan ingresos sostenibles para los moradores. La aplicación de la metodología Agile permitió la rápida implementación y expansión del modelo, pasando de cinco a treinta posadas operativas en menos de dos años. Este enfoque favoreció la cocreación, el empoderamiento comunitario y la mejora continua de los servicios. Además, se integraron procesos de capacitación y acompañamiento institucional que fortalecieron la gestión turística local. Los resultados demuestran que la articulación entre comunidad, academia, gobierno local y actores religiosos puede generar soluciones efectivas y sostenibles. Así, el modelo propuesto contribuye al desarrollo económico del territorio, al tiempo que promueve la conservación de su patrimonio cultural y natural.

Palabras clave: turismo rural, alojamientos rurales, desarrollo turístico, corredor oriental de Pasto

Abstract

The purpose of this study is to strengthen community-based tourism in the eastern sector of Pasto through the provision of self-managed rural tourist inns. The findings reveal a growing tourist demand, especially during religious events, which cannot be adequately met due to insufficient hotel infrastructure. Using qualitative instruments, we were able to identify this need and design an effective response based on the activation of rural inns. These offer an authentic experience of cultural immersion and generate sustainable income for residents. The application of the Agile methodology enabled the rapid implementation and expansion of the model, increasing from five to thirty operational inns in less than two years. This approach favored co-creation, community empowerment and continuous service improvement. In addition, training and institutional support processes were integrated, strengthening local tourism management. The results demonstrate that coordination between the community, academy, local government and religious actors can generate effective and sustainable solutions. Thus, the proposed model contributes to the economic development of the territory, while promoting the conservation of its cultural and natural heritage.

Keywords: rural tourism, rural accommodation, tourism development, eastern corridor of Pasto

Introducción

El turismo comunitario se ha consolidado como una estrategia fundamental para impulsar el desarrollo sostenible en las regiones rurales, permitiendo que las comunidades locales participen activamente en la gestión y aprovechamiento de sus recursos culturales y naturales. En este contexto, el corredor oriental de Pasto (Nariño, Colombia) presenta un gran potencial turístico que aún no se ha explotado plenamente, a pesar de su riqueza en biodiversidad, tradiciones y manifestaciones religiosas, que atraen tanto a visitantes nacionales como internacionales.

Sin embargo, la región enfrenta varias limitaciones que dificultan su consolidación como destino turístico, entre ellas: falta de infraestructura de alojamiento, baja articulación de la oferta turística, y escasa visibilidad de los productos y servicios desarrollados por las comunidades locales. Estas barreras restringen las oportunidades de crecimiento del sector y limitan los beneficios sociales y económicos que podrían derivarse de un turismo gestionado de manera responsable e inclusiva.

Frente a esta situación, el presente estudio tiene como objetivo fortalecer el turismo comunitario en el corredor oriental de Pasto por medio de la implementación de una oferta de alojamientos rurales, contribuyendo al desarrollo económico local. Para ello, se plantearon dos objetivos específicos: primero, identificar la necesidad de servicios de alojamiento en la zona, especialmente durante eventos de alta afluencia como los retiros espirituales; y segundo, documentar el proceso de implementación de posadas rurales autogestionadas por la comunidad, utilizando la metodología Agile, que permitió una gestión flexible, participativa y sostenible del proyecto.

Este trabajo se sustenta en referentes teóricos como la teoría de las necesidades de Maslow, la escuela del comportamiento administrativo y los modelos de turismo sostenible, con el fin de comprender el comportamiento de la demanda y diseñar una oferta que responda a las necesidades reales de visitantes y moradores. De esta manera, se propone una alternativa turística que no solo dinamiza la economía local, sino que también fortalece el tejido social, el sentido de pertenencia y la identidad cultural de las comunidades del corredor oriental de Pasto.

Fundamentación teórica

A continuación, se exponen diversos fundamentos teóricos que respaldan el desarrollo del proyecto:

Contexto del turismo rural

En los últimos años, el turismo ha experimentado un notable desarrollo, y las posadas rurales como medios de alojamiento se presentan como una alternativa para im-

pulsar el crecimiento regional, ofreciendo nuevas opciones de hospedaje. En este sentido, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT, 2022), por medio del Plan Sectorial de Turismo, establece políticas destinadas a fortalecer el desarrollo y los beneficios del turismo gestionado por comunidades organizadas.

A lo anterior, es fundamental incorporarlas de manera competitiva a las comunidades y familias propietarias de posadas rurales en la cadena de valor del sector, fomentando prácticas alternativas, complementarias y sostenibles que respeten su autonomía, sus formas de producción y sus estructuras socioeconómicas, con el propósito de asegurar su bienestar y desarrollo (Mora, 2016).

De acuerdo con Cabanilla (2018), el turismo rural se refiere a aquella modalidad en la que las comunidades rurales, generalmente de pequeña escala, acogen a los visitantes en su territorio, brindándoles la oportunidad de interactuar directamente con su vida cotidiana, conocer sus tradiciones, costumbres y saberes locales. No obstante, la problemática radica en que esta iniciativa turística que involucra las posadas rurales aún se encuentra en proceso de valorización y apropiación por parte de los prestadores de servicio (Gobernación de Nariño, 2020).

Además, carece de estrategias de divulgación efectivas y de los recursos necesarios para lograr un posicionamiento regional. Según el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (CPTUR, 2017), el presupuesto de inversión destinado al turismo en Nariño representa el 0,047 %. En cuanto al desarrollo del turismo en este departamento, la Región Administrativa y de Planificación del Pacífico (RAP, 2024) señala que gran parte de la actividad se sustenta en conocimientos empíricos de las comunidades, personal y organizaciones que ofrecen servicios de guía turística, pero de manera desarticulada con el sector. Esta situación limita la productividad y el desempeño de las comunidades prestadoras de servicios turísticos.

A pesar de estas limitaciones, Nariño cuenta con abundantes riquezas naturales, gastronómicas, culturales y ancestrales que pueden ser aprovechadas para desarrollar un turismo comunitario en las posadas rurales, capaces de generar beneficios económicos, sociales y culturales para las comunidades locales (Benítez et al., 2022).

En concordancia con lo anteriormente expuesto, la población objeto de estudio se encuentra en una región caracterizada por su valioso patrimonio cultural y su notable biodiversidad, lo que le otorga un alto potencial para el desarrollo del turismo comunitario (Mora, 2016). Sin embargo, se presenta una notoria ausencia de iniciativas que promuevan la participación de las comunidades locales en las actividades turísticas del sector. Asimismo, se ha identificado una limitada difusión de información relacionada con las rutas, la ubicación, los servicios y la orientación necesarias para acceder a las posadas rurales disponibles, lo cual afecta directamente el desarrollo integral de esta propuesta y, en consecuencia, impacta negativamente a las comunidades que prestan dichos servicios. Esta falta de visibilidad y articulación representa una pérdida

significativa de oportunidades para el crecimiento del sector turístico, al desaprovechar las riquezas naturales y culturales del corredor oriental, y compromete la preservación tanto de las tradiciones locales como del entorno natural que las sustenta.

Desarrollo turístico

Desde un enfoque de desarrollo territorial, la consolidación del turismo se perfila como una estrategia potencial para atenuar dinámicas como la migración rural a la urbana, en la medida en que promueve la generación de empleo endógeno y fortalece la apropiación social del patrimonio natural y cultural (Milano, 2016). No obstante, para que esta actividad trascienda su carácter complementario y se constituya en un auténtico eje de sostenibilidad, resulta imprescindible subsanar limitaciones estructurales relacionadas con la gobernanza interna, la regularización, la planificación estratégica y el acceso a mecanismos de financiamiento adecuados (Vallejo y Llugsha, 2023).

El turismo no debe entenderse únicamente como una actividad económica independiente, sino como una dinámica social colectiva sustentada en el capital social del territorio, en el que la presencia de estructuras organizativas formales, canales de participación y prácticas comunitarias orientadas a la sostenibilidad ponen en evidencia la existencia de una base organizativa sólida y significativa (Vallejo y Llugsha, 2023).

Por otra parte, la mentalidad emprendedora y la capacidad de inserción laboral funcionan como mecanismos de conexión entre el saber y el crecimiento económico, produciendo un valor intangible que se refleja en mayores niveles de competitividad y sostenibilidad. Desde esta perspectiva, la economía del conocimiento trasciende el plano conceptual, ya que se concreta en procesos formativos permanentes que modifican conductas, potencian habilidades y afianzan esquemas de gestión comunitaria más sólidos y eficaces (Manzano et al., 2017).

De igual forma, un informe del Departamento Nacional de Planeación (DNP) muestra que, según el Índice Departamental de Innovación para Colombia (IDIC), Nariño obtuvo una calificación de 24, ubicándose en un nivel medio-bajo (DNP, 2022). Estos resultados reflejan falencias logísticas, organizacionales y administrativas en comparación con otros departamentos, lo que pone en evidencia la necesidad de incorporar la innovación como un factor clave para el crecimiento de una economía local competitiva e interconectada.



Corredor oriental de Pasto

Es fundamental tener en cuenta que Nariño goza de reconocimiento internacional gracias a diversos atractivos turísticos como el Carnaval de Negros y Blancos, el Santuario de Las Lajas, la laguna de La Cocha, entre otros. No obstante, existe una percepción limitada entre los visitantes, quienes tienden a asociar el turismo en la región únicamente con eventos de gran afluencia o destinos ampliamente promovidos, como las playas de Tumaco o aquellos de carácter religioso y paisajístico más conocidos. Esta visión restringida está lejos de reflejar la verdadera riqueza del territorio, que cuenta con múltiples escenarios turísticos aún invisibilizados y con escasa promoción. Tal situación representa uno de los principales retos para el desarrollo del sector, especialmente en lo que respecta al turismo rural, el cual tiene escasa proyección y reconocimiento, particularmente en los diecisiete corregimientos de la zona rural de la capital nariñense. En estos territorios no se visibilizan adecuadamente los atractivos, productos ni servicios turísticos; además, no se cuenta con rutas establecidas ni itinerarios definidos para orientar a los visitantes. Esta falta de articulación limita significativamente el aprovechamiento del potencial turístico, a pesar del valioso patrimonio cultural y natural presente en cada rincón del departamento.

En los últimos años, los corregimientos del corredor oriental de Pasto: Buesaquillo, Mocondino, San Fernando, Cabrera y La Laguna (Alcaldía de Pasto, 2021), tal como se observa en la tabla 2, se han enfocado principalmente en ofrecer servicios de gastronomía tradicional, como platos típicos, postres y helados de paila. Sin embargo, carecen del apoyo necesario para consolidar esta oferta como un referente turístico sólido que incluya servicios de recreación, esparcimiento, transporte, alojamiento y senderismo, capaces de satisfacer la demanda de visitantes y turistas.

Tabla 2. Corregimientos del corredor oriental de Pasto

Corregimientos	Veredas	Microcontexto
Buesaquillo	Beusaquillo Alto, Cujacal Alto, Cujacal Centro, Cujacal San Isidro, El Carmelo, La Alianza, La Huecada, Pejendino Reyes, San Francisco, San José, Tamboloma y Villa Tulia.	Ubicado al suroriente de la zona urbana de Pasto, a unos seis kilómetros de distancia, este territorio se caracteriza por la diversidad de su paisaje natural y la riqueza de su herencia cultural. Su población se estima en alrededor de 12 000 habitantes. La temperatura media se mantiene entre los 12 y 17 grados centígrados, aunque en las zonas más elevadas, como los páramos, puede descender hasta valores comprendidos entre los 3 y 9 grados centígrados. La altitud del corregimiento fluctúa entre los 2 600 y 3 600 metros sobre el nivel del mar.

Corregimientos	Veredas	Microcontexto
Mocondino	Canchala, Dolores, Mocondino y Puerres.	Se localiza en el sector suroccidental de Pasto, a una distancia aproximada de tres kilómetros. Su cercanía con la capital regional le otorga una buena conexión, sin perder su identidad rural. El corregimiento registra una temperatura promedio de 14 °C y una altitud de alrededor de 2 800 metros sobre el nivel del mar. El territorio se compone de cuatro veredas y cuenta con una población estimada en unos 6 800 habitantes. La base económica de Mocondino se sustenta principalmente en la agricultura y la ganadería, destacándose en la producción de cultivos como papa, maíz, frijol, hortalizas y legumbres.
San Fernando	San Fernando Centro, Camino Real, Dolores Retén, La Cadena, Caracolito, Alto San Fernando, El Común.	Se encuentra a unos siete kilómetros de Pasto, próxima a la vía oriental. Su temperatura promedio oscila entre los 10 y 14 °C, y su altitud alcanza los 2 800 metros sobre el nivel del mar. El corregimiento está conformado por seis veredas y cuenta con una población aproximada de 400 habitantes. Las principales actividades económicas se centran en la agricultura y la ganadería, con cultivos destacados de cebolla, papa, maíz y flores, además de la cría de especies menores.
Cabrera	Buenavista, Duarte, El Purgatorio y La Paz.	Se localiza a unos 17 kilómetros de Pasto y presenta una temperatura promedio de 11 °C, aunque durante el trabajo de campo se presentó un clima ligeramente más frío. Su población se estima en alrededor de 2 800 habitantes. La principal actividad económica es la agropecuaria, destacándose el cultivo de cebolla, maíz y hortalizas, mientras que en menor proporción se producen alverja, haba y frutas como mora, ciruela, manzana y pera. Asimismo, se desarrollan actividades de cría de cuyes y producción piscícola.

Corregimientos	Veredas	Microcontexto
La Laguna	El Barbero, San Luis, Alto San Pedro, Aguapamba, La Playa, La Laguna Centro.	Se localiza a unos diez kilómetros de Pasto, sobre el corredor oriental que conecta con el departamento del Putumayo. Su altitud alcanza los 2 800 metros sobre el nivel del mar y registra una temperatura promedio cercana a los 8 °C. La población, que supera los 1 000 habitantes, basa su economía principalmente en la agricultura y la ganadería, actividades fundamentales para el sustento del corregimiento.

Fuente: elaboración propia a partir de la Alcaldía de Pasto (2024).

Por otra parte, la irrupción de nuevos restaurantes tradicionales, impulsados por empresarios procedentes de zonas urbanas, ha desplazado en parte los servicios gestionados por las comunidades rurales, problema que se agrava por la escasa intervención estatal. Esa falta de apoyo impide que el corredor oriental de Pasto se consolide como un destino sólido y próspero.

San Juan de Pasto ha registrado un crecimiento demográfico y de visitantes sostenido, sin embargo la ampliación de la oferta de servicios no ha seguido el ritmo de la demanda. Turistas nacionales e internacionales llegan atraídos por los atractivos religiosos y culturales de Nariño, y la cercanía fronteriza favorece además la llegada de visitantes ecuatorianos que aprovechan el cambio de divisa. Muchos viajeros se desplazan al corredor oriental para retiros espirituales y eventos organizados por la Renovación Carismática Católica de Colombia (RCC). En conjunto, estos factores ponen en evidencia la insuficiente capacidad de alojamiento y la necesidad urgente de ampliar las opciones hoteleras en la zona rural.

La falta de opciones de alojamiento responde a factores socioeconómicos como la pobreza, los bajos niveles educativos y el escaso reconocimiento del turismo comunitario como una fuente viable de ingresos. Esto conduce a un uso insuficiente del potencial turístico, agravado por una promoción limitada y una oferta poco estructurada. Sin una planificación estratégica clara, las comunidades continúan sin aprovechar plenamente las oportunidades que brinda el turismo. Como señala Pérez (2019, p. 38), las condiciones socioeconómicas de una región son determinantes para su desarrollo económico y productivo.

De igual forma, la ausencia de diversificación en las actividades turísticas tiende a concentrar la demanda en ciertos atractivos populares, mientras otros recursos quedan subutilizados, lo que puede generar presiones ambientales y sociales en

el corredor oriental de Pasto. En este marco teórico, la investigación se apoya en la escuela conductista o del comportamiento administrativo, tomando en cuenta las conductas y decisiones de los actores involucrados.

Esta escuela se caracteriza por afirmar que, en un grupo humano vinculado por relaciones de trabajo, se puede distinguir un determinado comportamiento o conducta influido por dos factores principales: el nivel cultural de las personas y el estilo de dirección que reciben. A mayor nivel cultural son mayores las exigencias de las personas, es decir, se crean necesidades nuevas y más refinadas. Igualmente puede afirmarse que cuanto más cultas sean las personas, más tacto y racionalidad se requiere para interactuar con ellas o dirigirlas (Ramírez, 1993, p. 181).

La teoría del comportamiento administrativo aporta claves para entender cómo la procedencia cultural de los visitantes condiciona su percepción y expectativas respecto a los servicios de alojamiento. Al mismo tiempo, ofrece herramientas para analizar las conductas y las dinámicas internas de las comunidades rurales, como las del corredor oriental de Pasto, y cómo estas influyen en la oferta turística local.

Dentro de este enfoque destaca Abraham Maslow y su teoría sobre las necesidades humanas, que plantea una jerarquía de exigencias personales vinculadas al desarrollo cultural y educativo (Ramírez, 1993). Este marco ayuda a explicar tanto la demanda de servicios turísticos en la zona, como las motivaciones de las familias rurales para ofrecer hospedaje: lo hacen para generar ingresos que les permitan satisfacer distintas necesidades según su posición en la escala de Maslow.

Desde el punto de vista de la gestión, se puede utilizar la teoría del desarrollo sostenible, que destaca la importancia de lograr una armonía entre el desarrollo económico, la defensa del medio ambiente y el bienestar de las comunidades. Esto significa promover un desarrollo que beneficie a todos sin comprometer los recursos y valores esenciales para el futuro (World Commission on Environment and Development, 1987). Esta teoría sugiere que las comunidades deben participar de manera activa en el desarrollo del turismo. No deben ser solo receptores de los beneficios, sino también agentes que tienen en sus propias manos la oportunidad de crear y definir su economía y su progreso.

Otra contribución importante proviene de Douglas McGregor y sus teorías X y Y, expuestas en *El lado humano de las organizaciones* (1960). La teoría X parte de la idea de que los trabajadores necesitan control riguroso para cumplir sus tareas, mientras que la teoría Y sostiene que los empleados pueden estar automotivados y dispuestos a asumir responsabilidades si se fomenta un entorno participativo y de confianza (McGregor, 1960). Estas perspectivas resultan útiles para diseñar estrategias de gestión y capacitación en el turismo comunitario que potencializan la implicación y el desempeño de los actores locales.

En el ámbito del turismo comunitario, estas teorías son esenciales para gestionar eficazmente a las comunidades involucradas en la implementación de posadas rurales. Adoptar un enfoque basado en la teoría Y fomenta la participación de los miembros de la comunidad, lo que no solo aumenta su compromiso, sino que también mejora la calidad de los servicios ofrecidos. De este modo, las comunidades del corredor oriental de Pasto pueden ejercer autodirección y creatividad en el desarrollo de sus iniciativas turísticas, factores clave para el éxito del turismo comunitario (Cruz Blasco, 2012).

Involucrar a los actores locales como protagonistas del turismo fortalece su sentido de pertenencia y el compromiso con la protección del patrimonio cultural y natural. En el corredor oriental de Pasto esto es especialmente relevante: las posadas rurales impulsan la economía local y, al mismo tiempo, contribuyen a conservar el entorno. En este marco, las teorías X y Y proporcionan un referente teórico útil para diseñar metodologías que fomenten una gestión turística más participativa, inclusiva y sostenible.

En este contexto, es importante entender que las dinámicas del turismo comunitario están estrechamente vinculadas con la satisfacción de necesidades, tanto de los visitantes como de las comunidades receptoras. La necesidad se entiende como un estado de carencia que motiva al individuo a buscar su satisfacción para alcanzar bienestar. Según Maslow (1943), las necesidades humanas se organizan de manera jerárquica, comenzando por las más básicas, como la alimentación, el agua o el refugio, y progresando hacia las más complejas, como la autorrealización.

Esta perspectiva sugiere que ningún individuo puede enfocarse en necesidades superiores si no ha resuelto primero las fundamentales. En el contexto del turismo rural, esto implica que tanto los turistas como los moradores requieren condiciones mínimas de bienestar para lograr una experiencia significativa. Por ejemplo, un visitante que no encuentra alojamiento o alimentación adecuada difícilmente podrá disfrutar plenamente de la oferta cultural y paisajística; y, a su vez, una comunidad que no cuenta con ingresos suficientes o medios organizativos adecuados no puede avanzar en procesos de desarrollo sostenible (Salesforce, 2021).

En este sentido, el papel del morador adquiere especial relevancia. Se entiende como morador a los residentes o propietarios de viviendas en destinos turísticos rurales, quienes interactúan directamente con los visitantes. Según Baldissera y Bahl (2012), los moradores son actores clave en la experiencia turística, ya que no solo ofrecen productos y servicios, sino que también experimentan de forma directa los impactos económicos, sociales y culturales derivados de esta actividad. La relación entre turistas y moradores es, por tanto, mutuamente dependiente: mientras los visitantes buscan vivencias auténticas en contacto con la cultura local, los moradores encuentran en el turismo una fuente de ingresos y una oportunidad de fortalecer su identidad comunitaria. Sin embargo, la falta de inclusión de estas comunidades en

la planificación turística y la escasa visibilidad de sus servicios generan una pérdida de oportunidades para ambas partes, lo cual pone en evidencia la necesidad urgente de integrar acciones coordinadas que fortalezcan el turismo rural comunitario.

A nivel global, el turismo se reconoce como un factor impulsor del desarrollo, especialmente cuando se gestiona por medio de procesos participativos que involucran activamente a la comunidad (León-Palma y Lesmes-Silva, 2021). Bajo esta perspectiva, el turismo contribuye a la generación de recursos económicos, la distribución equitativa de los ingresos, el fortalecimiento del emprendimiento local y el aprovechamiento sostenible del potencial turístico del territorio (Huertas et al., 2020). Todo ello debe orientarse hacia la preservación de los recursos naturales, culturales y de identidad propia de sus habitantes. Este enfoque se basa en tres pilares fundamentales: económico, social y ambiental. Así lo explica también el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2019), señalando que el turismo sostenible se desarrolla con ayuda de modelos de gestión con participación activa y liderazgo de las comunidades locales, integrándose de manera armoniosa con las actividades económicas tradicionales y aprovechando la cultura y el entorno natural como elementos diferenciales de los productos turísticos.

Desde este punto de vista, el turismo pasa a ser una actividad que integra a toda la comunidad y a la región. Tal como señalan Miranda y Portocarrero (2023), esta forma de turismo brinda a los visitantes experiencias más significativas y enriquecedoras, permitiéndoles conectarse de manera auténtica con las costumbres y la cultura del lugar. A su vez, el turismo comunitario fomenta el crecimiento económico al crear oportunidades de empleo e ingresos. De acuerdo con el Banco Mundial (2020), las comunidades que apuestan por un enfoque sostenible en el turismo suelen ver un crecimiento económico más robusto. Por ello, es crucial poner en marcha programas de formación y capacitación que refuercen las habilidades locales y mejoren la calidad de la atención que se ofrece a los visitantes.

El turismo comunitario también se sustenta en la participación de la comunidad en la gestión de los recursos turísticos, promoviendo relaciones sostenibles entre visitantes y cultura local. Zapata et al. (2012) señalan que este modelo busca equilibrar las dimensiones medioambientales y culturales, permitiendo a las comunidades mejorar su situación socioeconómica gracias al contacto directo con los turistas y fomentando encuentros interculturales de calidad.

Este tipo de turismo requiere que las familias de la comunidad participen activamente, estableciendo relaciones interculturales con los visitantes y formando parte de organizaciones de base comunitaria. De esta manera, la gestión turística se basa en principios de solidaridad y reciprocidad, asegurando que la actividad sea sostenible y fortalezca al bienestar colectivo. Según Castillo y Quevedo (2016), las personas que conocen profundamente su entorno se convierten en elementos clave para ofrecer servicios de turismo comunitario, aportando experiencias enriquecidas y personalizadas que destacan por su autenticidad.

Promover el turismo comunitario significa impulsar iniciativas que fomenten un desarrollo turístico sostenible, en las que participen todos los actores locales y se garantice un impacto positivo tanto en lo económico como en lo social. Barker (2001) describe el turismo comunitario como un modelo de gestión en el que las ganancias generadas benefician directamente a toda la comunidad —ya sea un pueblo, una cooperativa o un colectivo— y en el cual la comunidad mantiene el control sobre el uso de estos recursos económicos, garantizando su distribución equitativa.

En cuanto al turismo rural, este se enfoca en ofrecer experiencias en entornos rurales donde los visitantes tienen la oportunidad de conectarse con la naturaleza y la cultura propia del lugar. Este enfoque ayuda a preservar los paisajes y las tradiciones. Según Pérez et al. (2009), el turismo rural aprovecha las particularidades y potencialidades del ambiente rural para satisfacer las motivaciones de los visitantes y fomentar el desarrollo local, integrando así la sostenibilidad ambiental al uso responsable de los recursos naturales, lo que se conoce como turismo sostenible.

El turismo también puede considerarse un recurso social que impulsa la economía. Fernández (2000) sostiene que su auge depende de la existencia de lugares con atractivos interesantes y de la globalización, que despierta el interés por conocer culturas distintas a la propia. La oferta turística comprende los recursos disponibles para atraer a los visitantes, mientras que la demanda refleja el nivel de interés de los turistas en esos recursos. La relación entre la oferta y la demanda es fundamental para lograr un desarrollo turístico exitoso.

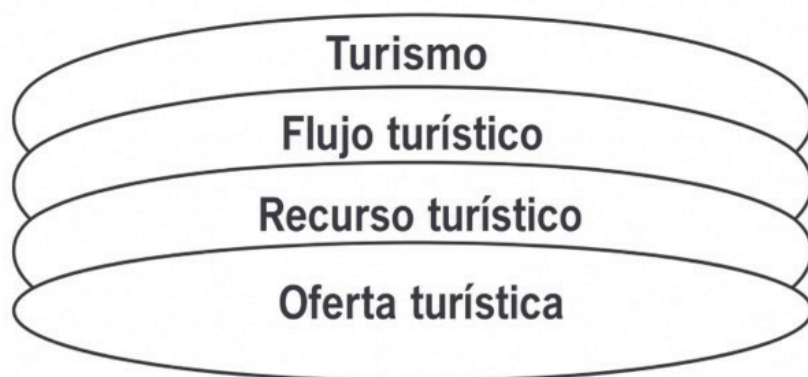
En el corredor oriental de Pasto, el turismo se basa en una rica variedad de recursos naturales y culturales presentes en corregimientos como Buesaquillo, Cabrera, San Fernando, La Laguna y Mocondino. El interés por experiencias auténticas y sostenibles ha impulsado la demanda turística en la zona. Para aprovechar este potencial, la Alcaldía de Pasto ha creado un catálogo turístico que destaca estos atractivos, lo que ayuda a impulsar la economía local.

Por ello, la oferta turística requiere planificación para desarrollar paquetes de servicios que respondan a las necesidades reales del visitante. Según Naranjo y Martínez (2022), la oferta turística combina productos y servicios diseñados para brindar al turista una experiencia única y satisfactoria durante su viaje. Esta combinación permite satisfacer las expectativas de los visitantes y generar un impacto positivo en la región (figura 13).

Los alojamientos están ubicados en ambientes rurales que ofrecen a los visitantes una experiencia genuina. Según Pérez y Martínez (2018), estos alojamientos no solo brindan albergue, sino también una inmersión en la cultura local, permitiendo conocer costumbres, tradiciones y la vida cotidiana de las comunidades. De manera similar, Pérez (2019) explica que las posadas rurales conectan a los viajeros con las familias que han decidido abrir sus hogares, promoviendo un contacto directo con su modo de vida y actividades diarias.

Para operar alojamientos rurales, las comunidades requieren capacitación en atención al cliente, servicios de hospedaje y *marketing*, incluyendo formación en prácticas sostenibles que respeten el entorno natural (Díaz y López, 2020). Es esencial gestionar la formación en aspectos económicos, administrativos y ecológicos, garantizando así la conservación del medio ambiente y el desarrollo socioeconómico local. Wojtarowski et al. (2016) destacan que un turismo responsable en zonas rurales genera impactos positivos y contribuye al desarrollo sostenible.

Figura 13. Esquema de la oferta



Fuente: Naranjo y Martínez (2022).

Un servicio turístico se define como cualquier actividad o producto ofrecido a los visitantes para satisfacer sus necesidades durante el viaje, incluyendo alojamiento, transporte, actividades recreativas y guías turísticos (Cooper, 2005). La experiencia turística surge de la interacción con la comunidad y el entorno, enriqueciendo la comprensión de la cultura local y fomentando un turismo responsable.

La diversificación de la oferta turística es clave para atraer distintos segmentos de visitantes. Sotelo (2015) menciona que esta diversificación puede incluir ecoturismo, agroturismo o turismo cultural, de acuerdo con las preferencias de los turistas. Para lograrlo, es necesario investigar estas preferencias y desarrollar productos turísticos innovadores que respondan a la demanda. Esto puede incluir nuevos recorridos, eventos temáticos, campañas de *marketing* y la mejora de infraestructura.

La responsabilidad social vinculada al turismo rural es fundamental para el desarrollo sostenible. De acuerdo con Belupu et al. (2024), el turismo tiene la responsabilidad de contribuir activamente al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales, garantizando condiciones de equidad, inclusión y justicia social.

Este enfoque implica que las actividades turísticas deben desarrollarse en equilibrio

con los procesos naturales y culturales del territorio, respetando su entorno ecológico y las tradiciones que le dan identidad. Además, subraya la importancia de adoptar una visión sostenible que contemple no solo las necesidades y beneficios de las generaciones presentes, sino también la preservación de los recursos y oportunidades para las generaciones futuras (Ponce et al., 2022).

De esta manera, un turismo sostenible protege el medio ambiente, preserva la cultura local y genera beneficios sociales, fomentando un modelo de turismo consciente y responsable, generando rentabilidad a las empresas y comunidad en general (Huertas et al., 2020).

Organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Unión Europea y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) relacionan la responsabilidad social con la generación de oportunidades y la competitividad económica. En este contexto, la herramienta DOFA permite a las organizaciones turísticas identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para planificar estratégicamente y tomar decisiones informadas. En el caso de las posadas rurales, se pueden resumir así:

- **Debilidades:** falta de infraestructura adecuada y capacitación en atención al cliente.
- **Oportunidades:** creciente interés por el turismo rural y sostenible, y apoyo institucional.
- **Fortalezas:** riqueza cultural y natural de la región, participación activa de la comunidad.
- **Amenazas:** competencia con destinos consolidados e impactos externos como pandemias.

La formación de las comunidades es crucial. Cruz y Fernández (2022) sugieren talleres de gestión empresarial, *marketing* turístico, atención al cliente y sostenibilidad ambiental y cultural. La Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2024) también promueve programas de capacitación para que el turismo sea un motor de desarrollo, contribuyendo a valorar y proteger los territorios rurales, paisajes, conocimientos, diversidad cultural y actividades locales.

Para uno de los objetivos de este estudio se implementó la metodología ágil, un enfoque flexible y colaborativo que permite adaptarse rápidamente a cambios y mejorar procesos continuamente. Gonçalves (2024) señala que la metodología ágil facilita respuestas rápidas e impredecibles a la retroalimentación sobre el proyecto. Este enfoque es útil en entornos dinámicos como el turismo rural, permitiendo entregar resultados funcionales en ciclos cortos.

Autores como Telfer (2013) destacan que la integración de prácticas sostenibles en el turismo puede potenciarse utilizando metodologías ágiles, promoviendo colaboración e innovación continua. Según Rodríguez y Díaz (2018), estas metodologías

(Scrum, Kanban, Scrumban y XP) permiten gestionar proyectos complejos con rapidez y flexibilidad. Además, requieren un cambio cultural en las organizaciones, fomentando la colaboración interdisciplinaria y la mejora continua (Lasa, 2017). La colaboración entre la comunidad y los visitantes en los procesos de creación impulsa el desarrollo de iniciativas turísticas más sostenibles, participativas y con mayor nivel de aceptación dentro del contexto local (Martínez, 2017).

La metodología ágil aporta múltiples beneficios a las posadas rurales del corredor oriental de Pasto:

- **Adaptabilidad a cambios:** permite ajustar estrategias y ofertas según la retroalimentación de turistas (Molina et al., 2015).
- **Resultados tangibles:** los ciclos cortos permiten evaluar y mejorar continuamente los servicios turísticos.
- **Colaboración activa:** fomenta la participación de la comunidad en la gestión turística.
- **Mejora continua:** se realizan ajustes constantes basados en la retroalimentación recibida.
- **Empoderamiento comunitario:** fortalece la capacidad de las comunidades para ofrecer servicios de calidad.

En conclusión, la aplicación de la metodología ágil en las posadas rurales del corredor oriental de Pasto justifica su efectividad para adaptarse a la demanda dinámica, promover la colaboración comunitaria y garantizar una mejora constante en los servicios turísticos, fortaleciendo así el turismo rural de la región (Molina et al., 2015).

Metodología de la investigación

Esta investigación se basa en un enfoque cualitativo, en el cual el investigador no solo observa, sino que también explora e indaga los hechos dentro del contexto en el que ocurren, con el fin de descubrir una teoría que explique lo que se está estudiando. La investigación cualitativa se concentra en entender los fenómenos desde la perspectiva de quienes los viven, en un contexto natural y en correspondencia con su entorno. Según Hernández et al. (2014), el problema de investigación se va consolidando conforme se desarrollan los eventos durante el proyecto.

Este tipo de investigación no sigue un camino lineal, sino que se parece más a un círculo: la pregunta inicial puede surgir y modificarse durante el proceso, gracias a la interacción con la comunidad y sus necesidades. Es un proceso dinámico, que se ajusta según la relación entre los hechos y cómo el investigador los interpreta (Vivar et al., 2010). Por esto, la flexibilidad es fundamental y la conexión entre el investigador y el fenómeno es clave. La percepción de la comunidad sobre las posadas turísticas es muy importante, por lo que se requiere una observación cuidadosa y una constante autoevaluación.

El paradigma cualitativo nos permite entender las dinámicas y múltiples aspectos que rodean el turismo rural comunitario, especialmente en relación con la implementación de posadas rurales. Para este estudio, se adoptó el enfoque crítico-social, que busca reconstruir los procesos sociales por medio de un análisis crítico (Osorio, 2007, citado por Villalobos, 2014). Desde esta perspectiva, la realidad es una construcción social en la que el investigador también participa activamente, fomentando conciencia y empoderamiento. Su metodología es cualitativa (Muñoz, 2001). Así, el enfoque crítico-social facilita la construcción social del corredor oriental de Pasto con ayuda de procesos de empoderamiento vinculados al turismo rural comunitario, promoviendo cambios sociales positivos.

Este estudio se fundamentó en un modelo de investigación-acción participativa, en el que la comunidad tiene un papel activo en todo el proceso. Se combina el conocimiento de los investigadores con las experiencias y habilidades de los participantes. Hernández et al. (2010) explican que la comunidad colabora en la implementación de acciones para resolver los problemas identificados. En este caso, la comunidad se empodera de los procesos que permiten establecer posadas rurales como respuesta a una demanda turística insatisfecha.

Siguiendo a Hernández et al. (2014) y citando a Stringer (1999), el diseño de investigación-acción se desarrolla en tres etapas: observar para identificar el problema; pensar para analizar e interpretar la situación; y actuar para resolver problemas y proponer mejoras. Estas etapas se repiten de manera cíclica hasta lograr la transformación social deseada.

En los estudios cualitativos se mencionan dos conceptos importantes: la unidad de trabajo y la unidad de análisis. En este contexto, la unidad de trabajo se refiere a las personas involucradas en el proyecto. Esto incluye a los residentes del corredor oriental de Pasto que participan o tienen interés en desarrollar alojamientos rurales. También abarca a los turistas que frecuentan la región, así como a los líderes comunitarios y representantes de organizaciones que trabajan en el ámbito del turismo.

Se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando personas que cumplen requisitos específicos. La figura 14 muestra el encuentro con los dueños de las posadas rurales que se vincularon y que viven en el corredor oriental, que tienen interés en participar en el proyecto de turismo comunitario y cuentan con los medios necesarios para ello.

La investigación se centra en la importancia de diversificar las experiencias turísticas que ofrecen las posadas rurales en el corredor oriental de Pasto. En la actualidad, estas posadas enfrentan el desafío de atraer a más visitantes, lo que podría convertirse en una gran oportunidad para impulsar la economía local. Sin embargo, la falta de un inventario detallado de los atractivos turísticos en la zona dificulta que los habitantes puedan ofrecer experiencias únicas y variadas que aprovechen plenamente la riqueza cultural, natural y arquitectónica del lugar.

Figura 14. Socialización con los dueños de las posadas rurales del corredor oriental de Pasto



Fuente: elaboración propia.

Este enfoque metodológico es fundamental para recopilar información que realmente refleja las necesidades y expectativas tanto de los residentes como de los turistas. Sin embargo, es importante tener en cuenta que este tipo de muestreo puede limitarse por sesgos, por lo que hay que ser cuidadosos al interpretar los resultados, reconociendo esas posibles limitaciones (Creswell, 2014).

En conclusión, esta investigación busca analizar en detalle el potencial turístico del corredor oriental de Pasto para promover un desarrollo sostenible que favorezca a las comunidades y optimice la oferta turística de la región.

El criterio principal para seleccionar a los participantes se basa en las prioridades de la comunidad alineadas con los objetivos del proyecto. Esto asegura que el estudio involucre activamente a personas comprometidas con iniciativas comunitarias, dispuestas a colaborar en el desarrollo del proyecto y en el crecimiento económico local, además de contar con la infraestructura necesaria para implementar las posadas rurales.

Dentro del paradigma cualitativo, el investigador es quien recoge la información, enfocándose en describir, analizar e interpretar los fenómenos a partir de las ideas, creencias, emociones y experiencias de los participantes en su entorno natural (Hernández, 2010). Para llevar a cabo el estudio, se usaron diversas técnicas de recolección de datos que facilitaron la adaptación a las necesidades del proyecto de fortalecimiento del turismo en las posadas rurales del corredor oriental de Pasto.

En el desarrollo del proyecto se utilizaron diversas técnicas cualitativas de recolección de información. Entre ellas destacan las entrevistas —estructuradas, semiestructuradas o no estructuradas— que permitieron comprender la realidad social a partir de las experiencias subjetivas de los participantes (Kvale, 1996; González-Vega et al., 2020). También se aplicó la observación cualitativa como método para captar dinámicas sociales y culturales en contextos naturales, clave para entender las necesidades

locales en el marco del turismo comunitario (Abarca et al., 2013). Otra técnica relevante fueron los grupos focales, útiles para profundizar en percepciones y motivaciones colectivas (QuestionPro, 2023). Finalmente, se empleó la bitácora de gestión, herramienta que documenta de forma cronológica las actividades y decisiones del proyecto, facilitando la planificación, el seguimiento y la toma de decisiones estratégicas (EFI Empresa, 2024).

Resultados de la investigación

Los resultados obtenidos en la presente investigación permitieron identificar la existencia de una oportunidad para el fortalecimiento del turismo comunitario en el corredor oriental de Pasto, particularmente a partir de la necesidad de ampliar la oferta de servicios de alojamiento orientados a visitantes que participan en actividades de turismo en el corredor oriental del municipio. El proceso investigativo integró técnicas de observación directa, entrevistas abiertas y trabajo de campo, las cuales facilitaron la comprensión de las dinámicas sociales, económicas y turísticas del territorio, así como de las necesidades manifestadas por los diferentes actores involucrados.

Identificación de la necesidad de servicios de alojamiento en el corredor oriental de Pasto

Para esta investigación se hizo una visita al corredor oriental de Pasto durante la Semana Santa del 2023, participando en un encuentro religioso liderado por el párroco de la parroquia San Fernando Rey. A este evento asistieron muchos peregrinos de distintas partes del país, lo que permitió observar de cerca el contexto y la dinámica social de la zona.

Se pudo notar que estos encuentros religiosos han ganado mucha popularidad entre los feligreses interesados en actividades católicas. El sacerdote utiliza redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube para evangelizar, y sus transmisiones en vivo llegan a conectar con aproximadamente 10 000 personas. La comunidad valora estos encuentros porque promueven la paz interior, el autoconocimiento y fortalecen la fe.

En particular, en el corregimiento de San Fernando la cantidad de asistentes a estos encuentros es significativa, lo que beneficia al comercio local y al turismo. Sin embargo, el corregimiento tiene muy poca capacidad de alojamiento, por lo que muchos visitantes deben regresar a la ciudad para hospedarse en hoteles. Por medio de entrevistas y la observación directa se identificó que la oferta turística local incluye gastronomía, artesanías, cultura y atractivos naturales.

Durante la investigación se realizaron dos entrevistas abiertas con el párroco. En la primera, se presentó el proyecto y se exploró la posibilidad de trabajar en conjunto

con la parroquia, que es un pilar fundamental para la comunidad, ya que fomenta la espiritualidad, el bienestar social y un sentido de pertenencia entre sus miembros. El sacerdote expresó que su misión es evangelizar, promover encuentros espirituales para que las personas conozcan a Cristo vivo y mejorar tanto la calidad de vida como la economía del corregimiento.

En la segunda entrevista se identificaron necesidades específicas. El párroco comentó que muchas personas que siguen la comunidad virtual desean asistir a los retiros, pero piden opciones de alojamiento en la zona. Actualmente no existe oferta de hospedaje rural en el corregimiento ni en el corredor oriental, por lo que se propuso la idea de implementar posadas rurales, basándose en una experiencia previa que los investigadores desarrollaron en La Unión, un municipio de Nariño.

Es importante destacar que estas posadas son alojamientos ubicados en entornos rurales que ofrecen a los visitantes una experiencia auténtica. Según Pérez y Martínez (2018), este tipo de alojamiento no solo permite a los turistas conocer la cultura y las tradiciones locales, sino que también impulsa el desarrollo económico y la sostenibilidad de la comunidad.

Pérez (2019) agrega que las posadas conectan a los viajeros con familias rurales para que los visitantes vivan y participen en su modo de vida, costumbres y actividades diarias, generando un intercambio cultural valioso.

Para apoyar administrativamente la identificación de la necesidad de servicios de alojamiento en el corredor oriental de Pasto, se tomó como referente la teoría de las necesidades de Abraham Maslow, que organiza las necesidades humanas en una jerarquía de cinco niveles: fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima y de autorrealización.

Esta teoría ayuda a entender que primero se deben satisfacer las necesidades básicas, como el alojamiento y la seguridad, para luego atender las necesidades sociales y personales. En turismo comunitario, esto significa que los prestadores de servicios pueden diseñar ofertas que respondan no solo a la necesidad básica de alojamiento, sino también a la necesidad de seguridad y de conexión social entre turistas y comunidad (Pearce, 1987).

En concordancia con lo anteriormente expuesto, la población objeto de estudio se encuentra en una región caracterizada por su valioso patrimonio cultural y su notable biodiversidad, lo que le otorga un alto potencial para el desarrollo del turismo comunitario. Sin embargo, se presenta una notoria ausencia de iniciativas que promuevan la participación de las comunidades locales en las actividades turísticas del sector. Asimismo, se ha identificado una limitada difusión de información relacionada con las rutas, la ubicación, los servicios y la orientación necesarias para acceder a las posadas rurales disponibles, lo cual afecta directamente el desarrollo integral

de esta propuesta y, en consecuencia, impacta negativamente a las comunidades que prestan dichos servicios. Esta falta de visibilidad y articulación representa una pérdida significativa de oportunidades para el crecimiento del sector turístico, al desaprovechar las riquezas naturales y culturales del corredor oriental, y compromete la preservación tanto de las tradiciones locales como del entorno natural que las sustenta.

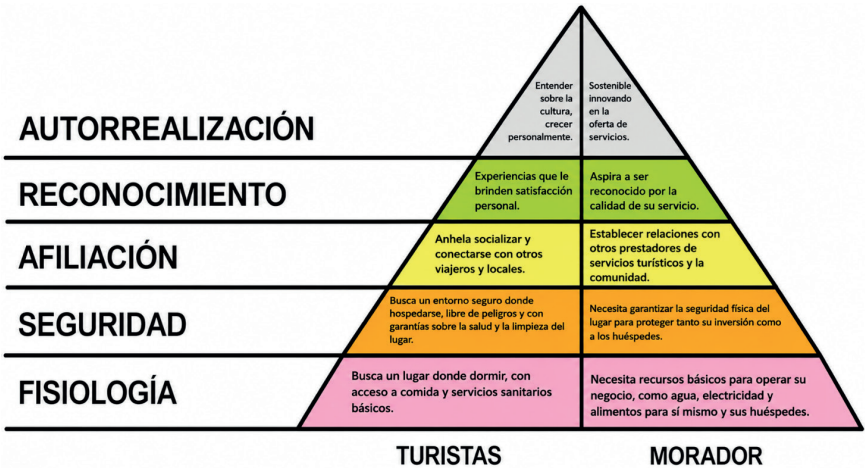
Además, un destino que ofrece actividades culturales (cubriendo la necesidad de autorrealización) junto con un ambiente seguro y acogedor atrae más visitantes y promueve un turismo sostenible (Tourism Theories, s. f.).

El turismo también fomenta el sentido de comunidad al satisfacer las necesidades sociales, promoviendo la interacción entre turistas y habitantes locales, lo que fortalece el tejido social y enriquece la experiencia para ambos grupos (Universitat Oberta de Catalunya, s. f.).

Por último, al encauzarse en necesidades más excelsas como el desarrollo personal, los prestadores de servicios turísticos pueden ofrecer programas culturales o talleres que beneficien tanto a turistas como a la comunidad (Pearce y Caltabiano, 1982).

El empleo de esta teoría permite a los representantes del turismo comunitario evaluar constantemente si sus servicios están respondiendo a las necesidades cambiantes de visitantes y residentes, ayudando a mantener un equilibrio entre el desarrollo turístico y el bienestar social local (Hosteltur, 2024) (figura 15).

Figura 15. Pirámide de Maslow



Nota. Imagen que ilustra la jerarquía de necesidades propuestas por Abraham Maslow, que se aplica tanto a los turistas como a los moradores en el contexto del turismo comunitario.

Fuente: elaboración propia (2024).

En conclusión, la teoría de Maslow nos brinda un marco muy útil para entender las motivaciones que influyen en el comportamiento de los turistas y cómo estas pueden satisfacerse con ayuda del turismo comunitario. Al considerar las necesidades humanas como una jerarquía, los gestores turísticos pueden diseñar estrategias más efectivas que no solo mejoran la experiencia de los visitantes, sino que también impulsan un desarrollo sostenible en las comunidades.

Una vez identificada la necesidad de alojamiento en el corredor oriental de Pasto, se documentó el proceso de implementación de posadas rurales autogestionadas por la misma comunidad, utilizando la metodología Agile. Esta metodología permitió responder de manera rápida y efectiva la demanda del mercado local.

Gracias a registros detallados en la bitácora de gestión, se pudo seguir paso a paso todo el desarrollo del proyecto, que culminó con la apertura de posadas rurales. La aplicación de Agile resultó fundamental para optimizar los tiempos, ya que las posadas debían estar listas para la primera actividad organizada por la parroquia durante la Semana Santa del 2023, cuando llegan muchos feligreses en busca de alojamiento.

La metodología Agile se destaca por su flexibilidad y capacidad para adaptarse a cambios en los requerimientos del proyecto. Esto permitió que el equipo pudiera ajustar el desarrollo según las necesidades del mercado. Además, fomentó una colaboración constante entre todos los involucrados, asegurando que cualquier inquietud o expectativa se atendiera de inmediato. Las iteraciones rápidas facilitaron entregas parciales y la incorporación continua de retroalimentación.

El proyecto comenzó convocando a la comunidad para presentar la iniciativa y motivar a las personas interesadas en ofrecer sus hogares como posadas. Durante este encuentro, se recogieron diversas opiniones y se sensibilizó a los participantes sobre temas importantes como la atención al cliente y la fijación de precios.

Con el apoyo de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, de Perú, se compartieron experiencias exitosas de posadas rurales en ese país. También se capacitaron a los residentes sobre las condiciones mínimas que debe cumplir una posada. Para establecer los costos adecuados, se contó con el respaldo de la Subsecretaría de Turismo de la Alcaldía de Pasto; y con la colaboración del SENA y la Fundación Sol de Invierno se promovió la calidad del servicio y el sentido de comunidad.

Luego, se registraron las casas que podían funcionar como posadas y se realizaron visitas para verificar que cumplieran con las condiciones necesarias. Se tomaron fotografías y se entregaron recomendaciones para mejorar las instalaciones, preparando así las posadas para recibir a los primeros visitantes.



La aplicación de la metodología Agile fue clave para fortalecer el turismo rural en el corredor oriental de Pasto. A continuación, se relacionan los pasos de Agile con el desarrollo del proyecto:

- **Identificación de objetivos comerciales:** se definió claramente la necesidad de alojamiento para los turistas que llegan durante la Semana Santa del 2023, dando una dirección clara al proyecto.
- **Análisis de la cultura comunitaria:** se reconoció la importancia de la participación de la comunidad, cuya colaboración y compromiso se pusieron en evidencia en la convocatoria y el encuentro inicial.
- **Detección del impacto en clientes:** se identificaron a los turistas como el público principal, adaptando las posadas a sus expectativas para el evento religioso.
- **Determinación de recursos disponibles:** se aprovecharon las viviendas y conocimientos locales, además de gestionar apoyo externo de universidades, alcaldía y fundaciones para capacitación y recursos.
- **Apoyo de líderes:** se contó con el respaldo del párroco y líderes comunitarios que facilitaron la difusión de información y la capacitación, favoreciendo la comunicación y el compromiso.
- **Implementación en iteraciones:** las posadas se habilitaron de forma gradual, con inspecciones, retroalimentación y mejoras continuas. Se inició con cinco posadas en el 2023 y se llegó a treinta para finales del 2024, gracias a la incorporación paulatina de nuevos prestadores motivados por el éxito del proyecto.

Este enfoque Agile permitió responder rápidamente a los cambios y necesidades del proyecto. Las entregas incrementales y la colaboración constante entre comunidad, entidades y líderes facilitaron superar desafíos y aprovechar oportunidades.

Más allá de cumplir con la demanda de alojamiento, esta metodología fomentó un sentido de pertenencia y compromiso entre los participantes. La flexibilidad de Agile se adaptó perfectamente a las características del proyecto turístico rural, demostrando ser mucho más eficaz que las metodologías tradicionales.

Conclusiones

La investigación confirma que en el corredor oriental hay una demanda importante de servicios de alojamiento, especialmente durante eventos religiosos que atraen a muchos visitantes. Tanto la observación directa como las entrevistas con líderes comunitarios muestran que la capacidad actual para alojar a los peregrinos no es suficiente. Esto pone en evidencia la necesidad urgente de crear posadas rurales, una solución práctica que mejoraría la oferta turística y respondería al aumento en la demanda. Este enfoque también se conecta con la teoría de Maslow, quien destaca

la importancia de cubrir primero necesidades básicas, como el alojamiento, para impulsar el bienestar social y económico.

El proyecto de fortalecer el turismo con posadas rurales en el corredor oriental de Pasto representa una estrategia bien pensada, que busca no solo cubrir la demanda creciente durante eventos como retiros espirituales, sino también fomentar el desarrollo económico y social de la comunidad. Al identificar claramente estas necesidades, se sientan las bases para implementar posadas que ofrezcan experiencias auténticas y significativas para los visitantes, siguiendo la misma idea de Maslow sobre la importancia de satisfacer necesidades básicas antes de alcanzar niveles superiores de bienestar.

La aplicación de la metodología Agile en este proceso ha demostrado ser muy efectiva para agilizar la implementación y cumplir con los objetivos propuestos. Según el registro detallado de la bitácora de gestión, se lograron abrir treinta posadas rurales en un tiempo sorprendentemente corto. Este enfoque flexible y adaptativo permitió responder rápidamente a las exigencias del mercado, garantizando que las posadas ofrecieran estándares de calidad para brindar una experiencia satisfactoria. Además, la colaboración constante entre la comunidad, los líderes y las instituciones educativas fortaleció la organización y el éxito del proyecto.

Recomendación

Se propone implementar un programa de capacitación continua para las personas que administran y trabajan en las posadas rurales. Estas formaciones podrían abordar temas clave como la atención al cliente, la gestión eficiente de los servicios y la promoción turística. Con ello, no solo se elevaría la calidad de la atención brindada, sino que también se fortalecería la competitividad de las posadas en el mercado. La capacitación resulta fundamental para que quienes prestan los servicios comprendan y respondan mejor a las expectativas de los turistas, ofreciendo experiencias únicas y memorables (Pérez y Martínez, 2018).



