Business, Management and Economics Engineering
ISSN: 2669-2481 / eISSN: 2669-249X
2026 Volume 24 Issue 01

Direccionamiento estratégico frente al desarrollo turístico en el Municipio de Garzón, Huila

[1]José Alfonso Mendoza Gallego
[2]Yesid Alexander OviedoBermeo
[3]María Elvira Ramírez Bermeo

[1] Doctor en Dirección y Finanzas, Magister en Educación de la Diversidad, Administrador Bancario y Financiero, Tecnólogo en Gestión Comercial y Negocios, Docente Investigador Asociado (I) Minciencias, Grupo EISENSUR Universidad Surcolombiana Programa Administración Financiera, Huila Colombia, https://orcid.org/0000-0002-0002-4104 Correo: jose.mendoza@usco.edu.co. menalfonso092@gmail.com.

[2] Estudiante de Administración de Empresas, facultad de economía y administración de la Universidad Surcolombiana sede Garzón - Colombia. https://orcid.org/0009-0008-8528-3231 correo u20151135632@usco.edu.co. mayes.2004@hotmail.com.

[3] Estudiante de Administración de Empresas, facultad de economía y administración de la Universidad Surcolombiana sede Garzón - Colombia. https://orcid.org/my-orcid?emailVerified=trueyorcid=0009-0008-8527-3230, correo u201511621@usco.edu.co.

Resumen

El presente estudio propone un direccionamiento estratégico para fomentar el desarrollo turístico en Garzón, Huila, mediante un enfoque integrado que considera los recursos naturales, culturales y socioeconómicos del municipio. A través de un enfoque mixto, se realizó un diagnóstico estratégico utilizando la técnica de análisis de contenido y la matriz DOFA, identificando fortalezas como la biodiversidad y cultura local, y debilidades como la infraestructura insuficiente. Además, se diseñaron estrategias orientadas a la sostenibilidad, competitividad e innovación tecnológica. Entre las recomendaciones destacan la capacitación de actores locales, el desarrollo de rutas turísticas y la implementación de tecnologías digitales. Este estudio aporta una perspectiva novedosa para potenciar el turismo en contextos rurales, ofreciendo herramientas prácticas para su gestión sostenible.

Palabras Claves: junta direccionamiento, planeación estratégica, matriz DOFA, recursos de administración.

Strategic direction for tourism development in the municipality of Garzón, Huila

Abstract:

This study proposes a strategic direction to promote tourism development in Garzón, Huila, through an integrated approach that considers the municipality's natural, cultural, and socioeconomic resources. Using a mixed approach, a strategic diagnosis was carried out using content analysis and the SWOT matrix, identifying strengths such as biodiversity and local culture, and weaknesses such as insufficient infrastructure. In addition, strategies aimed at sustainability, competitiveness, and technological innovation were designed. Among the recommendations are the training of local actors, the development of tourist routes, and the implementation of digital technologies. This study provides a novel perspective for promoting tourism in rural contexts, offering practical tools for its sustainable management.

Keywords: steering committee, strategic planning, SWOT matrix, resources management.

Direcionamento estratégico para o desenvolvimento turístico no município de Garzón, Huila

Abstrato:

O presente estudo propõe um direcionamento estratégico para promover o desenvolvimento turístico em Garzón, Huila, por meio de uma abordagem integrada que considera os recursos naturais, culturais e socioeconómicos do município. Através de uma abordagem mista, foi realizado um diagnóstico estratégico utilizando a técnica de análise de conteúdo e a matriz DOFA, identificando pontos fortes como a biodiversidade e a cultura local, e pontos fracos como a infraestrutura insuficiente. Além disso, foram concebidas estratégias orientadas para a sustentabilidade, competitividade e inovação tecnológica. Entre as recomendações destacam-se a capacitação dos atores locais, o desenvolvimento de rotas turísticas e a implementação de tecnologias digitais. Este estudo traz uma perspectiva inovadora para potenciar o turismo em contextos rurais, oferecendo ferramentas práticas para a sua gestão sustentável.

Palavras-chave: orientação, planeamento estratégico, matriz DOFA, recursos de administração.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo ha adquirido un papel protagónico en el desarrollo económico, cultural y social de diversas regiones del mundo, siendo una actividad capaz de transformar territorios y comunidades mediante la diversificación económica y la conservación del patrimonio. En este sentido, el municipio de Garzón, Huila, se presenta como un escenario ideal para el fortalecimiento del turismo sostenible. Sin embargo, este potencial contrasta con los desafíos estructurales que enfrenta la región, entre los que se destacan la limitada infraestructura, la promoción turística ineficiente y la escasa integración de la comunidad local en las estrategias de desarrollo. Por tanto, la implementación de un direccionamiento estratégico resulta esencial para garantizar el crecimiento del sector turístico en este territorio.