Referencias

- Abarca, M., Rodríguez, L., y Pérez, C. (2013). La observación cualitativa en la investigación social: Fundamentos, técnicas y aplicaciones. *Revista de Investigación Social y Educativa*, 7(1), 55-72.
- Alcaldía de Pasto. (2021, 13 de agosto). *Corredor Alcaldía de Pasto concluye proceso de la ruta del corredor oriental de turismo*. Alcaldía de Pasto. <https://www.pasto.gov.co/index.php/notas-turismo/14203-alcaldia-de-pasto-concluye-proceso-de-la-ruta-del-corredor-oriental-de-turismo>
- Alcaldía de Pasto. (2024). *Plan de Desarrollo Municipal 2024-2027: Pasto competitivo, sostenible y seguro*. Alcaldía de Pasto. <https://www.pasto.gov.co/index.php/planes-programas-proyectos-y-su-ejecucion/126-plan-de-desarrollo>
- Baldissera, L. M., y Bahl, M. (2012). Turistas e moradores locais: Uma reflexão teórica dessa relação. *Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo Do Mercosul*, 1-13.
- Banco Mundial. (2020). *Tourism for development: 20 reasons sustainable tourism counts for development*. World Bank Group.
- Barker, E. (2001). *Turismo comunitario: Modelo de gestión y desarrollo local*. Manuscrito no publicado/documento institucional.
- Belupu, G. M., Bermejo, L. A., Charcape, J. M., y Cipra, J. A. (2024). Turismo rural comunitario en un bosque seco de Perú: Diagnóstico y propuesta para la sostenibilidad. *Manglar*, 21(1), 29-40. <https://doi.org/10.57188/manglar.2024.003>
- Benítez, C. A., Córdoba, C. M., y García, I. C. (2022). Análisis de política pública del turismo cultural de la ciudad de Pasto mediante el enfoque de redes. *Tendencias*, 23(2), 1-29. <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.198>
- Cabanilla Vásconez, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 5(1), 121-131. <https://doi.org/10.29166/siembra.v5i1.1433>
- Castillo D. D., y Quevedo L. A. (2016). El desarrollo humano sostenible en los proyectos de turismo rural comunitario. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 20. <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/nariz-diablo.html>
- Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (CPTUR). (2017). *Presupuesto de inversión turística*. CPTUR. <https://riacevents.org/gtecs/doc/panama/presentaciones/Presentacion-CPTUR-GTECS.pdf>

- Cooper, C. (2005). *Tourism: Principles and practice* (3.ª ed.). Harlow: Pearson Education.
- Cruz, P. R., y Fernández, G. R. (2022). Capacitación y gestión comunitaria para el turismo sostenible. *Revista de Turismo y Desarrollo Local*, 14(2), 33-48.
- Cruz Blasco, M. (2012). Turismo, identidad y reivindicación sociocultural en Chile. En *V Jornadas de Investigación en Turismo: Turismo y Sostenibilidad* (pp. 127-145). UNED.
- Departamento Nacional de Planeación. (2022). *IDIC 2022: Índice Departamental de Innovación para Colombia*. DNP.
- Díaz, M., y López, R. (2020). Capacitación y sostenibilidad en alojamientos rurales: Estrategias para la gestión comunitaria. *Revista de Turismo y Desarrollo Local*, 12(3), 45-60.
- EFI Empresa. (2024). *Bitácora de gestión: Herramienta para la planificación y seguimiento de proyectos*. EFI Empresa.
- Fernández, G. (2000). Innovación y cambio rural: El turismo en el desarrollo local sostenible. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 69(55).
- Gobernación de Nariño. (2020). *Formato para la elaboración de informes de gestión*. Gobernación de Nariño. <https://2020-2023.narino.gov.co/wp-content/uploads/2020/11/Informe-gestion-primer-semester-turismo.pdf>
- Gonçalves, J. (2024). *Gestión ágil en la hotelería y el turismo: Afrontar los desafíos de la metodología Agile*. FasterCapital.
- González-Vega, J., Ramírez, L., y Torres, M. (2020). La entrevista cualitativa como herramienta de investigación social: Fundamentos, tipologías y aplicaciones. *Revista de Investigación Educativa y Social*, 8(2), 45-62.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Hosteltur. (2024). *La teoría de Maslow aplicada al turismo: Cómo responder a las necesidades cambiantes de los visitantes*. Hosteltur.
- Huertas, T. E., Cuétara, L. M., Jiménez, B., y Pilco, E. (2020). El aprovechamiento sostenible del turismo rural de Ecuador. Caso de estudio Cantón Mocha, provincia de Tungurahua de Ecuador. *Revista Espacios*, 41(7), 6.

- Huertas, T. E., Pilco, E. A., Suárez, E., Salgado, M., y Jiménez, B. (2020). Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 70-81.
- Kvale, S. (1996). *InterViews: An introduction to qualitative research interviewing*. Sage Publications.
- Lasa Gómez, J. (2017). *Manual imprescindible: Métodos ágiles Scrum, Kanban, Lean*. Anaya Multimedia.
- León-Palma, J. P., y Lesmes-Silva, A. K. (2021). Una mirada al turismo rural en Colombia. *Reflexiones Contables*, 4(1), 41-50. <https://doi.org/10.22463/26655543.3565>
- Manzano, P. R., González, A. M., y Nasimba, C. M. (2017). Economía del conocimiento: Un factor central para el desarrollo de turismo comunitario. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 13(24), 70-84. <https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/2221/2884>
- Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: Un producto turístico sostenible. *ARBOR. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 193, 1-14. <https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- McGregor, D. (1960). *El lado humano de las organizaciones*. McGraw-Hill.
- Milano, C. (2016). Antropología, turismo y desarrollo en cuestión: El turismo comunitario a debate. *Quaderns*, 32, 145-166.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Plan Estratégico Nacional de Turismo. PENTUR 2025*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022) *Plan Sectorial de Turismo 2022-2026: Turismo en armonía con la vida*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Miranda Díaz, C. H., y Portocarrero Casuso, A. S. (2023). *Turismo alternativo y desarrollo sostenible de la ciudad de Iquitos año 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo (UCV)]. Repositorio Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/115829>
- Molina, J., López, J., y Pérez, J. (2015). *Metodologías ágiles: Definición, manifiesto, principios*. Universidad de La Rioja.

- Mora, D. V. (2016). *Estrategia turística para el desarrollo sostenible en la zona rural del municipio de Pasto* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/8643/1085244420.pdf?sequence=1>
- Muñoz, J. (2001). *Metodología de la investigación cualitativa*. Trillas.
- Naranjo, M., y Martínez, M. (2022). La oferta turística: Precisiones teóricas para su análisis. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 16, 406-422.
- Organización de las Naciones Unidas. (2024). *Informe del Secretario General sobre la promoción del turismo sostenible y resiliente, incluido el ecoturismo, para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente (A/79/228)*. Asamblea General de las Naciones Unidas.
- Pearce, D. G. (1987). *Tourist development*. Longman.
- Pearce, P. L., y Caltabiano, M. L. (1982). Tourist motivation: Analysis from Maslow's hierarchy of needs. *Annals of Tourism Research*, 9(4), 405-417.
- Pérez, F. (2019). *Posadas rurales: Contribuimos al turismo rural conectando el campo, las familias rurales y sus costumbres con personas o familias viajeras*. Animal Bank. <https://www.animalbank.net/aliado-turismo/posadas-rurales/>
- Pérez, V., Blancas, F., González, M., Guerrero, F. M., Lozano, M., Pérez, F., y Caballero, R. (2009). *Evaluación de la sostenibilidad del turismo rural mediante indicadores sintéticos*. Departamento de Matemáticas, Universidad de Pinar del Río.
- Pérez, A., y Martínez, J. (2018). El turismo rural comunitario: Una oportunidad en el posconflicto colombiano. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 2(2), 49-59.
- Ponce, J., Loor, M., y Plaza, R. (2022). Turismo comunitario y sostenible: Una revisión de iniciativas exitosas en países en desarrollo. *Revista Ciencia Latina*, 8(5), 14253.
- QuestionPro. (2023). *Guía de grupos focales: Definición, tipos, ventajas y ejemplos*. QuestionPro.
- Ramírez Cardona, C. (1993). *Fundamentos de administración* (3.ª ed.). Ecoe Ediciones.
- Rodríguez Vázquez, A., y Díaz Varela, J. (2018). *Implementación de metodologías ágiles para la gestión de proyectos de la Secretaría de Asuntos Internacionales de la Gobernación de Cundinamarca*. Gobernación de Cundinamarca.

- Salesforce. (2021, 17 de junio). *New research shows employee satisfaction boosted by superior work technology*. Salesforce Future of Work.
- Sotelo Cortes, J. (2015). *Diversificación de la oferta de turismo de Colombia: Nuevos segmentos de mercado: La ruta de los volcanes en el departamento de Nariño*. Universidad de Nariño.
- Stringer, E. T. (1999). *Action research*. Thousand Oaks, Sage Publications.
- Telfer, D. J. (2013). Community response to tourism. En D. J. Telfer y R. Sharpley (Eds.), *Tourism and development in the developing world* (2.ª ed., pp. 48-70). Routledge.
- Tourism Theories. (s. f.). *Maslow's hierarchy of needs in tourism*. Tourism Theories.
- Universitat Oberta de Catalunya (UOC). (s. f.). *Turismo sostenible: Beneficios sociales y comunitarios*. UOC.
- Vallejo, D., y Llugsha, V. E. (2023). Gestión del turismo comunitario: Análisis del Centro de Turismo Comunitario Chiriboga en Ecuador. *Gestión Joven*, 24(2), 27-39. https://gestionjoven.org/wp-content/uploads/2023/07/Vol24_num2_3.pdf
- Villalobos, J. (2014). *El enfoque crítico-social en la investigación cualitativa: Fundamentos y aplicaciones en ciencias sociales* [Tesis de maestría, Universidad Nacional].
- Vivar, C., Arantzamendi, M., López, O., y Gordo, C. (2010) La teoría fundamentada como metodología de investigación cualitativa. *Index de Enfermería*, 19(4), 283-288. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962010000300011
- Wojtarowski Leal, A., Silva Rivera, E., Piñar Álvarez, M. A. y Negrete Ramírez, J. A. (2016). La responsabilidad social empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 123-140.
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford University Press.
- Zapata, M. J., Hall, C. M., Lindo, P., y Vanderschaeghe, M. (2012). Community-based tourism: Success factors and challenges. *Tourism Management*, 33(2), 593-606.

La planificación estratégica como herramienta para el desarrollo turístico sostenible de las mipymes en el distrito de Santa Marta

Chapter 3. Strategic planning as a tool for sustainable tourism development for MSME in the Santa Marta district

Vladimir Jhosmell
Baquero Márquez

vladimir.baquero@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-2122-3305>

Angélica Patricia
Salcedo Padilla

angelica.salcedo@unad.edu.co

<https://orcid.org/0009-0001-6386-5103>

Brenda Malena
del Valle Rivera

brenda.valle@unad.edu.co

<https://orcid.org/0009-0009-9830-6027>

Jesús Rafael
Fandiño Isaza

jesus.fandino@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-8232-0790>

Arnellys Yarith
Ortiz Paz

ayortizp@unadvirtual.edu.co

<https://orcid.org/0009-0008-3245-2382>

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar cómo la planificación estratégica puede contribuir a la sostenibilidad de las mipymes turísticas en Santa Marta, identificando estrategias que les permitan adaptarse a los cambios del mercado, optimizar sus operaciones y mejorar su impacto en la comunidad y el entorno natural. La metodología que se utilizó fue de corte cualitativo y cuantitativo; se diseñó como no experimental, transversal, descriptiva y correlacional; la muestra representativa de 348 mipymes del sector del alojamiento y servicio de comida en Santa Marta, se utilizó un cuestionario con preguntas tipo Likert y en el aspecto cualitativo preguntas con respuestas abiertas que reforzaron los contenidos de la investigación. Los resultados pusieron en evidencia que las mipymes tienen constituida bajo un entorno informal la planeación estratégica, y algunas no cuentan con un proceso de planeación que oriente las actividades de las empresas. Dentro de los principales objetivos estratégicos, estas empresas apuntan a la implementación de prácticas sostenibles y en mejorar la calidad del servicio, pero presentan dificultades al momento de establecer estrategias que garanticen la sostenibilidad económica y social. Por último, se probó que la mayoría de las mipymes utilizan las redes sociales para atraer clientes y promocionar sus servicios, lo que les permite tener un contacto directo con sus actuales y posibles clientes.

Palabras clave: estrategia, mipymes, planeación, sostenibilidad, turismo

Abstract

The objective of this research is to analyze how strategic planning can contribute to the sustainability of tourism MSME in Santa Marta, identifying strategies that allow them to adapt to market changes, optimize their operations and improve their impact on the community and the natural environment. The methodology used was qualitative and quantitative, it was designed as non-experimental, cross-sectional, descriptive and correlational; the representative sample of 348 MSME in the accommodation and food service sector in Santa Marta, a questionnaire with Likert-type questions was used and, in the qualitative aspect, questions with open answers that reinforced the contents of the research. The results showed that MSME have constituted strategic planning in an informal environment, and some do not have a planning process that guides the companies' activities. Among the main strategic objectives, these companies aim to implement sustainable practices and improve the quality of service, but they present difficulties when establishing strategies that guarantee economic and social sustainability. Finally, it was found that most MSME use social media to attract customers and promote their services, allowing them to have direct contact with current and potential customers.

Keywords: strategy, MSME, planning, sustainability, tourism

Introducción

El turismo es una de las principales actividades económicas en el Magdalena, aportando significativamente al desarrollo regional y a la generación de empleo. Sin embargo, el crecimiento descontrolado del turismo puede generar impactos negativos en el medio ambiente, la cultura local y la economía si no se gestiona de manera adecuada.

El turismo también es relevante en la capital del departamento, Santa Marta, impulsando el desarrollo local y la generación de empleo. Sin embargo, muchas micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) del sector turístico enfrentan desafíos como la falta de planificación estratégica, escasa innovación y una gestión inadecuada de los recursos, lo que afecta su sostenibilidad y competitividad.

Ahora bien, en el caso de las mipymes, en Santa Marta constituyen un factor importante en el desarrollo empresarial, debido a su influencia en la generación de empleo y su construcción al producto interno bruto (PIB) de la región. De acuerdo con datos de la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena (2024), el 96,26 % está representado en las microempresas, 2,6 % en pequeñas empresas y 0,75 % en medianas empresas, con crecimiento en el 2023 del 10,40 % en comparación al 2021, con una disminución del 0,12 % en el 2022.

De igual manera, y según la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena (2024), en la distribución empresarial por sector económico, el sector comercio representó una participación del 34,78 %, y alojamiento y servicio de comida el 18,89 % en el 2023. Este último sector representó un aporte esencial al turismo, pues entre el 2021 y el 2023 tuvo un crecimiento del 14,15 %.

A pesar del crecimiento del turismo en Santa Marta, muchas mipymes del sector presentan dificultades para mantenerse competitivas y sostenibles a largo plazo. Problemas como la informalidad, la limitada capacidad de planificación y la falta de estrategias de diferenciación han obstaculizado su desarrollo. El principal problema de investigación es: ¿De qué manera la planificación estratégica puede contribuir al desarrollo turístico sostenible de las mipymes en Santa Marta?

Contenido teórico

Se presenta una conceptualización teórica sobre la importancia que tiene la planeación estratégica para tomar decisiones y alcanzar resultados en cualquier proceso o actividad. Además, se explica en qué consiste el turismo sostenible y la importancia que tiene en el desarrollo social y económico. Por último, el rol que tienen las mipymes en cualquier sector económico, en especial en el turismo sostenible.

Planificación estratégica

La planificación estratégica es un proceso que permite establecer objetivos, diseñar estrategias y coordinar acciones para alcanzar un desarrollo sostenible en el tiempo (Dalmutt et al., 2023), siendo un diferencial competitivo que favorece los objetivos de la organización y contribuye a reducir los riesgos a corto y largo plazo. Además, “la planeación estratégica es un proceso permanente que, con el mayor conocimiento posible del futuro que se considere, sirve para tomar decisiones en el presente que implican riesgos futuros para los resultados esperados” (Drucker, 1984, citado por Chiavenato y Sapiro, 2023, p. 40).

Según Porter (2015), la planeación estratégica es un proceso para desarrollar una ventaja competitiva sostenible y debe considerar factores internos y externos para optimizar recursos y minimizar riesgos. No se trata de ser el mejor, sino de establecer una diferenciación que genere valor. En el contexto del turismo, la planificación estratégica implica un proceso continuo y de retroalimentación constante del uso del territorio, promover inversiones responsables y garantizar la preservación del patrimonio natural y cultural (León et al., 2023).

Para Chiavenato y Sapiro (2023), “la planeación estratégica es el proceso de formular y ejecutar las estrategias de la organización con el propósito de perseguir su competencia exitosa y su sustentabilidad, y de realizar su misión y visión en el ambiente donde actúa” (pp. 133-136). Por otro lado, Mintzberg (1994) plantea que la planificación estratégica es un proceso de formulación de estrategias que permite a las organizaciones adaptarse a su entorno y mejorar su desempeño.

En todo caso, la planificación estratégica turística es fundamental para alcanzar objetivos, identificar retos, gestionar recursos y plantear soluciones, siempre con un enfoque en la sostenibilidad de la actividad turística y de la sociedad en la que se desarrolla (Paxadvising, 2023).

Mora (2019) analiza cómo la planificación estratégica puede fortalecer y contribuir al desarrollo del turismo rural. Con ayuda de diagnósticos interactivos, se evalúan recursos y atractivos turísticos, servicios ofrecidos, percepción de la experiencia del turista y el nivel de organización de las empresas, destacando la importancia en el proceso de los recursos turísticos (Calderón, 2023). Este enfoque explora las interacciones entre la sostenibilidad de las actividades turísticas y la necesidad de su planificación y gestión.

En ese sentido, se considera la sostenibilidad como principio fundamental en la gestión de actividades turísticas, resaltando la importancia de prácticas sostenibles respaldadas por una planificación adecuada (Calderón, 2023). En efecto, la planificación estratégica en turismo debe incluir acciones específicas

para la conservación y promoción del patrimonio cultural, garantizando que el desarrollo turístico no comprometa la integridad de los recursos culturales y que, por el contrario, los valore y potencie (Sánchez et al., 2016).

Lora et al. (2021) destacan la importancia de las empresas turísticas en la planificación estratégica, la cual está sujeta a objetivos claros y específicos, políticas orientadas al mejoramiento continuo y la motivación del recurso humano que promueve un sentido de pertenencia y responsabilidad, lo que es esencial para la sostenibilidad a largo plazo de los proyectos turísticos y para responder de la mejor manera posible a las necesidades del entorno.

De acuerdo con Cardona et al. (2018), en un mercado tan cambiante, en el que la globalización es un elemento que genera variabilidad en lo social, en las tendencias económicas y en lo ambiental, así como en el comportamiento de clientes y su entorno en general, se exige que las organizaciones exploren ideas e innovaciones en todos los ámbitos para hacer que los negocios sean más competitivos. En ese sentido, Bon et al. (2024) señalan que “un buen Plan Estratégico tiene grandes posibilidades de superar las adversidades del mundo globalizado, y se convierte en un referente en el campo en el que opera” (p. 164).

De todas maneras, “se considera que una correcta estrategia deberá considerar variables, tales como: entorno, enfoque al proceso, alineamiento, orientación al cliente, orientación a la calidad, mejora continua, carácter estratégico, sistema informativo, sistema de indicadores, diagnóstico y enfoque proactivo” (Rodríguez, 2019, p. 24).

Turismo sostenible

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo sostenible busca minimizar los impactos negativos en el medio ambiente y la cultura local, mientras genera beneficios económicos para las comunidades. La OMT (2023) define el turismo sostenible como aquel que tiene en cuenta sus impactos económicos, sociales y ambientales en el presente y el futuro, satisfaciendo las necesidades de visitantes, la industria, el entorno y las comunidades anfitrionas.

La OMT destaca el potencial del turismo para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, especialmente en el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y producción responsables y el uso sostenible de los océanos y recursos marinos. La planificación estratégica en turismo se alinea con estos objetivos para promover un desarrollo equilibrado y sostenible (OMT, 2023).

Según la teoría de la gobernanza turística (Bramwell y Lane, 2011), destaca la necesidad de coordinación entre actores públicos y privados para una gestión eficaz del turismo sostenible. El concepto de turismo sostenible, según la OMT (2004), hace referencia a un desarrollo que satisface las necesidades de los turistas y las regiones

anfitrionas, protegiendo y mejorando las oportunidades futuras. Esto implica el equilibrio entre los aspectos ambientales, económicos y socioculturales.

Es importante destacar que el crecimiento sostenible debe basarse en los recursos y capacidades de las empresas para promover la inclusión y el bienestar social, que apunten a una cultura de concientización ambiental e incentivar de manera proactiva soluciones innovadoras (Yujuan y Jacqueline, 2023). Por lo tanto, “las mipymes tienen en frente una gran oportunidad de integrar prácticas de sostenibilidad a través de la comprensión e implementación de lo que se conoce como RSC [Responsabilidad Social Corporativa]” (Castro et al., 2025). Esta conlleva a que las empresas requieran procesos de capacitación, instrumentos e indicadores de evaluación y seguimiento para alcanzar sus logros.

El rol de las mipymes

Las mipymes representan una parte significativa del sector turístico en Santa Marta, pero su sostenibilidad depende de factores como la innovación, la gestión eficiente y la planificación estratégica (Sánchez et al., 2016). Tienen independencia al momento de innovar y fijar nuevas ideas, para implementar cambios con perspectivas creativas en sus productos y servicios (Guimarães et al., 2020).

Por otra parte, las mipymes tienen la flexibilidad para adaptarse a los cambios de su entorno y a las necesidades de sus clientes, factores diferenciadores que generan respuestas efectivas a los nuevos desafíos, para crecer y mantener negocios sostenibles (Varela et al., 2024). Así mismo, son consideradas elementos esenciales en la economía mundial, representando un 99 % de los negocios y siendo en su mayoría empresas jóvenes, pero presentan problemas de financiación, competencia con relación a las grandes empresas y consecución de personal calificado (Álvarez y Domínguez, 2021).

Sin embargo, en la actualidad las mipymes presentan diversos problemas en aspectos económicos, sociales y ambientales; en especial la falta de conocimiento y experiencia limita el desarrollo de estrategias que impacten en la sostenibilidad de las mismas (Castro et al., 2025).

Se espera que el contenido o fundamentación teórica de la ponencia-artículo proporcione una revisión exhaustiva y detallada de la literatura relevante, teorías, modelos y estudios anteriores que son fundamentales para entender el marco conceptual del estudio. En esta sección, el investigador tiene la oportunidad de profundizar en el conocimiento existente, estableciendo las bases teóricas sobre las cuales se construye la investigación. Igualmente, define y delimita los conceptos, variables y constructos clave que serán examinados en el estudio. Esta sección no solo

revisa el conocimiento existente, sino que también establece la base para el desarrollo conceptual y metodológico del estudio.

Por medio de la revisión de literatura y teorías, la fundamentación teórica justifica la necesidad del estudio actual, destacando las lagunas en la investigación previa que el estudio busca llenar o las nuevas preguntas que busca responder.

Metodología

La investigación adoptará un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, y se diseñó como no experimental, transversal, descriptiva y correlacional (Hernández y Mendoza, 2018). Este enfoque permitirá obtener una visión integral sobre la situación actual de las mipymes en Santa Marta y cómo la planificación estratégica puede contribuir a su desarrollo sostenible.

En cuanto a lo cuantitativo, algunas de las variables utilizadas fueron: tamaño de las empresas, tipos de servicio, años de operación, número de empleados, familiares involucrados y volumen de ventas anuales. Se prepararon encuestas dirigidas a propietarios y gerentes de mipymes turísticas y análisis documental bibliográfico relacionados con la investigación.

Con relación al aspecto cualitativo, se incluyeron en la investigación aspectos como: ¿Qué tipo de modalidad de planeación estratégica utiliza la empresa? ¿Quiénes participan en la formulación del plan estratégico de su empresa? ¿Cuál es la importancia en la planeación estratégica para el desarrollo empresarial? ¿Cuál ha sido el impacto de la planificación estratégica en el desempeño de su empresa? ¿Qué cambios o mejoras serían necesarios para que las mipymes turísticas puedan crecer y desarrollarse de manera más sostenible en Santa Marta?, y otras preguntas que se ajustan a la estructura de la investigación.

La población objeto de estudio está representada en 3 717 mipymes que representan el sector de alojamiento y servicio de comida en el 2023, en Santa Marta, según informe de la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena (2024). Se utilizó el cálculo de muestra finita y se obtuvo una muestra representativa de 348 mipymes del sector del alojamiento y servicio de comida en Santa Marta, considerando criterios como tamaño, tipo de servicio y antigüedad en el mercado.

Para el análisis de estudio, se aplicó como muestra para la investigación un 10 % del tamaño de la muestra, representado en 35 mipymes del sector turístico.



$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2 * (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

Parámetro	Valor	Concepto
N	3.717	Tamaño de la población
Z	1,960	Nivel de confianza
P	50%	Probabilidad de que ocurra el evento
Q	50%	(1-P), probabilidad de que no ocurra el evento
e	5%	Error de estimación
n	348	Tamaño de la muestra

Resultados

A continuación se presentan los resultados, enfatizando en los hallazgos más relevantes. Estos comprueban la importancia que tiene la planeación estratégica en mipymes del sector turístico.

La tabla 3 nos muestra que 42,9 % de las empresas encuestadas realizan un proceso de planeación de manera informal. Estas empresas no siguen un procedimiento estructurado con planes escritos y documentados, sino que se apoyan en la experiencia y conocimientos del dueño de la empresa. Por lo tanto, no se tienen unos objetivos claros que orienten los negocios, sino que se trabaja sobre la marcha para resolver problemas inmediatos.

Tabla 3. Modalidad de planeación de las mipymes

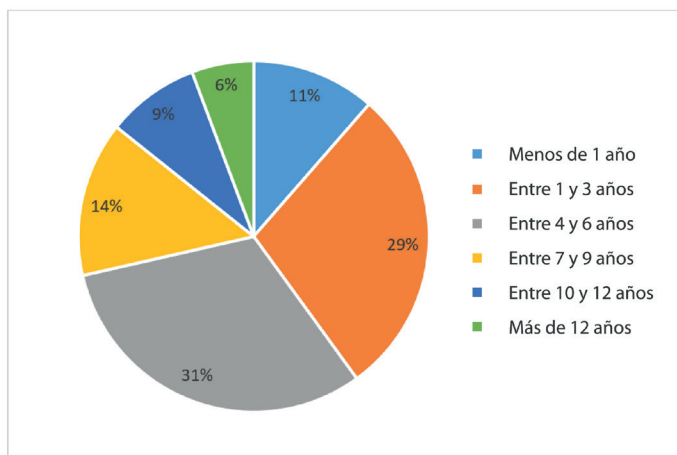
Modalidad	Resultado	Porcentaje
Formal	11	31,4%
Informal	15	42,9%
No cuenta	9	25,7%
Total	35	100,0%

Fuente: elaboración propia.

La figura 16 muestra que el 31 % de los negocios tiene un tiempo de operación de entre cuatro y seis años, y un 29 % entre uno y tres años. Esto demuestra que son

empresas jóvenes que se encuentran en una fase de crecimiento, lo cual les permite ajustar sus modelos de negocios y dependen de la inversión propia de sus dueños.

Figura 16. Tiempo de operación de los negocios



Fuente: elaboración propia.

La tabla 4 nos muestra que entre los sectores económicos con mayor participación en Santa Marta se encuentran alojamiento con el 28,6 %, restaurantes con el 22,9 %, y bar y discoteca con un 17,1 %. Esto se debe a que en la ciudad su economía se centra en actividades relacionadas con el turismo.

Tabla 4. Sector económico de las mipymes

Sector	Resultados	Porcentaje
Alojamiento	10	28,6%
Restaurante	8	22,9%
Bar y discoteca	6	17,1%
Agencia de viajes	3	8,6%
Artesanías	4	11,4%
Transporte turístico	2	5,7%
Logística y recreación	2	5,7%
Total	35	100,0%

Fuente: elaboración propia.

La tabla 5 permite poner en evidencia que el 34,3 % de las empresas realizan revisión de los planes estratégicos en promedio cada dos o tres años, y el 25,7 % lo realiza cada año. Por otra parte, un 17,1 % manifiesta que no actualiza sus planes estratégi-

cos, esto se debe a que no tienen establecidos planes de este tipo y los que se consti-
tuyeron al inicio de la empresa no se actualizan.

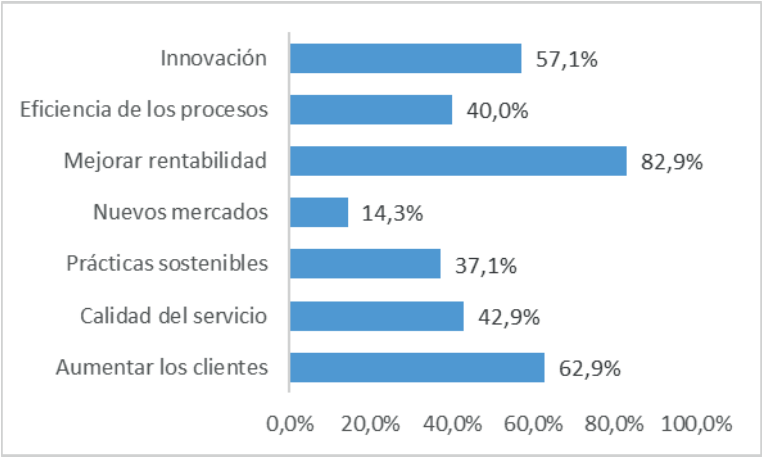
Tabla 5. Tiempo de revisión del plan estratégico de las mipymes

Tiempo	Resultados	Porcentaje
Anual	9	25,7%
Entre dos y tres años	12	34,3%
Entre cuatro y cinco años	6	17,1%
Más de cinco años	2	5,7%
No actualiza	6	17,1%
Total	35	100,0%

Fuente: elaboración propia.

La figura 17 nos especifica que el 82,9 % de las empresas tienen como objetivo
estratégico mejorar la rentabilidad de los negocios, un 62,9 % se preocupa por
aumentar los clientes, un 57,1 % en aplicar procesos de innovación en sus negocios
con la finalidad de mejorar sus servicios y productos, y el 42,9 % se enfoca en mejorar
la calidad de sus servicios de manera integral.

Figura 17. Objetivos estratégicos de las mipymes



Fuente: elaboración propia.

La figura 18 nos muestra que el 76 % de las empresas dirige su operatividad a reducir
costos; el 71 % ofrece una comunicación y visibilidad de sus productos o servicios por
medio de las redes sociales, herramienta que utilizan para realizar publicidad y tener
una conexión con sus clientes; el 68 % utiliza fuentes de financiamiento externas para

inversión en las actividades propias del negocio; el 62 % desarrolla estrategias para cautivar clientes y retener a sus actuales; y el 53 % manifiesta diversificación de sus productos o servicios, con el fin de ampliar la oferta y crecimiento del negocio.

Figura 18. Acciones estratégicas para garantizar sostenibilidad económica

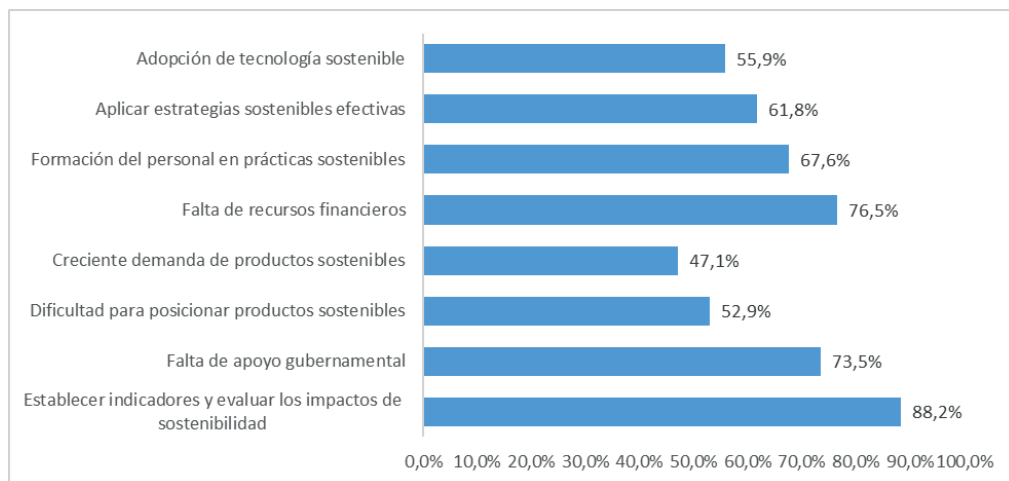


Fuente: elaboración propia.

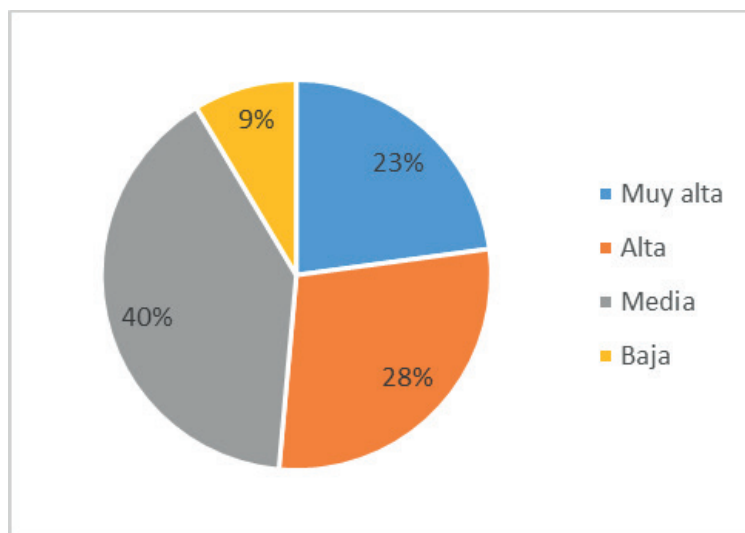
La figura 19 demuestra que el 88,2 % de las empresas presentan dificultad para establecer indicadores y evaluar los impactos de sostenibilidad en lo referente a materia ambiental, económica y social. Por otra parte, el 76,5 % posee problemas de recursos financieros, lo que se debe a que este tipo de empresas no tienen un plan financiero y presupuestal claro y orientado a las necesidades del mercado, sus recursos son limitados y los ingresos que reciben son invertidos en el negocio y en las necesidades personales o familiares de sus dueños o socios.

La figura 20 muestra que el 51 % de las empresas presenta dificultad para evaluar la sostenibilidad de los negocios. Esta situación es consecuencia de las limitaciones internas y externas para medir este tipo de procesos, como la falta de personal capacitado en auditorías y control organizacional, además, los costos para contratar personal externo especializado son muy altos.

La figura 21 nos comprueba que el 77,1 % de las empresas necesita contar con una planeación estratégica acorde a las necesidades de sus negocios y que sea sostenible en el tiempo, que les permita direccionar los negocios alineados a sus recursos y objetivos.

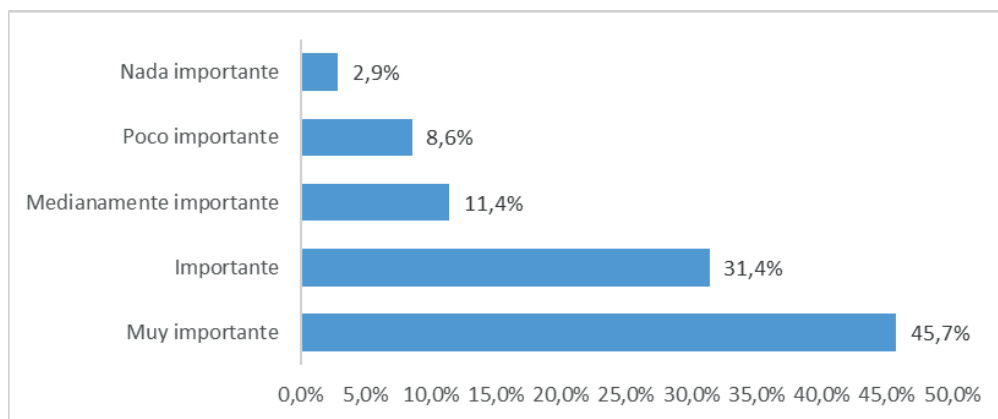
Figura 19. Obstáculos para enfrentar estrategias de sostenibilidad

Fuente: elaboración propia.

Figura 20. Evaluación de sostenibilidad de las mipymes en el turismo

Fuente: elaboración propia.

Figura 21. Importancia de la planeación estratégica en la sostenibilidad



Fuente: elaboración propia.

Discusión o propuesta

Las mipymes analizadas muestran una alta concentración en sectores turísticos y de servicios, como alojamiento y restaurantes, lo que implica un entorno competitivo que requiere adaptabilidad y visión estratégica. Sin embargo, más del 68 % de estas empresas no cuenta con una planificación formal (ya sea informal o inexistente), lo cual puede limitar su capacidad para afrontar cambios del entorno y aprovechar oportunidades de crecimiento.

Estrategias para un turismo sostenible desde las mipymes de Santa Marta

El análisis presentado en este capítulo demuestra que, pese al reconocimiento del valor estratégico de la planificación en las mipymes turísticas de Santa Marta, persisten barreras estructurales e internas que impiden una adopción efectiva de este enfoque como motor de sostenibilidad. A partir de esta evidencia, y con base en estudios recientes sobre turismo sostenible y desarrollo empresarial, se plantean tres ejes clave para fortalecer la planificación estratégica de las mipymes en este contexto:

Planeación adaptativa, participativa e incluyente

El alto porcentaje de empresas sin planificación formal o con prácticas improvisadas hace necesario adoptar metodologías más flexibles. La planificación estratégica, cuando es participativa y contextualizada, favorece la sostenibilidad territorial al

integrar el conocimiento local, los recursos endógenos y las dinámicas del destino (Gómez-Palomino, 2025; Roldán et al., 2021).

Innovación estratégica y diferenciación competitiva

En contextos turísticos como Santa Marta, marcados por la presión ambiental y la estacionalidad, las mipymes deben innovar en productos, servicios y modelos de negocio. La economía circular y la digitalización representan oportunidades para generar valor ambiental, social y comercial, lo cual ha sido demostrado en estudios sobre turismo de naturaleza en Colombia (Martínez et al., 2023).

Gobernanza turística y colaboración interinstitucional

Para lograr sostenibilidad a largo plazo, se requiere una gobernanza que articule a mipymes, gobiernos locales, universidades y sociedad civil. La falta de coordinación y de instrumentos de evaluación impide medir impactos reales. Una planificación estratégica con enfoque de gobernanza fomenta destinos turísticos resilientes, equitativos y alineados con los ODS (Bramwell y Lane, 2011).

En conclusión, la planificación estratégica en las mipymes turísticas de Santa Marta debe evolucionar desde la formalización documental hacia una verdadera cultura de sostenibilidad estratégica. Esto implica formar capacidades, fortalecer liderazgos locales y promover una visión empresarial que integre el valor económico con la responsabilidad ambiental y social.

Modelo de diagnóstico estratégico para mipymes turísticas en Santa Marta

Con base en los hallazgos del presente estudio, se propone un modelo práctico de diagnóstico estratégico que pueda ser implementado por las mipymes turísticas de Santa Marta, con el objetivo de fortalecer su planificación, sostenibilidad e innovación empresarial. Este modelo es replicable y adaptable a las condiciones del entorno local, integrando herramientas participativas y de gestión estratégica.

Análisis situacional participativo

Las mipymes requieren partir de un conocimiento claro de su entorno y de sus capacidades internas. Para ello, se propone realizar un diagnóstico que combine herramientas como el DOFA turístico, que identifique debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas desde una perspectiva organizacional y contextual, y el análisis PESTEL, que permite evaluar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que afectan la actividad turística (Gómez-Palomino, 2025).

A su vez, se recomienda elaborar un mapa de actores clave del destino, que incluya instituciones públicas, organizaciones comunitarias, gremios, universidades y empresas aliadas, para identificar posibles sinergias bajo un enfoque de gobernanza turística (Bramwell y Lane, 2011).

Evaluación de sostenibilidad y alineación con ODS

La sostenibilidad debe ser un principio transversal. Para ello se propone aplicar una rueda de sostenibilidad empresarial, que permita evaluar el desempeño organizacional en tres dimensiones según Martínez et al. (2023):

- Económica (rentabilidad, control financiero, diversificación).
- Social (empleo local, inclusión, equidad de género).
- Ambiental (uso eficiente de recursos, residuos, conservación del entorno).

Asimismo, se sugiere identificar cómo las prácticas estratégicas de la empresa contribuyen a los ODS más pertinentes, como el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), ODS 12 (producción y consumo responsables) y ODS 13 (acción por el clima) (Roldán Echeverri et al., 2021).

Matriz de alineación estratégica

Una vez definido el diagnóstico, se propone organizar los resultados en una matriz de alineación estratégica (tabla 6), en la que cada debilidad u oportunidad esté conectada a un objetivo, acción concreta, indicador de seguimiento, responsable y horizonte temporal. Esta herramienta operativa mejora la coherencia entre la planeación y la acción, optimizando la toma de decisiones estratégicas (Chiavenato y Sapiro, 2023).

La matriz ejemplifica la conexión entre un diagnóstico organizacional y acciones estratégicas concretas, facilitando la toma de decisiones basada en evidencia. Se sugiere replicarla con indicadores personalizados según el contexto de cada mipyme turística.

Tabla 6. Matriz de alineación estratégica para mipymes turísticas de Santa Marta

Diagnóstico	Objetivo estratégico	Acción	Indicador	Responsable	Plazo
Ausencia de estrategia digital	Mejorar visibilidad <i>online</i>	Crear perfil en plataformas turísticas	Número de reservas <i>online</i>	Propietario	3 meses

Fuente: elaboración propia a partir de Chiavenato y Sapiro (2023) y Gómez-Palomino (2025).

Mecanismos de seguimiento y mejora continua

Se recomienda establecer indicadores clave de desempeño (KPI) que evalúen resultados financieros, impacto ambiental y percepción del cliente. Estos indicadores deben revisarse de forma periódica para implementar acciones correctivas o preventivas. El uso de herramientas tecnológicas de bajo costo, como hojas de cálculo dinámicas, formularios en línea y aplicaciones móviles facilita esta labor (Gómez-Palomino, 2025).

Este modelo permite a las mipymes turísticas de Santa Marta pasar de una gestión informal a una planificación estructurada, fortaleciendo su resiliencia empresarial, la sostenibilidad del destino y su competitividad en mercados cada vez más exigentes.

Conclusiones

Los resultados de esta investigación ponen en evidencia que, aunque algunas mipymes del sector turístico en Santa Marta han adoptado prácticas de planeación estratégica formal, la mayoría operan bajo esquemas informales o carecen totalmente de procesos planificados, lo que limita su capacidad de adaptación frente a los cambios del entorno económico, social y ambiental. Este hallazgo resalta la necesidad de fortalecer las capacidades de gestión estratégica en estas empresas, especialmente con formación técnica, asesoría especializada y acompañamiento institucional.

Asimismo, se identificó que muchas de estas mipymes tienen clara su orientación hacia objetivos estratégicos, el aumento de la rentabilidad y la adopción de prácticas sostenibles. Sin embargo, estas acciones tienden a ejecutarse de manera aislada o sin una ruta estratégica clara, lo que genera esfuerzos fragmentados y poco sostenibles en el tiempo.

Se concluye que fomentar una cultura de planificación estratégica, que incluya diagnósticos participativos, formulación de objetivos medibles y seguimiento por indicadores, es fundamental para avanzar hacia modelos de negocio más resilientes. La planificación debe verse no solo como una herramienta de cumplimiento, sino como una ventaja competitiva que permite a las mipymes innovar, diferenciarse y ampliar su presencia en nuevos mercados.

Igualmente, se reconoce que las mipymes turísticas están realizando esfuerzos hacia la sostenibilidad ambiental y social, apoyándose en herramientas digitales y en redes sociales para mejorar su posicionamiento y relación con los clientes. No obstante, estos esfuerzos requieren ser integrados dentro de una visión de sostenibilidad estratégica que considere el impacto territorial, la eficiencia operativa y la gobernanza colaborativa.

Finalmente, el estudio permite proponer la adopción de modelos de diagnóstico estratégico territorial y la articulación con los ODS como rutas para que las mipymes

consoliden su papel como actores clave en el desarrollo turístico local, generando valor económico con responsabilidad ambiental y cohesión social.

Referencias

- Álvarez, B., y Dominguez, J. (2021). El papel de los mercados alternativos como herramientas que favorecen la financiación de las pymes y su sostenibilidad. *Revista Estrategia Organizacional*, 10(2). <https://doi.org/10.22490/25392786.4961>
- Bon Sarmentero, I., Dueñas Reyes, E., Abreus Villalobo, L., y Bravo Macias, C. C. (2024). Utilización del nivel de integración estratégica en el proceso de planeación estratégica. *Revista Uniandes Episteme*, 11(2), 162-176. <https://doi.org/10.61154/rue.v11i2.3389>
- Bramwell, B., y Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411-421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
- Calderón, F. J. (2010). Sostenibilidad y planificación: Ejes del desarrollo turístico sostenible. *DELOS: Desarrollo Local Sostenible*, 3(8). https://www.eumed.net/rev/delos/08/fjcv.htm?utm_source=chatgpt.com
- Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena (CCSM). (2024). *Informe estadístico empresarial del Observatorio de Estudios Económicos (ODECS)*. CCSM.
- Castro-Hernández, Y., Martínez-Lozada, A. C., y Perea-Salazar, C. (2025). Estudio para la implementación de un protocolo de desarrollo sostenible en mipymes de Santander, Colombia. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1446>
- Chiavenato, I., y Sapiro A. (2023). *Planeación estratégica de la intención a los resultados en la administración estratégica* (5.ª ed.). McGraw Hill.
- Gómez-Palomino, E. R. (2025). Gestión estratégica y desarrollo turístico. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 10(19), 69-79. <https://doi.org/10.35381/r.k.v10i19.4373>
- Guimarães Júnior, D. S., Nascimento, A. M., Santos, L. O. C., y Rodrigues, G. P. A. (2020). Efeitos da pandemia do COVID-19 na transformação digital de pequenos negócios. *Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada*, 5(4), 1-10. https://www.researchgate.net/publication/343749654_Efeitos_da_Pandemia_do_COVID-19_na_Transformacao_Digital_de_Pequenos_Negocios

- Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.
- León Reyes, Y., Miranda Lorenzo, Y. O., González Paris, E., y Rojo Chaviano, M. L. (2023). Enfoque prospectivo estratégico para procesos hoteleros en el polo turístico de Varadero. *Retos de la Dirección*, 17(3). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552023000300012&lng=es&tlng=es
- Lora Guzmán, H., Cardona Arbeláez, D. A., y Brito Carrillo, C. (2021). El direccionamiento estratégico como herramienta para la generación de ventajas competitivas en el sector de las pymes: Análisis para el sector turismo. *Dictamen Libre*, (29). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.29.8017>
- Martínez Jaramillo, H.A., González Castro, Y., Manzano Durán, O., Fandiño Isaza, J.R., y Hernández Pérea, N. (2023). Avance científico sobre economía circular y su relación con el desarrollo empresarial sostenible en el turismo de naturaleza. En M. Avendaño Avendaño, S.R. Mondragón Arévalo, H.A. Martínez Jaramillo et al. (Eds.), *Transformación socioeconómica desde los escenarios sustentables en la nueva normalidad* (pp.11-28). Sello Editorial UNAD. <https://doi.org/10.22490/9789586519250.01>
- Mintzberg, H. (1994). The fall and rise of strategic planning. *Harvard Business Review*, 72(1), 107-114.
- Mora, R. (2019). Planificación estratégica: Instrumento de desarrollo local para fortalecer el turismo rural en Tierras Altas, Chiriquí, Panamá. *Investigación y Pensamiento Crítico*, 7(3), 32-48. <https://doi.org/10.37387/ipc.v7i3.117>
- Organización Mundial del Turismo. (2004). *Turismo y sostenibilidad*. OMT.
- Organización Mundial del Turismo (2023). *Tourism in the 2030 Agenda*. OMT. https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda?utm_source=chatgpt.com
- Paxadvising. (2023). *Planificación estratégica del turismo*. Paxadvising. <https://www.paxadvising.com/planificacion-estrategica-del-turismo/>
- Porter, M. E. (2015). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (2.ª ed.). Grupo Editorial Patria.
- Rodríguez Prado, M. M. (2019). *Aplicación de herramientas de planeación estratégica y gestión por procesos a la empresa de alojamiento de Matanzas* [Trabajo de maestría, Universidad de Matanzas]. Repositorio Universidad de Matanzas. <https://rein.umcc.cu/handle/123456789/399>

- Roldán Echeverri, A. de J., Arroyave Torres, M. E., y Bermúdez Cardona, A. M. (2021). Aproximación a un modelo de gestión turística sostenible: Caso Urabá. *Ciencias Sociales y Educación*, 10(20), 139-168. <https://doi.org/10.22395/csye.v10n20a7>
- Sánchez, M., Cervantes, V., y Peralta, P. (2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(2), 78-91.
- Varela Rodríguez, V. M., Solís Castañeda, N. K., Michel Rendón, J. C., y Calvillo Reynoso, M. A. (2024). Estrategias de cultura organizacional en las micro empresas. *Revista Estrategia Organizacional*, 13(2), 49-74. <https://doi.org/10.22490/25392786.8601>
- Yujuan, W., y Jacqueline, T. (2023). The impact of environmental regulation, environment, social and government performance, and technological innovation on enterprise resilience under a green recovery. *Heliyon*, 9(10), e20278. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20278>



Educación ambiental, turismo y conservación del patrimonio natural y cultural en Latinoamérica

Chapter 4. Environmental education, tourism and conservation of natural and cultural heritage in Latin America

María Teresa Hernández

asquenis77@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8348-6963>

Resumen

La educación ambiental, el turismo sostenible y la conservación del patrimonio natural y cultural son pilares esenciales y profundamente interconectados para el desarrollo perdurable en Latinoamérica. Esta región, privilegiada por su vasta biodiversidad y riqueza cultural, enfrenta desafíos significativos que hacen indispensable la integración de estos tres conceptos. Desde esa perspectiva, la investigación tiene como objetivo analizar su relevancia y dilucidar cómo estas áreas disciplinares, al articularse sinérgicamente, se convierten en una fuente de impulso esencial hacia un futuro más justo y sostenible para Latinoamérica. A tales efectos, se empleó como metodología un enfoque de investigación documental, utilizando una revisión exhaustiva y sistemática de literatura especializada, analizando diversas fuentes académicas, informes de organismos internacionales y publicaciones relevantes para sintetizar el conocimiento existente inherente a los pilares del desarrollo sostenible y sus interrelaciones. En los resultados se probó que la educación ambiental es un motor esencial para transformar el entorno, por medio de la promoción de prácticas sostenibles, en el que el turismo se consolida como un sector económico con potencial para el desarrollo. Por su parte, la conservación del patrimonio demanda una perspectiva exhaustiva e intercultural que va más allá de la protección física para incluir saberes y costumbres locales. Como conclusiones, la evidencia sugiere que la educación ambiental, el turismo sostenible y la conservación del patrimonio se articulan en un ciclo beneficioso, en el que adoptar un enfoque integral e intercultural es fundamental para que Latinoamérica forje un porvenir más justo y el turismo impulse el progreso comunitario y la salvaguarda de su invaluable legado.

Palabras clave: educación ambiental, turismo sostenible, conservación, patrimonio natural, patrimonio cultural, Latinoamérica

Abstract

Environmental education, sustainable tourism, and the conservation of natural and cultural heritage are essential and deeply interconnected pillars for sustainable development in Latin America. This region, privileged by its vast biodiversity and cultural richness, faces significant challenges that make the integration of these three concepts indispensable. From this perspective, this research aims to analyze their relevance and elucidate how these disciplinary areas, when synergistically articulated, become an essential source of impetus toward a more just and sustainable future for Latin America. To this end, a documentary research approach was employed as methodology through an exhaustive and systematic review of specialized literature, analyzing various academic sources, reports from international organizations, and relevant publications to synthesize existing knowledge inherent to the pillars of sustainable development and their interrelationships. As a result, it was evident that

environmental education is an essential driver for transforming the environment, promoting sustainable practices, with tourism consolidating as an economic sector with potential for development. Heritage conservation, for its part, demands a comprehensive and intercultural perspective, which goes beyond physical protection to include local knowledge and customs. As a conclusion, the evidence suggests that environmental education, sustainable tourism, and heritage conservation are articulated in a beneficial cycle, where adopting a comprehensive and intercultural approach is essential for Latin America to forge a more just future, and for tourism to promote community progress and safeguard its invaluable legacy.

Keywords: environmental education, sustainable tourism, conservation, natural heritage, cultural heritage, Latin America

Introducción

Latinoamérica es una región dotada de una extraordinaria riqueza natural y cultural, y enfrenta el desafío imperativo de armonizar su desarrollo económico con la protección de su vasto e irremplazable patrimonio. En este complejo escenario, la educación ambiental, el turismo y la conservación del patrimonio natural y cultural se erigen como pilares fundamentales para construir un futuro equilibrado entre las actividades humanas y el entorno. La región se encuentra ante la tarea determinante de conciliar su progreso económico con la salvaguarda de este legado invaluable, que engloba desde la diversidad biológica de sus ecosistemas hasta la riqueza de sus culturas ancestrales.

Históricamente, esos campos han operado con frecuencia de forma aislada, lo que ha mermado su potencial de impacto conjunto. Sin embargo, la creciente comprensión de su interdependencia revela que su integración es esencial para moldear un porvenir en el cual el avance económico y social no ponga en riesgo la integridad ecológica ni la riqueza cultural. Por ejemplo, la educación ambiental se posiciona como una estrategia indispensable para abordar desafíos como la deforestación y el cambio climático. Su valor radica en empoderar a las comunidades, brindándoles la capacidad de ser agentes de cambio, tomar decisiones informadas y promover políticas que protejan el ambiente. De manera similar, el turismo emerge como una herramienta poderosa para el desarrollo local, capaz de generar beneficios económicos mientras se valora y resguarda el patrimonio natural y cultural, fomentando interacciones respetuosas y enriquecedoras con el entorno y las tradiciones.

Con el fin de identificar vías eficaces para su implementación conjunta, se ofrece una perspectiva clara acerca de cómo la región puede aprovechar su vasto patrimonio para un desarrollo que beneficie tanto a las generaciones presentes como a las futuras. Para lograrlo, profundizaremos en esta esencial interconexión en una revisión exhaustiva y sistemática de la literatura especializada, cuyo propósito es destacar la

relevancia inherente de cada uno de los pilares del desarrollo sostenible (educación ambiental, turismo y conservación del patrimonio) y, lo que es aún más importante, dilucidar cómo su articulación sinérgica actúa como una fuerza impulsora hacia un futuro más justo y duradero para Latinoamérica.

Contenido teórico

Para comprender a fondo la profunda interconexión entre la educación ambiental, el turismo y la conservación del patrimonio natural y cultural en Latinoamérica, es imperativa la exploración de las bases conceptuales que sustentan cada uno de esos pilares y que nos conduce directamente al concepto de desarrollo sostenible, el cual, adoptado globalmente, adquiere una relevancia particular en Latinoamérica, ya que implica una búsqueda de equilibrio fundamental entre el progreso económico, la equidad social y la protección ambiental. Todo ello se cimenta en una visión a largo plazo y un respeto profundo por la vasta diversidad regional. A continuación, se muestran en detalle aspectos relevantes inherentes a la educación ambiental, el turismo y la conservación del patrimonio natural y cultural en el contexto latinoamericano, estableciendo las bases para entender su interacción sinérgica.

Educación ambiental: fomentando la transformación

La educación ambiental se concibe como un proceso continuo y participativo que va más allá de la mera transmisión de datos, cuya finalidad es empoderar a individuos y comunidades para que comprendan la complejidad de las interacciones socioambientales y actúen de forma responsable en la prevención y solución de los desafíos ambientales (Leff, 2012). La educación ambiental ha evolucionado, poniendo énfasis en el desarrollo del pensamiento crítico, formación de valores y la adquisición de habilidades para la acción transformadora (Sinche et al., 2021).

La Carta de Belgrado, orientada a la educación ambiental y mencionada por Sinche et al. (2021), manifiesta que:

La UNESCO, bajo un documento denominado la Carta de Belgrado, contempla lo que serían los primeros lineamientos para el inicio del Programa Internacional de Educación Ambiental. Dicho documento se concibe en el marco de la ya para entonces preocupación ecológica y su impacto sobre la vida. Constituye, sin lugar a duda, uno de los primeros manifiestos internacionales que contribuyen a colocar entre las urgencias planetarias el cuidado de la naturaleza. (p. 346)

En Latinoamérica, la educación ambiental busca no solo generar conciencia respecto a la vulnerabilidad del entorno, sino también equipar a las comunidades con la capacidad de convertirse en motores de cambio. Esto implica la adaptación a la diversidad de contextos geográficos y culturales, la integración de saberes ancestrales y la superación de obstáculos en el acceso a recursos (Bustos, 2025). Su significado

fundamental reside en su potencial para reconfigurar la relación entre la sociedad y la naturaleza, estableciendo así los cimientos para una auténtica cultura de la sostenibilidad.

Por lo anterior, Bustos (2025), establece que:

Al centrar la atención en el reconocimiento epistemológico, la integración intercultural y la transferencia experiencial de conocimientos, se busca aportar evidencias que orienten políticas educativas, programas de formación docente y diseños curriculares orientados a una ciudadanía ecológica plural, crítica y comprometida con los retos ambientales contemporáneos. (p. 88)

Por otra parte, desde un enfoque ético, la educación ambiental se puede entender como el conjunto de valores, conocimientos y hábitos que influyen en la manera en que las personas y las comunidades se relacionan con la naturaleza. Significa reconocer que los seres humanos necesitamos de los ecosistemas para vivir y que, por lo tanto, debemos protegerlos con responsabilidad y respeto (Tovar et al., 2021).

De la misma manera, la educación no debería enfocarse únicamente en enseñar a cuidar el medio ambiente, sino también en promover el cuidado de las personas. Para lograrlo, no basta con aprender conceptos técnicos o científicos, también es importante fortalecer los valores. Esto significa comprender que el ambiente está relacionado con la posibilidad de vivir en familia, y que la familia forma parte esencial de ese entorno que debemos proteger y respetar (Sánchez et al., 2017).

La educación representa una de las vías más poderosas para enfrentar los retos ambientales actuales, por lo que es imprescindible garantizar que cada alumno no solo comprenda la magnitud de estos desafíos, sino que también esté preparado para contribuir activamente a la construcción de una sociedad más ecológica y sostenible (UNESCO, 2025).

Turismo: motor de desarrollo con conciencia

El turismo representa un sector económico de gran calado y crecimiento constante en Latinoamérica, con un potencial considerable para la generación de ingresos y empleo (World Tourism Organization, 2023). Sin embargo, un desarrollo carente de planificación puede conllevar impactos negativos significativos tanto en el medio ambiente como en las culturas locales. Por consiguiente, el turismo, abordado desde un enfoque sostenible, se presenta como un modelo esencial que persigue maximizar los beneficios socioeconómicos y culturales, a la vez que minimiza los efectos adversos y garantiza la preservación del patrimonio para las futuras generaciones [Organización Mundial del Turismo (OMT), 2025; Orgaz y Moral, 2016]. Los principios que rigen el turismo bajo esta perspectiva sostenible se articulan en torno a tres dimensiones interconectadas, presentadas en la tabla 7.

Tabla 7. Dimensiones del desarrollo sostenible en el turismo

Dimensión	Descripción
Ambiental	Prioriza la eficiencia en el uso de los recursos, la reducción de la contaminación y la protección de la biodiversidad y los ecosistemas.
Sociocultural	Fomenta el respeto por la autenticidad cultural de las comunidades anfitrionas, la preservación de su patrimonio vivo y la contribución al entendimiento intercultural.
Económica	Asegura la viabilidad económica a largo plazo, generando beneficios equitativos para las comunidades locales y promoviendo cadenas de valor que las incluyan activamente.

Fuente: elaboración propia a partir de González (2018), Hernández et al. (2024) y Moral y Orgaz (2017).

En la región, la diversificación de la oferta turística hacia modalidades como el ecoturismo, el turismo rural y el comunitario demuestra cómo, con una gestión consciente y responsable en la actividad del turismo, puede constituir un motor vital para el progreso local, fortaleciendo la cohesión social y aportando recursos para la conservación (Hernández et al., 2024). Para poder fortalecer estos factores, es fundamental comprender el destino considerando sus límites, características, participantes y públicos en general, con el fin de diseñar herramientas adecuadas para la administración de los recursos y su promoción en el mercado (Hernández et al., 2024; Orgaz y Moral, 2016).

Conservación del patrimonio: un legado invaluable y multidimensional

Latinoamérica es depositaria de una proporción considerable de la biodiversidad global, albergando desde vastas selvas tropicales hasta imponentes cordilleras y ecosistemas marinos únicos. De forma paralela, su rico patrimonio cultural es una herencia milenaria, palpable en sitios arqueológicos, ciudades históricas, lenguas indígenas, tradiciones, música y diversas expresiones artísticas. La conservación de este legado natural y cultural es un desafío apremiante y una responsabilidad compartida (Zavala y Ferro, 2023).

La conservación del patrimonio natural se enfoca en la protección de especies en riesgo, la gestión de áreas protegidas y la lucha contra la deforestación y la contaminación. Por su parte, la conservación del patrimonio cultural exige una perspectiva amplia

e intercultural. Esto implica ir más allá de la protección física de monumentos para reconocer y valorar la inmensa pluralidad de saberes y tradiciones culturales de las comunidades, incluyendo aquellas que, históricamente, pudieron haber sido relegadas. La relevancia fundamental de esta visión reside en la conexión intrínseca entre la salud de los ecosistemas y los conocimientos y prácticas tradicionales de las poblaciones que los habitan (UNESCO, 2025). Una conservación efectiva requiere la coordinación de esfuerzos entre gobiernos, la sociedad civil y las comunidades locales, dada la trascendencia incalculable de este acervo.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un enfoque documental, cuyo propósito fue analizar y sintetizar el conocimiento existente respecto a la interconexión entre la educación ambiental, el turismo y la conservación del patrimonio natural y cultural en Latinoamérica. El diseño metodológico, que fue de naturaleza cualitativa y con un alcance exploratorio-descriptivo, permitió una revisión exhaustiva de diversas fuentes secundarias, lo que permitió construir un marco conceptual sólido y extraer hallazgos relevantes. El proceso metodológico incluyó las siguientes etapas clave:

1. Se realizó una búsqueda sistemática de literatura académica y técnica en bases de datos especializadas. También se consultaron repositorios de organismos internacionales cruciales como la OMT, UNESCO, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente [UN Environment Programme (UNEP)] y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), entre otros.

La estrategia de búsqueda empleó combinaciones de palabras clave en español, portugués e inglés, incluyendo términos como: “Educación Ambiental”, “Turismo”, “Ecoturismo”, “Turismo Comunitario”, “Conservación del Patrimonio Natural”, “Conservación del Patrimonio Cultural”, “Desarrollo Sostenible” y “Latinoamérica” o “América Latina”. Se priorizaron artículos científicos, capítulos de libros, informes técnicos y tesis doctorales publicados en los últimos cinco a veinte años para asegurar la relevancia y actualidad del conocimiento sintetizado, sin excluir textos seminales cuya contribución fuera esencial.

2. La información recopilada fue sometida a un riguroso análisis de contenido cualitativo. Este proceso implicó la lectura crítica y profunda de los documentos para identificar:

- Definiciones esenciales y conceptos clave.
- Teorías fundamentales y perspectivas de autores relevantes.
- Casos de estudio y ejemplos de implementación en la región.
- Estrategias propuestas, impactos (positivos y negativos), desafíos y recomenda-

ciones.

Para organizar y estructurar la información, se emplearon fichas de registro y matrices de análisis documental. Estas herramientas permitieron categorizar los hallazgos por pilar temático y sus interrelaciones, facilitando la identificación de patrones, tendencias y vacíos en la literatura existente. La revisión buscó no solo describir los conceptos, sino también interpretar sus implicaciones en el contexto socioambiental latinoamericano.

3. Los hallazgos extraídos del análisis documental se organizaron temáticamente, lo que permitió la construcción de las secciones subsiguientes del artículo. Esta estructuración fue fundamental para presentar los resultados de manera coherente, abordando cada uno de los pilares (educación ambiental, turismo, conservación del patrimonio) y, esencialmente, las complejas interrelaciones entre ellos. Este enfoque sistemático no solo sustentó las afirmaciones y conclusiones del estudio, sino que también facilitó la discusión crítica de la literatura. Este enfoque documental permitió explorar en profundidad la complejidad de la temática, apoyándose en la autoridad y el rigor de la producción académica y profesional previa, sin la necesidad de recolectar datos primarios.

Resultados

La revisión exhaustiva de la literatura ha permitido identificar y sintetizar hallazgos esenciales en la interconexión entre la educación ambiental, el turismo sostenible y la conservación del patrimonio natural y cultural en Latinoamérica. Los resultados se estructuran en función de los ejes centrales de la investigación, utilizando tablas para una visualización clara de la información y su contextualización.

Pilares del desarrollo sostenible en Latinoamérica: un panorama integral

La tabla 8 ofrece una síntesis de las definiciones según los autores consultados y el rol fundamental de cada pilar según la literatura revisada, sentando las bases para comprender su interconexión:

Tabla 8. Pilares del desarrollo sostenible en Latinoamérica: un panorama integral

Pilar temático	Definición/concepto clave	Rol esencial en el desarrollo regional	Autores/fuentes clave
Educación ambiental	Proceso que va más allá de la información, buscando cultivar capacidades y destrezas para la acción proactiva en problemas ambientales.	Catalizador para transformar la relación humanidad-entorno, promoviendo conciencia, decisiones informadas y una ética de cuidado ambiental.	Leff (2012), UNESCO (2024b).
Turismo sostenible	Modelo turístico que armoniza las demandas actuales de los viajeros con la salvaguarda de recursos para futuras generaciones.	Motor económico importante que impulsa el desarrollo socioeconómico, afianza la cohesión social y genera recursos para la conservación.	OMT (2025), Orgaz y Moral (2016).
Conservación del patrimonio	Preservación de bienes (materiales e inmateriales) de profundo significado cultural, histórico, artístico o natural para futuras generaciones.	Legado invaluable a proteger y potenciar, fortalecimiento de la identidad cultural y el arraigo de las comunidades. Requiere enfoques participativos e interculturales.	Hernández et al. (2024), Zavala y Ferro (2023).

Fuente: elaboración propia.

La tabla 8 nos invita a reflexionar sobre tres pilares muy importantes para construir un futuro sostenible en las regiones: la educación ambiental, el turismo sostenible y la conservación del patrimonio (Zavala y Ferro, 2023). Estos tres aspectos trabajan juntos para lograr una convivencia armoniosa entre las personas y la naturaleza. La educación ambiental busca despertar la conciencia y motivar a actuar con responsabilidad frente a los problemas del planeta. El turismo sostenible se convierte en una oportunidad para generar empleo y bienestar en las comunidades, cuidando siempre los recursos naturales y las tradiciones culturales (OMT, 2025). Por último, la conservación del patrimonio nos ayuda a valorar y proteger nuestra historia, identidad y raíces. En conjunto, estos pilares nos muestran el camino hacia un desarrollo que respete la vida, fortalezca a las comunidades y preserve el entorno para las futuras generaciones (UNESCO, 2024b).



La educación ambiental como la semilla del cambio

La educación ambiental se posiciona como un instrumento determinante para transformar nuestra relación con el entorno. Al promover el pensamiento crítico y la participación, se convierte en un motor esencial para reconfigurar la interacción con el medioambiente. Esta disciplina no solo capacita a las personas para tomar decisiones informadas y responsables en su vida diaria, sino que también cultiva una conciencia ambiental profunda y promueve una acción tanto individual como colectiva en pro del ambiente.

La figura 22 muestra un enfoque completo orientado a impulsar la sostenibilidad y la educación climática dentro de los entornos escolares, organizado en cuatro ámbitos principales: gobernanza escolar, enseñanza y aprendizaje, infraestructura y operaciones, y participación comunitaria. Cada uno de estos componentes plantea acciones específicas destinadas a reforzar la conciencia ambiental, promover hábitos sostenibles y capacitar a la comunidad educativa para afrontar los retos que impone el cambio climático (UNESCO, 2024b).

Figura 22. Normas de calidad para una escuela verde (UNESCO)

Gobernanza escolar ... confiar al Comité Verde el desarrollo de una visión y política para una escuela verde y cubrir un tercio de las actividades sugeridas sobre: • Cultivo de prácticas sostenibles • Garantía de prácticas sostenibles diarias • Resiliencias y gobernanza a prueba de clima • Establecimiento de una comunidad verde	Enseñanza y aprendizaje ... elaborar planes de estudio sobre la Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) y la educación sobre el cambio climático, y abarcar un tercio de las actividades sugeridas sobre: • Integración de la EDS, haciendo hincapié en el cambio climático en la enseñanza y el aprendizaje • Fomento de conexiones significativas más allá de la institución educativa • Proyectos e iniciativas prácticas • Liderazgo y desarrollo de capacidades
Infraestructura y operaciones ... establecer un equipo de seguimiento y cubrir un tercio de las actividades sugeridas sobre: • Educación, sensibilización y formación sobre el clima • Desarrollo de una infraestructura respetuosa con el clima • Garantía de la resiliencia climática y la preparación para casos de desastre • Promoción de la seguridad escolar y la gestión de la continuidad educativa • Promoción de la contratación ecológica y la compra ética	Participación de la comunidad ... organizar campañas de concientización para la institución educativa y la comunidad circundante y cubrir un tercio de las actividades sugeridas sobre: • Construcción de resiliencia climática en la comunidad • Contribución de la institución educativa a la resiliencia de la comunidad al cambio climático • Apoyo de la comunidad local a las respuestas educativas al cambio climático • Concienciación climática general de la comunidad

Fuente: UNESCO (2024a, p. 8).

La educación ambiental no se restringe a solo comunicar datos, sino que aspira a impulsar el cultivo de capacidades y destrezas que posibiliten a los individuos una intervención proactiva en la resolución de problemáticas ambientales. Esto conlleva la facultad de examinar escenarios intrincados, sopesar opciones y plantear propuestas innovadoras. Su aplicación se extiende a variados contextos, tales como el ámbito educativo, familiar, laboral y comunitario en su conjunto, en el que cada espacio ofrece vías para incentivar la conciencia ecológica y fomentar la adopción de conductas respetuosas con el ambiente. De este modo, la educación ambiental se erige como un instrumento potente diseñado para modificar nuestra interacción con el entorno, propiciando una evolución en nuestros valores, comportamientos y rutinas. Al capacitar a las personas para adoptar decisiones fundamentadas y responsables, la educación ambiental se instaure como el motor inicial de una transición hacia un futuro más duradero. Este proceso transformador se visualiza en la figura 23:

Figura 23. Educación ambiental como la semilla del cambio



Fuente: elaboración propia. Adaptado de https://www.gredosenmoto.com/pinta/medio_ambiente.htm

La figura 23 ilustra cómo la educación ambiental impulsa un cambio de paradigma por medio de un ciclo virtuoso: se inicia con la generación de conciencia ambiental, la cual conduce a la revisión y adopción de nuevos valores (UNEP, 2024). Estos, a su vez, influyen en la formación de actitudes más respetuosas hacia el entorno, lo que finalmente se traduce en la implementación de prácticas sostenibles (Moral y Orgaz, 2017). La aplicación continua de estas prácticas refuerza la conciencia, cerrando el ciclo y sembrando las bases para una relación más armónica y duradera con el medioambiente.

En este marco discursivo, Leff se erige como un referente ineludible en Latinoamérica. Su perspectiva subraya la urgencia de reevaluar la relación entre la humanidad y el entorno, impulsando una visión de futuro arraigada en la sustentabilidad y la equidad ambiental (Leff, 2018). Por lo tanto, la educación ambiental funciona como un germen de transformación, poniendo en evidencia diversas acciones y prácticas que generan un efecto favorable a nivel local y global, cultivando una ética de cuidado y reverencia por el medio ambiente dentro de los círculos educativos y la sociedad en su conjunto (Leff, 2012).

Estas incluyen iniciativas como la plantación de árboles, la higienización de espacios comunitarios, la impartición de charlas sobre preservación ambiental, y el fomento del reciclaje junto a la disminución de desechos.

Se concluye que los estudios consultados resaltan que la educación ambiental trasciende la mera difusión de información, enfocándose en el empoderamiento de comunidades e individuos para comprender y actuar sobre los desafíos socioambientales (Leff, 2012). En los estudios de Leff, se observa una evolución desde enfoques meramente informativos hacia estrategias que fomentan el pensamiento crítico, la formación de valores y la adquisición de habilidades para la acción transformadora. En el contexto latinoamericano, la literatura subraya el imperativo de adaptar la educación ambiental a las diversas realidades geográficas y culturales, integrando saberes ancestrales y superando barreras de acceso. Los hallazgos confirman que su importancia radica en reconfigurar la relación sociedad-naturaleza, sentando las bases para una cultura de sostenibilidad localmente arraigada.

La tabla 9 nos muestra un estudio comparativo de los principales destinos turísticos en México, Brasil, Argentina, Colombia y Perú. Demuestra que América Latina posee una notable variedad de recursos naturales, culturales y patrimoniales que la consolidan como una de las zonas más destacadas en el turismo internacional (Guivernau, 2024). Cada nación ha puesto en marcha estrategias particulares para fortalecer su atractivo, que incluyen desde campañas de promoción a nivel global y mejoras en infraestructura, hasta la adopción de políticas orientadas a la sostenibilidad y la preservación ambiental. En su conjunto, estas iniciativas revelan una orientación común hacia un turismo más consciente y equilibrado, que armoniza el progreso económico con la conservación del patrimonio natural y cultural, promoviendo un desarrollo turístico sostenible y competitivo a escala mundial (World Tourism Organization, 2023).

Tabla 9. Principales destinos en Latinoamérica

País	Destinos	Estrategias	Autor
México	“Cancún y la Riviera Maya son dos de los destinos más visitados. Cancún, conocido por sus playas y resorts de lujo, atrae a millones de turistas cada año. La Riviera Maya, con sus playas de arena blanca y cenotes, es un destino popular para el ecoturismo y el turismo de aventura” (p. 14).	“La campaña ‘Visit Mexico’ ha sido fundamental para posicionar al país como un destino turístico global” (p. 14).	Guivernau (2024).
Brasil	“Río de Janeiro es famoso por sus playas, el Cristo Redentor y el Carnaval. La ciudad ha implementado varias iniciativas para mejorar la seguridad y la infraestructura turística. El Amazonas, por otro lado, atrae a turistas interesados en el ecoturismo y la biodiversidad” (p. 14).	“El Carnaval de Río es uno de los eventos culturales más importantes del país, atrayendo a millones de turistas cada año” (p. 14).	Guivernau (2024).
Argentina	“Buenos Aires es un centro cultural importante, conocido por su arquitectura, tango y vida nocturna. La Patagonia, con sus impresionantes paisajes y parques nacionales, es un destino popular para el turismo de aventura y el ecoturismo” (pp. 14-15).	“Argentina ha adoptado varias estrategias de desarrollo sostenible para preservar sus recursos naturales” (p. 15).	Guivernau (2024).
Colombia	“Ciudades como Cartagena y Medellín han visto un aumento en el número de turistas gracias a la mejora en la seguridad y la promoción internacional” (p. 15).	“Ha implementado iniciativas para mejorar la infraestructura turística y promover el turismo cultural. Centro de innovación y turismo cultural, atrayendo a turistas interesados en su transformación” (p. 15).	Guivernau (2024).
Perú	“Conocido por sus maravillas arqueológicas y naturales, como Machu Picchu, Cusco y el Amazonas” (p. 15).	“Han implementado medidas de conservación y control de visitantes” (p. 15).	Guivernau (2024).

Fuente: elaboración propia.



El turismo sostenible: un motor de desarrollo con gestión consciente

El turismo ha evolucionado hasta convertirse en un segmento económico de importancia global, particularmente para las naciones en desarrollo de Latinoamérica, donde ostenta un potencial considerable como motor de progreso. Esta actividad impulsa la modernización socioeconómica y cultural, afianzando la cohesión social con ayuda de la valorización del patrimonio (OMT, 2025). La OMT recalca la imperiosa necesidad de que el turismo sea administrado con una estrategia clara, minimizando las filtraciones económicas y fomentando la cooperación entre las comunidades, el sector privado y las entidades públicas, para asegurar un avance sustancial y sostenible.

El turismo no solo tiene efectos en la economía de los lugares donde se desarrolla, sino que también influye en la vida de las comunidades locales debido a las relaciones que se crean entre los turistas y los habitantes (Moral y Orgaz, 2017).

Los resultados del análisis documental confirman que el turismo en Latinoamérica es un sector de crecimiento sostenido y gran potencial para la generación de ingresos y empleo. Sin embargo, la literatura enfatiza los riesgos significativos de su desarrollo descontrolado sobre el ambiente y las culturas locales (Sinche et al., 2021; Zavala y Ferro, 2023). En este sentido, se identificó que el enfoque sostenible del turismo emerge como un modelo imperativo para optimizar los beneficios socioeconómicos y culturales, mientras se minimizan los impactos adversos y se preserva el patrimonio para futuras generaciones (Moral y Orgaz, 2017; World Tourism Organization, 2023). La tabla 10 ilustra el impacto del turismo en la economía de Latinoamérica, demostrando su consolidación como un sector de gran relevancia.

De acuerdo con la UNESCO (2024a), “Mediante el turismo se generan ingresos para la preservación de sitios patrimonio, para impulsar industrias culturales y creativas locales, además se difunden y promueven los valores culturales de bienes, sitios y prácticas culturales”.

De igual manera:

Para América Latina y el Caribe, el turismo representa cerca del 20 % del PIB, lo cual es razonable debido a la riqueza de la región, con 150 bienes y sitios inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial y 90 elementos en las listas del Patrimonio Cultural Inmaterial, pero se prospecta un incremento del 2 % en las visitas internacionales sobre los niveles prepandemia. (UNESCO, 2024a)

Tabla 10. Impacto del turismo en la economía de Latinoamérica (2022)

País	PIB turístico (2022)	Empleo turístico (2022)	Llegada de turistas internacionales (2022)	Ingresos por turismo internacional (2022)
México	8,7 % del PIB	4,2 millones de empleos	38,3 millones	26,3 mil millones de USD
Brasil	8,1 % del PIB	7 millones de empleos	3,6 millones	5,9 mil millones de USD
Argentina	7,9 % del PIB	1,5 millones de empleos	4,1 millones	4,9 mil millones de USD
Colombia	5,8 % del PIB	1,4 millones de empleos	4,4 millones	5,7 mil millones de USD
Perú	7,2 % del PIB	1,3 millones de empleos	2,2 millones	3,1 mil millones de USD
Chile	6,4 % del PIB	670 mil empleos	3,7 millones	4,5 mil millones de USD

Fuente: elaboración propia basada en datos del 2022 (Guivernau, 2024).

De acuerdo con la tabla 10, la información expuesta subraya el rol determinante del turismo como impulsor del desarrollo en Latinoamérica. No obstante, es esencial recalcar que la expansión del sector turístico debe progresar en conjunto con principios de sostenibilidad. Las naciones de la región afrontan el reto de administrar el turismo de un modo consciente, atenuando sus consecuencias adversas sobre el medioambiente y las comunidades locales, mientras se optimizan sus ventajas económicas y sociales. Para materializar un turismo sostenible, la revisión identifica la aplicación de políticas públicas imperativas, que se resumen en la tabla 11.

La tabla 11 demuestra que, con la integración de estas estrategias, el turismo sostenible trasciende su dimensión económica al concebirse como un proceso integral que impulsa un desarrollo territorial equilibrado, en el que la diversificación de la oferta turística, la implicación activa de las comunidades y la preservación del patrimonio natural y cultural se erigen como ejes esenciales para consolidar destinos resilientes y con identidad propia, mientras que la mejora en la calidad de los servicios, la educación ambiental y la valoración de los saberes locales fortalecen el tejido social y promueven una convivencia armónica entre visitantes, residentes y entorno, orientando así las políticas públicas hacia un modelo turístico inclusivo, responsable y consciente que genere bienestar sin poner en riesgo los recursos ni los valores que sostienen la vida comunitaria y el porvenir del planeta (OMT, 2025; Zavala y Ferro, 2023).



Tabla 11. Políticas públicas imperativas para el turismo sostenible en Latinoamérica

Estrategia/política pública	Descripción	Beneficios primordiales/impacto esperado
Diversificación de la oferta turística	Ir más allá del turismo convencional (sol y playa) desarrollando productos que valoren la riqueza natural y cultural (p. ej. ecoturismo, rural, cultural, aventura).	Atrae a un público más amplio, distribuye el impacto, genera valor a recursos menos explotados y promueve la identidad local.
Participación de las comunidades locales	Involucrar a las poblaciones locales de forma activa y protagónica en la planificación, gestión y justa distribución de los beneficios del turismo.	Empoderamiento local, desarrollo equitativo, mayor sentido de pertenencia y responsabilidad en la conservación.
Salvaguarda del patrimonio natural y cultural	Implementación de medidas de conservación efectivas, fomento del turismo consciente y prevención de la masificación en los destinos.	Preservación a largo plazo de los recursos esenciales que sustentan el turismo y la identidad cultural.
Calidad en los servicios turísticos	Inversión constante en capacitación de profesionales, optimización de infraestructura e impulso de la innovación para satisfacer a un público exigente.	Captación y satisfacción plena del público, mejora la competitividad del destino, genera experiencias memorables.
Fomento de conciencia ambiental (vía educación ambiental)	Cultivar en viajeros y comunidades una comprensión y respeto profundos por el patrimonio natural y cultural, con ayuda de la educación ambiental.	Propicia un modelo turístico que favorece la preservación de recursos, involucra a las comunidades en su tutela activa.
Reconocimiento de saberes locales (vía conservación patrimonial)	Trascender la protección física para reconocer y apreciar la pluralidad de saberes y tradiciones culturales de las comunidades, incluyendo las históricamente relegadas.	Fortalece la identidad cultural, asegura la transmisión de conocimientos ancestrales, alinea el turismo con principios de sostenibilidad.

Fuente: elaboración propia basada en datos del 2022 (Guivernau, 2024; World Tourism Organization, 2023).

La conservación del patrimonio: un legado para el futuro

La revisión de la literatura confirmó la trascendental importancia de la conservación del patrimonio natural y cultural en Latinoamérica. Los documentos analizados describen a la región como depositaria de una proporción significativa de la biodiversidad global y de una herencia cultural milenaria, que abarca desde imponentes sitios arqueológicos hasta arraigadas tradiciones vivas. La preservación de este vasto legado no es solo un asunto de capital importancia, sino también un desafío imperioso y una responsabilidad compartida (Zavala y Ferro, 2023).

El informe anual del 2023 del UNEP (2024) resalta la importancia de actuar con rapidez frente a los grandes problemas ambientales que enfrenta el planeta: el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la contaminación. Estos desafíos también afectan al turismo, un sector que puede ser clave para promover un desarrollo más responsable y sostenible. Por eso, el informe invita a que el turismo adopte prácticas que cuiden la naturaleza, reduzcan los impactos negativos y beneficien a las comunidades locales, demostrando que viajar y proteger el medio ambiente pueden ir de la mano.

Los hallazgos destacan que la conservación del patrimonio natural se enfoca en la protección de especies en riesgo, la gestión de áreas protegidas y la lucha contra la deforestación y la contaminación (UNEP, 2024). Por su parte, la conservación del patrimonio cultural demanda una perspectiva integral e intercultural, de ir más allá de la protección física de bienes, reconociendo y valorando la inmensa pluralidad de saberes y tradiciones de las comunidades locales, incluyendo aquellas que, históricamente, pudieron haber sido marginadas (Tovar et al., 2021). Un resultado clave de la revisión es la intrínseca conexión entre la salud de los ecosistemas y los conocimientos y prácticas tradicionales de las poblaciones que los habitan. La evidencia sugiere que una conservación efectiva requiere la sincronización indispensable de esfuerzos entre gobiernos, la sociedad civil y las comunidades locales, dada la incalculable valía de este acervo (Aragón, 2011).

Más allá de su conceptualización individual, los estudios revelan que la conservación del patrimonio es un eje indispensable para la toma de decisiones en el desarrollo turístico, especialmente cuando este se alinea con los principios del turismo sostenible (González, 2018). Esta armonización se perfila como un factor determinante para empoderar a las comunidades y asegurar que la actividad turística les genere beneficios equitativos. Los resultados indican que esta integración tiene el potencial de coadyuvar a la creación de un paradigma turístico más justo, accesible y respetuoso con el entorno natural y las expresiones culturales de cada localidad, asegurando que el patrimonio sea un motor de desarrollo que no comprometa su integridad (Bustos, 2025; González, 2018; UNESCO, 2024a).

Discusión

Los hallazgos de la revisión documental resaltan la interconexión intrínseca y sinérgica entre la educación ambiental, el turismo y la conservación del patrimonio natural y cultural en Latinoamérica. La evidencia acumulada en la literatura permite comprender que estos tres pilares no operan de forma aislada, por el contrario, se refuerzan mutuamente para la consecución de un desarrollo regional más armónico y perdurable.

La educación ambiental emerge como la base fundamental de esta tríada. Su papel como “semilla del cambio” es esencial porque dota a las comunidades y a los visitantes de la conciencia crítica y las herramientas necesarias para valorar, proteger y gestionar de forma responsable el patrimonio. Sin una comprensión profunda de la vulnerabilidad y el valor de nuestro entorno, cualquier estrategia de turismo o conservación sería insostenible a largo plazo, careciendo de la participación informada de los actores clave. La capacidad de la educación ambiental para trascender la mera información y promover la acción proactiva es lo que permite que las comunidades se conviertan en verdaderos promotores del cambio. Esta función transformadora es particularmente importante en una región donde la interacción humana con el entorno es a menudo compleja y marcada por desigualdades socioambientales (Aragón, 2011; Leff, 2012).

En este marco, el turismo se posiciona como el mecanismo de implementación y una fuente crucial de recursos para la conservación y el desarrollo local. Si bien el crecimiento económico es un motor significativo, la discusión de la literatura revela que su sostenibilidad depende imperiosamente de una gestión consciente que minimice impactos negativos y maximice beneficios equitativos (OMT, 2025; Orgaz y Moral, 2016).

Los datos sobre el impacto económico del turismo en Latinoamérica, aunque relevantes, deben interpretarse bajo la luz de las estrategias de sostenibilidad: la diversificación de la oferta, la participación de las comunidades y la salvaguarda primordial del patrimonio. Es aquí que la educación ambiental juega un rol decisivo, al cultivar en viajeros y operadores un respeto profundo que propicia modelos turísticos que favorecen la preservación (Leff, 2018). La implementación de políticas públicas concretas (como se sugiere en la tabla 11) es esencial para guiar esta transición hacia un modelo más responsable.

Finalmente, la conservación del patrimonio no es un fin en sí mismo, sino el legado invaluable que se busca proteger y potenciar por medio de la educación y el turismo. La perspectiva integral e intercultural de la conservación, que valora los saberes y tradiciones locales (Prats, 2005), es fundamental para asegurar que el desarrollo turístico no solo proteja el patrimonio tangible, sino que también fortalezca la identidad cultural y el sentido de arraigo de las comunidades.

Este enfoque participativo garantiza que las decisiones de desarrollo sean equitativas y que el patrimonio, en su sentido más amplio, sea transmitido a las futuras generaciones de manera responsable y enriquecida (Prats, 2005). La integración de este conocimiento local es crucial para el diseño de soluciones de conservación que sean culturalmente apropiadas y sostenibles a largo plazo.

La interconexión entre estos tres elementos constituye, por tanto, un ciclo virtuoso: la educación ambiental fomenta la consciencia para un turismo responsable; este turismo genera recursos y oportunidades que financian y motivan la conservación; y la conservación, a su vez, preserva los atractivos que sustentan el turismo, mientras que su valor es mejor comprendido y apreciado gracias a la educación (Sánchez et al., 2017). Si bien persisten retos como la necesidad de transformar mentalidades, asegurar inversiones adecuadas y una supervisión efectiva, la revisión sugiere que la aproximación integral e intercultural es la vía más eficaz para un futuro prometedor y sostenible para la región latinoamericana, prometiendo un camino claro para enfrentar los desafíos de sostenibilidad de la región, construyendo sobre su riqueza natural y cultural en lugar de agotarla (González, 2018).

Conclusiones

La investigación ha profundizado en la compleja interconexión entre educación ambiental, turismo y preservación del patrimonio natural y cultural en el contexto latinoamericano. Los hallazgos obtenidos durante la revisión documental ofrecen una perspectiva holística de los retos y oportunidades esenciales que se presentan para la región en este ámbito de incalculable valor.

- La educación ambiental emerge como la piedra angular fundamental para reconfigurar la interacción con la actividad turística en Latinoamérica. Al impulsar una conciencia crítica respecto a las repercusiones del turismo y estimular la implicación proactiva de las comunidades locales, se empodera a los ciudadanos para concebir y edificar un modelo turístico más responsable y duradero. Este modelo contribuye de manera esencial a la salvaguarda del patrimonio natural y cultural, valora la pluralidad de saberes y costumbres, y garantiza una distribución justa y equitativa de los beneficios económicos derivados del turismo.
- El turismo, concebido como una actividad que satisface las demandas de los viajeros contemporáneos sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para atender las suyas, se revela como un instrumento excepcionalmente eficaz para la preservación del patrimonio natural y cultural en América Latina. Al generar fuentes de ingreso y empleo para las poblaciones locales, el turismo tiene la capacidad de aportar recursos vitales para la salvaguarda y administración de

los bienes naturales y culturales de la región. Simultáneamente, una visión turística consolidada y consciente fortalece la identidad y el sentido de arraigo entre las comunidades, fomentando un lazo más profundo con su legado.

- La conservación del patrimonio en Latinoamérica exige una perspectiva exhaustiva e intercultural que trascienda la mera protección de edificaciones y enclaves históricos. Es indispensable reconocer y apreciar la vasta pluralidad de saberes y costumbres culturales inherentes a la región, incluyendo aquellas que, históricamente, han sido relegadas o pasadas por alto. La preservación patrimonial, por lo tanto, debe concebirse como un proceso altamente participativo que implique activamente a las comunidades locales en la formulación de decisiones y que, a su vez, impulse la herencia y transmisión de conocimientos y tradiciones a las sucesivas generaciones.

Finalmente, educación ambiental, turismo y conservación del patrimonio natural y cultural constituyen una trama intrínseca, en la que cada elemento potencia a los demás. Al adoptar una aproximación integral e intercultural, Latinoamérica tiene el potencial de forjar un porvenir más venturoso y perdurable. En este futuro, la actividad turística no solo aportará a la salvaguarda del patrimonio, sino que también impulsará el progreso de las comunidades locales, consolidando así un desarrollo armónico y duradero para la región. En síntesis, la investigación subraya la relevancia innegable de estas tres disciplinas, dilucidando cómo su articulación sinérgica se erige como un impulso indispensable hacia un futuro más justo y sostenible para Latinoamérica.

Referencias

- Aragón, O. (2011). Una epistemología del sur: La reinención del conocimiento y la emancipación social. *Alteridades*, 21(41), 181-184. <https://www.redalyc.org/pdf/747/74721474017.pdf>
- Bustos, S. V. (2025). Prácticas ancestrales y educación ambiental: Hacia un currículo transdisciplinario en la escuela primaria ecuatoriana. *Revista Biodanza & Humanismo*, 3(1), 86-95. <https://revistabiohum.com/index.php/home/article/view/33>
- González, J. (2018). La actividad turística como fenómeno complejo: Una visión alternativa. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 10(16), 111-117. <https://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/58>
- Guivernau, A. (2024). *Evolución y desafíos del sector turístico en Latinoamérica*. OBS Business School. https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/OBS_Latinoamerica.pdf
- Hernández, Y., Torres, L., y Martín, R. (2024). Pautas estratégicas para la gestión de los destinos turísticos cubanos. *Cooperativismo y Desarrollo*, 12(2), e641. <http://scielo.sld.cu/pdf/cod/v12n2/2310-340X-cod-12-02-e641.pdf>
- Leff, E. (2012). *Aventuras de la epistemología ambiental*. Siglo XXI Editores.
- Leff, E. (2018). *El fuego de la vida: Heidegger ante la cuestión ambiental*. Siglo XXI Editores.
- Moral, S., y Orgaz, F. (2017). Turismo y desarrollo sostenible: Conceptualización, evolución y principios. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 22. <http://www.eumed.net/rev/turedes/22/turismo-desarrollo-sostenible.html>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2025). *La inversión en el sector turístico de América Latina y el Caribe*. ONU Turismo. <https://doi.org/10.18111/9789284426003>
- Orgaz, F., y Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo: Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, (31), 00008. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008&lng=es&tlng=es
- Prats, L. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social*, (21), 17-35. <https://www.redalyc.org/pdf/1809/180913910002.pdf>

- Sánchez, V., Gómez, C., Coronado, C., y Valenzuela, W. (2017). Imaginarios ambientales y de educación ambiental de los estudiantes y docentes de la Institución Educativa Agrotécnico Mixto, municipio de Belén de los Andaquíes (Caquetá). *Revista Educación y Humanismo*, 19(32), 126-144. <http://dx.doi.org/10.17081/eduhum.19.32.2537>
- Sinche, F., Mariño, J., y Gonzales, W. (2021). Fundamentos éticos de la educación ambiental bajo la perspectiva globalizada de la era del conocimiento. *Revista de Filosofía*, 98(2), 340-355. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/filosofia/article/view/36728/39668>
- Tovar Cardozo, M. Á., Castañeda Muñoz, J. D., Sánchez Pimentel, H., y Torrejano Peralta, H. (2021). Currículo y cultura ambiental desde el contexto de la ética del cuidado: Un estudio de caso en Colombia. *Revista Conrado*, 17(83), 488-498. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v17n83/1990-8644-rc-17-83-488.pdf>
- UN Environment Programme (UNEP). (2024). *Annual Report 2023*. UNEP. <https://www.unep.org/resources/annual-report-2023>
- UNESCO. (2024a, 17 de junio). *En México, inicia capacitación de la UNESCO para gestión de visitantes y participación comunitaria en turismo y patrimonio para América Latina y el Caribe*. UNESCO. <https://www.unesco.org/es/articles/en-mexico-inicia-capacitacion-de-la-unesco-para-gestion-de-visitantes-y-participacion-comunitaria-en>
- UNESCO. (2024b). *Green school quality standard: Greening every learning environment*. UNESCO. <https://doi.org/10.54675/LOCX2930>
- UNESCO. (2025, 11 de noviembre). *COP30: UNESCO calls for urgent action to accelerate green schools*. UNESCO. <https://www.unesco.org/en/articles/cop30-unesco-calls-urgent-action-accelerate-green-schools>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2023). *International tourism highlights, 2023 edition: The impact of COVID-19 on tourism (2020-2022)*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284424986>
- Zavala, M., y Ferro, L. (2023). *Turismo, patrimonio e innovación en el contexto actual*. Universidad de Colima. https://irpmzcc2.org/upload/libreria/archivos/527_turismo-patrimoni-e-innovacion-en-el-contexto-actual_202402131140.pdf

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





Turismo de naturaleza y ecoturismo pos-COVID: Una propuesta de desarrollo sostenible para Paipa, Boyacá

Chapter 6. Nature tourism and post-COVID ecotourism: A sustainable development proposal for Paipa, Boyacá

Olga Lilihet Matallana Kuan

olga.matallana@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-3563-1668>

Yasmín Díaz Chacón

yasmin.diaz@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-8351-5012>

Gustavo Cano Estepa

gustavo.cano@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-3604-211X>

Resumen

Este capítulo presenta un modelo aplicado de turismo de naturaleza pos-COVID, construido a partir de un enfoque participativo y validado territorialmente, que integra criterios de sostenibilidad, bioseguridad y diversificación productiva, con potencial de réplica en municipios intermedios de Colombia. Su propósito es compartir la experiencia desarrollada en Paipa (Boyacá), orientada a adaptar modelos turísticos existentes a las particularidades del territorio, con el fin de contribuir a la reactivación económica en el contexto pospandemia. El diseño del modelo parte del reconocimiento de nuevas dinámicas en la demanda turística, en las que el turista contemporáneo prioriza espacios abiertos, seguros, orientados al bienestar y al contacto con la naturaleza tras los periodos de confinamiento.

La reactivación del turismo en escenarios pospandemia requiere superar iniciativas aisladas y avanzar hacia modelos integrales que permitan comprender, organizar y orientar las interacciones entre actores, recursos, procesos y resultados en el territorio.

En este marco, el capítulo propone un modelo de turismo de naturaleza y ecoturismo pos-COVID para Paipa, concebido como una herramienta analítica y operativa que articula sostenibilidad ambiental, gobernanza local, gestión del riesgo sanitario y diversificación de la oferta turística.

Paipa cuenta con ventajas competitivas asociadas a su riqueza natural, gastronómica y comunitaria. Como resultado, el modelo identifica los principales subsectores de la cadena turística priorizando la articulación con actores institucionales como CORTUPAIPA, la Secretaría de Desarrollo Económico municipal y la Cámara de Comercio de Duitama. Asimismo, se proponen nuevas rutas y servicios ecoturísticos, posibles alianzas estratégicas y recomendaciones para un plan de posicionamiento y diversificación del turismo, orientado a fortalecer la economía local, beneficiar a las comunidades receptoras y consolidar el turismo de naturaleza como eje de desarrollo territorial sostenible.

Palabras clave: turismo, turismo ecológico, ecoturismo, equilibrio ecológico, estrategia de desarrollo, desarrollo sostenible

Abstract

This chapter presents an applied model of post-COVID nature tourism, built on a participatory approach and validated territorially, which integrates criteria of sustainability, biosecurity and productive diversification, with the potential to be replicated in intermediate-sized municipalities in Colombia. Its purpose is to share the experience developed in the municipality of Paipa (Boyacá), aimed at adapting

existing tourism models to the specific characteristics of the territory, in order to contribute to economic reactivation in the post-pandemic context. The model's design stems from the recognition of new dynamics in tourism demand, in which contemporary tourists prioritize open, safe spaces focused on well-being and contact with nature after periods of confinement.

The reactivation of tourism in post-pandemic scenarios requires moving beyond isolated initiatives and toward comprehensive models that allow us to understand, organize and guide the interactions between actors, resources, processes and outcomes in the region. Within this framework, this chapter proposes a post-COVID nature and ecotourism model for Paipa, conceived as an analytical and operational tool that integrates environmental sustainability, local governance, health risk management and diversification of the tourism offerings.

Paipa possesses competitive advantages associated with its natural, gastronomic and community-based wealth. As a result, the model identifies the main subsectors of the tourism value chain, prioritizing collaboration with institutional actors such as CORTUPAIPA, the Municipal Secretariat of Economic Development and the Duitama Chamber of Commerce. Furthermore, it proposes new ecotourism routes and services, potential strategic alliances, and recommendations for a tourism positioning and diversification plan aimed at strengthening the local economy, benefiting host communities and consolidating nature tourism as a driver of sustainable territorial development.

Keywords: tourism, ecological tourism, ecotourism, ecological balance, development strategy, sustainable development

Introducción

La pandemia provocó un cambio drástico en la economía y en las dinámicas sociales y productivas, la emergencia interrumpió gran parte de las actividades lucrativas y el turismo se vio gravemente afectado. En Colombia, las cifras durante pandemia demostraron bajo dinamismo: en el 2019 el valor agregado turístico nacional fue de 20 705 millones de pesos muy por debajo de las dinámicas que se venían mostrando en años anteriores; para abril del 2024 esta cifra se situó en 33 374 millones de pesos, aumentando 31,8 % frente al 2019 y teniendo un comportamiento similar al de antes del confinamiento (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2025).

La COVID-19 impactó de manera significativa la actividad turística, desacelerando su crecimiento y transformación. Se destaca la actual preferencia por destinos apacibles, sostenibles y con alto valor natural y cultural, donde los visitantes puedan vivir experiencias auténticas y significativas. En este marco, el fortalecimiento del turismo de naturaleza en Paipa emerge como un reto estratégico que implica armonizar las dimensiones económica, social y ambiental, bajo un enfoque orientado

a la sostenibilidad. En este sentido, la consolidación de un modelo de sostenibilidad territorial requiere un análisis profundo de los factores que inciden en las dinámicas regionales y que condicionan su desarrollo socioeconómico.

Para ello se requiere reconocer y potenciar las oportunidades que ofrece el turismo de naturaleza, reducir sus riesgos y promover una articulación efectiva entre los distintos actores involucrados para fortalecer el diseño e implementación de acciones concretas en el corto, mediano y largo plazo, orientadas a consolidar un modelo turístico más equilibrado, competitivo y sostenible (Tarapuez et al., 2025).

La COVID-19 impuso protocolos de seguridad y confinamiento generando desaceleración económica y graves problemas financieros a muchas empresas del servicio turístico en los entornos locales. Pensando en ello, y con el propósito de recuperar la dinámica del sector turístico y la economía regional, se plantearon diversas alternativas de servicios turísticos para Boyacá, particularmente en Paipa, cuyo enfoque tradicional ha estado centrado en el termalismo, y que ante la crisis vio reducidas sus cifras de visitantes generando graves repercusiones económicas en la comunidad en general, obligándola a pensar en otras propuestas turísticas.

Pensando en ello se formuló el proyecto Modelo pos-COVID para turismo de naturaleza y ecoturismo en el municipio de Paipa-Boyacá, el cual fue presentado por la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN) y avalado por medio de convocatoria interna de la UNAD, en la que se plantea cómo formular un modelo turístico de naturaleza y ecoturismo pos-COVID para Paipa, en pro de la reactivación económica del sector.

En la investigación se propuso un modelo de turismo de naturaleza y ecoturismo que incorpora lineamientos de distanciamiento físico y normas de bioseguridad, con el fin de proporcionar bienestar y seguridad a los visitantes, empresarios y habitantes locales. Este modelo busca ofrecer una experiencia enriquecedora y segura para los locales y los foráneos, promoviendo actividades turísticas diversificadas que respondan a las nuevas exigencias del contexto pospandemia.

El turismo de naturaleza se plantea como una herramienta para la reactivación turística, que ha sido identificado en Colombia como una opción para las actividades comunitarias y para el desarrollo de la nación. No obstante, la gestión de los servicios del turismo dentro de su cadena de valor genera impactos fuertes en la economía y población local. Esto unido a problemas socioculturales, económicos y ambientales generados por la poca responsabilidad de las prácticas hacia la naturaleza, ocasionadas posiblemente por las representaciones sociales sobre las condiciones ambientales y socioeducativas que tienen los seres humanos (García-Capdevilla et al., 2024).

Para autores como Sánchez et al. (2023), el turismo de naturaleza se vincula estrechamente con los principios del turismo sostenible, ya que se desarrolla

principalmente en entornos naturales y pone en valor la biodiversidad y los ecosistemas. En este contexto adquieren especial importancia los parques naturales, las áreas protegidas, el ecoturismo, el turismo rural y el agroturismo, así como la participación de las comunidades locales en los procesos de planificación y desarrollo turístico del territorio. En el caso de la identificación de buenas prácticas de conservación y la participación comunitaria, los mayores niveles de éxito se presentaron donde se integraron mecanismos de cogestión, se incluyeron los saberes ancestrales y se generó la participación de la comunidad (Suárez-Altamirano, 2025).

El buen manejo de los atractivos turísticos requiere un enfoque respetuoso hacia las comunidades anfitrionas, la honestidad en la oferta de servicios y la transparencia en las condiciones propuestas al visitante. Este enfoque no solo promueve prácticas turísticas éticas, sino que también incorpora un componente educativo, al permitir que los visitantes adquieran nuevos conocimientos sobre los territorios visitados y establezcan una interacción significativa con sus recursos naturales y culturales.

Además, el turismo sostenible puede actuar como un catalizador del desarrollo local al fomentar la participación democrática y equitativa para el que visita y para las comunidades receptoras. Estas, a su vez, pueden acceder a un empleo digno, generación de ingresos y acceso a servicios adicionales contribuyendo así a la reducción de las desigualdades económicas y sociales.

Contenido teórico

Como fundamentación teórica se establecen algunos aspectos relevantes en torno a la actividad económica, como que el turismo es una actividad de carácter social, cultural y económico que implica el traslado de individuos a destinos distintos de su entorno cotidiano, ya sea por razones personales, laborales o comerciales. Quienes realizan estos desplazamientos son conocidos como viajeros, y pueden clasificarse como turistas o excursionistas, sean residentes o no del lugar visitado.

Esta práctica incluye diversas acciones, muchas de las cuales generan gasto turístico (Organización Mundial del Turismo, s. f.).

Entender cómo los turistas construyen socialmente sus percepciones sobre la naturaleza es fundamental, ya que dichas percepciones influyen en la forma en que se relacionan con el entorno natural y en el grado de compromiso que desarrollan hacia su conservación, constituyendo un campo que aún ha sido poco explorado. En este contexto, el turismo de naturaleza ha sido definido de diversas maneras de transformación productiva. Este tipo de turismo comprende aquellas actividades cuyo principal interés es disfrutar, observar y valorar los entornos naturales, así como conocer las manifestaciones culturales tradicionales vinculadas a estos espacios.

Es esencial repensar la forma en que el turismo utiliza los recursos naturales y los impactos que ocasiona por lo que, además de las actuales estrategias y políticas desarrolladas en el marco de la sostenibilidad, se sugiere incluir en el debate posibles escenarios alternativos en torno a la contención turística y al decrecimiento (Capdepón, 2023). El ecoturismo representa una modalidad turística y una filosofía que cuestiona la relación tradicional entre el ser humano y la naturaleza. Su propuesta va más allá de evitar daños evidentes, exige una participación en la regeneración de los ecosistemas. Esta visión transformadora enfrenta un desafío constante: demostrar que el interés económico no está reñido con la preservación ecológica (Gómez y Onofre, 2025).

Dinámicas de turismo de naturaleza y ecoturismo en Colombia

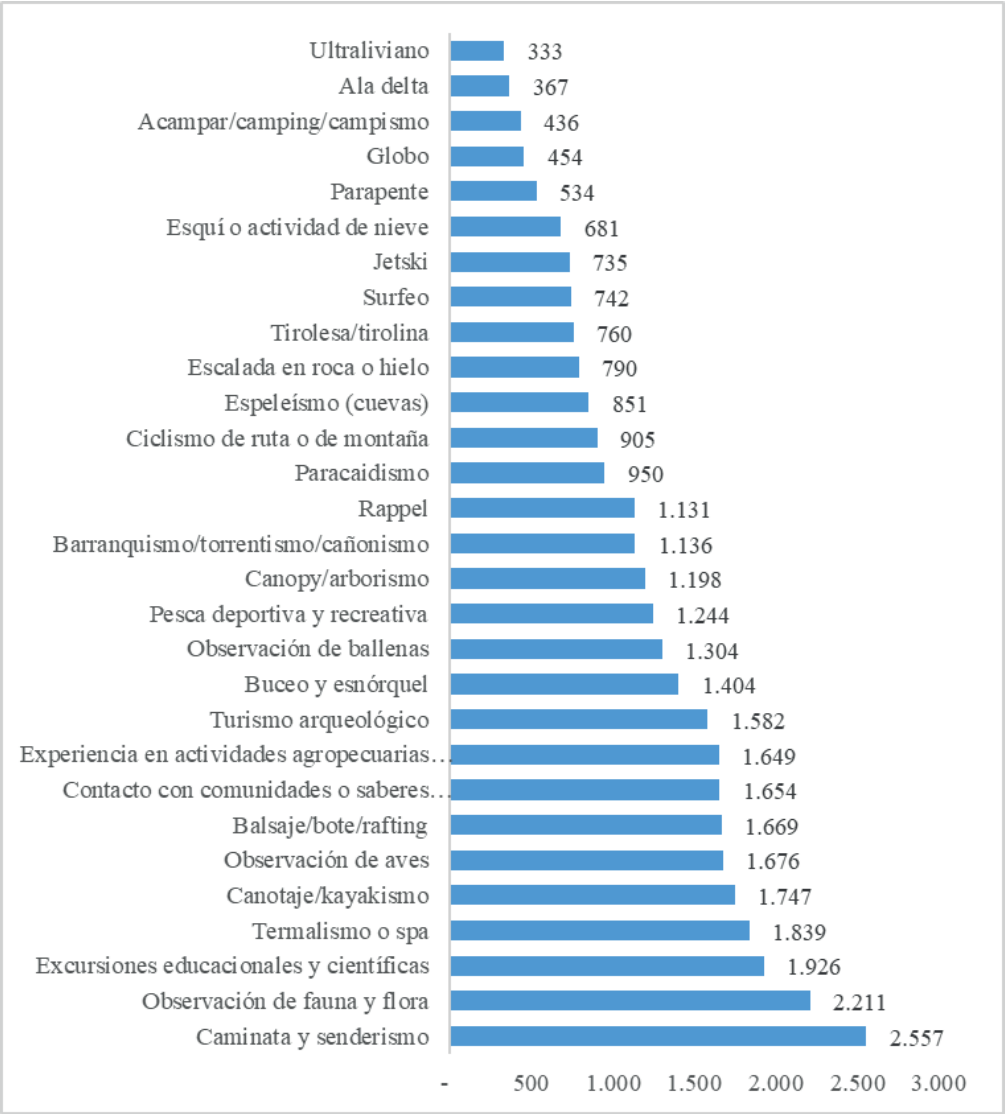
El ecoturismo comenzó a consolidarse en los años ochenta. Hasta el 2017, esta actividad se ha regido por tres principales marcos normativos: la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo, artículos 26 al 31), el Decreto 2372 del 2010 que regula el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, y la Resolución 531 del 2013 que establece las directrices para el ecoturismo en los parques nacionales naturales (PNN).