En el contexto global, la competitividad turística se ha consolidado como un factor clave para el éxito de los destinos. Porter (1990) define esta competitividad como la capacidad de un destino para atraer y satisfacer a los visitantes de manera sostenible, maximizando los beneficios económicos, sociales y ambientales. En comparación con otros sectores económicos, el turismo posee la ventaja de estimular múltiples actividades conexas, desde la hotelería y la gastronomía hasta el transporte y el comercio local. No obstante, tal como destacan Velasco (2023) y Martínez del Vas (2022), la planificación estratégica es un componente indispensable para que los destinos logren desarrollar una oferta atractiva y sostenible en el tiempo.

El caso de Garzón, Huila, es particularmente relevante por su ubicación estratégica en el corazón del departamento y su

vasta riqueza en recursos naturales y culturales. La presencia de paisajes únicos, como cascadas, miradores y senderos ecológicos, ofrece oportunidades significativas para la implementación de modalidades turísticas como el ecoturismo y el turismo rural. Según Montijn y Carré (2020), estas formas de turismo no solo contribuyen a la conservación ambiental, sino que también fomentan la educación y el beneficio económico para las comunidades locales. En este sentido, Garzón tiene el potencial de posicionarse como un destino de referencia en la región andina colombiana.

> El turismo, contribuye de manera directa en el sector económico con 4.2% del PIB, 6.9% del empleo y 21.7%. La mayoría de los países pertenecientes a la OCDE cuenta con políticas públicas y planes estratégicos los cuales centran su actividad en mejorar la competitividad y la inclusión social (Martínez, 2022, p. 36).

Sin embargo, los problemas estructurales que enfrenta el municipio no pueden ser ignorados. La falta de infraestructura adecuada, como vías de acceso y señalización, limita la capacidad de los turistas para disfrutar plenamente de los atractivos del municipio. Adicionalmente, la desconexión entre las zonas rurales y urbanas impide una gestión integrada de los recursos turísticos, lo que reduce significativamente su competitividad en el mercado. Estos desafíos coinciden con los planteamientos de Arévalo y Casadiego (2021), quienes señalan que las regiones rurales en Colombia enfrentan barreras similares que dificultan el aprovechamiento de su potencial turístico.

Frente a esta situación, surge la necesidad de articular un marco normativo y estratégico que permita superar estas limitaciones. En Colombia, la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996)

establece los lineamientos para la planificación y promoción del turismo, mientras que la Ley 2068 de 2020 refuerza el enfoque en la sostenibilidad y competitividad del sector. Estas normativas proporcionan una base sólida para estructurar políticas públicas adaptadas a las necesidades específicas de municipios como Garzón. Además, tal como señala Boullón (2008), la implementación de estrategias locales alineadas con el marco nacional es clave para garantizar la efectividad de las intervenciones en el sector turístico.

La relevancia de este trabajo radica en su enfoque integrador, que combina el análisis de las bondades naturales, culturales y socioeconómicas de Garzón con la propuesta de estrategias específicas para su desarrollo turístico. A diferencia de otros estudios centrados en destinos consolidados, este proyecto se enfoca en un municipio rural con características únicas, lo que aporta una perspectiva novedosa tanto para la literatura académica como para la práctica del turismo sostenible. Asimismo, este análisis permite identificar las fortalezas y oportunidades del municipio, así como las debilidades y amenazas que deben ser atendidas para garantizar un crecimiento equilibrado del sector.

La literatura reciente aporta valiosas referencias para el diseño de estrategias de desarrollo turístico en contextos similares al de Garzón. Palomino Villavicencio et al. (2022) documentaron cómo el turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca, México, ha promovido la participación activa de las comunidades locales en la gestión del patrimonio natural y cultural. Este enfoque, que combina sostenibilidad y empoderamiento comunitario, ofrece lecciones relevantes para el contexto colombiano. De manera similar, Burckley (2022) resalta que el ecoturismo puede convertirse en una herramienta

En cuanto a la formulación del problema, surge la pregunta central de esta investigación:

¿Cómo puede el municipio de Garzón implementar un direccionamiento estratégico efectivo para potenciar su desarrollo turístico, integrando la sostenibilidad ambiental y la participación comunitaria? Esta interrogante orienta el análisis hacia la identificación de soluciones que sean viables, sostenibles y adaptadas a las condiciones específicas del territorio.

El objetivo principal de este estudio es diseñar un direccionamiento estratégico que fomente el desarrollo turístico en el municipio de Garzón, Huila, mediante el análisis de sus bondades naturales, culturales y socioeconómicas. Este objetivo se desglosa en acciones específicas, como la evaluación de las capacidades locales, la identificación de oportunidades de mercado y la propuesta de estrategias que promuevan la sostenibilidad y competitividad del sector. De este modo, se busca no solo potenciar el turismo en Garzón, sino también generar un modelo replicable en otras regiones rurales de Colombia.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte

Mora (2024) elaboró el estudio con el objetivo de generar los lineamientos para una futura organización del plan estratégico de turismo del Departamento de Santander, debido a que no ha existido un nuevo ejercicio de planificación acorde a las nuevas dinámicas sectoriales. Destaca que el modelo que asume esta herramienta de

planificación es el del aprovechamiento eficiente de las infraestructuras y equipamientos el de la diferenciación e innovación de productos turísticos, el de mejoramiento de la gobernanza y la asociatividad del sector y el de la inteligencia de mercados, proyectos y actividades en pro del cumplimiento de los objetivos de desarrollo, en un marco de sostenibilidad, solidaridad, globalidad e innovació.