Según lo presentado en la figura 33, las actividades más representativas dentro del turismo de naturaleza en Colombia corresponden a aquellas de carácter contemplativo, como las caminatas ecológicas, la observación de flora y fauna, y las salidas con fines educativos o científicos. Estas prácticas requieren una infraestructura mínima y pueden desarrollarse en diversas regiones del país, lo cual pone en evidencia el potencial que tienen tanto Colombia como el departamento en este tipo de turismo.

El informe *Construcción de estadísticas de turismo de naturaleza* del programa Colombia Productiva (2015), menciona que en Boyacá había 125 prestadores de turismo de naturaleza, representando el 2,4 % del total nacional. Estos operadores se distribuyen así: agencias de viajes (47), concesionarios de servicios turísticos en parque (1), establecimientos de alojamiento y hospedaje (51), guía profesional de turismo (18), oficina de representación turística (6) y parques temáticos (2), lo que ratifica la importancia de este renglón en la economía regional.

Como parte de los elementos teóricos del modelo se tuvieron en cuenta ideas fuerza de autores contemporáneos que ratifican posturas de autores clásicos en turismo. En la tabla 13 se describen en detalle.

Figura 33. Cantidad de prestadores de turismo de naturaleza por actividad



Fuente: Construcción de estadísticas de turismo de naturaleza (Colombia Productiva, 2015).

Tabla 13. Conceptos de autores sobre el turismo

Autor/año	Concepto principal	Relación con el modelo propuesto
Jackson, L. A. (2025)	Turismo comunitario como enfoque sostenible que empodera comunidades y promueve desarrollo inclusivo.	Refuerza la importancia de la participación comunitaria y equidad socioeconómica, alineada con la inclusión de actores locales y gobernanza del modelo.
Vélez Reyes, B. V. (2025)	Ecoturismo como estrategia para desarrollo local sostenible en zonas rurales.	Respalda la diversificación de oferta y sostenibilidad ambiental, pilares del modelo para dinamizar servicios turísticos basados en naturaleza.
Garnica-Jarrín, L., y Yépez Vera, A. E. (2025)	Ecoturismo reduce impactos ambientales y genera beneficios sociales y económicos.	Apoya el componente de impacto socioeconómico positivo, especialmente en economía local y conservación ambiental.
Priatmoko, S., Rahmat, A. F., Isnugroho, E., Bujdosó, Z., y Dávid, L. D. (2025)	Turismo comunitario rural (CBT) y su marco conceptual.	Refuerza la estructura de actores e insumos del modelo, mostrando cómo las comunidades gestionan y se benefician del turismo.
Jameel, A., Hussain, A., Kanwel, S., y Guo, W. (2025)	Desarrollo sostenible del turismo rural con ayuda de sistemas y apoyo comunitario.	Conecta con la participación comunitaria y capacidades locales, componentes clave del modelo para sostenibilidad y cohesión territorial.
Capucho, J., Leitão, J., y Alves, H. (2025)	Conexiones entre bienestar, economía del turismo y desarrollo sostenible.	Ofrece una visión integradora de sostenibilidad económica y social, útil para articular beneficios del modelo.
Sumanapala, S., y Gamage, S. (2024)	Revisión de CBT en desarrollo rural sostenible y cohesión social.	Respalda el componente socioeconómico y cultural, y la integración de actores y recursos locales del modelo.
Suárez, A. Y. (2024)	Turismo comunitario y sostenible: impactos económicos, sociales y culturales.	Apoya el enfoque de impactos múltiples (sociales, culturales, económicos) contemplados en el modelo.
Sengduangchanh, M., Keodouangsa, B., Phommakhod, V., Khamphavongsy, V., y Banhnavong, V. (2025)	Rol de participación comunitaria en gestión y desarrollo de turismo sostenible.	Refuerza la relación entre participación e impacto organizativo (gestión y desarrollo sostenible) del modelo.
Serio, R., Dickson, M., Espa, G., y Micciolo, R. (2025)	Comportamientos proambientales entre jóvenes aplicados al turismo sostenible.	Complementa el modelo en la fase de demanda turística, muy pertinente para entender preferencias y experiencias del viajero dentro del modelo turístico.

Fuente: elaboración propia.

Metodología

Este estudio se desarrolla bajo un enfoque descriptivo, centrado en analizar el fenómeno en el contexto específico del periodo posterior a la pandemia de la COVID-19. Según Méndez (2013), estos estudios permiten identificar características demográficas, conductas, actitudes y comportamientos específicos de los sujetos investigados, así como explorar posibles relaciones entre variables. Para ello, se emplean técnicas como entrevistas y la participación de grupos focales o consulta de expertos.

El método de investigación es inductivo (de lo particular a lo general), se parte de los elementos individuales y a partir de ellos se generaliza para llegar a un enunciado, y teniendo en cuenta el grado de generalización del estudio puede ubicarse como investigación-acción, al tratar de unir la investigación y la práctica y orientar los resultados a la toma de decisiones. Al respecto, Elliott (1993) puntualiza que “la investigación-acción se entiende como el estudio de una situación social para tratar de mejorar la calidad de la acción en la misma” (p. 88).

Como instrumentos de recolección de información se realizaron análisis bibliográficos para plantear el modelo ajustado a la realidad del territorio y la situación en la pospandemia, entrevistas a los actores seleccionados (entes gubernamentales, empresarios) y reuniones con la comunidad para conocer sus percepciones (líderes comunitarios de Palermo, Paipa) y de otras veredas donde se encontraron atractivos turísticos poco explorados.

Resultados

El turismo puede entenderse como una dinámica social que implica el desplazamiento temporal y voluntario de personas, de forma individual o colectiva, desde su lugar de residencia hacia otros destinos, principalmente con fines de recreación, descanso, salud o enriquecimiento cultural. Durante su estancia, no realizan actividades laborales remuneradas, pero generan múltiples vínculos e impactos de relevancia económica, cultural y social (Gurría, 2003, p. 27).

El mercado ecoturístico es el segmento del mercado del turismo que crece más rápido a nivel mundial, un 20 % anual, dos o tres veces más que el sector turístico normal, puesto que se caracteriza por el viaje responsable en áreas naturales, promoviendo el cuidado y la conservación del medio ambiente. Desde el 2015, las personas muestran un interés por pagar más a empresas que favorezcan el ecoturismo, insertando los valores éticos del cuidado y la conservación por la naturaleza y sus ambientes culturales. El 95 % de los consumidores piden que la industria hotelera tenga “iniciativas verdes”, situación que se posicionó con más fuerza en la pospandemia (Deloitte, 2015; Responsible Travel, 2015).

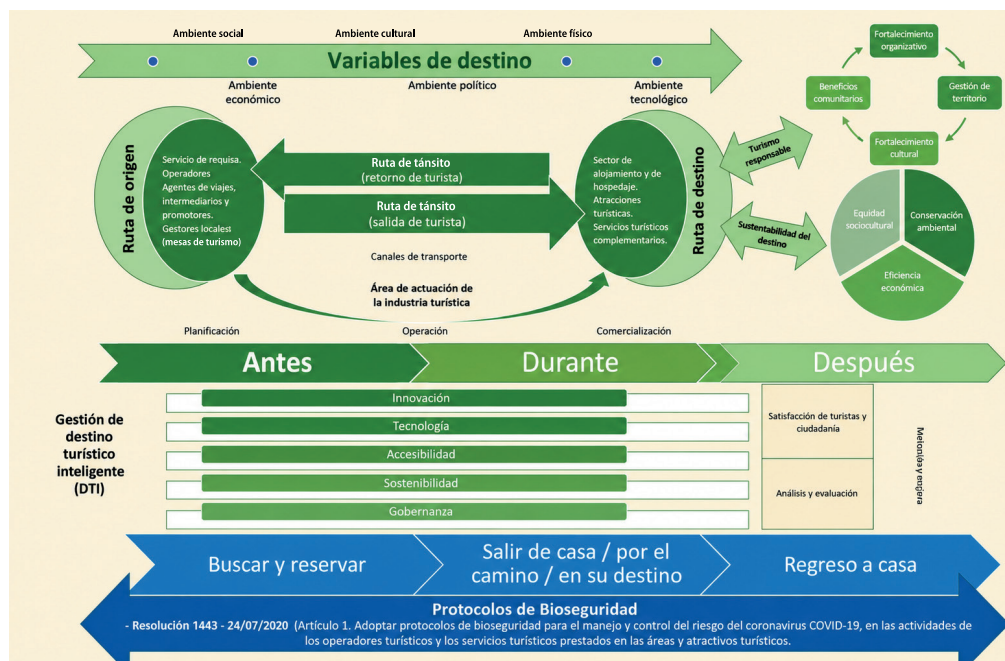
Gretzel et al. (2015) proponen un modelo que se centra en la experiencia del viajero a lo largo de tres etapas: antes, durante y después del viaje. En la fase previa, se incluyen procesos como la búsqueda de información, planificación y reserva. Durante el viaje, se contemplan aspectos relacionados con la movilidad, transporte y desarrollo de la experiencia turística. Finalmente, en la etapa posterior, se aborda el retorno, la evaluación de la experiencia vivida y los mecanismos de fidelización del viajero. Este punto de vista genera un panorama acertado de la actividad turística que impone a las fuerzas vivas del sector repensar las actividades ofrecidas para generar en el visitante un servicio integral y satisfactorio en su visita a Paipa.

Es importante destacar que la sostenibilidad del turismo requiere preservar el patrimonio natural, la integridad ecológica, la biodiversidad y los sistemas de medios de vida de las comunidades. Para ello, es fundamental un enfoque integral que articule de manera equilibrada las dimensiones ambientales, económicas y socioculturales. Solo con esta visión holística se consolida un modelo de turismo sostenible capaz de asegurar la viabilidad del sector tanto a corto como a largo plazo frente a los desafíos del cambio climático (Campos Herrero et al., 2022).

Es por ello que el modelo propuesto también incluye dimensiones sociales, culturales, ambientales y económicas, que se establecen en los lineamientos de turismo sostenible y comunitario, destacando aspectos de fortalecimiento organizativo tanto en los entes gubernamentales como en las empresas privadas, promoviendo el desarrollo económico, pero con claros criterios de conservación y cuidado del entorno, favoreciendo la comunicación autóctona y la equidad social y cultural (Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos, 2018; Scheyvens, 1999). Cabe resaltar que autores como González-Infante et al. (2021) consideran que el turismo sostenible tiene fuertes vínculos con el espacio geográfico, el contexto, riesgos biológicos y naturales, así como con la gestión estratégica, la planificación, los procesos de la industria turística y el desarrollo local y sectorial. Los temas más actuales están relacionados con el papel de las comunidades locales y los actores de las empresas turísticas, como clientes, proveedores y competidores, así como con la implementación del turismo sostenible en destinos turísticos.

También se incluyen en el modelo protocolos y bioseguridad pos-COVID, acorde a lo normado en la Resolución 1443 del 2020 de Colombia, que establece los cuidados durante la experiencia turística. Como resultado se puede apreciar el modelo de turismo de naturaleza propuesto en la figura 34, que sintetiza los elementos considerados anteriormente como un ejemplo de cómo se pueden integrar teoría y normativas vigentes en el diseño de sistemas turísticos adaptados a la naturaleza, al contexto pospandemia y a la región.

El enfoque desarrollado en esta investigación trasciende la formulación de una propuesta aislada y se consolida como un modelo de turismo de naturaleza y ecoturismo, en la medida en que articula de manera estructurada componentes, relaciones y resultados dentro de un sistema turístico territorial.

Figura 34. Modelo de turismo de naturaleza

Fuente: elaboración propia.

El modelo se configura a partir de insumos como los recursos naturales y culturales del municipio, el marco normativo vigente, las capacidades locales y las tendencias del turismo pos-COVID; incorpora procesos orientados a la planificación participativa, el diseño de rutas, la gestión de bioseguridad, la articulación de la cadena turística y la diversificación de la oferta; e involucra actores clave como comunidades locales, empresarios del sector, autoridades municipales, entidades de promoción turística y la academia.

Como resultados esperados, el modelo proyecta la reactivación económica sostenible, la generación de experiencias turísticas seguras y diferenciadas, el fortalecimiento del tejido social y empresarial, y la conservación del patrimonio natural y cultural. En este sentido, se trata de un modelo conceptual-operativo, validado en el territorio de Paipa, con capacidad de replicabilidad en otros municipios con vocación de turismo de naturaleza que enfrenten desafíos similares en contextos pospandemia.

Diversificación de la oferta turística en Paipa

En la investigación se consideró fundamental involucrar a las autoridades municipales en un trabajo mancomunado, con respaldo académico y aprovechando la información disponible en el territorio. Aliados como la Secretaría de Industria, Comercio

y Turismo de Paipa, así como de otras entidades vinculadas al sector, como CORTU-PAIPA y la Cámara de Comercio de Duitama, fueron importantes para identificar nuevos sitios y actividades y generar sinergias entre los distintos actores del turismo local. Este ejercicio permitió incorporar la visión gubernamental, estrechamente articulada con el Plan de Desarrollo Municipal del momento, lo que fortaleció la coherencia y pertinencia del modelo planteado.

En este proceso, se realizaron visitas a diversos lugares de interés como El Tábe, que presenta una propuesta artesanal basada en tejidos de lana elaborados en telar tradicional. También se visitaron distintas fincas agroturísticas ubicadas en Paipa, las cuales ofrecen experiencias como rutas ecológicas, contacto directo con la naturaleza, sesiones de yoga y propuestas de agroturismo innovadoras y auténticas, como el Club Campestre La Granja, que ofrece espacios orientados a la desconexión. Otro ejemplo destacado de la oferta diversificada en Paipa es la granja La Morenita, donde, además de fabricar quesos de cabra, se brinda a los visitantes la posibilidad de recorrer un sendero agroecológico y conocer cada etapa de elaboración y maduración del queso de cabra; o la oferta gastronómica de Paipa Cheese Experience, que destaca el queso Paipa y su denominación de origen, ofreciendo una manera diferente para su consumo y destacando los productos ancestrales del campo boyacense.

Igualmente, se exploró el Parque Agroecoturístico Atisbe, conformado por varias propiedades privadas que integran acciones en torno a la conservación ambiental, la educación por medio de la granja interactiva, el senderismo ecológico, la gastronomía típica y la cultura campesina. Este parque se presenta como una alternativa local comparable a experiencias como Panaca en el Eje Cafetero, pero adaptada a la identidad y vocación rural de Paipa (figura 35).

Figura 35. Visita a Atisbe



Fuente: elaboración propia. Fotografía realizada en visita de campo.

La revisión bibliográfica permitió identificar que la recuperación del sector turístico se orienta, en primera instancia, hacia los desplazamientos locales o de corta distancia. Este proceso exige acciones conjuntas que prioricen el bienestar de las personas, fomenten prácticas de viaje responsables y fortalezcan lazos solidarios con las comunidades anfitrionas, por medio de acuerdos y recomendaciones orientadas al cuidado mutuo. La pandemia y el confinamiento han transformado las motivaciones del viajero, generando una mayor conciencia hacia formas de turismo más sostenibles y comprometidas (García, 2021).

Estas visitas permitieron ratificar el anterior postulado y conocer de primera mano las experiencias ofertadas, identificar buenas prácticas y mostrar oportunidades de articulación dentro del modelo turístico propuesto. Asimismo, se fomentaron prácticas inclusivas y la colaboración entre los diversos actores del territorio. Como resultado de las visitas, se concluye que los actores turísticos necesitan conocerse entre sí para articular redes y establecer acuerdos comerciales que beneficien a todos.

Ruta turística propuesta

Con el fin de diseñar la ruta turística, se seleccionó como destino el corregimiento de Palermo, situado en Paipa, municipio de Boyacá. Esta zona rural presenta un clima templado, con una altitud aproximada de 2 200 metros sobre el nivel del mar y una temperatura promedio de 23 °C. Palermo limita con los municipios de Charalá y Gámbita (en Santander), así como con Paipa, Duitama y Sotaquirá (figura 36).

Figura 36. Vista del parque central de Palermo (Paipa)



Fuente: elaboración propia. Fotografía realizada en visita de campo.

Allí se visitó a representantes de la comunidad, entre ellos don Joaquín Ramírez, un líder comunal de más de 80 años, ampliamente reconocido en la región. Junto con otros líderes comunitarios como Gilma Tamayo, han impulsado gestiones significativas para dotar al corregimiento de mejores vías, un colegio y un puesto de salud. Don Joaquín es un ejemplo inspirador para las nuevas generaciones de líderes, encarnando una visión de bienestar colectivo (figura 37).

Figura 37. Recorrido con Joaquín Ramírez en Palermo (Paipa)



Fuente: elaboración propia. Fotografía realizada en visita de campo.

Palermo no solo destaca por su riqueza natural y el potencial para el desarrollo del turismo de naturaleza, con atractivos como cascadas y senderos ecológicos, sino también por su oferta gastronómica, en la que se incluyen amasijos tradicionales, quesos artesanales y café de excelente calidad. Asimismo, se está consolidando el turismo deportivo, especialmente las rutas ciclísticas que despiertan gran interés entre los aficionados a esta práctica.

A partir del trabajo de entrevistas con la comunidad, las autoridades locales y gubernamentales, así como del análisis de los posibles senderos, se identificaron tres rutas que han sido utilizadas tradicionalmente, aunque presentan dificultades para su operación debido a que su acceso atraviesa predios privados que requieren de esfuerzos conjuntos de los propietarios y entes gubernamentales para poder operarlos. Entre ellas se visitó la conocida como “ruta La Virgen”, la cual representa un trayecto de menor exigencia y cuyo acceso se realiza a través de una carretera veredal (figura 38).

Figura 38. Ruta La Virgen



Fuente: elaboración propia. Fotografía realizada en visita de campo.

La ruta a La Muela es un lugar ampliamente reconocido, tanto por su nivel de exigencia física para los deportistas como por ofrecer una excelente oportunidad para apreciar el entorno paisajístico de Palermo.

Esta ruta se caracteriza por su terreno con pendientes pronunciadas, lo que requiere un esfuerzo físico considerable, convirtiéndola en un desafío atractivo para montañistas. A lo largo del recorrido, los visitantes pueden disfrutar de la belleza natural del paisaje y del avistamiento de flora y fauna silvestre, elementos que constituyen los principales atractivos del lugar y lo posicionan como un destino ideal para la práctica del senderismo ecológico (figura 40).

Figura 39. Ruta La Muela



Fuente: elaboración propia. Fotografía realizada en visita de campo.

El trayecto implica un ascenso de dificultad, lo que lo convierte en una experiencia exigente para los visitantes. Desde la cumbre es posible apreciar la cordillera y terrenos de los departamentos de Boyacá y Santander. Este punto estratégico, aunque actualmente no cuenta con servicios turísticos formales, ofrece un potencial significativo para la práctica de actividades como el parapente, permitiendo disfrutar de uno de los paisajes más impactantes de la región.

La demarcación de este sendero se entregó a la Alcaldía Municipal de Paipa, para que se gestione la señalización correspondiente y se generen senderos autorizados con las recomendaciones necesarias (figura 40).

La ruta se entregó en términos de diseño y la implementación corresponderá a los actores involucrados, que son los llamados a tomar acciones para que esta investigación se haga realidad. Finalmente, identificar nuevos atractivos permitirá generar un plan de mercado y posicionamiento del turismo boyacense, como una alternativa viable para los turistas y un eje fundamental para el crecimiento de empresarios y comunidades locales.

En general, las recomendaciones dirigidas a la comunidad se centran en fortalecer la gestión turística, ya que se requiere una mayor capacitación en primeros auxilios, conocimiento profundo de la región y el desarrollo de estrategias comerciales efectivas.

Desde la perspectiva económica, es importante fortalecer y diversificar la oferta de operadores turísticos y guías tanto en Paipa como en la vereda, incentivando la formalización y capacitación para mejorar la calidad del servicio. Es fundamental apoyar a los habitantes del territorio promoviendo iniciativas que generen empleo y oportunidades sostenibles vinculadas al turismo ecológico.

Además, se sugiere trabajar en la sensibilización y participación comunitaria para que los residentes valoren y respalden la propuesta de un nuevo modelo de turismo ecológico, reconociendo sus beneficios potenciales para el ambiente y las comunidades.

Los propietarios de hoteles o negocios dedicados al turismo que fueron entrevistados perciben que el confinamiento generó afectaciones en su estabilidad económica y capacidad de inversión. Sin embargo, mantienen expectativas positivas hacia la recuperación impulsada por el creciente interés en el turismo sostenible. Respecto al nuevo modelo de turismo ecológico, los empresarios manifiestan apertura y disposición para adaptarse, reconociendo su potencial para diversificar la oferta y atraer un público más consciente. Asimismo, destacan la importancia de establecer alianzas estratégicas que fortalezcan la capacidad de intervención empresarial, permitan optimizar recursos y fomenten un desarrollo integral y sostenible del sector turístico en la región, pues se identifica que se requiere generar espacios de confianza para que se den las posibles alianzas.

Las entidades públicas tienen un rol determinante, promoviendo activamente la región, su visibilidad y la atracción turística y de inversión. Además, deben liderar campañas de sensibilización dirigidas a la población, empresas privadas y autoridades locales, con el fin de destacar la importancia y el valor de la naturaleza y cultura del territorio, siendo vital que existan visiones de largo plazo en estas iniciativas para generar un desarrollo sostenido y sostenible. Es igualmente crucial que estas entidades faciliten mecanismos de financiamiento o gestión de recursos orientados a apoyar a los empresarios del sector, fortaleciendo así la capacidad productiva y fomentando la consolidación de un turismo responsable y competitivo. Se ha avanzado y hay ejercicios positivos como la difusión de rutas alternativas en Paipa o la generación permanente en eventos que atraen turistas, pero se requiere algo similar para fortalecer el ecoturismo y descentralizar las visitas más allá del casco urbano y las piscinas termales.

Esta modalidad de turismo de naturaleza promueve la autenticidad y las costumbres como un foco de interés, generando ingresos, fortaleciendo la identidad cultural y promoviendo la conservación del entorno natural. Además, representa una

oportunidad para diversificar la oferta turística, fomentar la economía solidaria y crear experiencias auténticas y sostenibles para los visitantes, pues en últimas la comunidad debe ser en primera instancia la más interesada en cuidar el entorno para evitar las externalidades negativas que se puedan presentar. A partir de los resultados obtenidos, se identifican diversas líneas para futuras investigaciones orientadas a profundizar y validar el alcance del modelo propuesto. En particular, se recomienda el desarrollo de estudios empíricos y longitudinales que permitan medir de manera sistemática los impactos socioeconómicos del turismo de naturaleza en términos de generación de empleo, ingresos, bienestar comunitario y fortalecimiento del capital social. Asimismo, resulta pertinente analizar la aplicabilidad y adaptabilidad del modelo en otros territorios con diferentes contextos institucionales, ambientales y productivos, a fin de evaluar su replicabilidad y robustez.

De igual forma, futuras investigaciones podrían profundizar en los mecanismos de gobernanza territorial y en los procesos de inclusión social que emergen de la implementación del modelo, especialmente en relación con la participación de mujeres, jóvenes y comunidades rurales. Finalmente, se plantea la necesidad de explorar la incorporación de herramientas tecnológicas y enfoques de turismo inteligente que contribuyan a optimizar la gestión de la experiencia turística, fortalecer la sostenibilidad ambiental y potenciar los efectos multiplicadores del turismo de naturaleza en escenarios de desarrollo territorial sostenible.

Conclusiones

El modelo propuesto se fundamenta en la adaptación e integración de marcos teóricos consolidados del sistema turístico, el turismo inteligente y el ciclo de la experiencia del viajero, los cuales son reinterpretados a la luz de las particularidades ambientales, socioculturales y productivas del territorio analizado, priorizando un enfoque participativo que involucra a comunidades locales, actores empresariales y entidades públicas. Se identifican insumos estratégicos, se delimitan procesos clave, se articulan roles y responsabilidades de los actores y se proyectan resultados orientados a la reactivación económica, el fortalecimiento del capital social y la preservación de los ecosistemas locales.

En este sentido, la investigación trasciende la descripción de experiencias aisladas o rutas específicas y aporta un modelo conceptual-operativo con capacidad de adaptación y replicabilidad. Dicho modelo puede ser aplicado en otros territorios con vocación de turismo de naturaleza que enfrenten desafíos similares en contextos de transformación pospandemia, contribuyendo tanto al debate académico sobre modelos territoriales de turismo sostenible como a la formulación de políticas públicas y estrategias locales de desarrollo turístico con enfoque integral y sostenible.

El modelo de turismo de naturaleza propuesto permite comprender de manera integral la dinámica del viaje del turista en entornos naturales, articulando

elementos clásicos del sistema turístico con enfoques contemporáneos como el turismo inteligente, la sostenibilidad y la gestión pos-COVID.

Este enfoque promueve una visión holística del destino, en la que la planificación, operación, comercialización y evaluación se enlazan con la gobernanza local, la innovación y la participación comunitaria para posicionar la industria en la región.

La participación de entidades como la Secretaría de Industria, Comercio y Turismo, CORTUPAIPA y la Cámara de Comercio de Duitama son vitales para convocar a la comunidad y empresarios en torno a un propósito común, poniendo en evidencia el potencial del territorio para consolidarse como un destino que integra el desarrollo económico con la preservación cultural y ambiental. Estas experiencias confirman la viabilidad de implementar un modelo turístico basado en la cooperación, el aprovechamiento del conocimiento local y la promoción de prácticas responsables.

Referencias

- Campos Herrero, C., Laso, J., Cristóbal, J., Fullana-i-Palmer, P., Albertí, J., Fullana, M., Herrero, Á., Margallo, M., y Aldaco, R. (2022). Tourism under a life cycle thinking approach: A review of perspectives and new challenges for the tourism sector in the last decades. *Science of the Total Environment*, 845, 157261. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2022.157261>
- Capdepón Frías, M. (2023). El turismo de naturaleza en España: De las políticas de recuperación post-pandemia a la propuesta de alternativas. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (99). <https://doi.org/10.21138/bage.3444>
- Capucho, J., Leitão, J., y Alves, H. (2025). Mapping and linking well-being, tourism economics, sustainable tourism and sustainable development: An integrative systematisation of the literature and bibliometric analysis. *Discov Sustain*, 6(291). <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01122-y>
- Colombia Productiva. (2015). *Estadísticas de turismo de naturaleza, 2015* [Informe]. Programa de Transformación Productiva.
- Decreto 2372 del 2010 (1 de julio), por el cual se reglamenta el Decreto-Ley 2811 de 1974 en relación con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas-SINAP y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial 47.757. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=39961>
- Deloitte. (2015). *Hospitality 2015: Game changers or spectators?*. Deloitte.
- Elliott, J. (1993). *El cambio educativo desde la investigación-acción*. Morata.

- García-Capdevilla, D. A., Velásquez-Valencia, A., y Hernández-Gil, C. (2024). Turismo de naturaleza y educación ambiental: Perspectivas de las políticas públicas en Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 14(1), 201-220. <https://doi.org/10.19053/uptc.20278306.v14.n1.2024.17631>
- García Saura, P. J. (2021). Impacto del COVID-19 en las economías colaborativas en el alojamiento: Estrategias post-COVID. En J. A. Fraiz Brea y N. Araújo Vila (Dirs.), *La actividad turística española en 2020: edición 2021* (pp. 71-78). Editorial Síntesis. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=854432>
- Garnica-Jarrín, L., y Yépez-Vera, A. E. (2025). El ecoturismo como impulsor de los emprendimientos para el desarrollo local. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-13. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1995>
- Gómez Cano, C. A., y Onofre Mendoza, N. O. (2025). Environmental impacts of ecotourism. *SAP Environmental Research and Ecotoxicity*, 4(183). <https://doi.org/10.56294/ere2025183>
- González-Infante, M. Á., Díaz-Pompa, F., Serrano-Leyva, B., y González-Montero, G. (2021). La cartografía del turismo sostenible a través de las publicaciones científicas: Avances en pos de la Agenda 2030. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 17(2), 167-182. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2021000200167>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., y Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Gurría DiBella, M. (2003). *Introducción al turismo (edición reimpressa o revisada)*. Trillas. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>
- Jackson, L. A. (2025). Community-based tourism: A catalyst for achieving the United Nations Sustainable Development Goals one and eight. *Tourism and Hospitality*, 6(1), 29. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6010029>
- Jameel, A., Hussain, A., Kanwel, S., y Guo, W. (2025). Advancing sustainable rural tourism in China: The role of system development and community support through a moderated mediation model. *Humanit Soc Sci Commun*, 12, 1960. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-06255-z>
- Ley 300 de 1996 (30 de julio), por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial 42.845. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>

- Méndez Álvarez, C.E. (2013). *Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales* (4.ª ed.). Limusa.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2025). *Observatorio Empresarial de Economía: Nota de línea, Turismo-abril 2025*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (s. f.). *Glosario de términos de turismo*. OMT. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos. (2018). *El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Buenas prácticas en las Américas* (Publicación conjunta). OMT y OEA. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419937>
- Priatmoko, S., Rahmat, A. F., Isnugroho, E., Bujdosó, Z., y Dávid, L. D. (2025). Digging up rural community-based tourism (CBT) in developing country, Indonesia's framework finding. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 61(3), 1420-1429. <https://doi.org/10.30892/gtg.61302-1512>
- Programa de Transformación Productiva. (2012). *Plan de negocio de turismo de naturaleza de Colombia*. Programa de Transformación Productiva.
- Resolución 531 del 2013 (4 de junio), por la cual se adoptan las directrices para el desarrollo del ecoturismo como estrategia de conservación en las áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. <https://vlex.com.co/vid/directrices-ordenamiento-permitidas-reas-439614326>
- Responsible Travel. (2015). *The case for responsible travel: Trends & statistics 2015*. Center for Responsible Travel (CREST).
- Sánchez Calero, A. de la C., Varona Leyva, F. L., Avilas Hernández, J. R., y Ochoa Ávila, M. B. (2023). Estudio bibliométrico en Scopus sobre el turismo de naturaleza en la gestión de destinos turísticos. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 10(1), 33-43. <https://doi.org/10.46677/compendium.v10i1.1169>
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245-249. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00069-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7)
- Sengduangchanh, M., Keodouangsa, B., Phommakhod, V., Khamphavongsy, V., y Banhnavong, V. (2025). The impact of community participation on sustainable tourism development: The mediating role of sustainable tourism management. *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*, 7(5). <https://www.ijfmr.com/research-paper.php?id=56463>

- Serio, R. G., Dickson, M. M., Espa, G., y Micciolo, R. (2025). *Youthful perspectives on sustainability: Examining pro-environmental behaviors in tourism through latent class cluster analysis* (arXiv:2504.02442). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2504.02442>
- Suárez-Altamirano, M. J. (2025). Turismo y desarrollo sostenible en Latinoamérica: Revisión sistemática. *Gestio et Productio. Revista Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 7(13), 585-605. <https://doi.org/10.35381/gep.v7i13.641>
- Suárez Barros, A. Y. (2024). Turismo comunitario y sostenible: Una revisión de iniciativas exitosas en países en desarrollo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 8469-8494. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14253
- Sumanapala, S., y Gamage, S. (2024). *Promoting sustainable rural development through community-based tourism*. MPRA.
- Tarapuez, E., Guzmán, B., y Parra, R. (2025). Turismo de naturaleza en Quindío (Colombia): Hacia una gobernanza para su desarrollo. *Tendencias*, 27(1), 178-206. <https://doi.org/10.22267/rtend.262701.291>
- Vélez Reyes, B. V. (2025). Ecoturismo y desarrollo local sostenible: Una revisión sistemática de literatura científica (2019-2024). *Revista Polo del Conocimiento*, 10(7), 2286-2306. <https://doi.org/10.23857/pc.v10i7.10019>

Implementación de indicadores de sostenibilidad económicos ETIS: Caso de Taganga, Colombia

Chapter 7. Implementation of ETIS economic sustainability indicators: The case of Taganga, Colombia

Aracelli López Villa

alopezv@unimagdalena.edu.co

<https://orcid.org/0009-0007-7414-0486>

José Oswaldo Romero

jromerop@unimagdalena.edu.co

<https://orcid.org/0009-0002-2291-6215>

Resumen

El turismo es un fenómeno que ha sido indispensable en las economías de los diferentes países a nivel mundial; no cabe duda que este ha cobrado importancia por las diferentes dinámicas a las que lleva a los diferentes destinos. Siendo necesario poder identificar y valorar cómo se vienen desarrollando dichas actividades turísticas en los territorios, es allí que se hace indispensable asumir la implementación de indicadores de sostenibilidad en el sector. La metodología utilizada fue un enfoque cuantitativo, con diseño descriptivo y muestreo no probabilístico. Para este caso se ha definido como área de estudio el sector de Taganga, por ser un territorio de interés para Santa Marta y la región Caribe de Colombia, debido a su belleza natural y las dinámicas culturales, sociales y ambientales que poseen que lo hacen un atractivo turístico muy visitado por propios y extranjeros. Este estudio busca establecer el valor económico del sector Taganga por medio de los criterios de rendimiento de la(s) empresa(s) turística(s), para la determinación de la tasa de ocupación y criterio de cantidad y calidad del empleo, y planteados en la herramienta de indicadores ETIS. Se aplicó un instrumento semiestructurado, que permitió tener como principales resultados una tasa de ocupación anual de los establecimientos de alojamiento del 55,08 %, un 10,76 % de empleos residentes del destino, y un 57,14 % de empleos en el sector del turismo, llevando a establecer la importancia que tiene para el destino en los procesos de empleabilidad y desarrollo económico del sector.

Palabras clave: indicadores de sostenibilidad, empleo, residentes, turismo, tasa ocupación, establecimientos alojamiento

Abstract

Tourism is a phenomenon that has been indispensable to the economies of different countries worldwide. There is no doubt that it has gained importance due to the different dynamics it brings to different destinations. Since it is necessary to identify and assess how these tourism activities are developing in the territories, it is essential to implement sustainability indicators in the sector. The methodology used was a quantitative approach, with a descriptive design and non-probability sampling. For this case, the Taganga sector was defined as the study area, as it is a territory of interest to Santa Marta and the Caribbean Region of Colombia due to its natural beauty and the cultural, social and environmental dynamics that make it a popular tourist attraction for both locals and foreigners. This study seeks to establish the economic value of the Taganga sector through the criteria of tourism company performance and the employment quantity and quality criteria, as established in the ETIS indicator tool. A semi-structured instrument was applied, yielding the main results of an annual occupancy rate of 55,08 % for accommodation establishments, 10,76 % for resident employment in the destination, and 57,14 % for employment in

the tourism sector. This led to the establishment of the importance of this indicator for the destination in the sector's employability and economic development processes.

Keywords: sustainability indicators, employment, residents, tourism, occupancy rate, accommodation establishments

Introducción

El turismo, como actividad que fundamenta la economía en los diferentes destinos, debe tener en la actualidad una mayor apuesta a mantener una oferta de actividades que se propendan por la sostenibilidad y la regeneración en los territorios. En este sentido, la toma de decisiones en la gestión de la misma es necesaria, tal como lo mencionan Serrano et al. (2019): “el análisis de indicadores aporta con datos específicos para la gestión” (p. 157). Por lo tanto, contar con herramientas como los indicadores sostenibles que puedan implementarse en los destinos con vocación turística apoya la toma de decisiones gubernamentales, planeación de acciones sostenibles, así como de una sensibilización en la comunidad respecto a la realidad que se vive en la zona y cómo esta puede impactar de manera positiva las diferentes prácticas que se preparen para el destino desde el turismo.

El cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ha generado en los diferentes ámbitos económicos la necesidad de poder abordar diferentes estrategias de medición; es así como surgen los indicadores de sostenibilidad para tener estudios que den respuesta a las necesidades propias de los destinos. Es por ello que, para este estudio, se tiene la implementación de los indicadores de la herramienta ETIS, para determinar el valor económico de Taganga desde la identificación de la tasa de ocupación del destino y la calidad de empleo que se tiene en el sector.

En cuanto a los resultados en la tasa de ocupación del destino, en este tipo de investigaciones pueden ser insumos para la creación de propuestas que contribuyan a un crecimiento más equilibrado de la ocupación hotelera en los destinos de sol y playa (Ibáñez et al., 2020). Por otra parte, en torno a la estacionalidad, esta puede tener efecto sobre el empleo en el sector turístico de cualquier territorio, siendo una línea que orienta investigaciones específicas del tema, permitiendo identificar la importancia que tiene para el sector hotelero.

Así mismo, en términos del empleo, el sector del turismo tiene una apuesta a “la generación de empleo directo e indirecto, a la vez que constituye una importante fuente de divisas en los países receptores de turismo” [Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2021, p. 2)]. Taganga, en ese sentido, tiene una oportunidad en torno a la generación de empleo no solo para la población local, sino para aquellos que no residen en el territorio. Es por ello que este tipo de estudios propenden, por medio de los resultados, fortalecer la apuesta a esa generación de empleos tanto para lugareños como para extraños, y de orientar acciones de mejora en la gestión del destino.

Referente teórico

Indicadores de sostenibilidad del sector turístico

El presente estudio relaciona el uso de los indicadores de sostenibilidad turística. En este sentido, cabe iniciar explicando que los indicadores, según García y Díaz (2007), sirven en su aplicación para “simplificar, cuantificar, analizar y comunicar, permitiendo entender fenómenos complejos, haciéndolos cuantificables y comprensibles, de manera tal que puedan ser analizados en un contexto dado y comunicarse a los diferentes niveles de la sociedad” (p. 34).

Por otro lado, “los indicadores son herramientas que están diseñadas para contar con estándares con los cuales evaluar, estimar o demostrar el progreso de variables con respecto a metas establecidas o medir impactos en las regiones turísticas” (Ibañez, 2012, p. 105). Así mismo, para la comunidad académica “los indicadores de sostenibilidad en el turismo han sido considerados como un instrumento útil para la medición de los impactos de la actividad turística en los distintos territorios con vocación turística” (Vargas-Leira, 2022, p. 7). Es de resaltar que las diferentes concepciones de indicadores de sostenibilidad que se puedan abordar, apuntan como herramientas para ser utilizadas por las partes interesadas en los destinos turísticos y que con su implementación trasciendan el quehacer de las actividades turísticas.

Los indicadores permiten revisar las diferentes perspectivas del contexto a evaluar. Estos están orientados a ser una guía que coadyuve a los diferentes destinos en el mundo de ser susceptibles de identificar las características propias del territorio, que lleven a comprenderlo mejor y a orientar decisiones acertadas en cuanto a la planeación de políticas públicas en la gestión del turismo sostenible, así como de participar en las soluciones de problemáticas encontradas.

El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS) de la Comisión Europea (2016) “es una herramienta diseñada como un proceso para impulsar y gestionar desde el ámbito local la recopilación y análisis de datos con el objetivo general de evaluar la incidencia del turismo en un destino” (p. 11). La guía contiene 43 indicadores principales que miden “gestión de destinos, incidencia social y cultural, valor económico y el impacto ambiental”, además de 40 indicadores opcionales que permiten una mejor cobertura de un destino.

En el caso particular de este estudio, se seleccionaron indicadores que miden el valor económico del destino, ubicados en la sección B de la guía, bajo los criterios de medición de rendimiento de la(s) empresa(s) turística(s), específicamente el índice de ocupación en alojamientos comerciales por mes y promedio del ejercicio. También, el criterio que mide la cantidad y calidad del empleo con ayuda de indicadores básicos muestra qué porcentaje del empleo total del destino corresponde

directamente al sector turístico, así como la proporción de esos puestos de trabajo que son de carácter estacional ETIS de la Comisión Europea (2016).

Las empresas hoteleras brindan un servicio básico esencial para el desarrollo y la expansión de las actividades turísticas, constituyéndose en una pieza clave de la economía de las regiones con vocación turística (Alberca y Parte, 2013). En el Magdalena, la industria es una de las principales fuentes de trabajo, ya que aporta más del 34 % de los empleos del territorio. De ese total, los hoteles y alojamientos representan el 48 % de la mano de obra generada (Cotelco, citado por Tatis, 2021).

Caracterización de la población de Taganga

Taganga es una bahía ubicada a 3 km al norte de Santa Marta, a 15 minutos del centro histórico de la ciudad. Está considerada como una región con vocación turística y pesquera, con una temperatura promedio de 28 °C. Por las brisas provenientes de la Sierra Nevada de Santa Marta tiene un ambiente seco y una precipitación de 661 mm al año. Taganga goza de diferentes parajes naturales como Playa Grande, Punta Petaca, Murciélagos, Bonito Gordo, Granate, Isla Aguja y Cabo de la Aguja, que la hacen un atractivo por excelencia para los visitantes y lugareños (Marulanda et al., 2015).

Se considera que, durante los primeros años del siglo XX, Taganga mantenía una marcada influencia de la cultura Tayrona, presente en diversos elementos de su identidad sociocultural. Esta herencia ancestral le confiere un significativo valor histórico y cultural, posicionándolo como un referente importante para el análisis de los procesos de conservación del patrimonio y la evolución de las comunidades costeras del Caribe colombiano.

Por otra parte, desde una perspectiva turística, Taganga ha experimentado una importante dinamización económica gracias al crecimiento de las actividades vinculadas al turismo. Este sector ha impulsado la generación de oportunidades de empleo e ingresos para la población local y para personas provenientes de otras regiones, por medio de la prestación de servicios relacionados con el alojamiento, la gastronomía, el transporte, el comercio, las actividades náuticas y otras experiencias turísticas. De esta manera, el turismo se consolida como uno de los principales motores del desarrollo económico y social del corregimiento.

Metodología

El presente artículo sigue un enfoque cuantitativo, con diseño descriptivo basado en Hernández et al. (2014) y con un muestreo no probabilístico según lineamientos de Puente (2018). En este se tienen en cuenta tres indicadores de los diez que propone ETIS para evaluar el impacto económico del turismo. En la metodología se consideró la recolección de información utilizando un cuestionario semiestructurado,

construido desde los indicadores para medir el valor económico respondiendo a los criterios de rendimiento de la(s) empresa(s) turística(s), y cantidad y calidad del empleo, revisados desde la guía metodológica definida por ETIS y dispuestos en la tabla 14.

Así mismo, se hicieron preguntas complementarias que permitieron hacer una caracterización de los establecimientos de alojamiento del sector de Taganga. Teniendo en cuenta los datos obtenidos, el análisis de los resultados se representa con figuras y su debida interpretación.

La población de establecimientos de alojamiento del sector de Taganga está constituida por 47, de acuerdo con una búsqueda realizada por medio del aplicativo Google Maps en noviembre del 2023, de los cuales se visitaron 27 establecimientos, pudiendo obtener una repuesta positiva de 10, dejando solo 9 disponibles para el análisis, debido a que uno no cumplía con los requisitos de tener información del 2022, dado a que adquirieron el hostel desde enero del 2023.

Tabla 14. Fuentes de indicadores, ítems y preguntas de la recolección de información

Número indicador	Nombre indicador	Medición	Ítem	Dato responde
Indicador: B.2.2	Tasa de ocupación en establecimientos de alojamiento comercial por mes y promedio del año.	Número total de pernoctaciones anuales en alojamientos comerciales ÷ número total de habitaciones disponibles en alojamientos comerciales * 365 * 100 = tasa media de ocupación mensual del año.	2. ¿Cuántas habitaciones tuvo disponibles su establecimiento para su ocupación durante el 2022?	Tasa ocupación.
			3. ¿Cuántas habitaciones ocupó durante el 2022?	
Indicador: B.3.1	Empleo directo en el sector turístico como porcentaje del empleo total.	Número total de residentes empleados directamente por el turismo ÷ tamaño total de la mano de obra de destino * 100 = % de residentes locales directamente empleados por turismo.	4. ¿Cuántos de sus empleados residen en Taganga?	Empleados residentes.
			Fuerza laboral del sector (DANE).	Fuente secundaria-extrapolación de datos.

Número indicador	Nombre indicador	Medición	Ítem	Dato responde
Indicador: B.3.2	Porcentaje de empleos en el turismo que son estacionales.	Número total de empleos de turismo estacionales ÷ número total de empleos de turismo * 100 = % de empleos de turismo que son estacionales.	8. ¿Cuántos empleos temporales genera el establecimiento en promedio anual?	Empleos turismo.
			9. ¿Cuántos empleos directos tiene el establecimiento anualmente?	
PREGUNTAS PARA CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR:				
1. ¿Qué tipo de establecimiento de alojamiento tiene?				
5. ¿Qué cargos tienen sus empleados?				
6. ¿Qué tiempo de servicio tienen sus empleados fijos en el cargo que desempeñan dentro del establecimiento?				
7. ¿Qué tipo de cualificación tienen sus empleados?				

Nota. En la tabla se muestran los diferentes indicadores, ítems y preguntas utilizados para la recolección de información en el estudio de caso.

Fuente: elaboración propia.

Resultados obtenidos

Los indicadores de sostenibilidad fueron implementados en el sector de Taganga, en donde se visitaron 27 establecimientos (57,45 % del total), de los cuales 10 aceptaron realizar la entrevista (21,28 %), 10 no aceptaron dar información (21,28 %), y 7 no abrieron sus puertas (14,89 %). Sin embargo, de los 10 encuestados, uno no cumplía con los requerimientos de solicitud de información, por lo que quedó fuera de la unidad de análisis. Dentro de la población se encontraron casa fincas de alquiler, hostales y hoteles.

Valor económico del sector Taganga

El valor económico del sector turístico de Taganga puede analizarse a partir del rendimiento de las empresas y su aporte a la generación de empleo. La información recolectada en los establecimientos encuestados durante el 2022 permitió estimar la tasa de ocupación como un indicador del desempeño de la actividad turística, poniendo en evidencia el nivel de aprovechamiento de la capacidad instalada y

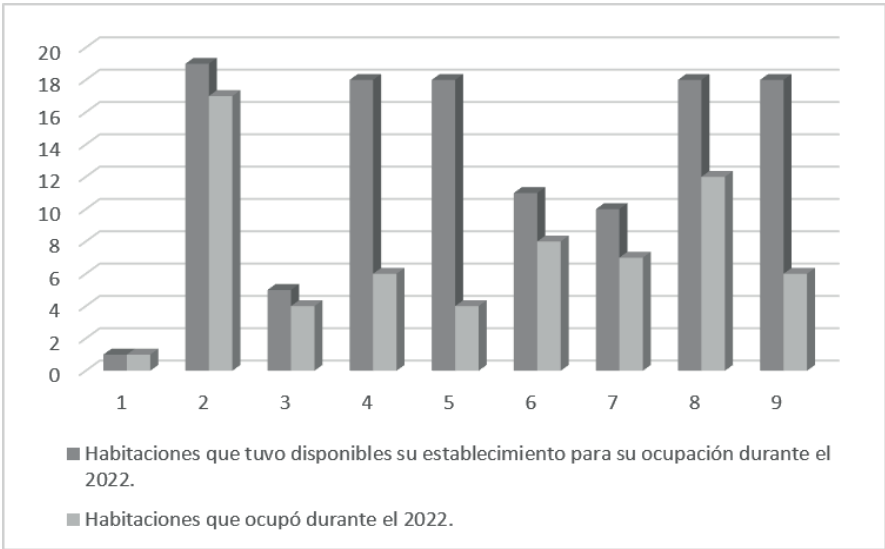
su incidencia en los ingresos del sector. Asimismo, el criterio de cantidad y calidad del empleo refleja la importancia del turismo en la economía local, destacando el empleo directo generado por esta actividad como porcentaje del empleo total, lo que demuestra su contribución al bienestar de la población y al fortalecimiento del desarrollo económico.

***Criterio de rendimiento de la(s) empresa(s) turística(s)
para la determinación de la tasa de ocupación***

En el contexto del primer criterio tenido en cuenta de la guía de indicadores ETIS, se relacionó el indicador que mide la tasa de ocupación en establecimientos de alojamiento comercial por mes y promedio del año, para el cual se tomó para su análisis la fórmula que relaciona el número total de pernoctaciones anuales en alojamientos comerciales ÷ número total de habitaciones disponibles en alojamientos comerciales * 365 * 100 = tasa media de ocupación anual.

Para llegar a esta estimación, se realizaron las preguntas que permitieran indicar los datos y consolidarlos en general en el destino, tal como se muestra en la figura 42:

Figura 42. Habitaciones disponibles y ocupadas durante el 2022



Fuente: elaboración propia.

Solución de la fórmula según datos recolectados

$$\text{Tasa media ocupación mensual año} = \frac{\text{Número pernoctaciones anuales}}{\text{Número habitaciones x días año}} \times 100$$

$$\text{Tasa ocupación mensual año} = \frac{65 \times 365}{118 \times 365} \times 100$$

$$\text{Tasa ocupación mensual año} = \frac{23,725}{43,070} \times 100$$

Tasa ocupación mensual año = 55,08 %

Teniendo en cuenta la información recolectada, los establecimientos encuestados del sector de Taganga tuvieron para el 2022 una tasa de ocupación del 55,08 % de las habitaciones disponibles en los establecimientos de alojamiento. Se pone en evidencia que este dato está muy relacionado con las estadísticas que se presentan en la región Caribe, donde para septiembre del 2023 el porcentaje de ocupación fue del 51,5 %, similar a septiembre del 2022, en el que este porcentaje fue del 54,5 % [Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2023)].

El resultado obtenido permite inferir el gusto que tienen los visitantes por el sector, considerándolo como un atractivo dentro del distrito. Así mismo, se puede afirmar que existe un reconocimiento al ser elegido para hospedarse. Esto sumado a la afluencia de hoteles en Taganga, que permiten que los huéspedes tengan donde elegir, además de que el sector es una puerta para acceder a otras playas aledañas y disfrutar de diferentes experiencias turísticas.

Criterio de cantidad y calidad del empleo

Para el segundo criterio se implementaron dos indicadores que evalúan cómo se encuentra el empleo en el destino. Dentro de este aspecto cabe resaltar que “el turismo genera empleo local, no sólo directamente en el propio sector sino también en diversos sectores de apoyo y de gestión de recursos; estimula industrias nacionales rentables como los hoteles y otras instalaciones de alojamiento” (Becerra, 2009, p. 72). En este sentido, para el sector de Taganga se pudo determinar el empleo directo en el sector turístico como porcentaje del empleo total y el porcentaje de empleos en el turismo que son estacionales.

De acuerdo con la consulta realizada en el sector de establecimientos de alojamiento de Taganga, se presentan empleados que residen en la zona, así como empleados que vienen de otras zonas de Santa Marta. En cuanto a la cualificación que tienen estos

tipos de empleados, se encuentran desde personal bachilleres, técnicos del SENA, profesionales en las áreas afines al turismo y otras que no se relacionan al sector pero que han demostrado sus competencias para ejercer la labor que se les ha otorgado dentro del establecimiento. Esta población laboral cumple funciones inherentes a los cargos de las áreas de bar, meseros, redes sociales, recepción, camareras, administración, servicios generales, oficios varios, lavandería, celaduría y cocina.

En relación con el tiempo de servicio que tienen los empleados de los establecimientos encuestados, se tienen empleados con una antigüedad significativa dentro de la empresa, así como aquellos que ingresaron recientemente. Esto indica que de alguna manera se tiene estabilidad laboral en el sector, lo cual se puede denotar con empleados que tienen 6, 10, 25 y 30 años laborando en el mismo establecimiento. Los datos obtenidos se relacionan en la tabla 15:

Tabla 15. Relación de años de servicio en el establecimiento

Años de servicio	1	2	3	4	5	6	10	25	30
Cantidad de empleados	2	1	3	3	2	3	3	1	1

Fuente: elaboración propia.

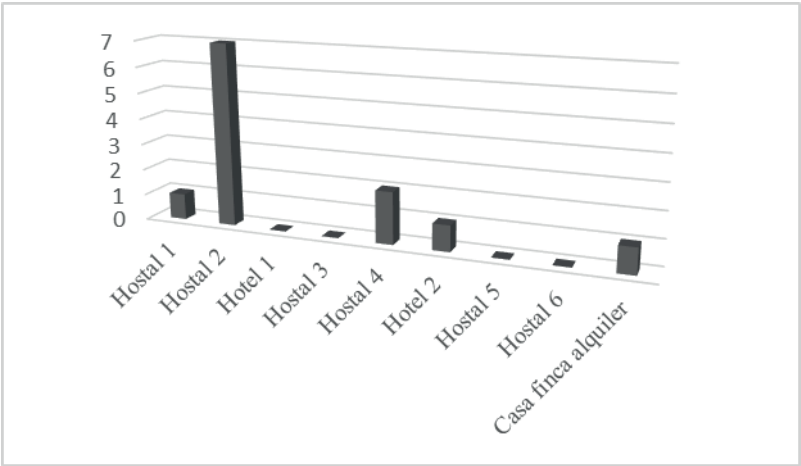
También se hace necesario abordar los indicadores evaluados respecto a la cantidad y calidad de empleo en Taganga. Para ello se inicia con:

a. Empleo directo en el sector turístico como porcentaje del empleo total

En cuanto a la pregunta sobre cuántos empleados residen en Taganga, los establecimientos encuestados demostraron que existe una relación casi equitativa entre los establecimientos que tienen empleados residente del sector, como los que no lo tienen, tal como se muestra en la figura 43.

Para determinar los datos se tuvo en cuenta la fórmula relacionada en la guía ETIS, correspondiente al número total de residentes empleados directamente por el turismo ÷ tamaño total de la mano de obra de destino * 100 = % de residentes locales directamente empleados por turismo. Teniendo en cuenta que se requiere el dato de la mano de obra del destino, se hace necesario hacer una extrapolación de datos, para lo cual se tomó la información suministrada por el DANE (2020) correspondiente a los habitantes de la ciudad, así como la mano de obra disponible (MOD) que, para este caso, hace referencia a la población ocupada y desocupada de Santa Marta, según DANE (2022), y los habitantes de Taganga, según Botero y Zielinski (2010), tal como se detalla en la tabla 16.

Figura 43. Empleados residentes en Taganga



Nota. Se hace relación de la cantidad de empleados residentes en Taganga de los establecimientos de alojamiento encuestados.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 16. Relación de habitantes de Santa Marta y Taganga con MOD de Santa Marta

Habitantes de Santa Marta (DANE, 2020)	552.391	MOD Santa Marta (DANE, 2022)	223.000
Habitantes Taganga (Botero y Zielinski, 2010)	4.500	MOD Taganga (X)	

Nota. En la tabla se presentan los datos de habitantes de Santa Marta y de Taganga, junto con la mano de obra disponible (MOD) para Santa Marta que se utilizó para efectos de extrapolación.

Fuente: elaboración propia a partir de Botero y Zielinski (2010) y DANE (2020, 2022).

MOD Taganga =

Habitantes Taganga × MOD Santa Marta

Habitantes de Santa Marta

MOD Taganga =

4500 × 223000

552391

MOD Taganga = 1816,64

En cuanto a los datos para la extrapolación de residentes de Taganga empleados en turismo, se usa la información de los habitantes de Santa Marta (DANE, 2020), el total de residentes de la ciudad empleados por el turismo (DANE, 2022), y el número de habitantes de Taganga (Botero y Zielinski, 2010), como se presenta en la tabla 17:



Tabla 17. Relación de habitantes de Santa Marta y Taganga con total de residentes de Santa Marta empleados en turismo

Habitantes de Santa Marta (DANE, 2020)	552.391	Total de residentes de Santa Marta empleados en turismo (DANE, 2022)	24.000
Habitantes de Taganga (Botero y Zielinski, 2010)	4.500	Total de residentes de Taganga empleados en turismo (X)	

Nota. En la tabla se presentan los datos de habitantes de Santa Marta y de Taganga, junto con el total de residentes de Santa Marta empleados en turismo que se utilizó para efectos de extrapolación.

Fuente: elaboración propia a partir de Botero y Zielinski (2010) y DANE (2020, 2022).

Total residentes Taganga empleados en turismo =

Habitantes Taganga × total residentes Santa Marta empleados en turismo

Habitantes de Santa Marta

4500 × 24000

552391

Total residentes Taganga empleados en turismo =

195,51

residentes de Taganga empleados en turismo

En ese mismo sentido, se determina el indicador sobre el porcentaje de residentes locales empleados en turismo, con los datos extrapolados para tal fin, como se especifica a continuación:

% residentes locales empleados en turismo =

Número total de residentes empleados del turismo

Tamaño total de la mano de obra de destino

X 100

% residentes locales empleados en turismo =

195,51

1816,64

X 100

% residentes locales empleados en turismo =

10,76

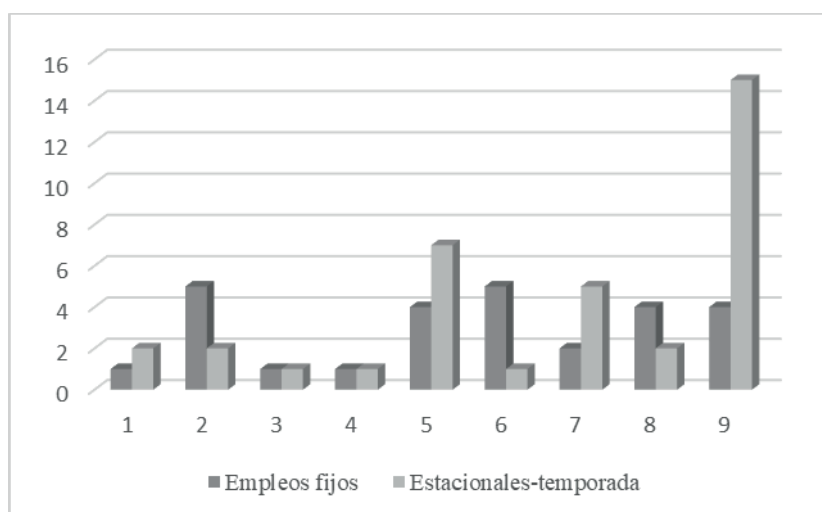
%

Según los resultados, se puede establecer que el porcentaje de residentes locales empleados por el turismo está en un 10,76 %, aportando a plazas disponibles para que los residentes mejoren sus ingresos y la calidad de vida de los habitantes del sector. Sin embargo, se denota la necesidad de tener mayor disponibilidad de emplear más locales, ya que, a pesar del porcentaje generado en los establecimientos consultados, el 89,23 % de sus empleados no residen en el territorio. En ese sentido, se deben revisar y profundizar acciones para que se pueda mejorar la cantidad de empleados residentes en los establecimientos de Taganga para los próximos años.

b. Porcentaje de empleos en el turismo que son estacionales

La información requerida para desarrollar este indicador se obtiene de los datos individuales de cada uno de los establecimientos de alojamiento encuestados. En estos se observa que en cuanto al porcentaje de empleos en el turismo que son estacionales vs. los que son fijos, en 4 de los 9 establecimientos los empleos estacionales son de mayor proporción que los empleos fijos que genera el hotel, mientras que 3 establecimientos tienen más empleos fijos que estacionales, quedando una igualdad de ofrecimientos de este tipo de empleos en el resto de los 2 establecimientos. Esto se detalla en la figura 44:

Figura 44. Porcentaje de empleos en el turismo que son estacionales



Nota. Se hace una relación de los empleos fijos y estacionales por temporada dentro de los establecimientos de alojamiento encuestados.

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la definición del porcentaje de empleos en el turismo, se tomó la fórmula de la guía de indicadores ETIS, relacionando el número total de empleos de turismo estacionales ÷ número total de empleos de turismo * 100 = % de empleos de turismo que son estacionales.

$$\% \text{ de empleos de turismo que son estacionales} = \frac{\text{Número total de empleos de turismo estacionales}}{\text{Número total de empleos de turismo}} \times 100$$

$$\% \text{ empleo turismo estacionales} = \frac{36}{63} \times 100$$

$$\% \text{ empleo turismo estacionales} = 57,14 \%$$

En el caso particular de Taganga, los resultados de este indicador muestran que el porcentaje de empleos en el turismo que son estacionales es del 57,14 %, según los establecimientos de alojamiento encuestados. Este porcentaje permite que la mano de obra disponible en Taganga cuente con la oportunidad de laborar en su territorio, pero se deben buscar estrategias para mejorar la estabilidad de los empleados estacionales en el sector. Si bien, esta oportunidad permite que muchas familias aporten mejores ingresos durante las temporadas, también es esencial que cuenten con una estabilidad laboral dentro de su propia comunidad.

Discusión

El cálculo de empleos para el turismo no ha sido tarea fácil para las entidades o investigadores que enfrentan el desafío de abordar estos temas para los territorios. Calcular el total de empleos turísticos generados es bastante complejo, ya que estos empleos se crean tanto desde ramas características del turismo como desde otros sectores (David y Moreno, 2015, p. 62; Onder y Durgum, 2008; Vellas y Bécherel, 1995).

En el caso de la medición del empleo en el territorio, la población objeto de estudio presenta un 10,76 % de residentes empleados en sus establecimientos de turismo, indicando que dichos establecimientos contribuyen al desarrollo económico del sector. En relación al empleo en Taganga, Botero y Zielinski (2010) establecieron que “el sector turístico emplea el 36,3 % del total de la población económicamente activa” (p. 16). En tal sentido, se pone en evidencia que la industria hotelera genera beneficios económicos en cuanto a la empleabilidad.

Sin embargo, se debe buscar la forma de incluir mayores ofertas laborales, pues “el turismo representa una contribución relevante a la generación de valor agregado y la generación de empleo directo e indirecto, a la vez que constituye una importante fuente de divisas” (OIT, 2021, p. 2); los establecimientos de alojamiento en Taganga tienen el reto de fomentar más oferta laboral para los próximos años, sobre todo para los residentes de la zona, máxime cuando para la OIT (2021) el turismo “se trata de una actividad intensiva en mano de obra que proporciona una oportunidad para el desarrollo socioeconómico sustentable e inclusivo” (p. 9).

Retomando los resultados, en el caso particular de Taganga el indicador de porcentaje de empleos en el turismo que son estacionales corresponde al 57,14 %, según los establecimientos de alojamiento encuestados. Esto implica la posibilidad de empleos dentro del territorio, pero se puede considerar la necesidad de fortalecer la ocupación laboral en términos de estabilidad, que permita contar con mejoras en la calidad de vida de los habitantes empleados.

Es de anotar que para el sector del turismo la estacionalidad en torno a la empleabilidad ha sido muy constante y en algunas regiones puede verse en aumento,

generando también que no haya en los establecimientos un compromiso laboral que implique mayores compromisos financieros por parte de los empleadores. Este indicador también puede verse afectado por las fluctuaciones en la oferta y demanda fuera de temporadas, lo que invita a que los establecimientos deban afrontar diferentes acciones que conlleven a mejorar la oferta durante las temporadas bajas, tal como lo sustenta Pedreño, citado por Rodríguez y Sánchez (2018), al indicar que “el empleo generado por el sector turístico con un fuerte carácter temporal produce una baja cualificación de los empleados en el mismo” (p. 103).

El modelo turístico de sol y playa de Taganga es otro factor que podría estar generando el 57,14 % de estacionalidad en el sector, ya que este conlleva a que se estén generando mayores visitas al destino solo en épocas de temporada alta. Esto se puede soportar desde lo que mencionan Rodríguez y Sánchez (2018), quienes establecen que:

Basar el modelo de desarrollo turístico exclusivamente en un producto, habitualmente sol y playa, conlleva unos índices de estacionalidad mayores si no se dispone de más alternativas que puedan crear el interés de la demanda de visitar el destino más allá del periodo estival. (p. 104)

En cuanto a la tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento en Taganga, que fue del 55,08 % para el 2022, se muestra una relación muy cercana con las estadísticas del DANE (2023) en la región Caribe, puesto que para septiembre del 2023 el porcentaje de ocupación allí fue del 51,5 %, lo que implica que la zona sigue estando entre los sectores con visitantes más fieles. Esta cifra está acorde a la estadística presentada por el DANE y citada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT, 2023), que señala que entre enero y agosto del 2023 la ocupación en los alojamientos de Colombia fue del 52,2 %.

Los resultados implican que existe relativa estabilidad operativa, con fidelidad de los clientes, que son recurrentes y regresan, tal como se demuestra a nivel nacional y regional. Sin embargo, los establecimientos deben fomentar mayores ofertas que estén dentro de su punto de equilibrio para subir su porcentaje de ocupación. Acceder a beneficios y estímulos que ofrece el gobierno es otra oportunidad de subir el porcentaje de ocupación en el destino; tal es el caso del programa de estímulos, incentivos y fomento al sector turismo *Empretur*, que en noviembre del 2023 abrió dos convocatorias destinadas a beneficiar a los empresarios de establecimientos de alojamiento (MinCIT, 2023).

Por otra parte, el estudio de Ibáñez et al. (2020) comprueba la hipótesis de que “los lugares de sol y playa que reciben más visitantes en los establecimientos impactan más en la tasa de ocupación” (p. 100). Esto sería una ventaja para subir el porcentaje de ocupación en Taganga, considerando estrategias de *marketing* y nuevas experiencias que se articulen desde el establecimiento, más aún cuando el sector puede brindar diferentes posibilidades de incluir nuevas experiencias a los visitantes del destino.

Conclusiones

En cuanto a los resultados se concluye que a pesar de contar con un 55,08 %, aún se pueden establecer diferentes estrategias que vayan encaminadas en subir el índice de ocupación, para lo cual se debe fortalecer la promoción del destino por medio de la creación de productos turísticos novedosos como eventos, festivales autóctonos, ferias, experiencias que permitan que los visitantes se motiven en llegar más al destino y pernoctar en él, sobre todo en temporadas bajas; así como robustecer el *marketing* y promociones para atraer nuevos clientes y retener a los que ya tienen, con base en descuentos y servicios adicionales incluidos en la tarifa. En esta dirección, Alberca y Parte (2013) consideran para un destino la “adopción de medidas que desestacionalicen la demanda mediante la orientación hacia otros segmentos como el turismo cultural y de negocios, no exclusivamente solo playa, así como la definición de estrategias de diferenciación de la oferta turística” (p. 110), las cuales también podrían tenerse en cuenta en Taganga, reconociendo el componente cultural que allí se tiene desde la conexión con su conocimiento ancestral indígena.

Por otro lado, aprovechar los beneficios que entregue el gobierno a los hoteles para el fortalecimiento de su personal en cuanto a la cualificación y estrategias de *marketing*. Organizar e incluir a las cooperativas locales en un trabajo mancomunado para la creación de rutas que se puedan ofrecer como paquetes dentro del hotel. Los indicadores que se evaluaron en Taganga en cuanto a la calidad y cantidad de empleo en el sector del turismo y la tasa de ocupación, por su parte, permitieron establecer que está dentro de los resultados nacionales, pero se hace necesario abordar las diferentes características que tiene el destino, el cual presenta mucha riqueza y belleza natural, así como un capital humano que si bien no ha estado más presente por el choque cultural que se haya presentado, sí puede ayudar a fomentar estrategias en torno a la creación de nuevas rutas articuladas con la oferta que tiene la hotelería en el sector, y así consolidar a Taganga como una de las bahías más visitadas de Santa Marta.

No cabe duda de que las diferentes acciones que se puedan orientar, desde los resultados de la implementación de los indicadores económicos, permitirán crear estrategias encaminadas en proponer mayores posibilidades de empleabilidad y mejora en la calidad de vida de los habitantes de Taganga, así como el fortalecimiento en su desarrollo económico local. En ese sentido, Taganga necesita organizar más el territorio en torno a la gestión de un turismo sostenible, comunitario y regenerativo, en donde se pueda garantizar a las futuras generaciones el disfrute del sector.

Referencias

- Alberca, P., y Parte, L. (2013). Evaluación de la eficiencia y la productividad en el sector hotelero español: Un análisis regional. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2), 102-111.
- Becerra, M. E. (2009). Turismo y trabajo: Una aproximación desde el mercado hotelero. *Revista de Estudios Regionales y Mercado de Trabajo*, (5), 71-86.
- Comisión Europea: Dirección General de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes. (2016). *El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos: Herramienta del ETIS para la gestión de destinos sostenibles*. Oficina de Publicaciones.
- David, N. T., y Moreno, G. S. (2015). Relación entre estacionalidad y empleo turístico de Canarias en comparación con los principales destinos turísticos del Mediterráneo. En *III Foro Internacional de Turismo Maspalomas Costa Canaria* (pp. 60-73). Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2020). *Información DANE en la toma de decisiones regionales*. DANE. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/201216-InfoDane-Magdalena-Santa-Marta.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2022). *Información DANE en la toma de decisiones regionales*. DANE.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2023). *Encuesta Mensual de Alojamiento (EMA)*. DANE. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMA/bol-EMA-sep2023.pdf>
- García, J. I. R., y Díaz, M. M. (2007). Los indicadores de sostenibilidad en el turismo. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente: RESTMA*, (6), 27-62.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.
- Ibáñez, P. R. M. (2012). Indicadores de sustentabilidad: Utilidad y limitaciones. *Teoría y Praxis*, (11), 102-126.
- Ibáñez-Pérez, R., Almendarez, H., y Sánchez, B. (2020). Determinantes de la ocupación hotelera de los principales destinos de sol y playa de México. *Nóesis, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 29(58), 84-104. <http://dx.doi.org/10.20983/noesis.2020.3.4>

- Marulanda, C., Niño, C., y Parra, M. (2015). *Articulación de la expansión urbana en Taganga, a través de bordes en los límites del casco urbano* [Tesis de pregrado, Universidad La Gran Colombia]. Repositorio Institucional Universidad La Gran Colombia.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (2023, 19 de octubre). *En agosto, ocupación hotelera se mantuvo al alza en grandes establecimientos de alojamiento en el país. Comercio, Industria y Turismo*. <https://www.mincit.gov.co/prensa/foto-noticias/en-agosto-ocupacion-hotelera-se-mantuvo-al-alza>
- Onder, E., y Durgun, A. (2008). The contribution of tourism to employment and the characteristics of tourism employment in Turkey. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 263-270.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2021). *Serie Panorama Laboral en América Latina y el Caribe 2021. Nota técnica: Hacia una recuperación sostenible del empleo en el sector del turismo en América Latina y el Caribe*. OIT. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---américas/---ro-lima/documents/publication/wcms_809290.pdf
- Puente Viedma, C. D. L. (2018). *Estadística descriptiva e inferencial*. Ediciones IDT.
- Rodríguez, D. A., y Sánchez, P. A. (2018). Impacto del turismo rural sobre el empleo en España: Una aproximación a escala provincial. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 15(82), 103-120.
- Serrano, A., Freire, S., y Villafuerte, E. (2019). Estudio y aplicación de indicadores turísticos en la oferta y demanda turística por periodos de tiempo en la ciudad de Cuenca-Ecuador. *Siembra Online*, 6(1), 156-164.
- Tatis, E. (2021, 12 de diciembre). *Sector del turismo genera ingresos a 35.000 personas*. Hoy Diario del Magdalena. <https://hoydiariodelmagdalena.com.co/archivos/605933/sector-del-turismo-genera-ingresos-a-35-000-personas/>
- Vargas-Leira, F. D. J. (2022). *Evaluación del impacto social y cultural del turismo en Santa Marta, Colombia* [Informe técnico, STOREM Report]. Observatorio de Turismo Sostenible, Universidad del Magdalena. <https://bloque10.unimagdalena.edu.co/wp-content/uploads/2022/10/Informe-Final-Observatorio-TS-v1.pdf>
- Vellas, F., y Bécherel, L. (1995). *International tourism: An economic perspective*. St. Martin's Press.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook (English version)*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284407262>

Diagnóstico territorial y perfil turístico del sur del Cesar y Bolívar: Bases estratégicas para su implementación

Chapter 8. Territorial assessment and tourism profile of Southern Cesar and Bolívar: Strategic foundations for implementation

José Danny Acacio Navarro

jose.acacio@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-4985-0888>

Daniela Rangel Fernández

daniela.rangel@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-4573-2278>

Yaqueline Quintero Jiménez

yaqueline.quintero@unad.edu.co

<https://orcid.org/0009-0004-0639-5119>

Resumen

El capítulo caracteriza las bases territoriales y el perfil turístico del sur del Cesar y Bolívar, con énfasis en el agroturismo como vía para la diversificación económica, la conservación del patrimonio y la sostenibilidad. Se adopta una metodología mixta con diseño convergente paralelo que integra encuestas, entrevistas en profundidad y un grupo focal para obtener una comprensión integral del territorio. Los resultados muestran un portafolio de atractivos naturales (ríos, bosques, ciénagas y serranías) y culturales (fiestas, oficios, gastronomía y patrimonio) que, articulados con infraestructura básica en crecimiento, permiten diseñar experiencias diferenciadas (ecoturismo, turismo comunitario, gastronómico y de aventura). Se proponen lineamientos y estrategias por municipio para desarrollar productos mínimos viables, fortalecer capacidades locales y establecer indicadores de seguimiento (rutas creadas, empleos, participación comunitaria, inversión, conservación). La discusión contrasta los hallazgos con marcos teóricos de desarrollo sostenible, diversificación económica y conservación del patrimonio (Arenas et al., 2023; Rodríguez, 2019; Sayadi et al., 2019), resaltando oportunidades y desafíos para la gobernanza turística y la articulación intersectorial.

Palabras clave: turismo sostenible, evaluación territorial, oferta turística, demanda turística, sur del Cesar y Bolívar

Abstract

This chapter characterizes the territorial foundations and tourism profile of Southern Cesar and Bolívar, emphasizing agritourism as a pathway to economic diversification, heritage conservation, and sustainability. A mixed-methods convergent parallel design integrates surveys, in-depth interviews and a focus group to achieve a comprehensive understanding of the territory. Findings reveal a portfolio of natural (rivers, forests, wetlands, mountain ranges) and cultural (festivities, crafts, gastronomy, heritage) assets which, combined with growing basic infrastructure, enable differentiated experiences (ecotourism, community-based, gastronomic and adventure tourism). We propose municipality-level guidelines and strategies to develop minimum viable products, strengthen local capabilities and establish monitoring indicators (created routes, employment, community engagement, investment, conservation). The discussion contrasts the results with theoretical frameworks of sustainable development, economic diversification and cultural heritage conservation, highlighting opportunities and challenges for tourism governance and intersectoral coordination.

Keywords: sustainable tourism, territorial assessment, tourism supply, tourism demand, Southern Cesar and Bolívar

Introducción

El turismo, y en particular el agroturismo, ofrece a los territorios rurales una oportunidad para dinamizar economías locales, diversificar ingresos y fortalecer identidades culturales, siempre que se integre bajo criterios de sostenibilidad y gobernanza colaborativa. En el sur del Cesar y Bolívar confluyen ecosistemas estratégicos, prácticas productivas agropecuarias y manifestaciones culturales que, adecuadamente articuladas, pueden configurar experiencias turísticas con valor diferencial. A partir de un enfoque mixto, este capítulo integra evidencia cualitativa y cuantitativa para caracterizar la oferta y la demanda, perfilar visitantes, mapear activos territoriales y proponer estrategias escalables que fortalezcan la competitividad turística con enfoque comunitario (Burbano et al., 2020; Rivero et al., 2022). La propuesta se alinea con tendencias de turismo responsable y con necesidades de reconversión productiva y resiliencia socioeconómica en contextos rurales. Asimismo, reconoce limitaciones estructurales (infraestructura, capacidades y asociatividad) que requieren inversiones y coordinación interinstitucional para materializar el potencial detectado.

Metodología

Se aplicó una metodología mixta con diseño convergente paralelo. La recolección incluyó: (1) encuestas estructuradas para caracterizar preferencias de consumo y perfil del visitante; (2) entrevistas en profundidad a empresarios y actores sectoriales para explorar percepciones sobre tendencias, barreras e innovación; y (3) un grupo focal con estudiantes, académicos, empresarios y comunidad para validar y enriquecer hallazgos. Los componentes cuantitativos y cualitativos se analizaron de forma independiente y luego se integraron por triangulación temática. Se observaron consideraciones éticas de consentimiento informado, anonimato y uso académico de la información. La limitación principal reside en la ausencia de series temporales y en la heterogeneidad de capacidades municipales; por ello, los resultados se interpretan como una línea base para el diseño de productos turísticos y para la formulación de proyectos de inversión y fortalecimiento de capacidades.

Contenido teórico

El agroturismo, como modalidad de turismo rural, se asienta en múltiples teorías que orientan su desarrollo integral y sostenible. La teoría del desarrollo sostenible destaca la importancia de equilibrar el crecimiento económico con la protección ambiental y el bienestar social, promoviendo prácticas agrícolas responsables y experiencias turísticas conscientes (Rodríguez, 2019). Por su parte, la teoría de la diversificación económica respalda el agroturismo como estrategia para ampliar las fuentes de ingreso en comunidades rurales, reduciendo la dependencia de actividades tradicionales y fortaleciendo la resiliencia local (Sayadi et al., 2019). Finalmente,

la teoría de la conservación del patrimonio cultural subraya el valor de preservar tradiciones, saberes ancestrales y expresiones culturales, convirtiéndolos en atractivos turísticos que enriquecen la identidad territorial (Arenas et al., 2023).

La teoría del desarrollo sostenible se centra en la integración del turismo con prácticas agrícolas sostenibles para promover el desarrollo económico sin comprometer los recursos naturales y culturales; enfatiza la conservación del medio ambiente y la calidad de vida de las comunidades rurales (Rodríguez, 2019). La teoría de la diversificación económica propone que el agroturismo complementa las actividades agrícolas y genere ingresos adicionales (Sayadi et al., 2019). La teoría de la conservación del patrimonio cultural plantea que el agroturismo contribuye a preservar y promover el patrimonio cultural y las tradiciones rurales (Arenas et al., 2023).

Estas teorías proporcionan un marco para entender cómo el agroturismo puede contribuir al desarrollo rural sostenible, la diversificación económica, la creación de experiencias auténticas y la conservación del patrimonio cultural. En paralelo, el turismo como actividad económica y cultural moviliza personas por fines recreativos, educativos o vivenciales, y en el agroturismo encuentra una expresión que combina producción agropecuaria y servicios turísticos, permitiendo a emprendimientos rurales diversificar ingresos, fortalecer tejido comunitario y posicionar territorios con identidad (Alejandre-Castellanos et al., 2020; Burbano et al., 2020).

Entre las actividades frecuentes del agroturismo se cuentan estancias en granjas, participación en tareas agrícolas, recorridos por huertos y fincas, degustaciones de productos locales y actividades al aire libre como senderismo u observación de aves (Alejandre-Castellanos et al., 2020; Rivero et al., 2022). A la vez, este enfoque fomenta la conservación ambiental y la valoración de recursos locales, al tiempo que impulsa el emprendimiento y el empleo directo e indirecto (Anzardo et al., 2023; Iglesias, 2020; Rodríguez et al., 2021).

Resultados

A continuación, se sintetizan activos y condiciones clave para el diseño de productos turísticos sostenibles en los municipios priorizados. Las tablas 17 y 18 consolidan los principales atractivos naturales por municipio, agrupándolos según su tipología (sistemas hídricos, formaciones montañosas/boscosas y zonas mixtas de alto valor ambiental).

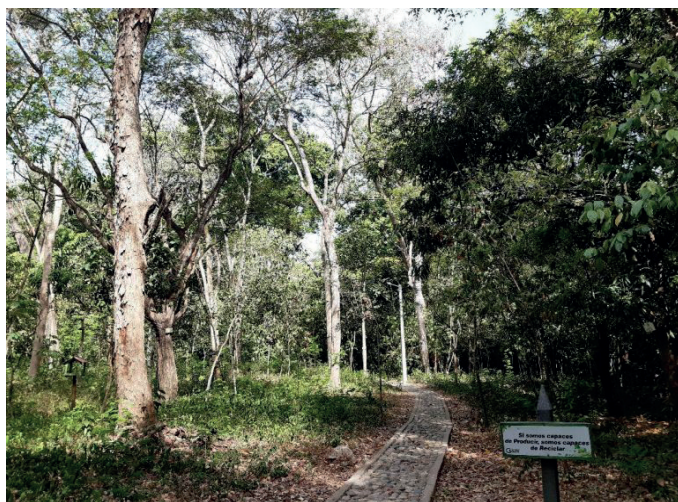
Este mapeo permite visualizar la diversidad de ríos, humedales y ciénagas asociados al Magdalena; serranías, bosques tropicales y bosque seco; así como balnearios y reservas, insumos clave para estructurar propuestas de ecoturismo, aviturismo, senderismo y turismo comunitario.

Como se muestra en la tabla 18, el sur del Cesar presenta una marcada heterogeneidad ambiental, producto de la convergencia entre ecosistemas andinos, subandinos y de tierras bajas influenciadas por el río Magdalena. Este mosaico fisiográfico ha permitido el desarrollo de una amplia variedad de paisajes naturales que constituyen la base para el turismo ecológico, recreativo y comunitario en la región. A continuación, se analiza de manera detallada la oferta natural presente en cada uno de los municipios estudiados.

Aguachica: bosques subandinos y selvas en transición ecológica

Aguachica destaca por albergar relictos de bosque húmedo subandino, los cuales se manifiestan en unidades ecológicas como el bosque El Agüil y el bosque El Potosí. Estos espacios funcionan como corredores biológicos esenciales, facilitando el flujo de especies entre zonas de piedemonte y áreas de mayor elevación. Su importancia radica no solo en la biodiversidad que sostienen, sino también en su potencial para actividades de senderismo interpretativo y educación ambiental (ver figura 45).

Figura 45. Bosques subtropicales en Aguachica



Nota. Imagen mejorada por IA de los bosques El Agüil y El Potosí, Aguachica, Cesar (M365 Copilot, 2026).

Fuente: El Nuevo Sur (2021).

Gamarra se articula alrededor del río Magdalena, eje hídrico fundamental para la región Caribe. A su alrededor se encuentran humedales y ciénagas que conforman ecosistemas productivos y de alta sensibilidad ambiental. Estos territorios ofrecen condiciones idóneas para el aviturismo, la pesca artesanal y la observación de paisajes ribereños, consolidándose como nodos clave para el turismo asociado a la naturaleza acuática (ver figura 46).

Figura 46. Humedales y río Magdalena en Gamarra



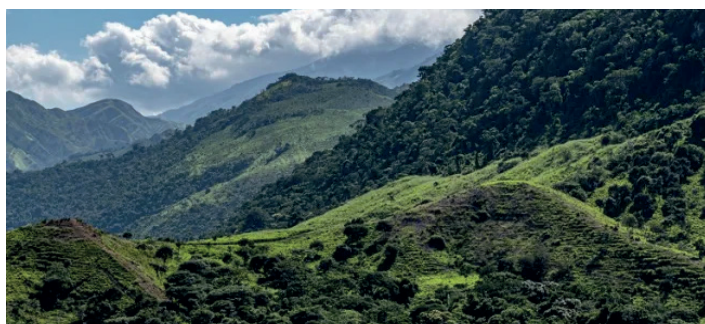
Nota. Imagen mejorada por IA de los humedales y la presencia dominante del río Magdalena en Gamarra, Cesar (M365 Copilot, 2026).

Fuente: Instagram (@gamarracesar_col) (2024).

González: montañas de la Serranía del Perijá y sistemas fluviales asociados

González presenta una estructura fisiográfica dominada por la Serranía del Perijá, cadena montañosa que define gran parte de su relieve. Las quebradas y ríos que descienden de esta serranía conforman una red hídrica diversa que alimenta zonas agrícolas y áreas de conservación. La combinación de montañas y cursos de agua convierte a este municipio en un escenario atractivo para el ecoturismo de montaña y la exploración de ecosistemas altoandinos (ver figura 47).

Figura 47. Serranía del Perijá en González



Nota. Imagen mejorada por IA de la Serranía del Perijá en González, Cesar (M365 Copilot, 2026).

Fuente: Agronet (2022).

La Gloria: ciénagas y balnearios naturales

La Gloria alberga una cuenca de humedal importante del país: las ciénagas, ecosistema estratégico por su función hídrica, pesquera y ecológica. Junto a esta, los balnearios naturales complementan la oferta turística del municipio, proporcionando espacios recreativos donde confluyen comunidades locales y visitantes. Este entorno combina valor ambiental y vocación turística, especialmente para actividades de contemplación y uso recreativo del agua (ver figura 48).

Figura 48. Ciénagas y balnearios en La Gloria



Nota. Imagen mejorada por IA de las ciénagas y balnearios en La Gloria, Cesar (M365 Copilot, 2026).

Fuente: La Gloria City (s. f.).

Pelaya: bosque seco tropical y margen del río Magdalena

Pelaya conjuga la presencia del bosque seco tropical, uno de los ecosistemas más amenazados del Caribe colombiano, con la influencia del río Magdalena. Esta dualidad favorece un paisaje contrastante donde coexisten áreas de alto valor ecológico y zonas propicias para actividades recreativas. El bosque seco, con su vegetación característica y marcada estacionalidad, constituye un recurso ideal para iniciativas de turismo científico y educación ambiental (ver figura 50).

Figura 49. Bosque seco tropical y río Magdalena en Pelaya



Nota. Imagen mejorada por IA del bosque seco tropical y margen del río Magdalena en Pelaya, Cesar (M365 Copilot, 2026).

Fuente: Ponce (2021).

Río de Oro: montañas de la cordillera oriental y nacimientos de agua

Río de Oro se encuentra influenciado por la cordillera oriental, cuyos sistemas montañosos dan origen a múltiples nacimientos de agua y quebradas. Estos afloramientos hídricos no solo abastecen a las comunidades, sino que también configuran paisajes naturales de alto atractivo para visitantes interesados en actividades de caminata, ecoturismo y observación de ecosistemas de montaña (ver figura 50).

Figura 50. Montañas y quebradas en río de Oro



Nota. Imagen mejorada por IA de montañas y quebradas en río de Oro, Cesar (M365 Copilot, 2026).

Fuente: Instagram (s. f.).

San Alberto: el río Lebrija y reservas naturales

Este municipio está articulado alrededor del río Lebrija, un afluente clave en la dinámica hídrica regional. A su alrededor se distribuyen reservas naturales que salvaguardan importantes muestras de fauna y flora local. La presencia combinada de estos elementos convierte a San Alberto en un territorio con elevado potencial para el turismo sostenible, orientado a la conservación y la interpretación ambiental (ver figura 51).

Figura 51. Quebradas como afluentes del río Lebrija y reservas naturales



Nota. Imagen mejorada por IA de quebradas en San Alberto, Cesar (M365 Copilot, 2026).

Fuente: Colombia Turismo Web (s. f.).

San Martín: balnearios naturales y paisajes montañosos

San Martín integra una diversidad paisajística compuesta por balnearios naturales, bosques y zonas montañosas. Estos ambientes propician una oferta turística centrada en actividades recreativas, senderismo, baños de naturaleza y exploración de ecosistemas interandinos. Su geodiversidad favorece experiencias de turismo comunitario vinculadas a prácticas tradicionales y recorridos por ambientes rurales (ver figura 52).

Figura 52. Balnearios naturales en San Martín, Cesar



Nota. Imagen mejorada por IA de balnearios naturales en San Martín, Cesar (M365 Copilot, 2026).

Fuente: Ecoturismo San Martín (s. f.).

Pailitas: manantiales, quebradas y paisajes rurales

Finalmente, Pailitas destaca por la presencia de manantiales y cursos de agua como la quebrada Arroyohondo y el popular Pozo Corazón, ubicados en zonas rurales como el corregimiento Los Llanos. Estos espacios representan puntos estratégicos para actividades de turismo comunitario, baño natural y disfrute paisajístico, integrando tradición rural, agua limpia y naturaleza accesible.

Tabla 18. Atractivos naturales del sur del Cesar por municipio

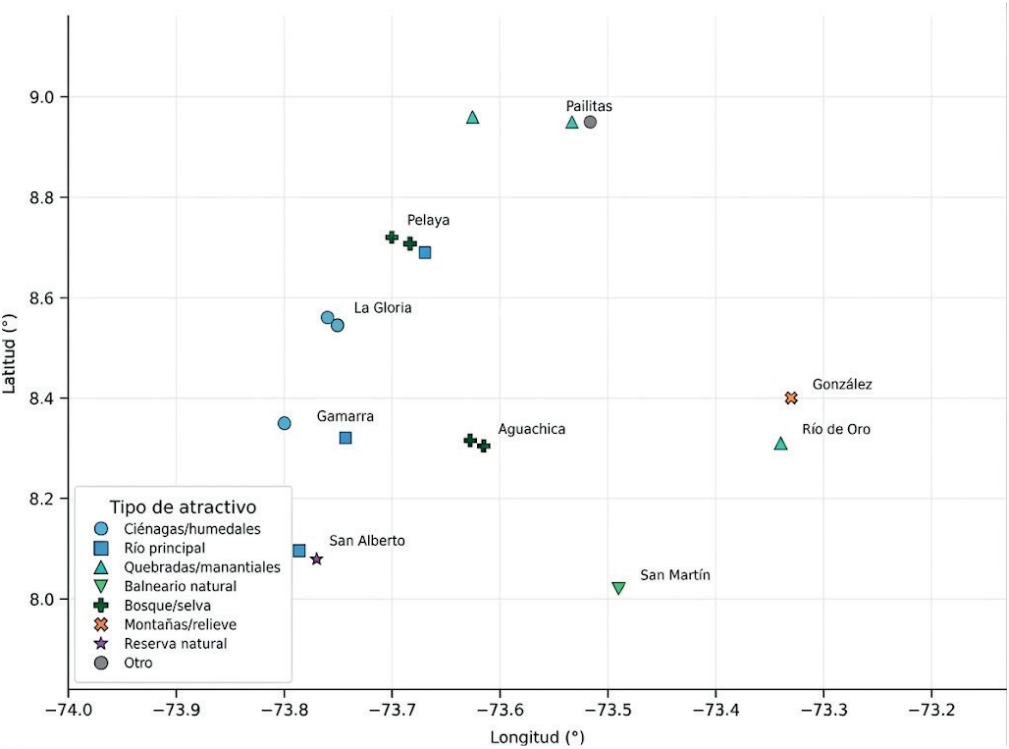
Municipio	Tipo de atractivo	Descripción
Aguachica	Bosque y selva.	Bosque El Agüil, bosque El Potosí, selva tropical subandina.
Gamarra	Río y humedales.	Río Magdalena, humedales y ciénagas.
González	Montañas y ríos.	Serranía del Perijá, quebradas y ríos.
La Gloria	Ciénaga y balnearios.	Ciénaga, balnearios naturales.
Pelaya	Río y bosque seco.	Río Magdalena, bosque seco tropical.

Municipio	Tipo de atractivo	Descripción
Río de Oro	Montañas y nacimientos.	Cordillera oriental, quebradas y nacimientos de agua.
San Alberto	Río y reservas.	Río Lebrija, reservas naturales.
San Martín	Balnearios y montañas.	Balnearios naturales, bosques y montañas.
Pailitas	Quebradas y manantiales.	Quebrada Arroyohondo, Pozo Corazón, corregimiento Los Llanos.

Fuente: elaboración propia.

En la figura 53 se detalla la ubicación geográfica de los principales atractivos turísticos del sur del Cesar:

Figura 53. Atractivos turísticos del sur del Cesar



Nota. Versión estática con leyenda por tipo. Coordenadas aproximadas para uso académico. Límites municipales de referencia: MGN (DANE). Base cartográfica OSM/Stamen en la vista interactiva.

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 19 se muestra el consolidado de atractivos naturales del sur de Bolívar por municipio, en el que se encuentran ríos, humedales, montañas, bosques, serranías y ciénagas. A continuación, se hace una descripción detallada por municipio y sus tipos de atractivos:

Arenal: río y humedales

Arenal cuenta con un entorno hídrico dominado por el río Magdalena, uno de los sistemas fluviales más importantes del país, que estructura la vida económica, cultural y ambiental del municipio. A lo largo de sus riberas se desarrollan humedales y pequeñas ciénagas, ecosistemas que funcionan como zonas de amortiguación frente a inundaciones, refugio para aves acuáticas y soporte para actividades de pesca artesanal. El paisaje general combina áreas de planicie aluvial con cuerpos de agua interconectados, conformando un corredor ecológico fundamental.

Montecristo: montañas y reservas

Montecristo se caracteriza por su ubicación en la Serranía de San Lucas, un macizo montañoso reconocido por su alta biodiversidad y su función estratégica como zona de recarga hídrica. Esta serranía alberga extensas reservas naturales, tanto comunitarias como de iniciativa estatal o privada, enfocadas en la conservación de bosques húmedos tropicales y fauna asociada. El municipio presenta una marcada vocación ambiental, con paisajes escarpados, nacimientos de agua y senderos ecológicos que resaltan su riqueza natural.

Morales: río y bosque tropical

Morales combina la influencia del río Magdalena con la presencia de amplias áreas de bosque tropical que aún conservan conectividad ecológica en diversas zonas rurales. Los bosques funcionan como hábitat para múltiples especies y como soporte para actividades económicas tradicionales, mientras que el río aporta recursos pesqueros, transporte y paisajes ribereños atractivos. Esta unión de selva y cauce fluvial genera un mosaico natural de alto valor ecológico y turístico.

Norosí: serranía y minería

Norosí también se ubica en la zona de influencia de la Serranía de San Lucas, pero su identidad territorial está fuertemente vinculada a la minería artesanal. Las comunidades han desarrollado prácticas mineras tradicionales asociadas a la extracción de oro, integradas en una geografía montañosa compleja. Esta combinación hace de Norosí un territorio donde confluyen valores ambientales de la serranía con dinámicas socioeconómicas históricas relacionadas con la minería.

Regidor: ciénagas y río

Este municipio se caracteriza por un paisaje dominado por ciénagas, humedales y áreas inundables, ecosistemas ricos en biodiversidad y claves para la pesca. Estas

zonas se complementan con la presencia del río Magdalena, que sirve como eje articulador de movilidad y sustento alimentario. La interacción entre ciénagas y río crea una red ecológica que favorece la reproducción de peces, aves y especies acuáticas, además de ofrecer un paisaje distintivo de la depresión momposina.

Río Viejo: ciénaga y bosque

Río Viejo integra los servicios ambientales de la Ciénaga de Simití, uno de los cuerpos de agua más representativos de la región, con la presencia de bosques ribereños que bordean los humedales. Este conjunto ecológico es clave para la regulación hídrica, el mantenimiento de biodiversidad y la pesca tradicional. Los bosques ribereños complementan el atractivo al ofrecer sombra, microclimas y corredores biológicos en torno a los sistemas lagunares.

Santa Rosa del Sur: serranía y balnearios

Santa Rosa del Sur se proyecta sobre la Serranía de San Lucas, que define su topografía montañosa y su riqueza en recursos naturales. Además, el municipio es conocido por la presencia de balnearios naturales, alimentados por quebradas y nacimientos de agua provenientes de la serranía. Estos espacios son utilizados para recreación, turismo local y actividades ecoturísticas, generando una mezcla entre montaña, agua y paisajes de alta calidad escénica.

Simití: ciénaga y río

Simití posee un entorno dominado por la Ciénaga de Simití, una de las más extensas e importantes del área, reconocida por su función ecológica y su relevancia pesquera. Asimismo, el río Magdalena constituye un segundo eje hídrico esencial, complementando el sistema lagunar y facilitando la conectividad regional. La combinación de ambos cuerpos de agua convierte al municipio en un territorio con alto valor ambiental y paisajístico.

Tiquisio: serranía y humedales

En Tiquisio convergen dos elementos diferenciales:

- La Serranía de San Lucas, que aporta relieve, bosques y nacederos de agua.
- Humedales y ciénagas que se extienden hacia las zonas bajas del municipio.

Esta dualidad crea un gradiente ecológico que va desde las alturas boscosas hasta planicies húmedas, constituyendo uno de los paisajes más variados y ambientalmente valiosos del sur del departamento.

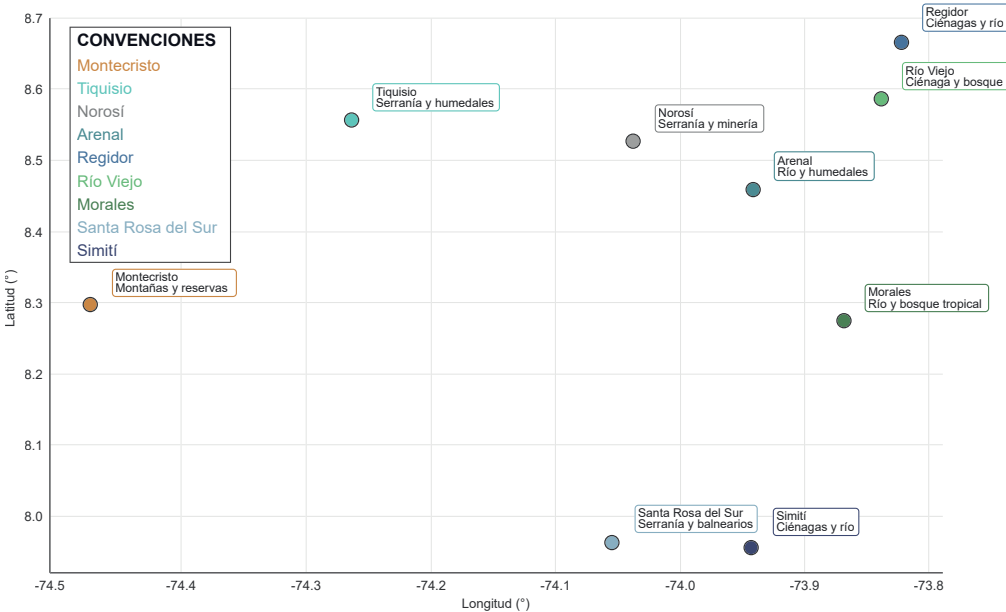
Tabla 19. Atractivos naturales del sur de Bolívar por municipio

Municipio	Tipo de atractivo	Descripción
Arenal	Río y humedales.	Río Magdalena, humedales y ciénagas.
Montecristo	Montañas y reservas.	Serranía de San Lucas, reservas naturales.
Morales	Río y bosque tropical.	Río Magdalena, bosques tropicales.
Norosí	Serranía y minería.	Serranía de San Lucas, minería artesanal.
Regidor	Ciénagas y río.	Ciénagas y humedales, río Magdalena.
Río Viejo	Ciénaga y bosque.	Ciénaga de Simití, bosques ribereños.
Santa Rosa del Sur	Serranía y balnearios.	Serranía de San Lucas, balnearios naturales.
Simití	Ciénaga y río.	Ciénaga de Simití, río Magdalena.
Tiquisio	Serranía y humedales.	Serranía de San Lucas, humedales y ciénagas.

Fuente: elaboración propia.

En la figura 54 se detalla la ubicación geográfica de los principales atractivos turísticos del sur de Bolívar:

Figura 54. Atractivos turísticos del sur de Bolívar



Nota. Versión estática. Coordenadas aproximadas para uso académico. Límites municipales de referencia: MGN (DANE). Base cartográfica OSM/Stamen en la vista interactiva.

Fuente: elaboración propia.

El análisis de las manifestaciones culturales de los municipios ubicados en el sur del Cesar y el sur de Bolívar permite comprender la diversidad sociocultural que caracteriza a esta región. Por medio de la clasificación en seis categorías —centros culturales y espacios naturales; fiestas patronales y celebraciones religiosas; festividades folclóricas y tradiciones; arquitectura colonial y patrimonio histórico; eventos culturales y música tradicional; y expresiones autóctonas e identidad indígena— es posible poner en evidencia la multiplicidad de prácticas, expresiones simbólicas e infraestructuras que fortalecen la identidad colectiva y la memoria histórica de estas comunidades (ver figura 55).

Figura 55. Atractivos culturales y espacios naturales del sur del Cesar y Bolívar



Nota. Imagen mejorada por IA de atractivos culturales por municipio (M365 Copilot, 2026).

Fuente: elaboración propia.

En primer lugar la categoría de **centros culturales y espacios naturales**, representada por el municipio de Aguachica, revela la presencia de instituciones y escenarios orientados al fomento del arte, la educación y la preservación ambiental. Espacios como el Centro Cultural Eladio Vargas y el bosque El Agüil funcionan como nodos de encuentro comunitario y lugares estratégicos para el desarrollo de iniciativas culturales y ecológicas.

La segunda categoría, **fiestas patronales y celebraciones religiosas**, integra municipios como Gamarra, Norosí, Regidor, Santa Rosa del Sur y Simití, cuyas dinámicas sociales están fuertemente vinculadas a la ritualidad católica y a las festividades en honor a sus santos patronos. Estas celebraciones consolidan relaciones de cohesión

social, fortalecen la identidad local y preservan manifestaciones religiosas que han sido heredadas intergeneracionalmente.

Una tercera categoría agrupa las **festividades folclóricas y tradiciones**, destacando municipios como San Martín, Tamalameque y Pailitas. En este conjunto sobresale el Festival de la Cumbia de San Martín, una de las expresiones dancísticas y musicales más representativas del Caribe colombiano. Las festividades en estos territorios constituyen espacios de transmisión del patrimonio inmaterial, así como escenarios en los que convergen la música, la danza, la oralidad y las costumbres tradicionales.

La categoría de **arquitectura colonial y patrimonio histórico** reúne a González, Morales, Río de Oro, Río Viejo, Montecristo y nuevamente Simití, municipios que conservan edificaciones de valor histórico, trazados urbanos tradicionales y vestigios de la época colonial. Estos elementos arquitectónicos no solo funcionan como referentes estéticos, sino como testimonios materiales de procesos sociopolíticos y económicos que marcaron el desarrollo de la región.

De igual manera, los municipios de Pelaya, San Alberto y Tiquisio conforman la categoría de **eventos culturales y música tradicional**, en la cual prevalecen prácticas musicales asociadas a ritmos autóctonos como la tambora, la cumbia y otros géneros propios de la identidad caribeña. La programación cultural continua en estos municipios pone en evidencia la vitalidad de las prácticas musicales como mecanismos de expresión comunitaria y de preservación identitaria.

Finalmente, la categoría de **expresiones autóctonas e identidad indígena**, representada por La Gloria y Arenal, visibiliza territorios donde se conservan elementos culturales ancestrales vinculados a saberes tradicionales, técnicas de producción artesanal y prácticas simbólicas de comunidades indígenas. Estas expresiones constituyen un componente esencial del patrimonio cultural intangible y presentan la persistencia de cosmovisiones diversas en el territorio.

En conjunto, las categorías analizadas permiten reconocer la amplitud y complejidad del panorama cultural regional. La distribución geográfica de estas manifestaciones muestra la coexistencia de tradiciones religiosas, artísticas, musicales y ancestrales que, en su interacción, configuran un tejido cultural dinámico y plural. De esta manera, la información no solo funciona como un inventario descriptivo, sino como un punto de partida para la reflexión sobre la identidad territorial, la memoria y el patrimonio cultural del sur del Cesar y el sur de Bolívar.

El estudio de las prácticas culinarias de los municipios del sur del Cesar y el sur de Bolívar permite identificar patrones alimentarios asociados tanto a la disponibilidad de recursos como a las influencias culturales presentes en cada territorio. La clasificación de los alimentos en categorías específicas pone en evidencia la diversidad gastronómica de la región, así como el vínculo estrecho entre tradición, geografía y cultura alimentaria (ver figura 56).

Figura 56. Prácticas culinarias del sur del Cesar y Bolívar



Nota. Imagen mejorada por IA de atractivos culturales por municipio (M365 Copilot, 2026).

Fuente: elaboración propia.

En primer lugar, la categoría de **platos con carne y sopas tradicionales**, representada por el municipio de Aguachica, refleja la presencia de preparaciones emblemáticas basadas en proteínas animales y caldos sustanciosos. Estas recetas suelen tener un fuerte arraigo en la tradición campesina y conforman parte fundamental de la dieta cotidiana y festiva de la población.

Por su parte, los **platos con pescado fresco**, propios de municipios como Gamarra, Pelaya y Río Viejo, responden a la relación histórica de estas comunidades con los ríos y cuerpos de agua cercanos. La pesca artesanal, además de ser una actividad económica central, constituye una fuente primaria de alimentos que ha dado forma a una culinaria basada en frituras, sancochos y preparaciones al vapor o asadas.

De igual manera, la categoría de **arepas y bebidas tradicionales**, asociada a González y San Alberto, demuestra la permanencia de prácticas culinarias heredadas y la relevancia del maíz como alimento identitario. Las bebidas tradicionales, posiblemente a base de maíz, cacao o ingredientes locales, refuerzan la importancia de lo autóctono en la dieta regional.

La presencia de **comida con influencia costeña** en municipios como La Gloria, Montecristo, Norosí y Simití demuestra la interacción cultural entre territorios del

Caribe y del interior. Esta influencia se expresa en el uso de ingredientes propios de la región costera, como el coco, los mariscos y ciertos métodos de preparación característicos del litoral.

Asimismo, los **dulces y tamales típicos**, presentes en Tamalameque y Pelaya, muestran la persistencia de técnicas culinarias tradicionales ligadas a festividades, celebraciones religiosas y la transmisión intergeneracional del conocimiento gastronómico. Estas preparaciones constituyen un patrimonio culinario que combina productos agrícolas locales con métodos de cocción ancestrales.

En el caso de Río de Oro, Morales y Santa Rosa del Sur, la categoría de **platos con ingredientes locales** subraya la importancia de la producción agrícola diversificada. La disponibilidad de frutas, tubérculos, hierbas y hortalizas incide directamente en la creación de platos que integran saberes tradicionales con prácticas alimentarias propias del entorno.

El municipio de San Martín, vinculado a los **platos con influencia vallenata**, pone en evidencia la integración de elementos de la culinaria propia de la subregión vallenata, donde predominan preparaciones basadas en arroz, carnes y técnicas de cocción asociadas a la vida rural del Caribe interior.

Finalmente, la categoría de **comida autóctona e indígena**, atribuida a Pailitas, Regidor, Tiquisio y Arenal, resalta la presencia de comunidades que conservan prácticas culinarias ancestrales. Estas preparaciones suelen incluir ingredientes nativos, métodos de cocción tradicionales y un profundo vínculo simbólico entre alimentación, territorio y cosmovisión.

En conjunto, la organización de estas categorías gastronómicas permite reconocer que la culinaria regional es un reflejo de la diversidad sociocultural, geográfica e histórica del área. La distribución de los platos por municipio no solo muestra la riqueza alimentaria de la región, sino que también constituye un punto de partida para investigaciones orientadas a la preservación del patrimonio culinario, la promoción turística y el fortalecimiento de la identidad cultural.

En la tabla 20 se presenta un resumen de la infraestructura turística disponible en los municipios estudiados. Sintetiza la infraestructura y servicios turísticos disponibles por municipio (alojamiento, restauración, accesibilidad y transporte, espacios culturales, naturaleza y patrimonio). Esta radiografía de oferta habilitante es fundamental para evaluar la preparación del destino, priorizar inversiones y elevar la calidad de la experiencia del visitante.

Tabla 20. Infraestructura y servicios disponibles por municipio

Categoría	Municipios	Descripción
Infraestructura hotelera y alojamiento	Aguachica, San Alberto, San Martín.	Oferta de hoteles, hostales y alojamientos con comodidad y accesibilidad.
Restaurantes y oferta gastronómica	Aguachica, Pelaya, Tamalameque, Simití.	Gastronomía típica como mute, pescado fresco y tamales.
Vías y transporte turístico	Gamarra, San Alberto, Río Viejo.	Buenas vías de acceso y transporte fluvial y terrestre.
Centros culturales y espacios recreativos	Aguachica, San Martín, Morales.	Centros culturales, parques y espacios de esparcimiento.
Ecoturismo y naturaleza	La Gloria, Montecristo, Arenal, Norosí.	Áreas naturales para senderismo y actividades al aire libre.
Patrimonio histórico y arquitectura	González, Río de Oro, Regidor, Santa Rosa del Sur.	Edificaciones coloniales y sitios históricos.

Fuente: elaboración propia.

El análisis de los perfiles de visitantes en los municipios del sur del Cesar y el sur de Bolívar permite comprender la diversidad de motivaciones turísticas y los patrones de consumo asociados a cada tipo de viajero. La segmentación presentada proporciona un marco para interpretar cómo las dinámicas culturales, ambientales, económicas y religiosas influyen en los comportamientos de visita y en la demanda de servicios turísticos en el territorio (ver figura 57).

Figura 57. Perfiles de visitantes del sur del Cesar y Bolívar



Fuente: elaboración propia.

En primer lugar, los **turistas culturales e históricos**, presentes en municipios como Aguachica, San Martín, Tamalameque, Simití, González, Río de Oro, Regidor y Santa Rosa del Sur, se caracterizan por un interés marcado en el patrimonio material e inmaterial. Este perfil busca acceder a sitios históricos, museos, festivales y artesanías locales, lo que pone en evidencia la relevancia de la memoria colectiva y de las prácticas tradicionales como recursos turísticos. Su presencia resalta la necesidad de fortalecer la infraestructura cultural y de promover circuitos que integren historia, tradición y oferta artística.

Por otro lado, los **ecoturistas y amantes de la naturaleza** —localizados en La Gloria, Montecristo, Arenal, Norosí y Río Viejo— orientan su visita hacia actividades al aire libre como el senderismo, el turismo ecológico y el consumo de productos asociados a la sostenibilidad. Estos visitantes contribuyen a la valorización de los ecosistemas locales y promueven modelos de turismo responsable que requieren la conservación ambiental y la capacitación comunitaria para ofrecer servicios afines.

La categoría de **turistas gastronómicos**, identificada en municipios como Aguachica, Pelaya, Tamalameque, San Alberto y Simití, se asocia con visitantes interesados en la degustación de platos típicos, la exploración de mercados locales y la experiencia de restaurantes tradicionales. Esta preferencia subraya la importancia de la gastronomía como expresión cultural y como eje de desarrollo económico, especialmente en territorios donde las tradiciones culinarias están fuertemente arraigadas.

En relación con los **visitantes de negocios y comercio**, presentes en Aguachica, Gamarra, San Alberto y San Martín, se trata de un perfil que prioriza servicios vinculados a la movilidad, la oferta hotelera y los espacios destinados a actividades laborales o comerciales. Este grupo demanda infraestructura eficiente, alojamiento confortable y conectividad vial y digital, lo cual plantea retos para el fortalecimiento de la competitividad regional.

Finalmente, los **turistas religiosos y festivos**, ubicados en Gamarra, Norosí, Regidor, Santa Rosa del Sur y Simití, presentan motivaciones centradas en la participación en festividades religiosas y en la necesidad de contar con hospedajes cercanos a templos y lugares de celebración. Este tipo de turismo presenta la estrecha relación entre prácticas devocionales, identidad comunitaria y dinámicas económicas locales, especialmente durante temporadas de fiestas patronales.

En conjunto, la clasificación expuesta permite identificar cómo los perfiles de visitantes se distribuyen entre distintos municipios y cómo sus preferencias de consumo inciden en la planificación turística. Esta caracterización constituye un insumo fundamental para el diseño de estrategias de fortalecimiento territorial, el desarrollo de productos turísticos especializados y la consolidación de una oferta diversificada y sostenible.

La clasificación de productos turísticos en los municipios del sur del Cesar y el sur de Bolívar permite analizar la diversidad de experiencias ofrecidas por el territorio y las dinámicas socioculturales que las sustentan. Esta organización por categorías —ecoturismo y turismo de naturaleza; turismo comunitario y cultural; agroturismo y turismo rural; turismo de aventura y deportes al aire libre; y turismo gastronómico sostenible— deja ver la pluralidad de recursos naturales, culturales y productivos presentes en los distintos municipios, así como su potencial para la consolidación de una oferta turística diferenciada y sostenible (ver figura 58).

Figura 58. Productos turísticos para el sur del Cesar y Bolívar

	Ecoturismo y turismo de naturaleza	La Gloria, Montecristo, Arenal, Norosí, Río Viejo. Senderismo , avistamiento, reservas y conservación.
	Turismo comunitario y cultural	Aguachica, San Martín, Tamalameque, Simití, González, Río de Oro, Regidor, Santa Rosa del Sur. Visita a templos religiosos, muestras artísticas y musicales.
	Agroturismo y turismo rural Pelaya, San Alberto, Pailitas, Morales.	Talleres de artesanía, festivales, recorridos históricos, visitas a fincas, cosechas, degustaciones, rutas rurales.
	Turismo de aventura y deportes al aire libre	Gamarra, Río Viejo, Tiquisio, cocina local, talleres gastronómicos, mercados orgánicos. ✨

Fuente: elaboración propia.

En primer lugar, la categoría de **ecoturismo y turismo de naturaleza**, distribuida en los municipios de La Gloria, Montecristo, Arenal, Norosí y Río Viejo, destaca la presencia de ecosistemas estratégicos que permiten el desarrollo de actividades como el senderismo, el avistamiento de fauna, la visita a reservas naturales y la participación en prácticas de conservación ambiental. Esta oferta se alinea con tendencias globales hacia el turismo sostenible y con la valoración creciente de los recursos naturales como patrimonio territorial.

La segunda categoría, correspondiente al **turismo comunitario y cultural**, abarca municipios como Aguachica, San Martín, Tamalameque, Simití, González, Río de Oro, Regidor y Santa Rosa del Sur. En estos territorios, las comunidades desempeñan un papel central en la generación de experiencias basadas en talleres de artesanía, festivales tradicionales, recorridos históricos y otras manifestaciones del patrimonio material e inmaterial. Este tipo de turismo refuerza la identidad cultural y promueve la participación activa de la población local en la gestión de los recursos turísticos.

En cuanto al **agroturismo y turismo rural**, representado en municipios como Pelaya, San Alberto, Pailitas y Morales, la oferta se orienta hacia actividades vinculadas a la producción agrícola y a la vida rural, tales como visitas a fincas, participación en cosechas, degustaciones de productos frescos y recorridos por rutas rurales. Este tipo de turismo permite diversificar la economía campesina y fortalecer el vínculo entre productores y visitantes por medio de experiencias educativas y vivenciales.

La categoría de **turismo de aventura y deportes al aire libre**, presente en Gamarra, Río Viejo y Tiquisio, integra actividades recreativas de mayor exigencia física y contacto directo con escenarios naturales, tales como kayak, ciclismo de montaña, escalada y recorridos fluviales. Esta oferta se asocia con la creciente demanda de experiencias turísticas que combinan deporte, exploración y desafío, aprovechando la geografía diversa de la región.

En conjunto, estas categorías permiten comprender la amplitud del panorama turístico regional, poniendo en evidencia la existencia de vocaciones diferenciadas en cada municipio y la necesidad de estrategias de articulación territorial que potencien la sostenibilidad, el desarrollo comunitario y la preservación cultural. La clasificación también sirve como base para la planificación turística, la definición de rutas integradas y la identificación de oportunidades para fortalecer la competitividad del destino.

La tabla 21 resume las estrategias y los indicadores para el desarrollo de productos turísticos mínimos viables y sus indicadores de seguimiento (rutas, visitantes, huella ambiental; senderos, participación, ventas; fincas, ingresos; satisfacción, km de vías; alcance y acuerdos). Este marco guía la gestión, el monitoreo y la toma de decisiones basadas en evidencia.

Tabla 21. Estrategias para el desarrollo de productos mínimos viables e indicadores (resumen)

Estrategia	Municipios	Actividades clave	Indicadores sugeridos
Desarrollo de productos turísticos sostenibles	Regional.	Rutas temáticas, integración comunitaria, promoción responsable.	Número de rutas, visitantes, huella ambiental.
Ecoturismo y naturaleza	La Gloria, Montecristo, Arenal, Norosí, Río Viejo.	Senderos, guías, campañas de conservación.	Número de senderos, turistas, especies protegidas.
Turismo comunitario y cultural	Aguachica, San Martín, Tamalameque, Simití, González, Río de Oro, Regidor, Santa Rosa del Sur.	Ferias, productos artesanales, identidad local.	Número de eventos, participación, ventas.

Estrategia	Municipios	Actividades clave	Indicadores sugeridos
Agroturismo y turismo rural	Pelaya, San Alberto, Pailitas, Morales.	Circuitos, formación agroecológica, mercados locales.	Número de fincas, visitantes, ingresos.
Fortalecimiento de infraestructura y servicios	Regional.	Mejoras de hospedaje, servicio al cliente, vías.	Número de alojamientos, satisfacción, km de vías.
Promoción y comercialización	Regional.	Marketing digital, ferias, alianzas.	Alcance, turistas atraídos, acuerdos.

Fuente: elaboración propia.

Discusión

Los hallazgos presentan un portafolio de recursos y capacidades que, alineados con principios de desarrollo sostenible, pueden traducirse en productos turísticos competitivos con enfoque territorial. La articulación entre actividades agropecuarias y experiencias turísticas permite diversificar ingresos y fortalecer la resiliencia económica local, siempre que la planificación incorpore límites de carga, criterios de conservación y mecanismos de distribución de beneficios (Rodríguez, 2019; Sayadi et al., 2019). Persisten desafíos asociados a capacidades institucionales, asociatividad y calidad de infraestructura; por ello, la gestión debe basarse en gobernanza colaborativa, estandarización de calidad, formación técnica y mercadeo conjunto. La conservación del patrimonio material e inmaterial debe integrarse como eje transversal, evitando la folclorización y promoviendo la participación comunitaria en el diseño, operación y evaluación de las experiencias (Arenas et al., 2023).

Conclusiones y recomendaciones

- El sur del Cesar y Bolívar posee una combinación singular de activos naturales, culturales y gastronómicos que sustentan el diseño de experiencias de alto valor en turismo de naturaleza, comunitario, rural y gastronómico.
- La metodología mixta aportó una línea base útil para orientar la priorización de productos mínimos viables y rutas territoriales; futuras fases deben incorporar series temporales y mediciones de impacto.
- Para consolidar la oferta se requiere fortalecer capacidades locales (guianza, hospitalidad, gestión ambiental, mercadeo digital) y mejorar infraestructura crítica (accesibilidad, señalización, servicios básicos).

- Se recomienda implementar pilotos por corredores temáticos (ribereño del Magdalena, serranías, ciénagas, agroalimentario) con indicadores de seguimiento (empleo, ingresos, conservación, participación comunitaria).
- La gobernanza turística debe institucionalizar mesas intersectoriales con agendas de inversión, formación y promoción articuladas a planes de desarrollo y al ordenamiento territorial.

Referencias

- Agronet. (2022, 21 de junio). *Serranía del Perijá, despensa alimentaria del Cesar que se debe conservar* [Fotografía]. <https://agronet.gov.co/noticias/serrania-del-perija-despensa-alimentaria-del-cesar-que-se-debe-conservar>
- Anzardo, L. E. P., Estrabao, F. I., y Laffita, U. H. (2023). Análisis del sector agropecuario como soporte del agroturismo para potenciar el desarrollo local. *Revista de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional*, 5(18), 18-32. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9403000>
- Arenas, J. S. V., Rodríguez, C. A. B., y Rosas, A. A. F. (2023). Review of the characteristics preferred by clients in agritourism scenarios. *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, 31(1), 19-27. <https://doi.org/10.3311/PPso.19159>
- Burbano, I. E. M., Cevallos, H. V., y Romero, H. C. (2020). Agroturismo como alternativa para el desarrollo socioeconómico de la Parroquia Río Bonito. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(1), 138-144. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9240493>
- Colombia Turismo Web. (s. f.). *San Alberto, Cesar* [Fotografía]. Colombia Turismo Web. <https://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/CESAR/MUNICIPIOS/SAN%20ALBERTO/SAN%20ALBERTO.htm>
- Ecoturismo San Martín. (s. f.). *Balnearios naturales en San Martín, Cesar* [Fotografía]. Facebook. <https://www.facebook.com/ecoturismosanmartin/photos>
- El Nuevo Sur. (2021, 4 de marzo). *En Aguachica, el Bosque del Agüil necesita una urgente intervención* [Fotografía]. El Nuevo Sur. <https://elnuevosur.com/2021/03/04/en-aguachica-el-bosque-del-aguil-necesita-una-urgente-intervencion/>
- Gamarracesar_col. (2024, 13 de mayo). *Atardecer sobre el río Magdalena en Gamarra, Cesar* [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C67bRNarZR8/>

Iglesias, M. C. (2020). Una aproximación geográfico-jurídica al agroturismo en España desde el punto de vista de la oferta. *Cuadernos de Turismo*, (46), 25-46. <https://doi.org/10.6018/turismo.451481>

Instagram. (s. f.). *Montañas y quebradas en río de Oro* [Fotografía]. Instagram.

La Gloria City. (s. f.). *La Gloria, Cesar* [Fotografía]. WordPress. <https://lagloriacity2012.wordpress.com/>

Ponce, K. (2021, 26 de octubre). *Un recorrido por Pelaya Cesar* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bVO8Z8cc0ac>

Rivero Galv, A., Portela Peñalver, L., y Cabrera lvarez, E. N. (2022). Turismo de naturaleza en la modalidad de agroturismo para el desarrollo local sostenible en Guamuhaya. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(5), 204-214. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202022000500204

Rodríguez, A. D. C. S., Ortiz, R. N., y Segura, G. A. S. (2021). Agroturismo para el desarrollo sostenible en fincas ecuatorianas: Un estudio documental. *Dominio de las Ciencias*, 7(4), 183. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8384005>

Rodríguez Alonso, G. (2019). El agroturismo: Una visión desde el desarrollo sostenible. *Centro Agrícola*, 46(1), 62-65. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-57852019000100062

Sayadi, S., González-Roa, M. C., y Calatrava-Requena, J. (2019). Public preferences for landscape features: The case of agricultural landscape in mountainous Mediterranean areas. *Land Use Policy*, 26(2), 334-344. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2008.04.003>

Hacia un modelo de gobernanza sostenible de un destino turístico basado en gestión del *brand equity*: Caso Parque Nacional Cotacachi-Cayapas en Ecuador

Chapter 9. Towards a sustainable governance model for a tourist destination based on brand equity management: Case Cotacachi-Cayapas National Park in Ecuador

PhD Gustavo Javier Terán Rosero

gustavo.teran@upec.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-9029-9410>

MSc Luis Ramiro García Revelo

luis.garcia@upec.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6752-1586>

Resumen

El Parque Nacional Cotacachi-Cayapas (PNCC) en Ecuador representa una importante área protegida con riqueza natural y cultural, habitada por diversos grupos étnicos. Sin embargo, enfrenta amenazas como la minería y la pobreza rural. Este estudio busca determinar una línea base para proponer un modelo de gobernanza sostenible que convierta a los territorios habitados por las comunidades del PNCC en destinos turísticos sostenibles y empoderados. Por medio de una metodología mixta que incluyó encuestas y entrevistas a turistas, residentes y establecimientos, se analizaron las preferencias turísticas, la relación con los atractivos y el capital social. Los resultados indican que los aspectos más valorados por los turistas son la naturaleza, los paisajes y la limpieza, mientras que la accesibilidad y la información requieren mejoras. Se encontraron diferencias significativas en algunas percepciones según el género, el área de residencia y la edad del turista. Se concluye que integrar la conexión emocional en el *brand equity* del destino es clave para la sostenibilidad. Se propone un modelo de gobernanza que involucre a todos los actores locales y se recomienda su presentación ante instancias gubernamentales para la formulación de políticas públicas.

Palabras clave: gobernanza sostenible, destino turístico, Parque Nacional Cotacachi-Cayapas, Ecuador, marca de destino, capital social

Abstract

The Cotacachi-Cayapas National Park (PNCC) in Ecuador represents an important protected area with natural and cultural wealth, inhabited by diverse ethnic groups. However, it faces threats such as mining and rural poverty. This study aims to establish a baseline to propose a sustainable governance model that transforms the PNCC territories inhabited by communities into sustainable and empowered tourist destinations. Using a mixed methodology including surveys and interviews with tourists, residents and businesses, tourist preferences, the relationship with attractions and social capital were analyzed. Results indicate that tourists most value nature, landscapes and cleanliness, while accessibility and information need improvement. Significant differences were found in some perceptions based on tourist gender, residence area and age. It is concluded that integrating emotional connection into destination brand equity is key to sustainability. A governance model involving all local actors is proposed and its presentation to government bodies for public policy formulation is recommended.

Keywords: sustainable governance, tourist destination, Cotacachi-Cayapas National Park, Ecuador, destination brand, social capital

Introducción

El turismo sostenible se exhibe como una pieza fundamental para el desarrollo económico local y la conservación del patrimonio natural y cultural, especialmente en áreas protegidas (Ceballos-Escalante et al., 2023). El Parque Nacional Cotacachi-Cayapas (PNCC) en Ecuador, con su biodiversidad y riqueza cultural, constituye un caso paradigmático. Sin embargo, la amenaza de la minería y las limitadas oportunidades económicas para las comunidades locales requieren una gestión turística integral. Este estudio propone avanzar hacia un modelo de gobernanza sostenible para el PNCC, basado en la caracterización de sus elementos físicos, sociales, culturales y económicos, y en la comprensión de la relación entre turistas y atractivos. El objetivo general es determinar una línea base para proponer un proceso de conversión de los territorios habitados por las comunidades del PNCC en destinos turísticos sostenibles y empoderados. Los objetivos específicos incluyen caracterizar el entorno del PNCC, determinar el perfil del turista, identificar preferencias turísticas, analizar la relación turista-atractivo, conocer mecanismos de alianza y proponer destinos turísticos comunitarios sostenibles.

Marco teórico y antecedentes

La gobernanza sostenible de destinos turísticos implica la participación colaborativa de múltiples actores (públicos, privados y comunitarios) para gestionar los recursos de forma equilibrada, considerando aspectos ambientales, sociales y económicos (Fennell, 2015). En este contexto, la marca de destino juega un rol crucial, ya que encapsula la percepción, experiencia y conexión emocional de los turistas con el lugar (Gartner, 2021). Modelos como el Customer-Based Destination Brand Equity (CBBE) permiten medir esta percepción desde la perspectiva del consumidor, vinculando la calidad percibida de los recursos, la satisfacción y la lealtad del visitante (Morgan et al., 2022). Las estrategias de marca del destino que evocan vínculos emocionales pueden reforzar el apego al lugar en residentes y visitantes (Casais y Poço, 2023; Chekalina et al., 2018). Estudios previos en destinos naturales y rurales resaltan la importancia de los paisajes, la autenticidad cultural y la hospitalidad como atractivos clave (Richards y Wilson, 2022). En el caso de Ecuador, experiencias similares en la sierra y la Amazonía han demostrado el potencial del turismo comunitario para generar ingresos y fortalecer el capital social local (Toney-Ortiz y Terán-Andrade, 2023). El PNCC, con su diversidad étnica (afroesmeraldeños, quichuas, awas, chachis) y ecológica, ofrece un escenario único para aplicar estos principios.

Área de estudio

El PNCC se localiza al este de la provincia de Esmeraldas y al oeste de Imbabura, abarcando 243 638 hectáreas. Es la zona de conservación más importante en los Andes occidentales del Ecuador, destacando por su tamaño y el amplio rango de altitudes que alberga a diversos grupos étnicos. La zona de estudio comprende parte de los cantones de Cotacachi y Urcuquí (provincia de Imbabura), incluyendo las comunidades de Morochos, Iruquincho, Turuco, Cazarpamba e Irubí. Lugares específicos de intervención fueron Cotacachi, la laguna de Cuicocha, Apuela y las comunidades mencionadas, así como las aguas termales de Timbuyacu y San Alfonso de Ilguincho en Urcuquí.

Metodología

El estudio empleó una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa. Se diseñó una muestra representativa de turistas (n=384), establecimientos turísticos (n=54), residentes (n=380 hogares) y actores clave (n=20) en las comunidades del PNCC y zonas de control (Otavalo, San Pablo). El muestreo fue estratificado por destino, considerando un porcentaje de la población (25 % en Cuicocha, 15 % en Cotacachi/ Apuela, 13 % en Iruquincho/Morochos, 10 % en Urcuquí, 5 % en Otavalo/San Pablo, y 100 % en comunidades pequeñas). La recolección de datos se realizó por medio de encuestas estructuradas y entrevistas semiestructuradas. Para el análisis de datos se utilizaron pruebas estadísticas como la prueba t de Student, análisis de varianza (ANOVA) y el índice del valor de marca (Brand Equity Index). Además, se aplicó un modelo de ecuaciones estructurales para analizar la relación entre la marca del destino y el comportamiento del visitante, basado en el CBBE-I, que mide la utilidad derivada de la evaluación del desempeño de los recursos y el comportamiento del turista respecto al precio, competencia y rentabilidad de la marca (ver tabla 22).

Tabla 22. Muestra de encuestas, entrevistas y registros de visitantes por parroquia (Imbabura, Ecuador)

Año	Parroquia	Encuestas (n)	Entrevistas (n)	Relación H/M	Total (n)
2018	Cuicocha	96	4	1	100
2018	Cotacachi	58	11	3	69
2018	Apuela	58	8	2	66
2018	Iruquincho	49	7	2	56
2018	Morochos	48	7	2	55
2018	Urcuquí	38	5	1	43
2018	Otavalo	19	5	3	24

Año	Parroquia	Encuestas (n)	Entrevistas (n)	Relación H/M	Total (n)
2018	San Pablo	19	5	1	24
2023	Irubí	26	2	1	28
2023	Cazaribamba	33	2	1	35
Totales		444	56	–	500

Nota. H/M = relación hombres/mujeres. Los datos corresponden al levantamiento de información primaria por medio de encuestas estructuradas y entrevistas semiestructuradas aplicadas en parroquias rurales de la provincia de Imbabura. Los totales pueden variar según disponibilidad de registro de sexo en determinadas localidades.

Fuente: elaboración propia.

Resultados y discusión

La caracterización de la muestra turística permitió identificar el perfil de los visitantes a partir de variables demográficas, así como de sus niveles de ingresos y patrones de gasto durante la experiencia turística. Además, se analizaron los principales atributos que influyen en la elección y valoración del destino, determinando el nivel promedio de preferencia (NPP) para cada uno de ellos. Estos resultados proporcionan información relevante sobre las características y preferencias de los turistas, constituyendo una base para el diseño de estrategias que fortalezcan la competitividad y sostenibilidad del destino.

Caracterización de la muestra turística

La muestra de turistas reveló una mayoría masculina (56,2 %) y una edad promedio en el rango de 22-28 años (21,8 %). La mayoría tenía educación superior (48,2 %) y provenía de zonas urbanas (37,2 %). Los ingresos mensuales variaron considerablemente, con un 36,3 % entre 51-400 dólares estadounidenses (USD). El gasto diario en turismo promedio fue de 16-30 USD (23,2 %) (ver tabla 23).

Tabla 23. Participantes en la muestra según variables demográficas, ingresos y gastos (n=409)

Variable	Atributo	Frecuencia	Porcentaje (%)
Género	Femenino	179	43,8
	Masculino	230	56,2
Edad	14-21	87	21,3
	22-28	89	21,8
	29-36	74	18,1
	37-46	80	19,6
	47-84	78	19,1

Educación	Primaria y secundaria	193	47,2
	Superior	197	48,2
	Posgrado	19	4,6
Ocupación o inactividad	Inactivos (ama de casa, estudiante, jubilado u otro)	155	37,9
	Patrono o cuenta propia	83	20,3
	Empleado del Estado, privado o jornalero	162	39,6
	Empleado doméstico	2	0,5
	Trabajador no remunerado	7	1,7
Ingreso mensual (USD)	0-50	84	20,8
	51-400	148	36,3
	401-500	34	8,3
	501-800	64	15,7
	801-4 200	77	18,9
Gasto diario en turismo (USD)	0-15	86	21,2
	16-30	94	23,2
	31-50	87	21,5
	51-100	89	22,0
	101-600	49	12,1
Área	Rural	257	62,8
	Urbana	152	37,2

Nota. Los porcentajes se calcularon sobre el total de la muestra (n=409). Las categorías de ingreso y gasto se expresan en dólares estadounidenses (USD).

Fuente: elaboración propia.

Preferencias turísticas y atributos del área rural

Los cinco principales atributos que influyen sobre las preferencias del área rural, medidos por el NPP, fueron:

- Limpieza y orden del entorno (P9, NPP=4,88).
- Senderos ecológicos y actividades recreativas (P6, NPP=4,85).
- Hospitalidad y amabilidad de la comunidad (P7, NPP=4,80).
- Oferta de turismo rural (P4, NPP=4,78).
- Gastronomía tradicional (P5, NPP=4,76).

Estos resultados subrayan la importancia del componente natural y de la experiencia vivencial para los visitantes del PNCC (ver tabla 24).

Tabla 24. Atributos que influyen sobre las preferencias del destino y NPP

Código	Atributo evaluado	NPP
P1	Contacto con la naturaleza e instalaciones para el descanso	4,70
P2	Infraestructura vial adecuada	4,19
P3	Buena señalización	4,29
P4	Oferta de turismo rural	4,78
P5	Gastronomía tradicional	4,76
P6	Senderos ecológicos y actividades recreativas	4,85
P7	Hospitalidad y amabilidad de la comunidad	4,80
P8	Disponibilidad de alojamiento rural	3,79
P9	Limpieza y orden del entorno	4,88
P10	Seguridad en el destino	4,53
P11	Instalaciones recreativas adecuadas	4,47
P12	Accesibilidad para adultos mayores y personas con discapacidad	3,82
P13	Centro de información turística	3,72
P14	Disponibilidad de transporte local	3,29
P15	Actividades culturales y festividades	3,77
P16	Precios accesibles	3,46
P17	Variedad de atractivos naturales	3,81
P18	Protección y conservación del entorno	4,16
P19	Experiencias auténticas con comunidades locales	2,86
P20	Información turística disponible	3,28
P21	Infraestructura sanitaria	3,08
P22	Ambiente tranquilo	4,12
P23	Facilidad de movilidad interna	3,84
P24	Organización y planificación del destino	4,19
P25	Promoción turística adecuada	4,47
P26	Oferta de actividades productivas locales	4,35
P27	Precios de servicios turísticos competitivos	4,24
P28	Calidad del servicio turístico	4,25
P29	Infraestructura hotelera adecuada	3,57
P30	Manifestaciones culturales y artesanales	4,38
P31	Estado de conservación del paisaje	4,01
P32	Participación de la comunidad en el desarrollo turístico	4,11
P33	Sostenibilidad ambiental del destino	3,97

Nota. NPP = nivel promedio de preferencia medido en escala tipo Likert de 1 (muy baja preferencia) a 5 (muy alta preferencia).

Fuente: elaboración propia.

Análisis de diferencias significativas

Género

Se encontraron diferencias significativas en la percepción de la “Limpieza y ambiente natural” (P9, $p=0,037$) y la “Hospitalidad: cortesía y atención al cliente” (P18, $p=0,014$), siendo valoradas positivamente por ambos géneros, pero con matices.

Área de residencia (urbana vs. rural)

Hubo diferencias significativas en múltiples atributos, incluyendo “Observar hermosos paisajes” (P4, $p=0,009$), “Experimentar buenos recuerdos” (P5, $p=0,007$), “Sentirse renovado” (P6, $p=0,009$), “Instalaciones deportivas/recreativas” (P11, $p=0,043$), “Seguridad” (P15, $p=0,005$), “Hospitalidad” (P18, $p=0,001$), “... aburrido o entretenido...” (P22, $p=0,003$), “Satisfacción” (P24, $p=0,012$), “Sentirse representado” (P32, $p=0,001$) y “Distinción con competidores” (P33, $p=0,008$). Esto sugiere que los turistas rurales y urbanos pueden tener expectativas y percepciones diferentes.

Edad

Se observaron diferencias significativas en “Turismo de aventura” (P2, $p=0,002$), “Instalaciones deportivas/recreativas” (P11, $p=0,020$), “Seguridad” (P15, $p=0,001$), “... aburrido o entretenido...” (P22, $p=0,019$), “... estático o dinámico...” (P23, $p=0,056$) y “Probabilidad de recomendar” (P25, $p=0,039$). Los jóvenes tienden a valorar más la aventura y la diversión, mientras que los adultos mayores pueden priorizar la seguridad y la tranquilidad.

Las pruebas t de muestras independientes permitieron comparar el nivel promedio de preferencia entre los diferentes grupos analizados. En primer lugar, se evaluaron las diferencias por género, identificando si existían variaciones estadísticamente significativas en las preferencias promedio entre hombres y mujeres. De igual forma, se compararon los participantes provenientes de áreas rurales y urbanas para determinar posibles diferencias asociadas al contexto de residencia. Finalmente, se analizaron las preferencias promedio de los distintos atributos según los tramos de edad, considerando los niveles de significancia estadística, con el propósito de establecer si la edad influye de manera relevante en las preferencias de los participantes. Estos análisis aportan evidencia para comprender el comportamiento de los diferentes segmentos poblacionales y orientar la toma de decisiones basada en datos (ver tablas 25, 26, 27).

Tabla 25. Prueba t de muestras independientes para diferencias por género en el nivel promedio de preferencia

Ítem	Media femenino	Media masculino	t	p (bilateral)
P1	4,69	4,71	-0,398	0,691
P2	4,12	4,25	-1,116	0,266
P3	4,28	4,34	-1,004	0,305
P4	4,77	4,80	-0,092	0,934
P5	4,74	4,77	-0,378	0,700
P6	4,69	4,69	-0,008	0,993
P7	4,59	4,61	-0,338	0,735
P8	3,68	3,87	-1,486	0,138
P9	4,57	4,74	-2,098	0,037

Ítem	Media femenino	Media masculino	t	p (bilateral)
P10	4,51	4,55	-0,206	0,842
P11	4,38	4,55	-1,346	0,066
P12	3,85	3,67	1,146	0,253
P13	3,72	3,72	0,024	0,981
P14	3,29	3,33	-0,281	0,418
P15	3,76	3,82	-0,174	0,862
P16	3,35	3,52	-1,357	0,176
P17	3,65	3,64	0,089	0,929
P18	4,04	4,26	-2,478	0,014
P19	2,83	2,84	-0,028	0,979
P20	3,21	3,33	-0,501	0,618
P21	3,03	3,03	0,000	1,000
P22	4,10	4,14	-0,398	0,691
P23	3,84	3,83	0,024	0,981
P24	4,18	4,20	-0,127	0,899
P25	4,10	4,44	-0,769	0,442
P26	4,37	4,34	0,268	0,789
P27	4,12	4,29	-1,457	0,145
P28	4,26	4,25	0,009	0,993
P29	3,61	3,62	-0,088	0,930
P30	4,62	4,51	1,304	0,193
P31	3,94	4,07	-0,486	0,627
P32	4,11	4,12	-0,114	0,909
P33	4,04	3,90	1,166	0,245

Nota. Se reportan medias por género y resultados de prueba t para muestras independientes. Valores $p < ,05$ indican diferencias estadísticamente significativas.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 26. Prueba t de muestras independientes para diferencias por área (rural vs. urbana) en el nivel promedio de preferencia

Ítem	Media rural	Media urbana	t	p (bilateral)
P1	4,75	4,63	1,834	0,067
P2	4,23	4,13	0,870	0,385
P3	4,35	4,18	1,542	0,124
P4	4,84	4,69	2,640	0,009
P5	4,82	4,65	2,734	0,007
P6	4,76	4,57	2,618	0,009
P7	4,67	4,48	2,271	0,024
P8	3,80	3,78	0,160	0,873
P9	4,74	4,57	2,257	0,025
P10	4,54	4,51	0,319	0,750
P11	4,54	4,36	2,030	0,043
P12	3,60	3,66	-0,575	0,566
P13	3,82	3,53	2,950	0,003

Ítem	Media rural	Media urbana	t	p (bilateral)
P14	3,29	3,29	-0,013	0,990
P15	3,88	3,58	2,798	0,005
P16	3,49	3,42	0,699	0,485
P17	3,60	3,61	-0,090	0,929
P18	4,29	3,95	3,812	0,000
P19	2,88	2,82	0,385	0,700
P20	3,23	3,35	-0,815	0,415
P21	3,00	3,16	-1,160	0,247
P22	4,25	3,91	3,014	0,003
P23	3,93	3,68	1,880	0,061
P24	4,23	4,05	2,537	0,012
P25	4,43	4,54	-1,411	0,159
P26	4,35	4,36	-0,013	0,990
P27	4,31	4,13	1,744	0,082
P28	4,31	4,16	1,573	0,116
P29	3,58	3,55	0,258	0,797
P30	4,57	4,54	0,444	0,657
P31	4,08	3,89	1,712	0,088
P32	4,25	3,89	3,305	0,001
P33	4,09	3,76	2,673	0,008

Nota. Se reportan medias por área de residencia (rural n=257, urbana n=152) y resultados de prueba t para muestras independientes. Valores $p < ,05$ indican diferencias estadísticamente significativas.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 27. Preferencias promedio y niveles de significancia de atributos según tramos de edad

Ítem	14-21	22-28	29-36	37-46	47-84	Total	F	p
P1	4,64	4,63	4,77	4,70	4,78	4,70	0,945	0,438
P2	4,48	4,31	4,08	4,26	3,78	4,20	4,349	0,002
P3	4,17	4,25	4,19	4,41	4,44	4,29	1,070	0,371
P4	4,78	4,88	4,70	4,74	4,81	4,78	1,177	0,321
P5	4,70	4,80	4,73	4,81	4,73	4,75	0,538	0,708
P6	4,83	4,71	4,68	4,80	4,80	4,80	0,745	0,662
P7	4,41	4,65	4,58	4,70	4,58	4,60	2,225	0,086
P8	3,72	3,90	3,80	3,75	3,79	3,79	0,229	0,922
P9	4,60	4,82	4,58	4,69	4,67	4,68	1,372	0,243
P10	4,59	4,42	4,46	4,64	4,55	4,53	0,958	0,431
P11	4,54	4,64	4,45	4,55	4,19	4,48	2,948	0,020
P12	3,49	3,65	3,55	3,60	3,63	3,63	1,204	0,308
P13	3,70	3,76	3,61	3,81	3,72	3,72	0,480	0,750
P14	3,40	3,27	3,09	3,30	3,38	3,29	0,835	0,503
P15	3,56	3,67	3,49	3,68	4,09	3,77	4,892	0,001
P16	3,34	3,47	3,45	3,40	3,71	3,47	1,696	0,157

Ítem	14-21	22-28	29-36	37-46	47-84	Total	F	p
P17	3,48	3,56	3,62	3,58	3,85	3,61	1,714	0,146
P18	4,09	4,13	4,04	4,20	4,38	4,17	1,827	0,123
P19	2,49	2,97	3,03	2,99	2,88	2,87	1,099	0,149
P20	3,31	3,07	3,19	3,38	3,50	3,28	0,920	0,452
P21	3,07	3,07	3,00	3,03	3,10	3,05	0,070	0,991
P22	4,05	4,06	3,88	4,24	4,46	4,13	2,970	0,019
P23	3,74	3,67	3,70	3,93	4,21	3,84	2,828	0,056
P24	4,22	4,16	3,96	4,30	4,32	4,19	2,029	0,000
P25	4,44	4,47	4,26	4,61	4,58	4,47	2,553	0,039
P26	4,41	4,33	4,16	4,41	4,46	4,36	1,348	0,251
P27	4,13	4,18	4,14	4,48	4,29	4,24	1,830	0,166
P28	4,22	4,27	4,18	4,43	4,21	4,26	0,920	0,452
P29	3,48	3,39	3,81	3,75	3,67	3,57	1,242	0,292
P30	4,63	4,53	4,48	4,69	4,50	4,56	1,420	0,227
P31	3,97	3,94	3,93	4,09	4,18	4,02	0,819	0,514
P32	4,25	3,94	3,95	4,21	4,28	4,12	1,911	0,108
P33	4,06	3,81	3,95	4,05	4,01	3,97	0,656	0,623

Nota. Se reportan medias por tramo de edad y resultados de ANOVA de un factor. Valores $p < ,05$ indican diferencias estadísticamente significativas entre grupos etarios.

Fuente: elaboración propia.

Brand equity del destino

El análisis por medio del CBBE-I y el modelo de ecuaciones estructurales permitió evaluar cómo los recursos del destino (naturaleza, cultura) se transforman en percepciones de calidad-precio, satisfacción y lealtad. La “conexión emocional”, entendida como la transformación de la experiencia en un vínculo significativo, emergió como un factor clave. Esto se refleja en indicadores como “Me siento orgulloso de visitar este atractivo” (P30, NPP=4,56) y “Este atractivo turístico es muy distinto del resto” (P33, NPP=3,97).

Conclusiones

Este estudio corrobora la importancia de integrar la perspectiva de la conexión emocional en el marco del *brand equity* del destino para comprender la compleja relación entre turistas y atractivos en contextos naturales y culturales diversos. La caracterización realizada y el análisis de preferencias turísticas proporcionan una línea base sólida. Los resultados muestran que el PNCC posee atractivos valorados por los turistas, pero también áreas de mejora, particularmente en infraestructura, accesibilidad e información. Las diferencias significativas encontradas según género, área de residencia y edad subrayan la necesidad de estrategias segmentadas. Se propone un modelo de gobernanza sostenible que involucre activamente a las

comunidades locales, el gobierno y el sector privado, fortaleciendo el capital social y promoviendo una marca de destino basada en la autenticidad y la conexión emocional. Se recomienda presentar estos hallazgos a la Mesa Técnica de Gestión del Gobierno Provincial de Imbabura para la formulación de políticas públicas sostenibles. Futuras investigaciones deberán validar este modelo en otros contextos y categorías de destinos.

Referencias

- Casais, B., y Poço, T. (2023). Emotional branding of a city for inciting resident and visitor place attachment. *Place Branding and Public Diplomacy*, 19, 93-102. <https://doi.org/10.1057/s41254-021-00231-5>
- Ceballos-Escalante, J. J., Terán-Andrade, G. J., y Toney-Ortiz, F. J. (2023). Turismo sostenible y su impacto en la conservación del patrimonio natural. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(2), 123-140.
- Chekalina, T., Fuchs, M., y Lexhagen, M. (2018). Customer-based destination brand equity modelling: The role of destination resources, value-for-money and value-in-use. *Journal of Travel Research*, 57(1), 31-51. <https://doi.org/10.1177/0047287516680774>
- Fennell, D. A. (2015). *Ecotourism* (4.^a ed.). Routledge.
- Gartner, W. C. (2021). *Destination marketing and management* (2.^a ed.). CABI.
- Morgan, N., Pritchard, A., y Pride, R. (2022). *Destination branding: Creating the unique destination proposition* (5.^a ed.). Routledge.
- Richards, G., y Wilson, J. (2022). *Tourism, creativity and development*. Routledge.
- Toney-Ortiz, F. J., y Terán-Andrade, G. J. (2023). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible en comunidades rurales del Ecuador. *Anuario Turístico*, (21), 45-62.

La Ruta del Cacao en el Magdalena: Innovación tecnológica para el desarrollo turístico y competitividad regional

Chapter 10. The Cocoa Route in Magdalena: Technological innovation for tourism development and regional competitiveness

Maira C. Gasca Mantilla

maira.gasca@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0003-0801-1161>

Verónica Deibe Blanco

veronica.deibe@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-5606-8528>

Eduard A. Mantilla Torres

eduard.mantilla@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0003-0492-2136>

José Miguel Naycir Noriega

jose.naycir@unad.edu.co

<https://orcid.org/0009-0003-8232-7874>

Daniel Macías Montoya

dmacias@ascexamag.com

<https://orcid.org/0009-0007-0445-2302>

Safir J. Muñoz Sandoval

sjmunozs@unadvirtual.edu.co

<https://orcid.org/0009-0006-4116-3246>

Frederick Flórez Jiménez

fflorezji@unadvirtual.edu.co

<https://orcid.org/0009-0004-4991-7167>

Resumen

El capítulo analiza la importancia estratégica del cacao en el Magdalena, departamento donde este cultivo se ha convertido en el motor de desarrollo rural, construcción de paz y turismo experiencial. El objetivo principal es analizar los requerimientos necesarios para fortalecer la Ruta del Cacao por medio de la innovación tecnológica, destacando su potencial para impulsar el turismo y la competitividad regional.

Para ello, se empleó una metodología mixta que combina revisión documental y bibliográfica con trabajo de campo, incluyendo visitas exploratorias a rutas cacaoteras en la zona rural de Bonda, Santa Marta, observación directa de prácticas productivas y diálogos informales con actores locales. Este enfoque permitió integrar la perspectiva teórica con hallazgos empíricos, ofreciendo una visión integral del contexto productivo, logístico y cultural del cacao.

Entre los resultados más destacados se propone la creación de un pasaporte digital del cacao basado en tecnología *blockchain*, que garantice la trazabilidad y autenticidad de la experiencia turística. Asimismo, se plantean contratos inteligentes para pagos directos a productores y guías, la emisión de tókenes no fungibles (NFT) como recuerdos digitales, la implementación de estaciones rurales inteligentes con conectividad satelital y sensores, y un sistema digital de inventario turístico para optimizar la gestión de la oferta. El turismo experiencial se integra como estrategia de diversificación económica y valorización cultural, consolidando al cacao como símbolo de reconciliación, sostenibilidad e innovación para el territorio.

Palabras clave: turismo experiencial, *blockchain*, logística rural, ruta turística, sostenibilidad, transformación territorial

Abstract

The chapter analyzes the strategic importance of cocoa in Magdalena, department where this crop has become a driver of rural development, peacebuilding and experiential tourism. The main objective is to examine the requirements needed to strengthen the cocoa route through technological innovation, highlighting its potential to boost tourism and regional competitiveness.

To achieve this, a mixed methodology was employed, combining documentary and bibliographic review with fieldwork, including exploratory visits to cocoa routes in the rural area of Bonda, Santa Marta, direct observation of production practices and informal dialogues with local stakeholders. This approach allowed for the integration of theoretical perspectives with empirical findings, offering a comprehensive view of the productive, logistical and cultural context of cocoa.

Among the most notable results is the proposal to create a digital cocoa passport based on blockchain technology, which ensures the traceability and authenticity of the tourist experience. Additionally, smart contracts are suggested for direct payments to producers and guides, the issuance of NFT as unique digital souvenirs, the implementation of smart rural stations with satellite connectivity and sensors, and a digital tourism inventory system to optimize the management of the offer. Experiential tourism is integrated as a strategy for economic diversification and cultural valorization, consolidating cocoa as a symbol of reconciliation, sustainability and innovation for the territory.

Keywords: experiential tourism, blockchain, rural logistics, tourist route, sustainability, territorial transformation

Introducción

En el Magdalena, el cultivo de cacao ha adquirido una relevancia estratégica que supera su dimensión productiva, consolidándose como un factor clave en la transformación territorial de zonas rurales afectadas históricamente por la violencia, la exclusión y la economía ilícita. Municipios como Santa Marta y Ciénaga se han convertido en escenarios ejemplares de cómo este cultivo puede articular procesos de desarrollo rural, construcción de paz y sostenibilidad ambiental.

En este contexto, el cacao ha emergido como un símbolo de resiliencia territorial, especialmente en el marco de programas estatales como los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET) y el Plan Nacional Integral de Sustitución de Cultivos Ilícitos (PNIS), que lo promueven como alternativa económica lícita y sostenible. Así mismo, según la Gobernación del Magdalena (2024), el Plan Departamental de Extensión Agropecuaria 2024-2027 reconoce al cacao como un cultivo estratégico para el desarrollo rural del departamento. A pesar de su potencial, persisten desafíos estructurales que limitan su competitividad: bajos niveles de productividad, limitada adopción tecnológica, deficiencias logísticas y restricciones en el acceso a mercados nacionales e internacionales.

No obstante, el cacao representa mucho más que una solución productiva. Su reconocimiento internacional como cacao fino de aroma y su profundo arraigo cultural en comunidades campesinas e indígenas del Magdalena lo posicionan como una palanca estratégica para dinamizar otros sectores clave, como el turismo rural y experiencial. En este sentido, la Ruta del Cacao se configura como una estrategia integral que vincula innovación tecnológica, sostenibilidad ambiental, patrimonio cultural y competitividad regional.

Este capítulo tiene como objetivo analizar los requerimientos necesarios para fortalecer las rutas del cacao en el Magdalena desde el enfoque de la innovación

tecnológica, con énfasis en su potencial para impulsar el desarrollo turístico y mejorar la competitividad regional. Para ello, se adopta una metodología de revisión documental y bibliográfica, que permite sistematizar información proveniente de fuentes académicas, institucionales y experiencias de base en el territorio.

A lo largo del capítulo se abordan diversos ejes temáticos. En primer lugar, se presenta una panorámica histórica del cacao en la Sierra Nevada de Santa Marta, explorando su arraigo cultural, su evolución productiva y su rol en las economías tradicionales de los pueblos indígenas y campesinos. Posteriormente, se analiza la dimensión logística del cacao, identificando desafíos estructurales en transporte, acopio y distribución, así como oportunidades de mejora para consolidar su cadena de valor.

En un tercer apartado, se profundiza en el papel de la tecnología *blockchain* como herramienta de trazabilidad, transparencia comercial e innovación para fortalecer la narrativa del cacao como producto ético, sostenible y asociado a procesos de reconciliación territorial. En conexión con ello, se examina la integración del cacao con el turismo experiencial, destacando cómo esta sinergia puede generar ingresos alternativos, valor agregado y apropiación comunitaria del patrimonio cacaotero.

La sección final presenta una discusión de los hallazgos más relevantes y propone un modelo de intervención adaptado al contexto del Magdalena, orientado a fortalecer la Ruta del Cacao como eje de desarrollo turístico, competitivo y sostenible. Este modelo busca articular tecnología, economía solidaria, turismo rural y reconocimiento cultural desde una perspectiva de justicia social y regeneración territorial.

En última instancia, este capítulo sostiene que el cacao no solo alimenta cuerpos, sino también esperanzas. Es en su semilla que se concentran siglos de saberes, memorias de resistencia y oportunidades de futuro para los territorios del posconflicto. Fortalecer sus rutas no es solo una cuestión de infraestructura o comercio, sino de dignidad, cohesión y transformación desde lo local.

Historia del cacao en la Sierra Nevada de Santa Marta

El cacao tiene raíces profundas en la historia ancestral del Caribe colombiano, particularmente en la Sierra Nevada de Santa Marta. Desde tiempos precolombinos, las comunidades indígenas de la región Tayrona, Kogui, Arhuacos, Kankuamos y Wiwa ya cultivaban cacao como parte integral de su vida espiritual, social y económica. Este producto era considerado sagrado y empleado en rituales, ceremonias religiosas y prácticas simbólicas asociadas al equilibrio entre el ser humano y la naturaleza.

Con la llegada de los colonizadores españoles, el cacao comenzó a ser visto no solo como alimento ritual, sino como un producto de alto valor comercial. Durante la colonia, se impuso el trabajo forzado a los pueblos indígenas en las plantaciones,

lo que ocasionó una ruptura profunda en sus estructuras sociales, culturales y territoriales. En este proceso, el cacao pasó de ser un bien sagrado a un cultivo de exportación dentro de la economía extractiva colonial.

Ya en el siglo XIX, diversos documentos históricos dan cuenta de la presencia del cacao silvestre en las laderas de la Sierra Nevada. Informes británicos de 1893 lo mencionan junto a otros cultivos de interés agrícola como el banano y el caucho, señalando su potencial económico en la región (Viloria-de-la-Hoz, 2018).

Durante el siglo XX, la producción de cacao en la sierra experimentó altibajos asociados a la falta de infraestructura, el abandono estatal y el conflicto armado. En las últimas décadas, la región ha vivido un proceso de sustitución de cultivos ilícitos como la coca por alternativas productivas sostenibles, en las que el cacao se ha posicionado como una de las más relevantes.

En particular, el pueblo Arhuaco ha liderado iniciativas de transición hacia el cultivo de cacao como expresión de autonomía territorial, resiliencia económica y defensa cultural. Actualmente, están dedicados a este cultivo en territorios indígenas, con prácticas que respetan los ciclos naturales y principios de armonía con la Madre Tierra (Asoarhuaco, 2024).

El cacao producido por comunidades indígenas ha sido reconocido por su alta calidad, sabor y aroma, atributos que lo han posicionado favorablemente en mercados internacionales. Corporaciones como la Asociación de Familias Productoras Indígenas Seynekun (Asoseynekun) exportan actualmente a países europeos, fortaleciendo economías locales e identidades culturales (Semana, 2025).

Más allá de su dimensión económica, el cacao sigue siendo parte esencial de la cosmovisión indígena. Su cultivo, cuidado y transformación están impregnados de significados culturales, éticos y espirituales, que lo diferencian de otros productos agrícolas convencionales. En este sentido, el cacao de la Sierra Nevada no solo representa una alternativa sostenible, sino una expresión viva de memoria, resistencia y autodeterminación.

La logística del cacao: desafíos y oportunidades

La Sierra Nevada de Santa Marta, ubicada al norte de Colombia entre los departamentos de Magdalena, Cesar y la Guajira, es una formación montañosa aislada del sistema andino y reconocida como la montaña costera más alta del mundo, alcanzando alturas superiores a los 5 700 metros y a solo 42 kilómetros del mar Caribe (Mendoza, s. f.). Esta región ha sido declarada Reserva de la Biosfera por la UNESCO debido a su singular biodiversidad, importancia cultural y ambiental. Además de ser el territorio ancestral de los pueblos Arhuaco, Wiwa, Kogui y Kankuamo, la sierra constituye un ecosistema estratégico para el desarrollo agroalimentario del Caribe colombiano gracias a sus pisos térmicos variados, suelos fértiles y disponibilidad hídrica.

En este contexto, se ha consolidado como un territorio clave para el desarrollo de sistemas agroforestales sostenibles, en los que destacan cultivos como café, frutales tropicales y, especialmente, el cacao, caracterizado por su perfil sensorial diferenciado y creciente reconocimiento en mercados internacionales. La producción de cacao en esta zona, desarrollada por comunidades campesinas e indígenas, combina prácticas tradicionales con conocimientos agroecológicos, lo que otorga al grano un valor agregado no solo en términos de calidad, sino también en lo simbólico y territorial. Asimismo, la cercanía al puerto de Santa Marta, uno de los más importantes del Caribe colombiano, convierte a esta región en un nodo logístico privilegiado para el acceso a mercados nacionales e internacionales, consolidando su papel como eje articulador entre el campo y la agroindustria [Departamento Nacional de Planeación (DNP), 2023].

La cadena de suministro del cacao en el Magdalena está conformada principalmente por pequeños productores organizados en núcleos dispersos en diferentes municipios del departamento, todos ellos localizados cerca de la región Sierra Nevada de Santa Marta, priorizada en los PDET, los cuales son un instrumento de planeación y gestión que, en el marco del Acuerdo de Paz, buscan transformar los territorios más afectados por el conflicto armado, la pobreza, la debilidad institucional y la presencia de cultivos de uso ilícito.

La red de suministros del cacao para el Magdalena abarca desde la producción primaria en fincas campesinas, pasando por las etapas de recolección, fermentación, secado, acopio y comercialización, hasta llegar a los canales de distribución nacionales y, en menor proporción, a mercados especializados de exportación. No obstante, enfrenta importantes limitaciones estructurales que afectan su eficiencia, sostenibilidad y competitividad, tanto a nivel nacional como internacional.

Esta zona agrícola, al igual que muchas otras del piedemonte de la Sierra Nevada de Santa Marta, se caracteriza por sistemas de producción familiares y diversificados que incluyen café, cítricos y cacao, el cual representa una fuente clave de sustento para numerosas familias rurales. En particular, el cultivo de cacao ha cobrado especial relevancia como actividad liderada por mujeres cabeza de hogar, quienes desempeñan un papel activo en las labores de siembra, mantenimiento y cosecha, generando ingresos y promoviendo la autonomía económica en sus comunidades. No obstante, al igual que en otras zonas del Magdalena, este cultivo enfrenta limitaciones estructurales significativas, como la baja tecnificación, la escasa conectividad vial entre las veredas y los centros de acopio, y la falta de sistemas formales para el registro de la producción y trazabilidad del grano. Estas condiciones restringen las posibilidades de los productores para acceder a mercados de mayor valor, encarecen los procesos logísticos y debilitan la competitividad del cacao regional frente a otras zonas más desarrolladas del país.

En términos logísticos, uno de los mayores obstáculos identificados en la cadena de suministro del cacao en el Magdalena es el deficiente estado de la infraestructura vial.

El 90 % de las vías rurales en la región son de tipo terciario, sin pavimentar y con acceso restringido durante la temporada de lluvias, lo que limita el transporte eficiente del cacao desde las fincas hasta los centros de acopio o transformación, afirma Barrera (2021). Esta situación incrementa los costos logísticos, afecta la calidad del grano por demoras en la movilización y restringe las oportunidades de comercialización en mercados especializados. A ello se suma que, en términos comerciales, los agricultores dependen en gran medida de intermediarios que compran el cacao a precios inferiores al valor de mercado, debido a la falta de asociaciones sólidas y de canales de venta directa. Esta intermediación reduce significativamente los márgenes de ganancia del productor y perpetúa un modelo de comercialización extractivo, que debilita la autonomía económica de las comunidades rurales.

Dadas estas problemáticas estructurales, resulta urgente replantear estrategias que permitan diversificar los ingresos, mejorar la articulación logística y aumentar el valor agregado del cacao regional.

En este contexto, el desarrollo de rutas turísticas centradas en el cacao emerge como una oportunidad innovadora y estratégica para dinamizar el territorio. Una propuesta concreta es la Ruta del Cacao del Magdalena, que busca conectar municipios cacaoteros por medio de experiencias de turismo rural, educativo y sensorial. Esta ruta no solo permitiría visibilizar las prácticas tradicionales de cultivo y transformación artesanal del grano, sino también generar nuevas cadenas cortas de comercialización directa entre productores y visitantes, fortaleciendo el tejido asociativo y promoviendo la identidad territorial del cacao magdalenense.

Además de su valor económico, esta iniciativa permitiría integrar elementos culturales, ambientales y de memoria histórica en torno al cacao, destacando el papel de las mujeres rurales, las comunidades indígenas y los jóvenes como protagonistas de un modelo de desarrollo sostenible y resiliente. La implementación de esta ruta puede también contribuir a superar parcialmente los desafíos logísticos, por medio de la mejora puntual de vías rurales, el uso de transporte comunitario adaptado y el fortalecimiento de capacidades locales en hospitalidad, comercialización y trazabilidad del producto.

Desde una visión de futuro, el cacao en el Magdalena no solo debe consolidarse como un producto agroalimentario de calidad diferenciada, sino también como eje articulador de una propuesta territorial más amplia, que integre la sostenibilidad económica con el turismo responsable, la inclusión social y la conservación ambiental. El desarrollo de una economía del cacao basada en el conocimiento del territorio, la innovación social y la conexión directa entre productor y consumidor-turista, representa una apuesta transformadora para posicionar al Magdalena como un referente nacional en cacao de origen, turismo rural y desarrollo posconflicto.

Esa experiencia basada en el conocimiento del territorio es la que se pretende mostrar a los turistas que quieran asistir en algún momento a conocer esta Ruta

del Cacao. Es válido mencionar que el Magdalena, históricamente, se ha destacado por presentar una alta producción de banano como uno de los pilares agrícolas y económicos del departamento. Son evidentes las extensas plantaciones orientadas principalmente a la exportación, en su mayoría operadas por grandes empresas o cooperativas con alta tecnificación, infraestructura logística consolidada y canales de comercialización directa con mercados internacionales, pero no se ha desarrollado una perspectiva turística en relación con este cultivo y lo que se pretende mostrar al turista con la historia del departamento.

No obstante, el cacao representa una alternativa estratégica para el desarrollo rural incluyente, más aún en territorios de posconflicto, y con un fuerte valor simbólico y cultural que puede ser aprovechado tanto en la transformación agroindustrial como en propuestas de turismo experiencial y comercio justo. Así, más que competir, cacao y banano pueden ser vistos como cultivos complementarios que reflejan las distintas escalas, modelos de organización y oportunidades de desarrollo territorial del Magdalena.

La ruta turística del cacao del Magdalena debe darse como una experiencia segura, con historia, degustación y disfrute para el visitante que quiera conocer más de estas actividades.

Santa Marta es epicentro del turismo histórico y cultural, lo que la posiciona como una plataforma ideal para impulsar iniciativas de turismo rural alrededor del cacao de origen, por lo tanto, sería punto de partida específico para la ruta. En la ciudad se puede mencionar su importancia histórica, sus 500 años de origen y su infraestructura portuaria que aporta al comercio internacional del cacao.

La Sierra Nevada de Santa Marta, con su biodiversidad, importancia cultural y ambiental, es el punto clave en donde el turista debe conocer el proceso del cacao. Desde dónde empiezan las vías terciarias que conectan a todos los cacaoteros de la zona y llegar al punto en donde desarrollarán su visita turística.

Al llegar a la finca, los espera inicialmente un recorrido por la historia del cacao en la región, la importancia de ese tipo de cultivos como un ente de reconciliación en territorios víctima del conflicto armado, tipo de cacao cultivado, ciclo de vida del cacao, sistema de cultivo, poscosecha, impacto social y comunitario, y terminar con una degustación y muestra de los subproductos de la zona.

En regiones como la Sierra Nevada de Santa Marta, donde confluyen biodiversidad, historia y resistencia, el cacao adquiere un sentido que va más allá de lo económico: se convierte en símbolo de reconciliación, de arraigo y de futuro. Recorrer una finca cacaotera en estas tierras es, en muchos casos, reencontrarse con historias de superación, con el liderazgo de mujeres campesinas y con el trabajo silencioso de comunidades que han apostado por la legalidad, la tierra y la vida.

Gracias al turismo rural es posible mejorar la visibilidad de los productores, diversificar sus ingresos, abrir canales de comercialización directa y posicionar al Magdalena como un territorio cacaotero con identidad propia. La cercanía con Santa Marta, su infraestructura portuaria, y la creciente demanda por experiencias auténticas en torno al origen de los alimentos son ventajas que pueden y deben aprovecharse.

La ruta turística del cacao en el Magdalena surge como una oportunidad real para transformar el territorio desde adentro, uniendo la tradición agrícola con nuevas formas de desarrollo rural, inclusión social y valoración cultural. Más allá de una propuesta turística convencional, esta iniciativa permite crear una experiencia entre quienes cultivan el cacao con sus manos y quienes lo valoran creando una conexión y permitiendo reconocer el esfuerzo de las familias rurales que, por generaciones, han preservado prácticas sostenibles y saberes ancestrales ligados a este cultivo.

Como se observa en la figura 60, la ruta turística del cacao integra de manera secuencial las distintas etapas del proceso productivo, desde la cosecha de mazorcas hasta la elaboración de chocolate artesanal y la degustación, articulando espacios educativos, centros de información y recursos digitales que fortalecen la experiencia del visitante y la trazabilidad del producto.

Figura 59. Mapa ilustrativo de la ruta turística del cacao propuesta en el Magdalena con integración de recursos digitales



Fuente: Google (2026). Gemini.

El papel de Blockchain en la ruta turística del cacao en el Magdalena

La tecnología *blockchain*, que soporta a Bitcoin y otras criptomonedas, actúa como un libro de contabilidad distribuido que facilita la generación de registros

digitales inalterables en múltiples nodos organizados de manera secuencial, quedando cada bloque vinculado a los demás de forma segura (Banco Interamericano de Desarrollo, 2023).

Las organizaciones operan con ayuda de información, y es en este punto que la tecnología *blockchain* cobra relevancia, ya que permite transferir información de forma ágil, distribuida y segura, almacenándola en registros inalterables accesibles únicamente para usuarios autorizados. Un ecosistema *blockchain* tiene la capacidad de monitorear solicitudes, pagos, servicios, balances, entre muchas otras operaciones. Dado que todos los usuarios comparten la misma información en tiempo real, pueden acceder a datos específicos de las operaciones desde su inicio hasta su finalización, lo que brinda mayor credibilidad, eficiencia y oportunidades de innovación (Guaña-Moya et al., 2022).

Desde una perspectiva de sostenibilidad, Prados-Castillo et al. (2023) sostienen que la tecnología *blockchain* fomenta una cultura de turismo sostenible a partir de la transparencia y los incentivos adecuados, mejora la eficiencia en el uso de recursos, reduce la intervención de intermediarios y aumenta la confianza entre usuarios y proveedores de servicios. Asimismo, la tecnología ofrece múltiples beneficios en la industria del turismo, como la fidelización de clientes, el rastreo de equipaje, la trazabilidad y la autenticidad de productos alimenticios. En esta misma línea, Sarnacchiaro et al. (2024) analizan los factores que influyen en la adopción de Blockchain en el sector turístico, destacando su potencial para dinamizar economías locales, optimizar procesos y fortalecer la confianza en los servicios.

En un caso aplicado en Colombia, Andrade (2024) muestra cómo el municipio de Usiacurí, en el Atlántico, se convirtió en el primero del país en aceptar criptomonedas basadas en tecnología *blockchain*. Esto permite a los extranjeros realizar compras a artesanos y pagar servicios de hospedaje sin necesidad de cambiar su moneda nacional, posicionando a Usiacurí como un destino turístico innovador que impulsa la economía local mediante por medio de la transformación digital.

La integración de un ecosistema *blockchain* en la ruta turística del cacao en el Magdalena se fundamenta en el reconocimiento institucional del potencial cacaotero de la región. Según la Gobernación del Magdalena (2020), en el Plan Departamental de Extensión Agropecuaria 2020-2023 se destaca el alto potencial para el cultivo y la comercialización del cacao, especialmente en la Sierra Nevada de Santa Marta, zona que concentra una significativa cantidad de productores. La cercanía al puerto marítimo representa una ventaja logística al reducir tiempos y costos de transporte. Todo ello convierte al Magdalena en un destino atractivo tanto para nacionales como para extranjeros, al ofrecer un cacao con sabor único, considerado entre los mejores del mundo (Federación Nacional de Cacaoteros, s. f.).

Para potenciar la ruta turística del cacao, es fundamental establecer acciones innovadoras que fortalezcan su promoción, publicidad, gestión de recursos y transferencia de tecnología.

Una de las principales inquietudes de los turistas es conocer el origen del cacao que consumen. Para ello, implementar un sistema de códigos QR enlazado a un ecosistema *blockchain* podría contribuir a documentar detalles como el productor, la fecha de cosecha, el proceso de fermentación y secado, la finca asociada o la chocolatería responsable, entre otros datos. Esto mejora la seguridad alimentaria, añade valor agregado por medio de un origen certificado y ofrece una narrativa enriquecedora para el turista.

Asimismo, la generación de pasaportes digitales para los turistas se proyecta como una alternativa tecnológica que podría permitir el registro verificable con sellos digitales en Blockchain de cada una de sus visitas y experiencias en las rutas cacaoteras. Esta herramienta tendría el potencial de consolidar un historial digital inalterable de los recorridos realizados y, eventualmente, facilitar esquemas de incentivos como descuentos o beneficios acumulativos. No obstante, su efectividad dependería del nivel de adopción por parte de los operadores turísticos y de la aceptación de los visitantes, aspectos que requerirían validación empírica con pilotos controlados en el territorio.

También se pueden implementar certificados digitales en Blockchain que respalden públicamente la producción orgánica basada en prácticas sostenibles y el pago justo al productor. Estos certificados podrían ser emitidos a fincas que cumplan con criterios como buenas prácticas agrícolas, condiciones laborales dignas y respeto por el medioambiente. Esto fortalecería el perfil ético del tour, facilitaría su promoción digital y abriría la puerta a mercados internacionales.

El diseño de un sistema de inventario turístico basado en Blockchain se plantea como una alternativa tecnológica para que las fincas y productores puedan mantener actualizada la disponibilidad de productos de cacao en los puntos de venta, así como los cupos para tours y la oferta de alojamientos rurales. En términos operativos, esta solución podría contribuir a reducir inconsistencias en la información, minimizar riesgos de sobreventa y mejorar la coordinación logística entre actores de la ruta. Sin embargo, su implementación efectiva requeriría infraestructura digital adecuada, capacitación técnica y mecanismos de gobernanza compartida entre los distintos municipios involucrados.

El manejo de derechos de imagen y producción audiovisual también podría gestionarse con ayuda de Blockchain, registrando los permisos y autorizaciones de turistas, campesinos y locaciones, los cuales quedarían como contratos inalterables en la cadena. Esto garantizaría el uso legal y ético de contenidos en redes sociales, televisión y medios digitales.



Además, se puede fomentar la adopción de árboles de cacao por parte de turistas con contratos digitales y certificados en Blockchain, incluso tokenizando los árboles como activos digitales. Esto facilitaría el financiamiento directo a los campesinos y podría contribuir a la construcción de vínculos más sólidos entre los visitantes y los procesos agrícolas.

La creación de contratos inteligentes (*smart contracts*) en Blockchain se proyecta como una alternativa para realizar pagos directos de los turistas a los productores y guías turísticos, eliminando intermediarios, distribuyendo automáticamente las ganancias y generando un sistema transparente, auditable y confiable. No obstante, su efecto real sobre los ingresos dependerá del grado de adopción tecnológica y del marco regulatorio aplicable.

Por otro lado, la emisión de NFT turísticos podría explorarse como mecanismo para otorgar recuerdos digitales únicos que conmemoren la visita a las fincas cacaoteras. Estos activos digitales podrían incorporar información personalizada como el nombre del visitante, la fecha, el lugar, el producto degustado y una imagen representativa de la experiencia. Desde una perspectiva estratégica, esta herramienta podría contribuir a procesos de fidelización y visibilidad digital del destino; sin embargo, su impacto real en el retorno de turistas y en la promoción en redes sociales dependería de factores como el grado de alfabetización digital de los usuarios, la percepción de valor del NFT y el contexto regulatorio aplicable.

Con el fin de sintetizar las principales aplicaciones propuestas de la tecnología *blockchain* en la Ruta del Cacao del Magdalena, así como sus beneficios potenciales y limitaciones contextuales, en la tabla 28 se presenta un esquema comparativo que permite visualizar los alcances estratégicos y los desafíos de implementación.

Tabla 28. Aplicaciones, beneficios y barreras de implementación de propuestas de *blockchain* en la Ruta del Cacao del Magdalena

Aplicación	Beneficio principal	Barrera local
Pasaporte digital (QR+ <i>blockchain</i>)	Trazabilidad y experiencia.	Conectividad /alfabetización digital.
<i>Smart contracts</i> para pagos	Reducción de intermediarios, transparencia.	Legalidad/volatilidad cripto.
NFT turísticos	Recuerdos digitales, fidelización.	Mercado primario, impacto ambiental.
Inventario en <i>blockchain</i>	Evita sobreventa, sincroniza oferta.	Costos de implementación.

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, un sistema descentralizado de calificaciones podría contribuir a que los turistas dejen sus valoraciones sobre los tours y fincas visitadas, almacenándolas de

forma inalterable en Blockchain, lo que aumenta la transparencia y la confiabilidad frente a sistemas centralizados fácilmente manipulables.

La integración del ecosistema *blockchain* en el turismo del cacao representa una gran oportunidad para fortalecer la visibilidad, trazabilidad, fiabilidad e innovación de los modelos de turismo rural. Implementar soluciones basadas en esta tecnología no solo optimiza la operación y la experiencia del turista, sino que transforma la vivencia en una experiencia gratificante, transparente y con alto valor agregado. Su aplicación posiciona al Magdalena como referente en turismo agroalimentario inteligente, ético y sostenible.

Este apartado propone el uso de aplicaciones basadas en Blockchain por medio de la revisión de documentos y un trabajo exploratorio. Aunque no hubo aplicación de encuestas con muestreos probabilísticos, la propuesta de estas soluciones tecnológicas debe verse como un diseño conceptual y recomendación de pilotaje, la cual requiere una evaluación empírica. En futuras validaciones se recomienda medir el porcentaje de la tasa de adopción por productores, el volumen económico canalizado vía *smart contracts* [pesos colombianos/mes (COP/mes)], el número de registros de trazabilidad verificados (escaneos QR) y efecto en precio promedio recibido por productor (antes/después).

Las aplicaciones de Blockchain que se proponen en este documento no son únicamente innovaciones tecnológicas aisladas, sino herramientas estratégicas que podrían fortalecer los procesos de sostenibilidad y gobernanza en la Ruta del Cacao del Magdalena. La trazabilidad digital, los mecanismos de registro verificable y las herramientas de coordinación entre actores territoriales se alinean con los principios de transparencia, participación y valor compartido que sustentan el enfoque de turismo sostenible abordado en este documento. Por lo que la incorporación de soluciones tecnológicas basadas en Blockchain se integran a la discusión sobre desarrollo territorial, innovación social y fortalecimiento institucional, aportando una perspectiva tecnológica que complementa los esfuerzos comunitarios y las políticas locales orientadas al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a la consolidación de modelos turísticos resilientes y competitivos.

Tecnologías para la seguridad de la Ruta del Cacao: protección de la cadena y del visitante

La Ruta del Cacao en el Magdalena no solo representa una estrategia de desarrollo económico y turístico, sino también un desafío en términos de seguridad de orden público. Esta región enfrenta complejas dinámicas derivadas de conflictos históricos, presencia de actores ilegales y limitaciones en infraestructura vial y tecnológica. Asegurar la protección de la cadena de suministro del cacao y la integridad de los

visitantes exige un enfoque innovador que combine la logística inteligente con tecnologías emergentes, inspiradas en el modelo de ciudades inteligentes.

Las ciudades inteligentes se caracterizan por integrar los procesos de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) con los del negocio para aumentar la calidad y agilidad de la organización. Las TIC pueden ser el mejor socio estratégico, según Camargo et al. (2020). Este enfoque puede adaptarse al entorno rural con ayuda de clústers tecnológicos y nodos de monitoreo que permitan digitalizar la trazabilidad del cacao, fortalecer la vigilancia comunitaria y garantizar experiencias turísticas seguras.

El uso de redes de sensores IOT con topología clúster y nodos sumidero (*sink nodes*) permite la recopilación y transmisión de datos en tiempo real sobre las condiciones de seguridad en la Ruta del Cacao. Estos sensores, instalados en fincas, centros de acopio y puntos críticos, pueden detectar intrusiones, condiciones climáticas adversas o movimientos inusuales. Al conectarse con un centro de control, facilitan alertas tempranas y la toma de decisiones para proteger tanto a los productos como a los visitantes (Gasca et al., 2023).

Este sistema podría complementarse con una plataforma de análisis de datos georreferenciados (GIS), que consolide la información recibida para planificar rutas seguras, monitorear el transporte del cacao y gestionar situaciones de emergencia.

Las estaciones inteligentes constituyen nodos de seguridad distribuidos en la ruta. Equipadas con videovigilancia con inteligencia artificial, botones de pánico, conectividad satelital y paneles solares, estas estaciones pueden funcionar como puntos de asistencia para turistas y productores. Su implementación no solo mejora la seguridad, sino que también facilita el acceso a información sobre la ruta, condiciones climáticas y estado logístico de la cadena [Sociedad de Cooperación para el Desarrollo Internacional (Socodevi), 2024].

Así mismo, el uso de tecnologías móviles para brindar mayor seguridad a los turistas puede fortalecerse con aplicaciones móviles y pulseras GPS, que permitan monitorear en tiempo real su ubicación. Estos dispositivos generarían alertas en caso de desvíos o emergencias y estarían conectados al centro de control de la Ruta del Cacao. Además, estas aplicaciones podrían integrar herramientas de realidad aumentada para guiar a los visitantes por los lugares más seguros, optimizando su experiencia.

Organizar un nodo central o *smart cluster* funcionaría como el cerebro operativo de la Ruta del Cacao. Este centro integraría la información de sensores, estaciones inteligentes y aplicaciones móviles, generando un tablero de control en tiempo real para monitorear eventos, coordinar respuestas rápidas y garantizar rutas seguras para visitantes y transporte de cacao.

La implementación de estas tecnologías no solo mejora la seguridad física, sino que impulsa un proceso de transformación digital rural, alineado con los principios de una

ciudad inteligente: conectividad, análisis de datos, sostenibilidad y participación comunitaria. La capacitación de los productores en herramientas digitales, *blockchain* y sistemas de alerta temprana fomenta una gobernanza tecnológica compartida y fortalece la cohesión comunitaria (Gasca et al., 2025).

Desde esta perspectiva, la Ruta del Cacao puede evolucionar hacia un modelo de “ruta inteligente”, en el que la experiencia turística se combina con la trazabilidad del producto y la protección integral de visitantes y productores.

La integración con el turismo experiencial

El Magdalena cuenta con un patrimonio natural, cultural y agrícola que lo posiciona como un territorio apto para desarrollar experiencias turísticas sostenibles. Según Omar García, presidente ejecutivo de Cotelco Magdalena, “el turismo es uno de los principales sectores económicos del departamento y el principal fomento de empleos” (Suárez, 2024). En este contexto, el cacao resalta como un producto de gran valor patrimonial y económico, cuyo proceso productivo integra conocimientos ancestrales, prácticas agrícolas sostenibles y vínculos comunitarios (Ruta Tayrona Tours, s. f.). Sin embargo, las oportunidades turísticas asociadas a este producto aún no han sido aprovechadas en su totalidad.

ProColombia (2015) informó que el cacao de origen arhuaco cultivado en la Sierra Neva-da de Santa Marta se destacó a nivel internacional en el 2015, al conquistar la medalla de oro en los International Chocolate Awards. Fue la primera vez que un chocolate elaborado con cacao del Magdalena obtenía tal distinción en Colombia, consolidándose como un emblema de reemplazo de cultivos ilícitos, inclusión social y fortalecimiento productivo para el departamento. Esto representa una gran oportunidad para el turismo experiencial en el Magdalena, ya que ofrece una narrativa auténtica y emotiva que conecta a los visitantes con una historia de transformación social.

MarSen (2024) establece que “el turismo experiencial se fundamenta en generar vivencias que conecten emocionalmente con los visitantes, más allá de simplemente mostrar lugares o atracciones”. Esta definición reconoce que los viajeros actuales buscan experiencias auténticas y transformadoras que les permitan conectar con la cultura local de manera genuina, generando recuerdos duraderos y un mayor valor percibido del viaje. En contraste con el turismo tradicional, este enfoque privilegia la participación y el conocimiento, facilitando un vínculo más estrecho entre el viajero y la comunidad anfitriona. Su implementación en territorios rurales facilita la diversificación económica, el fortalecimiento de las comunidades y la preservación del patrimonio cultural.

El turismo experiencial ha transformado la zona rural del Magdalena, integrando actividades como el cultivo de cacao, el café y la producción artesanal en rutas

inmersivas y sostenibles. En territorios como Minca, esta transformación es evidente. Arias (2019) documenta cómo el crecimiento del turismo de alojamiento y los paquetes turísticos en Catalombia Cacao Hostel han generado nuevas prácticas sociales y una reconfiguración del imaginario campesino, desplazando parcialmente la agricultura tradicional. Experiencias como la “Ruta del Café y el Cacao” en Minca, en la que se involucra al visitante en actividades sensoriales, elaboración artesanal y contacto con cascadas naturales, ejemplifican la implementación exitosa del turismo vivencial (Tumap Travel, s. f.-a). Colombia Travel (s. f.) también resalta a Minca como uno de los destinos cacaoteros más relevantes del país, donde el cacao de fino aroma se convierte en el eje de experiencias sostenibles que combinan educación, cultura, naturaleza y bienestar, fortaleciendo la economía local por medio de actividades como talleres de transformación, degustaciones y chocolaterapia.

Estas propuestas se alinean con los modelos ya implementados en regiones como Cundinamarca, donde Hurtado y Rivera (2018) diseñaron una ruta del cacao con ayuda de metodologías participativas, fortaleciendo la identidad local y articulando el territorio con elementos culturales, productivos y turísticos.

El desarrollo de rutas turísticas del cacao requiere de una logística que contemple accesibilidad, tiempos de recorrido, transporte, señalización y coordinación entre los diferentes participantes. Casos como el de San Rafael, en el que Tumap Travel (s. f.-b) coordina una experiencia completa (visita a finca, baño en el Pozo del Amor, almuerzo y transporte), demuestran que la experiencia turística debe contemplar desde la llegada hasta la salida del visitante, asegurando calidad y trazabilidad del recorrido.

Por otro lado, la trazabilidad del cacao permite al turista conocer el recorrido completo del producto, desde la semilla hasta el chocolate final. Esta herramienta aporta valor diferencial al proporcionar una historia clara y formativa acerca del origen, las técnicas de producción y los métodos de procesamiento del cacao, promoviendo una vivencia turística auténtica. En destinos como Minca, donde la cadena cacaotera se integra con el turismo experiencial, este rastreo puede manifestarse por medio de actividades formativas, tecnología de códigos QR, recorridos por cultivos certificados o la oportunidad de acompañar el grano durante su transformación productiva. De esta manera, la trazabilidad del cacao en el turismo nos permite transformar una actividad recreativa en una experiencia educativa de gran beneficio para todos los participantes.

Según Seeker (s. f.), un pasaporte digital turístico es una herramienta gamificada que permite a los visitantes registrar digitalmente los lugares que recorren, acumular sellos o recompensas y compartir su experiencia para fortalecer la conexión con el destino. Bajo este mismo enfoque, el pasaporte digital del cacao se concibe como una herramienta de innovación que gamifica la experiencia, permite el registro digital de cada punto visitado y mejora la trazabilidad turística. Este tipo de herramienta es especialmente aplicable en rutas como las de Minca o San Rafael, en las que cada hito (taller de transformación, baño natural, recolección, cata) puede validarse con un “sello digital”.

En experiencias como la ofrecida en la finca La Fortuna, ubicada cerca del Parque Tayrona, los turistas participan activamente en todo el proceso productivo: desde el recorrido por los cultivos y la recolección manual de las mazorcas, hasta la elaboración artesanal de productos derivados del cacao (Tumap Travel, s. f.-b). Esta secuencia de actividades se convierte en una oportunidad ideal para integrar un sistema digital interactivo que permita al visitante acumular “sellos” o logros por cada hito alcanzado en el recorrido. Por medio de una aplicación móvil o códigos QR distribuidos en distintos puntos de la ruta, los usuarios podrían desbloquear información sobre el origen del cacao, ver videos explicativos, dejar comentarios, acceder a beneficios comerciales o compartir su experiencia en redes sociales. Así, el pasaporte digital no solo documenta el trayecto del turista, sino que fortalece la conexión emocional con el producto y con la comunidad anfitriona, mientras genera datos útiles para los operadores turísticos y las estrategias de promoción del destino.

Metodología

La presente investigación combina dos enfoques metodológicos complementarios: documental y de campo. Por un lado, se desarrolló una investigación documental, sustentada en la revisión, análisis e interpretación crítica de fuentes secundarias relevantes. Estas incluyen textos académicos, artículos científicos, informes institucionales, planes de desarrollo, estadísticas oficiales y experiencias nacionales e internacionales relacionadas con la cadena de valor del cacao, la innovación tecnológica y el turismo sostenible. Este enfoque permite construir una base teórica sólida y contextualizar el estudio dentro del marco territorial y socioeconómico del Magdalena. Según Arias (2012), la investigación documental “consiste en el análisis de información obtenida de materiales impresos o digitales, con el fin de describir, explicar o comprender un fenómeno” (p. 27).

Adicionalmente, se empleó una metodología de campo, ya que se realizaron visitas exploratorias a rutas de cacao ubicadas en la zona rural de Bonda, en el distrito de Santa Marta. Estas visitas permitieron observar directamente las prácticas productivas, turísticas y organizativas que se desarrollan en torno al cultivo del cacao, así como recoger información primaria con registros de observación y conversaciones informales con actores locales. Este componente de campo buscó contrastar y enriquecer la información obtenida documentalmente, aportando una comprensión más empírica y contextualizada del fenómeno. De acuerdo con Arias (2012), la investigación de campo se basa en “la recolección de datos directamente del sitio donde ocurren los hechos, a fin de describir la realidad tal como se presenta en su contexto natural” (p. 28).

La integración de ambos enfoques metodológicos permitió una visión más integral del objeto de estudio y facilitó el diseño de un modelo propositivo ajustado a las condiciones reales del territorio.

Resultados

Como resultado del proceso investigativo, que combinó revisión documental y trabajo de campo en las rutas cacaoteras del Magdalena, se identificaron múltiples oportunidades para fortalecer la competitividad regional y el desarrollo turístico del territorio, a partir de la integración de herramientas tecnológicas innovadoras en la cadena de valor del cacao. Estos resultados responden a la necesidad de dinamizar la Ruta del Cacao como un producto turístico con alto valor agregado, basado en la trazabilidad, sostenibilidad, seguridad y experiencia inmersiva del visitante.

Uno de los aportes más relevantes fue el diseño conceptual de un pasaporte digital del cacao, sustentado en tecnología *blockchain*. Este pasaporte funcionaría como un registro único y verificable del recorrido del turista por los diferentes puntos de la ruta, garantizando la autenticidad de su experiencia e incentivando su participación por medio de recompensas digitales, sellos virtuales y tókenes conmemorativos. Esta solución mejora la fidelización del visitante y refuerza la narrativa del cacao como símbolo de paz, cultura y sostenibilidad.

En términos logísticos, se plantea la necesidad de una organización integral de la Ruta del Cacao, con puntos de información, señalización inteligente, rutas interconectadas y soporte en infraestructura básica. A esto se suma el diseño de un sistema de inventario turístico digital, el cual permitiría registrar y geolocalizar los recursos turísticos, productores, guías, alojamientos y actividades disponibles, facilitando la gestión de la oferta y la articulación de actores en el territorio.

Otro resultado destacado es la propuesta de implementar contratos inteligentes (*smart contracts*) por medio de Blockchain, los cuales permitirían a los turistas realizar pagos directos a productores, artesanos y guías turísticos, eliminando intermediarios, reduciendo costos transaccionales y fortaleciendo la economía local. Esta solución promueve un comercio más justo, transparente y eficiente, en el que cada actor recibe una retribución acorde a su aporte en la cadena de valor.

Asimismo, se plantea la incorporación de NFT turísticos como recuerdos digitales únicos e irreemplazables que conmemoren la visita del turista a cada punto de la ruta. Estos activos digitales, asociados al pasaporte, podrían incluir ilustraciones de artistas locales, fotografías de la experiencia o certificados de participación en procesos comunitarios, generando identidad y sentido de pertenencia.

El turismo experiencial también emerge como un eje estratégico. La investigación sugiere incorporar realidad aumentada en los recorridos guiados, con dispositivos móviles y códigos QR ubicados en las fincas y centros de transformación del cacao. Estos códigos permitirían acceder a contenido multimedia sobre los diferentes procesos productivos, saberes ancestrales y relatos de vida de los campesinos e indígenas, generando una experiencia inmersiva, educativa y culturalmente significativa.

En cuanto a la seguridad de los visitantes, se identificaron propuestas innovadoras que refuerzan el enfoque de turismo comunitario, especialmente en zonas rurales y de difícil acceso. Se propone el uso de pulseras o tags GPS para turistas, que permitirían localizarlos en tiempo real y activar protocolos de emergencia ante extravíos o accidentes. Adicionalmente, se recomienda instalar estaciones inteligentes rurales, equipadas con paneles solares, conectividad satelital, botones de emergencia y sensores ambientales, los cuales facilitarían la atención oportuna y la conectividad en puntos críticos del recorrido.

Estas estaciones pueden integrarse a una red de sensores en clúster, operada en colaboración entre las comunidades locales, autoridades territoriales y fuerzas de seguridad, fomentando una vigilancia distribuida y participativa. Asimismo, se plantea el uso de sistemas de información geográfica (SIG) para mapear amenazas, rutas seguras y puntos vulnerables, fortaleciendo la planificación territorial con base en datos en tiempo real.

De manera transversal, estos resultados ponen en evidencia la posibilidad de articular la tecnología con el desarrollo rural sostenible, resignificando el rol del cacao no solo como cultivo agrícola, sino como catalizador de paz, inclusión, seguridad y competitividad territorial. La adopción de estas propuestas requiere voluntad institucional, apropiación comunitaria y alianzas público-privadas, así como procesos de formación en alfabetización digital y emprendimiento rural para asegurar su sostenibilidad en el tiempo.

Discusión o propuesta

La consolidación de la Ruta del Cacao en el Magdalena exige una visión articulada que combine innovación tecnológica, inclusión social y sostenibilidad territorial. Este cultivo ha dejado de ser exclusivamente una actividad agrícola para convertirse en un eje estratégico de desarrollo rural, construcción de paz y dinamización del turismo experiencial. Su capacidad simbólica, arraigo en comunidades indígenas y campesinas y potencial económico, han sido reconocidos a nivel nacional e internacional. No obstante, la materialización de dicho potencial requiere superar barreras estructurales como la precariedad logística, la débil asociatividad productiva y la limitada apropiación tecnológica en los territorios cacaoteros (Fundación ProSierra Nevada de Santa Marta, 2018; Gasca et al., 2025).

En respuesta a este contexto, se propone avanzar hacia la construcción de un modelo de Ruta Turística Inteligente del Cacao, como se aprecia en la figura 60, el cual se estructura en torno a cinco pilares estratégicos: (1) trazabilidad y confianza digital, (2) seguridad rural inteligente, (3) integración turística experiencial, (4) gobernanza territorial participativa, y (5) sostenibilidad ambiental y económica. Este modelo busca posicionar al Magdalena como un referente nacional en turismo

agroalimentario sostenible e inteligente, articulando tecnología, saberes locales y gestión comunitaria.

El primer pilar, centrado en la trazabilidad y la confianza digital, se apoya en la adopción de tecnologías como *blockchain*, que permiten certificar la autenticidad de la experiencia turística, emitir pasaportes digitales del cacao, facilitar pagos por medio de contratos inteligentes y generar certificados de buenas prácticas agrícolas (Andrade, 2024; Sarnacchiaro et al., 2024). Estas herramientas permiten no solo mejorar la transparencia y eficiencia, sino también fortalecer la narrativa del cacao como producto ético y de origen trazable.

El segundo pilar contempla el desarrollo de un sistema de seguridad rural inteligente por medio de la instalación de estaciones tecnológicas equipadas con sensores IoT, videovigilancia, botones de pánico, paneles solares y conectividad satelital. Estos dispositivos, conectados a un nodo central de control, permitirán el monitoreo en tiempo real de visitantes y productos, activando alertas ante situaciones de riesgo y mejorando la percepción de seguridad en zonas rurales (Gasca et al., 2025; Socodevi, 2024).

El tercer pilar se orienta a fortalecer la integración del turismo experiencial con la cadena de valor del cacao. Esto se traduce en el diseño de rutas inmersivas que incluyan actividades como recorridos por fincas, talleres de transformación artesanal, degustaciones y relatos de vida campesina. La inclusión de tecnologías como realidad aumentada, geolocalización y sistemas interactivos de aprendizaje enriquecerá la experiencia y garantizará su accesibilidad a diferentes tipos de público (MarSen, 2024; Tumap Travel, s. f.-a).

En cuanto al cuarto pilar, se destaca la necesidad de una gobernanza territorial participativa que empodere a las comunidades locales como protagonistas del modelo. La participación activa de productores, mujeres rurales, jóvenes y pueblos indígenas en el diseño, promoción y operación de la ruta es fundamental para garantizar su sostenibilidad y apropiación. Esto requiere el fortalecimiento de capacidades locales en áreas como alfabetización digital, hospitalidad, trazabilidad y gestión de negocios, promoviendo alianzas público-comunitarias-académicas (Gasca et al., 2025).

Finalmente, el quinto pilar integra la dimensión ambiental y económica, proponiendo la adopción de prácticas agroecológicas certificadas, el fomento de la conservación de la biodiversidad, y la promoción de mecanismos de compensación como la adopción simbólica de árboles de cacao. Esta perspectiva articula la economía solidaria con el turismo responsable y la resiliencia ecológica del territorio (Fundación ProSierra Nevada de Santa Marta, 2018).

Este modelo no parte de cero, sino que se apoya en una serie de bases ya existentes en el Magdalena que fortalecen su viabilidad. En primer lugar, destaca la presencia

de comunidades productoras organizadas, como Asoarhuacos, que cultivan cacao con criterios agroecológicos, han ganado experiencia en exportación y cuentan con reconocimiento internacional por la calidad de su grano (Asoarhuacos, 2024; Federación Nacional de Cacaoteros, 2021). En segundo lugar, el cacao arhuaco ha sido galardonado en certámenes como los International Chocolate Awards, lo cual le otorga un prestigio que fortalece su posicionamiento como producto *prémium* y ético (ProColombia, 2015).

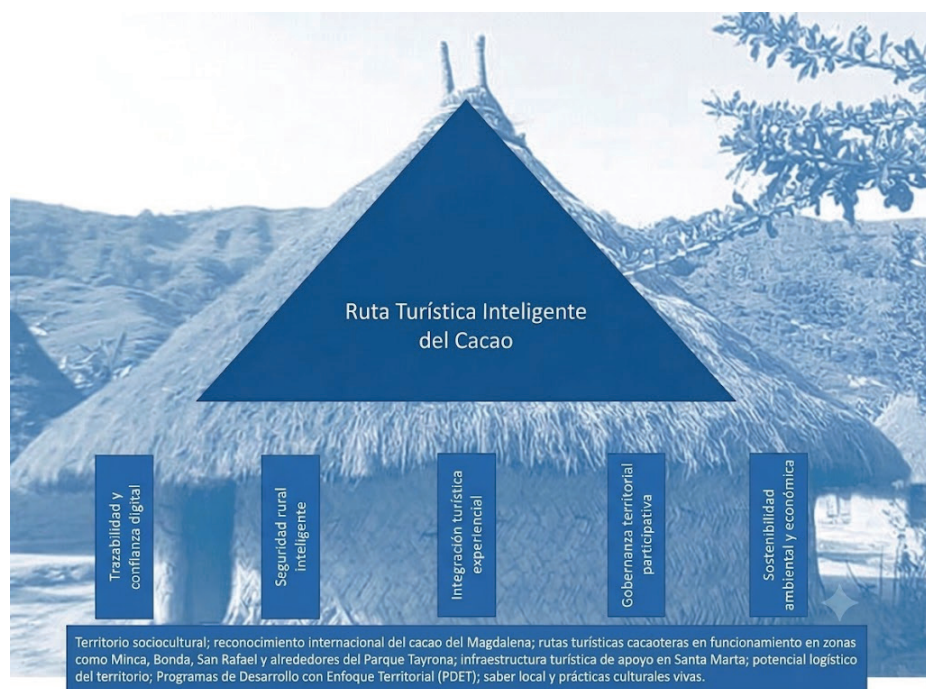
Además, ya existen rutas turísticas cacaoteras en operación en lugares como Minca, Bonda y San Rafael, aunque aún de forma incipiente. Estas experiencias piloto, que incluyen visitas a fincas, catas y talleres, constituyen una base tangible sobre la cual escalar una propuesta de turismo estructurado con apoyo tecnológico (Colombia Travel, s. f.; Tormap Travel, s. f.-a). A ello se suma la infraestructura turística consolidada en Santa Marta, ciudad que actúa como puerta de entrada al territorio, con conectividad terrestre, marítima y aérea, así como una oferta de servicios turísticos y portuarios adecuados para recibir y distribuir flujos de visitantes.

En términos logísticos, la proximidad entre las zonas productoras de cacao y el puerto de Santa Marta constituye una ventaja estratégica para la comercialización, tanto de productos como de experiencias. Aunque el modelo agroexportador ha sido más desarrollado para el banano, existen condiciones logísticas que pueden adaptarse para impulsar la cadena del cacao con enfoque turístico (DNP, 2023).

Asimismo, el cultivo de cacao ha sido priorizado por políticas públicas como los PDET (DNP, 2023) y el Plan Departamental de Extensión Agropecuaria (Gobernación del Magdalena, 2024), lo que brinda respaldo institucional para su consolidación como eje productivo, social y cultural en territorios del posconflicto. A esto se suma la riqueza cultural viva en las comunidades indígenas y campesinas, quienes integran el cacao en sus prácticas espirituales, cosmovisión y economía familiar, aportando un contenido diferenciador clave para el turismo experiencial (Asoarhuacos, 2024).

Finalmente, se destacan las primeras experiencias en tecnologías aplicadas al turismo y la agricultura, como el uso de *blockchain* para trazabilidad, conectividad satelital en zonas rurales y capacitación digital en procesos comunitarios. Estas iniciativas, aunque aún emergentes, abren el camino hacia un ecosistema digital rural que puede ser escalado e interconectado bajo el modelo de Ruta Turística Inteligente del Cacao.

En síntesis, el Magdalena cuenta con las condiciones culturales, productivas, logísticas y tecnológicas necesarias para transitar hacia un modelo turístico innovador y transformador. La Ruta del Cacao no debe entenderse como una simple atracción turística, sino como una herramienta de cohesión social, resignificación del territorio y generación de bienestar colectivo. La semilla del cacao, en este contexto, representa también una semilla de futuro.

Figura 60. Modelo Ruta Turística Inteligente del Cacao

Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

La incorporación de tecnologías como *blockchain* y pasaportes digitales permite garantizar la autenticidad del recorrido turístico, fortalecer la transparencia en las transacciones y certificar las prácticas sostenibles del cacao. Esta trazabilidad tecnológica no solo mejora la experiencia del visitante, sino que proyecta al Magdalena como un territorio confiable, innovador y comprometido con los principios del comercio justo, facilitando su integración en mercados turísticos y agroalimentarios globales.

El desarrollo de una infraestructura de seguridad basada en sensores IoT, video-vigilancia, botones de emergencia y conectividad satelital constituye una respuesta estratégica a las condiciones de vulnerabilidad de la región. Esta red de estaciones inteligentes, coordinada desde un nodo central, promueve una vigilancia distribuida, fortalece la gobernanza comunitaria y genera confianza en los visitantes, posicionando a la Ruta del Cacao como una experiencia segura y tecnológicamente avanzada en contextos rurales.

El turismo experiencial basado en el cacao ofrece una oportunidad única para conectar emocionalmente al visitante con la cultura, la naturaleza y la historia del Magdalena. Por medio de rutas inmersivas, talleres de transformación, degustaciones sensoriales y herramientas como la realidad aumentada, se construye una experiencia educativa, participativa y transformadora que valoriza el territorio y genera ingresos alternativos para las comunidades locales.

La participación de productores, mujeres, jóvenes y comunidades indígenas en el diseño y gestión de la Ruta del Cacao es fundamental para asegurar su sostenibilidad y legitimidad. El fortalecimiento de capacidades locales y la creación de alianzas público-comunitarias-académicas promueven una gobernanza inclusiva, en la cual el conocimiento tradicional se articula con la innovación, generando apropiación social del modelo y evitando dinámicas extractivas.

El modelo propuesto se alinea con los principios de la sostenibilidad al promover prácticas agroecológicas, la conservación de la biodiversidad y la compensación ambiental por medio de iniciativas como la adopción simbólica de árboles de cacao. Además, al articular el valor cultural del cacao con su potencial turístico, se fortalece una economía local resiliente, solidaria y orientada al bienestar de las generaciones presentes y futuras.

Referencias

- Andrade, E. (2024, 26 de junio). *Colombia impulsa la iniciativa Distrito Crypto para atraer el turismo en Usiacurí*. Territorio Bitcoin. <https://www.territoriobitcoin.com/colombia-impulsa-la-iniciativa-distrito-crypto-para-atraer-el-turismo-en-usiacuri/>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6.^a ed.). Episteme.
- Arias Ocampo, M. (2019). *El turismo de alojamiento de Catalombia Cacao Hostel en Santa Marta: Una revisión para reflexionar sobre el turismo rural en el corregimiento de Minca* [Práctica profesional, Universidad del Magdalena]. Repositorio Universidad del Magdalena. <https://repositorio.unimagdalena.edu.co/handle/123456789/4542>
- Asoarhuaco. (2024, 3 de octubre). *El cacao Arhuaco: Un legado de sabor, sostenibilidad y conexión con la tierra*. Asoarhuaco. <https://asoarhuaco.com/el-cacao-arhuaco-un-legado-de-sabor-sostenibilidad-y-conexion-con-la-tierra/>

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2023). *Tech report: Blockchain*. BID. <https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/viewer/Tech-Report-Blockchain.pdf>
- Barrera, L. T. (2021). *Socioeconomic and technological factors influencing technology adoption in cacao farms of two post-conflict regions in Colombia* [Tesis doctoral, Pennsylvania State University]. Pennsylvania State University. <https://etda.libraries.psu.edu/catalog/18708lmt50>
- Camargo, L., Gómez, J., y Gasca, M. (2020). *La ciudad inteligente y la gestión de las TIC: Caso de estudio: ciudad de Santa Marta*. Editorial UniMagdalena.
- Colombia Travel. (s. f.). *Conoce el cacao colombiano y el turismo sostenible alrededor de este producto*. Colombia Travel. <https://colombia.travel/es/blog/conoce-el-cacao-colombiano-y-el-turismo-sostenible>
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2023). *Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia potencia mundial de la vida*. DNP. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potencia-mundial-de-la-vida.pdf>
- Federación Nacional de Cacaoteros (Fedecacao). (s. f.). *Colombia obtiene por séptima vez el reconocimiento al mejor cacao del mundo en el programa Cacao of Excellence-Categoría Plata*. Fedecacao. <https://www.fedecacao.com.co/post/colombia-obtiene-por-s%C3%A9ptima-vez-el-reconocimiento-al-mejor-cacao-del-mundo-en-el-programa-cacao-of>
- Federación Nacional de Cacaoteros (Fedecacao). (2021). *El cacao en Colombia: Un contexto global*. Fedecacao.
- Fundación ProSierra Nevada de Santa Marta (ProSierra). (2018). *Sistemas productivos sostenibles en territorios indígenas: Experiencias de la Sierra Nevada de Santa Marta*. ProSierra.
- Gasca, M., Deibe, V., y Camargo, L. (2025). Caracterización de la red de suministros del cacao cultivado en la vereda La Mojana, en el municipio Ciénaga-Magdalena. *Respuestas*, 30(2), 131-141. <https://doi.org/10.22463/0122820X.5295>
- Gobernación del Magdalena. (2020). *Magdalena renace: Plan departamental de extensión agropecuaria 2020-2023*. Gobernación del Magdalena. <https://www.adr.gov.co/wp-content/uploads/2021/07/PDEA-Magdalena-2020-2023.pdf>
- Gobernación del Magdalena. (2024). *Plan departamental de extensión agropecuaria (PDEA) Magdalena 2024-2027*. Gobernación del Magdalena. <https://www.gobernaciondelmagdalena.gov.co/plan-departamental-de-extension-agropecuaria-pdea-magdalena-2024-2027/>

- Google. (2026). *Gemini* [Modelo de inteligencia artificial generativa]. <https://gemini.google.com/>
- Guaña-Moya, J., Roa, H. N., Marrillo, F., Ayavaca-Vallejo, L., Chiluisa-Chiluisa, M., y Moya-Carrera, B. (2022). Tecnología blockchain: Qué es y cómo funciona. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 54, 101-114.
- Hurtado Bernal, Y., y Rivera Martínez, M. F. (2018). Ruta del cacao, experiencia en el marco de la planificación turística. *Revista Tecnología y Productividad*, 4(4), 95-110. <https://revistas.sena.edu.co/index.php/rtyp/article/view/2335>
- MarSen. (2024). *¿Qué es el turismo experiencial o de emociones?* Senda Ecoway. <https://sendaecoway.com/blog/turismo-experiencial/>
- Mendoza Morales, A. (s. f.). *Sierra Nevada de Santa Marta*. Sociedad Geográfica de Colombia.
- Prados-Castillo, J. F., Guaita Martínez, J. M., Zielińska, A., y Gorgues Comas, D. (2023). A review of blockchain technology adoption in the tourism industry from a sustainability perspective. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(2), 814-830. <https://doi.org/10.3390/jtaer18020042>
- ProColombia. (2015). *Cuatro medallas de oro para chocolate colombiano en Londres*. ProColombia. <https://procolombia.co/colombiatrader/exportador/articulos/cuatro-medallas-de-oro-para-chocolate-colombiano-en-londres>
- Ruta Tayrona Tours. (s. f.). *El cacao en la Sierra Nevada de Santa Marta*. Ruta Tayrona Tours. <https://rutatayronatours.com/el-cacao-en-la-sierra-nevada-de-santa-marta/>
- Sarnacchiaro, P., Luongo, S., Sepe, F., Perillo, G., Segreto, A., y Palazzo, M. (2024). The role of blockchain technology in the tourism industry: Analyzing the factors affecting its adoption. *Quality & Quantity*, 60, 8185-8212. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-01836-7>
- Seeker. (s. f.). *What is a digital passport?*. Seeker.
- Semana. (2025, 11 de abril). *El cacao arhuaco zarpará en velero: Una travesía desde la Sierra Nevada de Santa Marta hasta Europa*. Semana. <https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/el-cacao-arhuaco-zarpara-en-velero-una-travesia-desde-la-sierra-nevada-de-santa-marta-hasta-europa/202500/>
- Sociedad de Cooperación para el Desarrollo Internacional (Socodevi). (2024). *Informe de gestión 2023*. Socodevi.

Suárez, D. (2024, 9 de agosto). El Magdalena es un territorio de potencia mundial para el turismo. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/turismo/el-magdalena-es-un-territorio-de-potencia-mundial-para-el-turismo/>

Tumap Travel. (s. f.-a). *Sabores de la Sierra: Ruta del café y cacao en Minca*. Tumap Travel. <https://www.tumap.travel/experiencias/sabores-de-la-sierra-ruta-del-cafe-y-cacao-en-minca-223>

Tumap Travel. (s. f.-b). *Tour del cacao en San Rafael*. Tumap Travel. <https://www.tumap.travel/experiencias/tour-del-cacao-en-san-rafael-242>

Viloria-de-la-Hoz, J. (2018). En busca de nuevas tierras y vecinos: Proceso de colonización en la Sierra Nevada de Santa Marta, Serranía de Perijá y Zona Bananera del Magdalena (siglos XVII-XIX). *Cuadernos de Historia Económica*, (49).

Fundamentos, desafíos y estrategias para el turismo sostenible

Chapter 11. Foundations, challenges and strategies for sustain tourism

Elvis Augusto Orozco Castillo

elvis.orozco@unad.edu.co

<https://orcid.org/0000-0003-3864-3557>

Mirna Luz Borja Bruges

mirna.borja@unad.edu.co

<https://orcid.org/0009-0002-3749-3761>

Luis Carlos Palencia Salas

luis.palencia@unad.edu.co

<https://orcid.org/0009-0006-2219-6456>

Janis Cecilia Nieves Rivadeneira

janis.nieves@unad.edu.co

<https://orcid.org/0009-0009-6020-4156>

Resumen

Se desarrolla un análisis integral del turismo sostenible como un modelo de desarrollo que busca armonizar cinco dimensiones clave: económica, ambiental, social, cultural y de gobernanza. Este modelo propone un equilibrio entre la satisfacción de las necesidades actuales de turistas y comunidades anfitrionas, y la preservación de los recursos para las generaciones futuras. En la dimensión económica se destaca el papel del turismo como motor de desarrollo local, generador de empleo e ingresos, siempre que se evite la concentración de beneficios.

La dimensión ambiental enfatiza el uso responsable de los recursos naturales, la conservación de la biodiversidad y la educación ambiental. En el ámbito social, el turismo sostenible debe empoderar a las comunidades, mejorar su calidad de vida y fomentar la participación activa en la toma de decisiones. La dimensión cultural promueve el respeto y la valorización del patrimonio tangible e intangible, evitando su folclorización. Por último, la gobernanza colaborativa es el eje transversal que articula todas las dimensiones con ayuda de la participación de todos los actores: gobiernos, empresas, comunidades y academia.

Se resalta la importancia de las buenas prácticas, la educación ambiental y el uso de tecnologías digitales como herramientas para reducir impactos negativos y mejorar la planificación y gestión del turismo. Asimismo, presenta el caso de Taganga (Colombia) como ejemplo de los retos y oportunidades del turismo sostenible en destinos frágiles, subrayando la necesidad de planificación basada en capacidad de carga, gobernanza participativa y uso de innovación tecnológica.

Finalmente, se destaca el papel estratégico de la academia en la conceptualización del turismo sostenible, el desarrollo de metodologías, la formación profesional y la generación de conciencia crítica. Se concluye que el turismo sostenible, apoyado en la colaboración, la educación y la innovación, puede ser una vía real para el desarrollo territorial justo, resiliente y ambientalmente responsable.

Palabras clave: estrategias, economía sostenible, desarrollo local, turismo sostenible

Abstract

A comprehensive analysis of sustainable tourism is developed as a development model that seeks to harmonize five key dimensions: economic, environmental, social, cultural and governance. This model proposes a balance between meeting the current needs of tourists and host communities and preserving resources for future generations. In the economic dimension, the role of tourism as an engine of local development, generating employment and income, is highlighted, provided that the concentration of benefits is avoided.

The environmental dimension emphasizes the responsible use of natural resources, biodiversity conservation and environmental education. In the social sphere, sustainable tourism should empower communities, improve their quality of life and encourage active participation in decision-making. The cultural dimension promotes respect for and appreciation of tangible and intangible heritage, avoiding its folklorization. Finally, collaborative governance is the cross-cutting axis that articulates all dimensions through the participation of all stakeholders: governments, businesses, communities and academia.

The importance of good practices, environmental education and the use of digital technologies as tools to reduce negative impacts and improve tourism planning and management is highlighted. The case of Taganga (Colombia) is presented as an example of the challenges and opportunities of sustainable tourism in fragile destinations, highlighting the need for carrying capacity-based planning, participatory governance and the use of technological innovation.

Finally, the strategic role of academia in the conceptualization of sustainable tourism, the development of methodologies, professional training and the generation of critical awareness is highlighted. The conclusion is that sustainable tourism, supported by collaboration, education and innovation, can be a real path to fair, resilient and environmentally responsible territorial development.

Keywords: strategies, sustainable economy, local development, sustainable tourism

Introducción

El turismo sostenible es un modelo de desarrollo turístico que busca equilibrar de manera integral las dimensiones económica, ambiental, social, cultural y de gobernanza para garantizar la satisfacción de las necesidades presentes de turistas, comunidades anfitrionas e industria turística, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de disfrutar y beneficiarse de los recursos turísticos [López-López y De Esteban-Curiel, 2010; Quintero-Santos, 2004; Saeteros et al., 2020; World Tourism Organization (UNWTO), 2018].

Este concepto se sustenta en cinco pilares fundamentales: dimensión económica, dimensión ambiental, dimensión social, dimensión cultural y dimensión de gobernanza. En este sentido, el turismo sostenible se basa en la “triple cuenta de resultados”: beneficios económicos, sociales y ambientales que se gestionan de forma equilibrada para maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos (Saeteros et al., 2020; Soto y Cruz, 2025; Stoddard et al., 2012). Se entiende como una industria que debe tener un bajo impacto ambiental y cultural, a la vez que genera ingresos y empleo para la población local, contribuyendo al desarrollo económico sin dañar el patrimonio natural y cultural.

La educación ambiental juega un papel crucial en la transformación de patrones conductuales, sensibilizando a turistas y comunidades sobre la importancia de conservar los recursos naturales y culturales. Asimismo, la responsabilidad social empresarial (RSE) impulsa la adopción de políticas voluntarias por parte de las empresas turísticas para favorecer la sostenibilidad social y ambiental, involucrando a todos los grupos de interés (Lalangui et al., 2017).

El turismo sostenible es un instrumento estratégico para enfrentar retos contemporáneos como el cambio climático, la masificación turística y las desigualdades sociales, especialmente en regiones vulnerables como Latinoamérica. Su implementación requiere superar barreras estructurales por medio de la cooperación entre actores, planificación integral y monitoreo constante, con el objetivo de asegurar la viabilidad y perdurabilidad del turismo en beneficio de las generaciones presentes y futuras.

Dimensiones del turismo sostenible

Las dimensiones del turismo sostenible son interdependientes y complementarias, y deben abordarse de manera integrada para garantizar un desarrollo armónico, duradero y justo. No se trata solo de reducir impactos negativos, sino de maximizar los beneficios colectivos, reconociendo que el turismo no es un fin en sí mismo, sino un medio para promover sociedades más equitativas, resilientes y sostenibles (Moral y Orgaz, 2017).

Dimensión económica

Esta dimensión se refiere a la capacidad del turismo para generar beneficios económicos sostenibles y equitativos, tanto a nivel local como nacional, en relación con la generación de empleo local, la diversificación de actividades productivas y la equidad en la distribución de beneficios. En este sentido, el turismo sostenible actúa como un motor para el desarrollo económico local, creando oportunidades de negocio, estimulando la economía regional y contribuyendo al bienestar socioeconómico de las comunidades receptoras, siempre de manera viable y rentable. Este tipo de turismo actúa como una herramienta estratégica para combatir la pobreza y dinamizar territorios económicamente rezagados. Sin embargo, debe evitar la concentración de beneficios en élites o grandes corporaciones que algunas veces monopolizan por sectores minoritarios, lo que acentúa la desigualdad (Barrera y Bahamondes, 2012; Díaz et al., 2025).

Por otro lado, también se busca garantizar la viabilidad financiera de las empresas turísticas bajo principios de eficiencia, competitividad y RSE, generando rentabilidad sin sacrificar los recursos naturales ni el bienestar comunitario (Barrera y Bahamondes, 2012; Echeverri y Vieira, 2022; Lalangui et al., 2017; Moliner et al., 2023).

Dimensión ambiental

Se centra en la conservación y protección del patrimonio natural, asegurando el uso responsable de los recursos naturales y la biodiversidad. Reconoce que los recursos naturales son la base del atractivo turístico, por tanto, deben ser cuidadosamente conservados y utilizados de forma responsable. Esto implica minimizar impactos negativos como la contaminación, la erosión del suelo, la pérdida de biodiversidad y la degradación de ecosistemas, mientras se fomenta la educación ambiental y la conciencia ecológica entre turistas y residentes (Shafie et al., 2019). Asimismo, el turismo sostenible promueve el manejo eficiente de recursos como el agua, la energía y el uso de tecnologías limpias.

Por otra parte, conceptos como la capacidad de carga son fundamentales; esta implica que los destinos tienen límites físicos y ecológicos que no deben superarse para evitar daños irreversibles (Quintero-Santos, 2004). La educación ambiental es central para cambiar los comportamientos tanto de turistas como de residentes, fomentando una conciencia ecológica y un respeto por el entorno.

Dimensión social

Fomenta la participación activa y el empoderamiento de las comunidades locales en la planificación, desarrollo y monitoreo de las actividades turísticas. Busca preservar y respetar las estructuras sociales, mejorar la calidad de vida de los habitantes y promover la equidad social, evitando que los beneficios se concentren en minorías y garantizando una distribución justa; es decir, que debe asegurar beneficios tangibles y justos para las comunidades anfitrionas, promoviendo la equidad social, la justicia y la mejora en la calidad de vida local (Shafie et al., 2019).

Esta dimensión implica inclusión, participación activa de la población en la toma de decisiones y fortalecimiento del capital humano local, por medio de la capacitación y el desarrollo de habilidades. Un turismo bien gestionado puede generar oportunidades de desarrollo local e integración social. No obstante, cuando se gestiona mal puede provocar exclusión, gentrificación o ruptura del tejido social. La sostenibilidad social también implica la creación de redes colaborativas entre actores locales, instituciones públicas y visitantes, fortaleciendo la cohesión social y el sentido de comunidad.

Dimensión cultural

Valora, protege y promociona el patrimonio cultural tangible e intangible de las comunidades receptoras, incluyendo tradiciones, costumbres, identidad, patrimonio histórico, patrimonio material (monumentos, arquitectura, objetos) y patrimonio inmaterial (rituales, gastronomía, lenguas, tradiciones). El turismo sostenible

respeto la autenticidad cultural de las comunidades anfitrionas, favoreciendo la valoriza-ción y revitalización de su diversidad cultural en armonía con las actividades turísticas (Sharpley, 2009).

Este modelo rechaza la explotación folclórica o la trivialización de las culturas locales, y en cambio fomenta el respeto por la autenticidad y la diversidad cultural, permitiendo que las comunidades reafirmen su identidad frente al visitante. También reconoce que el intercambio cultural entre turistas y residentes puede ser una fuente de aprendizaje mutuo, si se da bajo condiciones de respeto e igualdad.

Dimensión de gobernanza

La gobernanza incluye el reconocimiento y empoderamiento de los grupos de interés (stakeholders), permitiendo que estos participen activamente en todas las fases del proceso turístico, desde el diseño hasta la evaluación, pasando por la operación y la mejora continua (UNWTO, 2018).

El marco institucional y organizativo requiere la implementación de políticas públicas claras, transparentes y responsables, con participación democrática, con mecanismos efectivos de participación, coordinación y rendición de cuentas entre actores públicos, privados y comunitarios que permita la implementación efectiva del turismo sostenible. La gobernanza efectiva garantiza la planificación estratégica, la gestión sostenible, el cumplimiento de estándares, certificaciones que fortalezcan la sostenibilidad en el sector, el monitoreo de impactos, el cumplimiento de normas ambientales y sociales, y la asignación eficiente de recursos. También permite la implementación de certificaciones de calidad y sostenibilidad, promoviendo prácticas responsables y mejorando la imagen de los destinos turísticos.

Los principales elementos de las cinco dimensiones se explican en la tabla 29:

Tabla 29. Dimensiones del turismo sostenible

Dimensión	Principales elementos del turismo sostenible
Económica	Generación de empleo local; diversificación de actividades productivas; equidad en la distribución de beneficios; viabilidad financiera de empresas turísticas; responsabilidad social empresarial (RSE); desarrollo económico local y combate a la pobreza; evitar concentración de beneficios en élites o corporaciones.
Ambiental	Conservación de la biodiversidad, uso eficiente de los recursos naturales (flora y fauna), desarrollo sostenible ambiental, protección de ecosistema terrestre y acuático, disminución de gases efectos invernadero y adopción de tecnologías limpias.

Dimensión	Principales elementos del turismo sostenible
Social	Participación y empoderamiento comunitario; mejora de la calidad de vida local; equidad social y justicia; inclusión y toma de decisiones participativa; capacitación y fortalecimiento del capital humano; prevención de exclusión y gentrificación; creación de redes colaborativas y cohesión social.
Cultural	Protección y promoción del patrimonio cultural tangible e intangible; respeto a la autenticidad cultural; valorización y revitalización de la diversidad cultural; evitar explotación folclórica o trivialización; intercambio cultural respetuoso y equitativo; reafirmación de la identidad local frente al visitante.
Gobernanza	Participación de <i>stakeholders</i> en todas las fases; políticas públicas claras, transparentes y responsables; mecanismos de coordinación y rendición de cuentas; planificación estratégica y gestión sostenible; cumplimiento de normas ambientales y sociales; certificaciones de calidad y sostenibilidad; monitoreo de impactos y asignación eficiente de recursos.

Fuente: elaboración propia con base en las conceptualizaciones de cada dimensión.

La gobernanza colaborativa en turismo sostenible

La gobernanza colaborativa es el núcleo que sostiene las otras dimensiones del turismo sostenible. Sin ella, no es posible implementar políticas eficaces ni asegurar que los beneficios del turismo lleguen a las comunidades receptoras de forma justa. Solo con una gobernanza participativa, inclusiva, transparente y bien articulada, el turismo puede convertirse en una herramienta real para el desarrollo territorial, la protección ambiental y la justicia social (UNWTO, 2018).

La gobernanza colaborativa en el turismo sostenible se configura como un enfoque estratégico e inclusivo para gestionar el desarrollo turístico desde una visión integral, participativa y territorializada (Durán, 2015). Este modelo de gobernanza busca articular a todos los actores implicados: gobierno, empresas, comunidades locales, academia, sociedad civil y turistas en la toma de decisiones, implementación de políticas y monitoreo de impactos, con el objetivo de lograr un desarrollo equilibrado, duradero y justo (Fuster et al., 2025).

Dicho en otras palabras, la gobernanza participativa es un sistema de gestión que reconoce que los desafíos del turismo sostenible (ambientales, sociales, culturales, económicos e institucionales) no pueden ser abordados por un solo actor, sino que requieren cooperación intersectorial y multiescalar, tanto a nivel local como regional y nacional. Este enfoque promueve una acción conjunta basada en la corresponsabilidad, la transparencia y el consenso.

Participación activa de los actores locales

La gobernanza en turismo sostenible implica que la población endógena participe en la toma de decisiones, en el diseño de políticas públicas y en la gestión de los recursos. Esta participación debe ser informada, vinculante y continua, con mecanismos de consulta y representación efectiva (Quintero-Santos, 2004).

Transparencia, rendición de cuentas y normas claras

La buena gobernanza exige normas institucionales claras, sistemas de fiscalización, transparencia en la gestión de recursos y políticas de acceso a la información. Esto incluye la evaluación constante de políticas públicas y el diseño de marcos regulatorios estables que promuevan la sostenibilidad y eviten la corrupción.

Alianzas público-privadas-comunitarias

La gobernanza colaborativa implica crear espacios de concertación y diálogo entre sectores: gobiernos locales, empresas turísticas, organizaciones comunitarias, universidades y ONG. Estas alianzas fortalecen la coherencia en la planificación estratégica, evitan duplicación de esfuerzos y aseguran la alineación entre inversión, regulación y conservación (Durán, 2015).

Articulación con escalas regionales y nacionales

Aunque el turismo se experimenta localmente, requiere una articulación con políticas nacionales y regionales, especialmente en materia ambiental, ordenamiento territorial y economía circular. Esta coordinación multinivel facilita la coherencia normativa, la movilización de recursos y el acceso a certificaciones internacionales.

Educación y fortalecimiento de capacidades

El empoderamiento comunitario se fortalece por medio de la capacitación, la educación ambiental y la formación en gestión turística. Los documentos resaltan el rol estratégico de la educación superior y la formación técnica a los actores locales para asumir roles activos en la gobernanza.

Gestión adaptativa e inclusiva

La gobernanza colaborativa incorpora mecanismos de seguimiento, evaluación de impactos y adaptación constante. Se promueve el diálogo social para resolver conflictos, monitorear indicadores (económicos, ecológicos, culturales) y rediseñar las estrategias en función de los resultados.

A continuación, en la tabla 30, se describen los aspectos más importantes de la gobernanza colaborativa en el turismo sostenible:

Tabla 30. Importancia de la gobernanza colaborativa en el turismo sostenible

Aspecto	Descripción
Gestión sostenible	Evita la sobreexplotación turística y promueve la administración responsable de los recursos naturales y culturales.
Equidad social y económica	Reduce los desequilibrios al fomentar una distribución más justa de los beneficios generados por la actividad turística.
Identidad y cohesión local	Fortalece la identidad cultural y el sentido de pertenencia al incluir activamente las voces y perspectivas de la comunidad.
Conservación integral	Facilita la protección del patrimonio ambiental y cultural por medio de procesos de decisión participativos.
Contribución a los ODS	Apoya los ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), ODS 11 (ciudades sostenibles), ODS 13 (acción por el clima) y ODS 17 (alianzas para lograr los objetivos).

Fuente: elaboración propia a partir de Durán (2015) y Echeverri y Vieira (2022).

Buenas prácticas en turismo sostenible

Las buenas prácticas en turismo sostenible se entienden como un conjunto de acciones, principios y procedimientos éticos, responsables y eficientes que orientan a los distintos actores del sector (gobiernos, empresas, comunidades y turistas) hacia la minimización de impactos negativos y la maximización de beneficios ambientales, sociales, culturales y económicos. Estas prácticas buscan asegurar que el turismo no solo sea viable económicamente, sino también respetuoso con el entorno natural, cultural y social, garantizando la equidad intergeneracional, la preservación del patrimonio y el desempeño integral de las empresas turísticas que contribuyen al desarrollo local (Rainforest Alliance, 2006).

Las buenas prácticas en turismo sostenible son estrategias y acciones concretas que reducen el consumo de recursos (agua, energía, materiales), minimizan la contaminación y la generación de residuos, fomentan el respeto por la cultura local y el entorno natural, promueven la participación comunitaria y la distribución justa de beneficios, y apoyan procesos de certificación, planificación, educación ambiental y monitoreo de impactos (Benítez y Casanova, 2025).



Ejemplos de buenas prácticas

- Implementación de certificaciones de calidad y sostenibilidad, como sello verde, normas ISO o distinciones nacionales.
- Educación ambiental para turistas y empleados, generando conciencia ecológica y comportamiento responsable.
- Control del número de visitantes en destinos frágiles por medio de cupos o sistemas de reservas anticipadas (capacidad de carga).
- Diseño de rutas interpretativas, centros de interpretación y señalética ambiental en áreas protegidas.
- Uso de tecnologías limpias y energías renovables en alojamientos y transporte turístico.
- Programas de voluntariado o turismo solidario, con aportes concretos a proyectos comunitarios.
- Elaboración participativa de planes de turismo local, articulando saberes tradicionales y técnicos.

Importancia de las buenas prácticas

- Mejoran la imagen del destino y la experiencia del turista consciente.
- Aumentan la competitividad de empresas comprometidas con la sostenibilidad.
- Generan confianza y legitimidad social frente a la comunidad.
- Contribuyen al cumplimiento de los ODS, especialmente en materia de trabajo decente (ODS 8), consumo responsable (ODS 12) y acción climática (ODS 13).
- Facilitan la resiliencia frente a riesgos climáticos, económicos o sanitarios.

Buenas prácticas en las dimensiones de turismo sostenible

Ambiental

- Uso eficiente del agua y la energía.
- Gestión integral de residuos sólidos y líquidos.
- Reducción de emisiones contaminantes.
- Conservación de la biodiversidad y restauración de hábitats.
- Preferencia por materiales biodegradables y reciclables.

Social y cultural

- Respeto a la identidad, tradiciones y cosmovisiones locales.

- Generación de empleo digno y oportunidades de emprendimiento local.
- Participación de las comunidades en decisiones turísticas.
- Inclusión de mujeres, jóvenes e indígenas en los procesos.

Económica

- Fomento de compras y alianzas con productores locales.
- Promoción de cadenas cortas de comercialización.
- Rentabilidad justa y distribución equitativa de beneficios.
- Impulso al consumo responsable y al turismo de calidad.

Las buenas prácticas en turismo sostenible son herramientas fundamentales para pasar del discurso a la acción. Permiten alinear los intereses de conservación ambiental, desarrollo económico y equidad social, garantizando que el turismo se convierta en una actividad transformadora, regenerativa y resiliente, capaz de generar valor para todos los actores involucrados sin comprometer el futuro del territorio (Moral et al., 2017).

Desafíos del turismo sostenible

Los desafíos y aportes académicos del turismo sostenible configuran un campo de análisis crucial para comprender tanto las dificultades estructurales que enfrenta su implementación, como el papel activo de la academia en la generación de conocimiento, estrategias y soluciones. A pesar de su potencial transformador, el turismo sostenible enfrenta obstáculos persistentes, en los que confluyen limitaciones estructurales, institucionales, socioculturales y ambientales.

Débil gobernanza y escasa planificación

Muchos territorios carecen de instrumentos efectivos de planificación participativa y coordinación entre actores. Se observa una limitada articulación entre sectores público y privado, así como entre los distintos niveles de gobierno.

Turismo masivo y sobrecarga de destinos

El modelo de turismo convencional, centrado en la cantidad de visitantes, continúa dominando, generando impactos como la saturación de espacios naturales, la pérdida de autenticidad cultural y el deterioro ambiental.



Distribución desigual de beneficios

Los beneficios económicos del turismo muchas veces se concentran en sectores minoritarios, exacerbando desigualdades y dejando a las comunidades locales en roles pasivos o precarios.

Falta de conciencia y educación ambiental

Tanto turistas como operadores muestran escasos niveles de sensibilización sobre la importancia de prácticas sostenibles, lo que limita la transformación de modelos turísticos.

Impactos del cambio climático

Los destinos turísticos son vulnerables al aumento del nivel del mar, sequías, incendios y pérdida de biodiversidad, lo que pone en riesgo su viabilidad futura.

Aportes académicos al turismo sostenible

El turismo sostenible se encuentra en una encrucijada de grandes desafíos estructurales que limitan su implementación efectiva. Sin embargo, la academia desempeña un papel clave como generadora de conocimiento, conciencia crítica y capacidades profesionales (Díaz et al., 2025). Gracias a sus aportes teóricos, metodológicos, educativos y prácticos, contribuye a fortalecer la gobernanza, empoderar a las comunidades, diseñar políticas basadas en evidencia y construir un turismo transformador que beneficie tanto a las personas como al planeta. Con relación a esto, la academia ha tenido un papel fundamental en la teorización, visibilización y operacionalización del turismo sostenible, por medio de investigaciones, propuestas conceptuales, metodologías y herramientas de gestión.

Producción conceptual y teórica

Los investigadores han contribuido a definir y ampliar el concepto de turismo sostenible, destacando sus dimensiones múltiples (económica, ambiental, social, cultural y de gobernanza) y su relación con la justicia intergeneracional, la resiliencia y los ODS (Soto y Cruz, 2024; Stoddard et al., 2012).

Generación de indicadores e instrumentos

Desde la academia se han desarrollado métricas, indicadores y metodologías para evaluar los impactos del turismo en lo ambiental, social y económico, facilitando la planificación y el monitoreo.

Enfoque interdisciplinario y territorial

Los estudios académicos han promovido una lectura integral del territorio, integrando saberes de la geografía, sociología, economía, ecología, entre otros, e incorporando enfoques como el turismo comunitario, el ecoturismo, el agroturismo y el turismo regenerativo.

Educación y formación profesional

Las universidades están llamadas a formar profesionales con visión crítica, ética y multidisciplinaria, que puedan liderar procesos de transición hacia modelos sostenibles. La integración de los ODS en los currículos es clave.

Fomento de la educación ambiental

Los aportes académicos han resaltado la necesidad de incorporar procesos educativos formales e informales, dirigidos a turistas, comunidades y prestadores de servicios, para impulsar cambios de comportamiento.

Visibilización de buenas prácticas

Desde los espacios académicos se han documentado y difundido experiencias exitosas de turismo sostenible, convirtiéndolas en modelos replicables, adaptables y útiles para la política pública y el emprendimiento.

Importancia de preservar valores culturales y tradiciones en el turismo sostenible

Preservar los valores culturales y tradiciones en el turismo sostenible no es una tarea secundaria, sino una condición esencial para que el desarrollo turístico sea ético, equitativo y duradero. La cultura debe ser entendida como un recurso vivo, identitario y no renovable, cuya protección permite no solo conservar la diversidad humana del planeta, sino también construir destinos más resilientes, atractivos y coherentes con los ODS (Sharples, 2009).

La preservación de los valores culturales y tradiciones en el turismo sostenible constituye una dimensión esencial, no solo para garantizar el respeto y la autenticidad de las comunidades anfitrionas, sino también para fortalecer la identidad local, fomentar el desarrollo inclusivo y ofrecer una experiencia turística enriquecedora y ética.



Reconocimiento de la cultura como pilar del desarrollo sostenible

El turismo sostenible reconoce la cultura no solo como un atractivo turístico, sino como un pilar fundamental en la estructura del desarrollo equilibrado. Esto implica que la cultura y las tradiciones no deben ser “consumidas” o “folclorizadas” para satisfacer al turista, sino respetadas, valorizadas y protegidas.

Fortalecimiento de la identidad local y autoestima comunitaria

El turismo que incorpora de manera auténtica las tradiciones locales fortalece la identidad cultural de los pueblos, genera autoestima colectiva y consolida vínculos comunitarios. En muchos casos, la revalorización de estas prácticas ha permitido recuperar saberes tradicionales en riesgo de desaparecer.

Conservación del patrimonio material e inmaterial

Con ayuda de una adecuada gestión turística, los recursos culturales (monumentos, artesanías, gastronomía, festividades, lenguas, cosmovisiones) pueden protegerse, restaurarse o revitalizarse, favoreciendo no solo su preservación, sino también su transmisión intergeneracional.

Participación activa de las comunidades en la gestión cultural

La sostenibilidad cultural implica que las comunidades participen activamente en la toma de decisiones sobre qué aspectos de su cultura compartir y cómo hacerlo, evitando imposiciones externas o explotaciones simbólicas que distorsionen sus valores.

Generación de ingresos por medio de la economía cultural local

El patrimonio cultural, cuando se integra de forma responsable al turismo, puede convertirse en fuente de empleo e ingresos para comunidades locales, por ejemplo, con la venta de productos artesanales, la organización de rutas culturales o la prestación de servicios guiados, siempre que se eviten dinámicas extractivas.

Prevención de la aculturación y del turismo depredador

Uno de los principales riesgos del turismo convencional es que impone modelos ajenos que erosionan la cultura local, generando fenómenos como la pérdida de lenguas, la modificación de rituales o la banalización de símbolos. El turismo sostenible combate esto con ayuda de procesos educativos y estrategias de salvaguarda.

Uso de tecnologías y transformación digital en la gestión del turismo sostenible

El uso de tecnologías y la transformación digital son componentes esenciales para la gestión efectiva del turismo sostenible. Estas herramientas permiten una planificación más rigurosa, una educación ambiental más accesible y una operación turística más eficiente y responsable. Sin embargo, para maximizar su potencial, es necesario superar barreras tecnológicas, económicas y sociales, promoviendo la inclusión digital y la capacitación constante. De esta manera, la innovación tecnológica puede ser un pilar fundamental para consolidar destinos turísticos que protejan su patrimonio natural y cultural, mientras generan beneficios económicos y sociales duraderos (Gonzales et al., 2023).

Tecnologías adecuadas para la gestión del turismo sostenible

La incorporación de herramientas digitales en el turismo sostenible abre nuevas posibilidades para planificar, monitorear y gestionar destinos de manera más eficiente. Estas tecnologías permiten integrar datos en tiempo real, fomentar la participación colaborativa y garantizar decisiones basadas en evidencia para proteger los recursos y mejorar la experiencia turística.

Digitalización como herramienta para mejorar la planificación y gestión sostenible

La tecnología y la transformación digital ofrecen un gran potencial para optimizar la gestión del turismo sostenible, permitiendo una planificación más precisa, eficiente y adaptativa frente a las demandas cambiantes del sector.

Monitoreo en tiempo real y manejo de capacidad de carga

Tecnologías como sensores ambientales, drones y plataformas digitales facilitan la recopilación y análisis de datos sobre el flujo turístico, impactos ambientales y estado de los recursos naturales. Esto permite evitar la sobrecarga en destinos frágiles y tomar decisiones basadas en evidencia para mantener la capacidad de carga dentro de límites sostenibles.

Sistemas de información geográfica (SIG) y big data

Herramientas SIG permiten mapear zonas vulnerables, monitorear cambios en el paisaje y gestionar áreas protegidas de forma integrada. El análisis de *big data*, extraído de fuentes como redes sociales o reservas en línea, ayuda a entender patrones de visita, preferencias y comportamientos turísticos para adaptar estrategias.

Plataformas digitales para la participación y gobernanza colaborativa

La digitalización facilita la interacción entre gobiernos, comunidades, empresas y turistas por medio de foros en línea, encuestas digitales y aplicaciones móviles. Esto fomenta la transparencia, la toma de decisiones inclusiva y la cocreación de políticas turísticas sostenibles.

Promoción de prácticas sostenibles y educación ambiental digital

La tecnología impulsa nuevas formas de sensibilización, formación y promoción del turismo sostenible tanto para turistas como para comunidades locales.

Aplicaciones móviles y realidad aumentada

Permiten educar a los visitantes sobre la biodiversidad, el patrimonio cultural y las buenas prácticas, integrando mensajes de conservación en la experiencia turística. Esto aumenta la conciencia ambiental y promueve comportamientos responsables.

Cursos en línea y capacitación digital

Facilitan la formación de profesionales, empresarios y gestores turísticos en temas de sostenibilidad, alcanzando a comunidades remotas y mejorando la calidad de la gestión turística.

Difusión y marketing digital sostenible

Las redes sociales y plataformas de reserva permiten promover destinos y servicios turísticos certificados como sostenibles, generando mayor visibilidad y atrayendo un turismo más consciente.

Tecnologías para la eficiencia operativa y reducción del impacto ambiental

La transformación digital contribuye a optimizar recursos y reducir la huella ambiental del turismo.

Automatización y gestión energética

Sistemas inteligentes de iluminación, climatización y gestión de residuos en alojamientos turísticos ayudan a disminuir el consumo energético y minimizar desechos.

Movilidad sostenible y plataformas de transporte compartido

Aplicaciones que facilitan el uso de transporte público, bicicletas o vehículos eléctricos reducen las emisiones asociadas a la movilidad turística, fundamental en destinos con alta presión ambiental.

Optimización de rutas y horarios

Las tecnologías digitales permiten diseñar rutas turísticas que eviten la congestión, distribuyan mejor a los visitantes y minimicen el impacto sobre ecosistemas sensibles.

Desafíos y limitaciones en la adopción tecnológica

Pese a los beneficios, existen retos para la integración tecnológica en el turismo sostenible, especialmente en regiones con limitaciones socioeconómicas y estructurales.

Brecha digital y acceso desigual

No todas las comunidades anfitrionas cuentan con infraestructura tecnológica ni acceso a internet, lo que dificulta su participación en plataformas digitales y el aprovechamiento de tecnologías.

Costos iniciales y capacidad técnica

La implementación de sistemas digitales y herramientas tecnológicas requiere inversión y capacitación, aspectos que pueden ser limitantes para pequeños empresarios y destinos emergentes.

Privacidad y gestión de datos

La recolección masiva de datos debe manejarse con responsabilidad para proteger la privacidad de visitantes y comunidades, cumpliendo con normativas y éticas.

Hacia un turismo sostenible impulsado por la innovación digital

La integración de tecnologías y la transformación digital se presentan como motores clave para alcanzar un turismo sostenible más eficiente, inclusivo y resiliente.

Innovación constante

La aplicación de inteligencia artificial, *blockchain* para trazabilidad y plataformas colaborativas puede revolucionar la forma en que se gestiona la sostenibilidad turística, generando modelos replicables y escalables.



Fortalecimiento de la gobernanza y toma de decisiones

El acceso a información oportuna y transparente permite a los responsables públicos, empresas y comunidades ajustar políticas y acciones para minimizar impactos y maximizar beneficios.

Involucramiento de los turistas

Por medio de tecnologías interactivas, los visitantes pueden convertirse en aliados activos en la conservación y respeto cultural, haciendo del turismo una experiencia transformadora.

Innovación y uso de herramientas digitales para minimizar impactos negativos en el turismo sostenible

La innovación y el uso de herramientas digitales representan una oportunidad estratégica para minimizar los impactos negativos del turismo, potenciando la planificación, educación, operación eficiente y monitoreo ambiental. Estas tecnologías permiten que la gestión turística sea más informada, participativa y adaptada a los desafíos actuales, desde la presión sobre recursos naturales hasta la necesidad de equidad social. No obstante, para aprovechar todo su potencial, es indispensable superar barreras de acceso, formación y financiamiento, garantizando que la innovación tecnológica contribuya de manera inclusiva y responsable a un turismo verdaderamente sostenible (Gomes et al., 2024).

Innovación tecnológica como motor para la gestión sostenible

La innovación en tecnologías digitales se ha convertido en un factor esencial para enfrentar los retos que plantea el crecimiento turístico y la presión sobre los recursos naturales y sociales. La capacidad para desarrollar soluciones tecnológicas innovadoras permite identificar, monitorear y mitigar los impactos negativos del turismo en tiempo real, facilitando una gestión más proactiva y eficiente (Gomes et al., 2024).

Sensores ambientales y monitoreo remoto

La instalación de dispositivos IoT en ecosistemas turísticos permite medir parámetros críticos como calidad del aire, contaminación hídrica, niveles de ruido o erosión del suelo. Esta información en tiempo real posibilita la rápida intervención para evitar daños irreversibles.

Big data y análisis predictivo

El procesamiento masivo de datos extraídos de reservas, redes sociales y dispositivos móviles ayuda a anticipar picos de afluencia y a gestionar la capacidad

de carga de destinos, evitando la sobreexplotación y garantizando una experiencia turística de calidad.

Plataformas digitales para la gobernanza participativa

La innovación incluye también la creación de espacios virtuales en los que comunidades, autoridades y operadores turísticos puedan dialogar, planificar y monitorear conjuntamente, promoviendo la transparencia y la corresponsabilidad.

Herramientas digitales para la educación y sensibilización ambiental

La tecnología digital ofrece canales efectivos para difundir información, promover buenas prácticas y cambiar conductas tanto de turistas como de comunidades locales.

Apps educativas y guías interactivas

Aplicaciones móviles con contenidos multimedia sobre biodiversidad, patrimonio cultural y recomendaciones de comportamiento responsable permiten que los visitantes comprendan mejor su impacto y adopten actitudes sostenibles durante su estancia.

Realidad aumentada y virtual

Estas tecnologías facilitan experiencias inmersivas que acercan al turista a la realidad del entorno natural y cultural, fomentando empatía y respeto sin necesidad de intervención física directa, lo que ayuda a proteger áreas sensibles.

Programas de capacitación en línea

Las herramientas digitales permiten capacitar a los gestores turísticos, emprendedores y comunidades en temas de sostenibilidad, ampliando el alcance y la efectividad de la formación.

Optimización operativa y reducción de huella ambiental con tecnologías digitales

En la actualidad, las tecnologías digitales se han convertido en instrumentos clave para fortalecer la eficiencia operativa y promover modelos de producción más sostenibles. Su incorporación en los distintos sectores económicos posibilita la optimización de procesos, la disminución en el uso de recursos y la reducción de los efectos adversos sobre el entorno natural (Gomes et al., 2024).

De esta manera, la transformación digital no solo potencia la competitividad de las organizaciones, sino que también desempeña un papel fundamental en la mitigación del cambio climático y en el avance hacia el cumplimiento de los

ODS) (Shafie et al., 2019). La innovación permite también mejorar la eficiencia en la gestión de recursos, disminuyendo la presión ambiental y mejorando la rentabilidad económica (ver tabla 31).

Tabla 31. Tecnologías digitales aplicadas a la optimización operativa y la sostenibilidad turística

Categoría	Descripción	Contribución a la sostenibilidad
Automatización y sistemas inteligentes	Hoteles, parques naturales y otros servicios turísticos implementan sistemas automatizados para optimizar el consumo energético, el manejo del agua y la gestión de residuos.	Reducen costos operativos y minimizan la huella ecológica.
Gestión digital de movilidad	Plataformas que promueven el transporte colectivo, el uso de vehículos eléctricos o el alquiler de bicicletas.	Disminuyen la contaminación y el tráfico en los destinos turísticos.
Planificación digital de rutas y visitas	Herramientas que organizan las rutas turísticas para evitar la saturación en puntos sensibles y equilibrar el flujo de visitantes.	Conservan los ecosistemas y mejoran la experiencia turística.
Innovación para la medición y evaluación de impactos	Uso de indicadores digitales y herramientas analíticas para cuantificar los efectos del turismo y ajustar estrategias sostenibles.	Permite una gestión más precisa y adaptable del desarrollo turístico.
Indicadores digitales integrados	Plataformas que combinan en tiempo real datos ambientales, sociales y económicos.	Facilitan la toma de decisiones basada en evidencia y fomentan la rendición de cuentas.
Sistemas de alerta temprana	Tecnologías que detectan de forma rápida cambios negativos o emergentes en el entorno turístico.	Permiten activar planes de contingencia y aplicar medidas correctivas oportunas.
Transparencia y certificación digital	Sellos y certificaciones accesibles en línea que reconocen buenas prácticas sostenibles.	Generan confianza entre turistas y comunidades e impulsan la responsabilidad ambiental.

Fuente: elaboración propia.

Retos en la implementación de innovación tecnológica

A pesar del potencial, existen desafíos importantes para integrar plenamente estas herramientas en destinos turísticos, especialmente en contextos con limitaciones socioeconómicas.

Brechas de acceso y capacitación

Muchas comunidades locales no cuentan con infraestructura tecnológica ni formación adecuada para aprovechar la innovación digital, limitando su participación en la gestión sostenible.

Costos y mantenimiento

La adopción de tecnologías requiere inversión inicial y recursos continuos para mantenimiento, que no siempre están disponibles en pequeñas y medianas empresas turísticas o en destinos emergentes.

Consideraciones éticas y de privacidad

La recolección y uso de datos deben manejarse con transparencia y respeto a la privacidad de los visitantes y comunidades, evitando posibles abusos o exclusiones.

Perspectiva futura: la innovación como clave para la sostenibilidad

La transformación digital y la innovación tecnológica serán cruciales para afrontar los impactos crecientes del turismo y avanzar hacia modelos más sostenibles, inclusivos y resilientes.

Integración con políticas públicas

La incorporación de herramientas digitales en marcos regulatorios y planes estratégicos potenciará la efectividad de las acciones sostenibles.

Participación comunitaria digital

La innovación debe centrarse en facilitar la inclusión y el empoderamiento de las comunidades locales, garantizando que sean actores activos y beneficiarios de la sostenibilidad.

Colaboración multisectorial

La alianza entre gobiernos, academia, sector privado y sociedad civil, apoyada en tecnologías digitales, permitirá el desarrollo de soluciones integradas y adaptativas.



Caso específico de Taganga: retos y oportunidades en el turismo sostenible

Taganga, una pequeña localidad costera en Colombia, ha experimentado un crecimiento turístico significativo en las últimas décadas, impulsado por su belleza natural, biodiversidad marina y patrimonio cultural. Este crecimiento ha traído beneficios socioeconómicos, pero también ha generado impactos ambientales y sociales que requieren una gestión cuidadosa para asegurar la sostenibilidad a largo plazo (Botero y Zielinski, 2010).

En la parte frontal de la figura 61 se distingue la bahía, cuyas aguas serenas y de tono azul albergan diversas embarcaciones pesqueras y turísticas ancladas, representando las principales fuentes de sustento económico del lugar: la pesca artesanal y el turismo (Prado et al., 2025). A lo largo del borde costero se pueden observar viviendas, restaurantes y alojamientos, algunos con techos de palma, armoniosamente incorporados al paisaje natural.

Figura 61. Panorámica de Taganga, Santa Marta



Fuente: Kayak (s. f.).

El caso de Taganga ejemplifica los complejos retos que enfrentan destinos turísticos con entornos frágiles y comunidades en proceso de adaptación al crecimiento turístico. Sin embargo, también muestra importantes oportunidades para avanzar hacia un modelo de turismo sostenible, que promueva la conservación ambiental, la justicia social y la viabilidad económica (Prado et al., 2025). La clave está en articular la planificación basada en capacidad de carga, gobernanza colaborativa, innovación tecnológica y educación ambiental, para que los beneficios del turismo se distribuyan de manera equitativa y perduren en el tiempo, protegiendo al mismo tiempo el patrimonio natural y cultural que hace único a Taganga (Botero y Zielinski, 2010).

La figura 62 nos muestra la actividad pesquera en Taganga, corregimiento de Santa Marta, que posee un valor significativo en los ámbitos cultural y turístico, representando una tradición profundamente arraigada en la comunidad, transmitida entre generaciones, que simboliza la identidad y las costumbres de sus pobladores. En el contexto del turismo, la pesca artesanal no solo abastece de productos frescos que realzan la gastronomía local, uno de los mayores atractivos para los visitantes, sino que además brinda la oportunidad de vivir experiencias genuinas ligadas al turismo comunitario (Prado et al., 2025).

Figura 62. Proceso de pesca artesanal en Taganga



Fuente: El Informador.

Retos principales en Taganga

Taganga enfrenta importantes retos para consolidar un desarrollo turístico sostenible. La creciente afluencia de visitantes ha generado problemas de contaminación, erosión de las playas y deterioro de los arrecifes coralinos, afectando el equilibrio ambiental. A ello se suma la limitada articulación entre las autoridades locales, la comunidad, los empresarios y los demás actores del sector turístico, lo que dificulta la implementación de estrategias conjuntas.

Presión sobre ecosistemas frágiles y capacidad de carga

Taganga se encuentra en un entorno costero altamente sensible, donde la sobrecarga turística provoca problemas como contaminación, erosión de playas y deterioro de arrecifes coralinos que son vitales para la biodiversidad y el atractivo turístico (Botero y Zielinski, 2010).

Es importante respetar la capacidad de carga física y ambiental para evitar la degradación irreversible del destino. En Taganga, la falta de regulación estricta y planificación adecuada ha llevado a la saturación en temporada alta, afectando tanto al medio ambiente como a la experiencia turística.

Débil gestión y gobernanza colaborativa

La coordinación insuficiente entre autoridades locales, comunidades, empresarios y actores turísticos dificulta la implementación de políticas efectivas de turismo sostenible. La ausencia de mecanismos sólidos para la participación comunitaria y el manejo integrado limita la capacidad para enfrentar problemas estructurales como la informalidad y la falta de inversión en infraestructura sostenible.

Preservación del patrimonio cultural y social

Taganga enfrenta el desafío de mantener y valorar sus tradiciones culturales y formas de vida, amenazadas por la masificación turística y la influencia de modelos de turismo convencional que priorizan el beneficio económico inmediato sobre el respeto cultural (Prado et al., 2025). La diferenciación social se intensifica, ya que los beneficios económicos no siempre se distribuyen equitativamente, favoreciendo a pocos y generando tensiones en la comunidad.

Educación ambiental y sensibilización insuficientes

Aunque existen esfuerzos aislados, la educación ambiental dirigida a turistas y residentes no ha logrado consolidarse como una práctica sistemática y continua, limitando la capacidad para transformar patrones de conducta y promover prácticas responsables.

Impactos del cambio climático y vulnerabilidad

Como zona costera, Taganga es vulnerable a fenómenos climáticos extremos y a la subida del nivel del mar, lo que aumenta la urgencia de estrategias sostenibles para garantizar la resiliencia del destino.

Oportunidades para un turismo sostenible en Taganga

Taganga cuenta con importantes oportunidades para fortalecer un turismo sostenible por medio de una planificación basada en la capacidad de carga y el manejo ambiental de sus recursos naturales. Una mayor articulación entre las autoridades locales, la comunidad y el sector turístico permitiría mejorar la gestión del destino y promover un desarrollo equilibrado.

Potencial para la planificación basada en capacidad de carga y manejo ambiental

Implementar una gestión integral que considere los umbrales físicos, sociales y ambientales, con indicadores claros y monitoreo continuo, puede ayudar a equilibrar el desarrollo turístico con la conservación del entorno (Botero y Zielinski, 2010).

La experiencia de otros destinos litorales muestra que la planificación adecuada puede transformar la presión turística en estímulo para la conservación, por medio de la creación de áreas protegidas y regulaciones estrictas.

Fortalecimiento de la gobernanza colaborativa

El desarrollo de plataformas y espacios participativos que involucren activamente a comunidades, empresarios y autoridades locales puede mejorar la gestión del turismo, fomentando la transparencia, corresponsabilidad y cooperación multisectorial (Prado et al., 2025).

La colaboración entre los diversos actores es clave para diseñar estrategias que promuevan beneficios socioeconómicos equitativos y preserven los valores culturales.

Implementación de programas de educación ambiental y formación

Aprovechar tecnologías digitales, talleres y campañas de sensibilización para educar a turistas y locales sobre la importancia de preservar el entorno natural y cultural puede cambiar comportamientos y fomentar el turismo responsable. La capacitación de profesionales y gestores turísticos en sostenibilidad puede impulsar modelos innovadores y adaptados al contexto local (Gutiérrez et al., 2014).

Uso de innovación tecnológica para monitoreo y gestión

La adopción de herramientas digitales para el seguimiento de la calidad ambiental, control de afluencia turística y optimización de recursos (agua, energía, residuos) puede mejorar la eficiencia y reducir impactos negativos. Tecnologías como sistemas de alerta temprana y *big data* permitirían anticipar problemas y ajustar estrategias en tiempo real.

Promoción de un turismo culturalmente respetuoso y económicamente justo

Fomentar un turismo que valore la autenticidad cultural de Taganga, garantice la participación y el beneficio de la comunidad local, y reduzca la desigualdad económica es fundamental para la sostenibilidad social del destino. Estrategias de turismo comunitario y ecoturismo pueden generar ingresos sostenibles, al mismo tiempo que proteger las tradiciones y el patrimonio (Botero y Zielinski, 2010).

Integración con políticas públicas y marcos internacionales

Taganga puede beneficiarse del apoyo de entidades nacionales e internacionales para acceder a fondos, capacitación y certificaciones que fortalezcan la gestión sostenible y posicionen el destino en mercados responsables.

Conclusión

El turismo sostenible constituye un enfoque integral que busca armonizar las dimensiones económica, ambiental, social, cultural y de gobernanza para asegurar que el desarrollo turístico satisfaga las necesidades actuales de turistas, comunidades anfitrionas e industria, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para beneficiarse de los recursos turísticos. Este modelo se fundamenta en la gestión equilibrada de los beneficios económicos, sociales y ambientales, promoviendo un turismo que minimice su impacto negativo y maximice sus contribuciones al bienestar local y la conservación del patrimonio natural y cultural.

La gobernanza colaborativa emerge como un pilar esencial para la efectividad del turismo sostenible, pues solo con la participación inclusiva y coordinada de gobiernos, empresas, comunidades, académicos y turistas es posible diseñar, implementar y monitorear políticas que aseguren un desarrollo equilibrado y justo. Esta gobernanza promueve la corresponsabilidad y la transparencia, necesarias para afrontar los desafíos estructurales, sociales y ambientales que limitan la sostenibilidad en el sector turístico.

Las buenas prácticas, la educación ambiental y la innovación tecnológica son herramientas clave para reducir el consumo de recursos, minimizar la contaminación, proteger la cultura local y garantizar la equidad en la distribución de beneficios. La transformación digital, en particular, permite mejorar la planificación, la gestión y el monitoreo, facilitando respuestas oportunas a la presión sobre los recursos naturales y a las demandas sociales.

El caso de Taganga ejemplifica tanto las oportunidades como los retos del turismo sostenible en destinos con entornos frágiles y comunidades en proceso de adaptación. La planificación basada en la capacidad de carga y el manejo ambiental, junto con la implementación de indicadores claros y monitoreo continuo, son estrategias fundamentales para equilibrar el crecimiento turístico con la conservación del entorno. La experiencia internacional demuestra que, con una adecuada planificación y regulación, la presión turística puede convertirse en un estímulo para la conservación y el desarrollo local sostenible.

Finalmente, la academia juega un papel indispensable en la generación de conocimiento, la formación de capacidades y el diseño de políticas basadas en evidencia, fortaleciendo la gobernanza y empoderando a las comunidades para

que el turismo se convierta en un motor real de desarrollo sostenible, resiliente y equitativo. Así, el turismo sostenible no solo contribuye a la economía, sino que también promueve sociedades más justas, culturalmente respetuosas y ambientalmente responsables, asegurando un futuro viable para las generaciones presentes y venideras.

Referencias

- Aransyah, M. F., Hermanto, B., Muftiadi, A., y Oktadiana, H. (2025). Exploring sustainability oriented innovations in tourism: Insights from ecological modernization, diffusion of innovations, and the triple bottom line. *Cogent Social Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2447396>
- Barrera, C., y Bahamondes, R. (2012). Turismo sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 8(1), 50-56.
- Benítez, J. P., y Casanova, L. E. (2025). Diseño de una ruta turística sostenible en Imantag, Ecuador: Aprovechamiento de recursos culturales y naturales. *HOLOPRAXIS. Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 9(1), 120-139. <https://doi.org/10.61154/holopraxis.v9i1.3874>
- Botero, C., y Zielinski, S. (2010). Evaluación del potencial para el desarrollo de turismo sostenible en el corregimiento de Taganga, distrito de Santa Marta (Colombia). *Turismo y Sociedad*. 11,10-34. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3677036>
- Díaz, F., Suárez, L., Cuz, A., González, M. A., y Ortiz, O. L. (2025). Gestión de información y creación de capacidades clave para impulsar el desarrollo del turismo sostenible en Cuba: El papel de los observatorios turísticos. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 21(1), 1-14. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10185558>
- Durán, C. (2015). *El concepto de gobernanza del turismo: Hacia la construcción de un modelo operativo para elevar la contribución del turismo al desarrollo sostenible* [Tesis de grado doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio institucional Universidad Complutense de Madrid. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/27019>
- Echeverri Rubio, A., y Vieira Salazar, J. A. (2022). Tendencias en la investigación del turismo sostenible en Latinoamérica y el Caribe: Un análisis bibliométrico. *Revista Universidad y Empresa*, 24(42), 1-30. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.11131>

- El Informador. (s. f.). *Pesca en Taganga* [Fotografía]. El Informador. https://www.elinformador.com.co/images/stories/ESPECIALES/2023/07-julio/07ESPECIAL_PESCA_1.JPG
- Fuster, M., Müller, N., Sard, M., y Blázquez, M. (2025). Sostenibilidad, gobernanza y turistificación: El impuesto de turismo sostenible de las islas baleares (ITS-IB). *Estudios Turísticos*, 229, 17-30.
- Gonzales Tito, Y. M., Quintanilla López, L. N., y Pérez Gamboa, A. J. (2023). Metaverse and education: A complex space for the next educational revolution. *Metaverse Basic and Applied Research*, 2, 56. <https://doi.org/10.56294/mr202356>
- Gutiérrez, F., Romero, J., Arrieta, M., y Moncada, M. (2014). Diseño del sistema de gestión sustentable de playa grande en el corregimiento de Taganga, Santa Marta-Magdalena, Colombia. *Revista de Tecnología*, 13(2), 123-146. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6041592>
- Kayak. (s. f.). *Panorámica de Taganga* [Fotografía]. Kayak. <https://content.r9cdn.net/rimg/dimg/01/f4/1452ef8f-city-60378-170792bb87a.jpg?width=-1366&height=768&xhint=2232&yhint=1432&crop=true>
- Lalangui, J., Espinoza Carrión, C. R., y Pérez Espinoza, M. J. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 148-153.
- López López, A., y De Esteban Curiel, J. (2010). El turismo sostenible como dinamizador local. *Observatorio Medioambiental*, 13, 109-129.
- Moliner-Tena, M. Á., Monferrer-Tirado, D., Estrada-Guillén, M., y Vidal-Meliá, L. (2023). Ecosistemas de servicios sostenibles desde la perspectiva del valor transformador: Un estudio en destinos turísticos. *Responsabilidad Social Corporativa y Gestión Ambiental*, 30 (1), 342-357. <https://doi.org/10.1002/csr.2358>
- Moral, S., y Orgaz, F. (2017). Turismo y desarrollo sostenible: Conceptualización, evolución y principios. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 22. <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/turismo-desarrollo-sostenible.html>
- Prado, A., Londoño, W., y Daniel, A. (2025). Tendiendo y jalando en el territorio ancestral taganguero, un pueblo de indígenas pescadores en Santa Marta, Colombia. En M. Blázquez-Salom, M. Murray, y M. Artigues-Bonet (Eds.), *Maritorios y acuatorios latinoamericanos y caribeños* (pp. 405-430). Universidad Andina Simón Bolívar. <https://hdl.handle.net/10433/25312>
- Quintero Santos, J. L. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Anales*

del Museo de América, 12, 263-274. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1180522>

Rainforest Alliance. (2006). *Buenas prácticas para un turismo sostenible*. Rainforest Alliance.

Saeteros, A. M., Da Silva, E. V., y Núñez, D. P. V. (2020). Indicadores de sustentabilidad turística: Una aplicación metodológica para el destino Galápagos-Ecuador. *Revista Brasileira de Ecoturismo (RBEcotur)*, 13(4). <https://doi.org/10.34024/rbecotur.2020.v13.10362>

Shafie, S., Rajabzadeh-Ghatari, A., Hasanzadeh, A., y Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287-300. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.06.002>

Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: Beyond sustainability?*. Earthscan.

Soto de Anda, L. Á., y Cruz Jiménez, G. (2025). Deshumanización y desigualdad en la práctica turística: Retos y alcances para un turismo sostenible en Latinoamérica. *Espacios Públicos*, 26(65), 68-83.

Stoddard, J. E., Pollard, C. E., y Evans, M. R. (2012). The triple bottom line: A framework for sustainable tourism development. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13(3), 233-258. <https://doi.org/10.1080/15256480.2012.698173>

World Tourism Organization (UNWTO). (2018). *Tourism and the Sustainable Development Goals: Journey to 2030*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419401>

Conclusiones

Los resultados consolidados a lo largo de los capítulos de esta obra permiten afirmar que el turismo sostenible, abordado desde un enfoque territorial, constituye un campo de estudio y de intervención con alto potencial para el desarrollo local y regional, siempre que su gestión se fundamente en principios de sostenibilidad, gobernanza y participación social. La evidencia empírica presentada demuestra que el turismo no es un fin en sí mismo, sino un medio para dinamizar procesos de transformación territorial, cuya efectividad depende de la articulación entre actores, recursos y políticas públicas.

Desde una perspectiva teórica, los hallazgos confirman la pertinencia de concebir el turismo sostenible como un sistema complejo y multidimensional, en el que convergen variables económicas, ambientales, sociales, culturales e institucionales. Los capítulos analizados amplían el debate académico al poner en evidencia que la sostenibilidad turística no puede reducirse a enfoques ambientales o económicos aislados, sino que requiere marcos analíticos integradores que reconozcan las particularidades territoriales y los contextos socioculturales en los que se desarrolla la actividad turística.

En el ámbito empírico, los estudios de caso relacionados con turismo comunitario, rural y de naturaleza demuestran que la participación activa de las comunidades locales es un factor determinante para la sostenibilidad de los destinos. Los resultados muestran que los modelos de gestión basados en la apropiación social del territorio, el fortalecimiento del capital social y la valorización de los saberes locales generan impactos positivos en términos de cohesión social, generación de ingresos y preservación del patrimonio cultural y natural. No obstante, también se identifican limitaciones asociadas a la capacidad organizativa, el acceso a financiamiento y la continuidad del acompañamiento institucional.

Los capítulos orientados a la planificación estratégica, la gestión empresarial y la medición de la sostenibilidad aportan evidencia relevante sobre la necesidad de integrar herramientas de gestión, indicadores y modelos de evaluación en los procesos de toma de decisiones. Los resultados confirman que la competitividad turística sostenible depende de la capacidad de los territorios y las organizaciones para planificar de manera estratégica, evaluar sus impactos y adaptarse a escenarios de cambio e incertidumbre, como los presentados en el contexto pos-COVID.

En términos metodológicos, la obra contribuye al fortalecimiento de la investigación aplicada en turismo sostenible, al incorporar enfoques cualitativos y mixtos, metodologías participativas y estudios de caso contextualizados. Estas aproximaciones metodológicas permiten una comprensión profunda de las

dinámicas territoriales y aportan insumos valiosos para la formulación de políticas públicas, programas de desarrollo turístico y estrategias de gobernanza multinivel.

Desde la perspectiva práctica y de política pública, los resultados obtenidos resaltan la necesidad de fortalecer los marcos institucionales, promover la articulación intersectorial y consolidar mecanismos de gobernanza inclusiva que integren a actores públicos, privados y comunitarios. Asimismo, se pone en evidencia la importancia de alinear las estrategias de turismo sostenible con agendas globales de desarrollo, como los Objetivos de Desarrollo Sostenible, garantizando coherencia entre los niveles local, regional y nacional.

Finalmente, esta obra se posiciona como un aporte significativo al campo académico del turismo y el desarrollo territorial, al ofrecer evidencia empírica, marcos conceptuales y herramientas analíticas que enriquecen el debate científico y abren nuevas líneas de investigación. Entre ellas, se destacan la evaluación de impactos a largo plazo del turismo sostenible, el análisis comparativo entre territorios y el estudio de modelos de gobernanza adaptativa. En este sentido, el libro no solo sintetiza resultados, sino que establece bases sólidas para futuras investigaciones orientadas a consolidar al turismo sostenible como una estrategia efectiva y contextualizada de desarrollo territorial.





Sello Editorial

Universidad Nacional
Abierta y a Distancia

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA
Y A DISTANCIA (UNAD)**

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23
PBX: 344 37 00 - 344 41 20
Bogotá, D.C., Colombia
www.unad.edu.co