> Los resultados de la planificación abarcan una variedad de productos entre los que están: políticas o directrices de acción, planes de desarrollo del turismo para un destino o lugar específico, planes de marketing, de ordenamiento turístico, de competitividad o dinamización del sector (p.11)

De acuerdo con el estudio de Chaverra et al. (2024) incorporar el direccionamiento estratégico frente al desarrollo turístico permitirá la consecución de sus objetivos a largo plazo, en aspectos financieros y en la visión estratégica, vital en la sostenibilidad de largo plazo. Este modelo genera los elementos necesarios para que el desarrollo turístico pueda responder a un crecimiento motivado, controlado y planicado, que tengan como objetivo: gestionar, disponer, administrar recursos de manera eficiente y oportuna.

A partir del análisis de diversos posicionamientos teóricos relacionados con el direccionamiento estratégico en el desarrollo turístico, se identifica que la integración de los recursos naturales en la planificación turística fomenta tanto el desarrollo comunitario como la conservación ambiental. Esto permite posicionar a Garzón como un destino turístico sostenible, siguiendo los planteamientos de Vásquez y Villegas (2021).

> Una política clara, implementada con efectividad por estructuras de gobernanza que recojan un amplio grado de intereses de los actores interesados es indispensable para el desarrollo del turismo sostenible y la competitividad (p.266).

Por tanto, el éxito del turismo como impulsor del desarrollo sostenible esta condicionado por la presencia de políticas y estrategias orientadas al comercio y la inversión, que examinen las demandas del sector y que suministren condiciones de negocios que conduzca al crecimiento, considerando los impactos sociales y ambientales que se puedan producir.

El estudio de Serio et al. (2024) expone que constituye un intento pionero por examinar la compleja relación entre la demanda turística y las políticas de turismo del direccionamiento estrtégico. Los resultados sugieren que el direccionamiento estratpegico enfocado a la sostenibilidad son apreciadas por los turistas y desempeñan un papel en el proceso de toma de decisiones sobre el destino.

Por tanto, la identificación, el diseño y la ejecución de una intervención para mejorar las capacidades de sostenibilidad en el turismo de un municipio pueden ser entendidos como un proceso escalonado.

Como uno de los sectores de la economía que más rápido ha crecido desde la década de 1950, el turismo ha demostrado ser un fenómeno complejo, diferente a cualquier otro sector económico (Gunn y Var, 2003). En las últimas décadas, el turismo ha ejercido una presión cada vez mayor sobre el territorio y han surgido importantes problemas sociales, medioambientales y económicos. Los promotores y diseñadores, que necesitan comprender mejor la complejidad del turismo para alcanzar el éxito, demandan directrices positivas que les ayuden a planificar mejor (Fuentes et al., 2015). Considerada durante mucho tiempo como la obra fundamental sobre el desarrollo turístico, el

direccionamiento estratégico frente al desarrollo turístico ofrece una visión general completa e integrada de todos los aspectos del turismo y las funciones de planificación que lo acompañan, haciendo hincapié en los conceptos y principios para una mejor planificación.

La ONU destacó en ese momentos que el desarrollo sostenible del turismo requiere la inclusión informada de todos los actores importantes, así como un liderazgo político sólido para lograr una implicación amplia y llegar a un consenso {Formatting Citation}. Alcanzar un turismo sostenible es un proceso que nunca se detiene y demanda una supervisión constante de los efectos, para implementar las acciones preventivas o correctivas que sean necesarias.

El objetivo de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico, es para cualquier destino que se desee sostenible, por lo que es fundamental crear planes y estudios sobre el turismo, lo que permitirá iniciar un nuevo ciclo del turismo en el Municipio de Garzón, Huila más reflexionado, más compartido, mejor estructurado, con una visión integral y una intervención técnicamente apropiada.

Para Gonçalves (2019) en las últimas décadas, la administración pública ha utilizado la planificación estratégica como una herramienta importante para el desarrollo económico y, en este contexto, destaca la planificación del turismo. aunque superada por enfoques estratégicos más recientes, la alineación entre la planificación estratégica dirigida (como la turística) y la planificación estratégica local tiende a contribuir tanto a la sociedad como a las actividades turísticas.

Para Sanz y Orozco-Toro (2015) la planificación estratégica y la creación de marca se llevan a cabo de forma conjunta, un destino se asegura de que su marca refleje sus objetivos a largo plazo. Una marca por sí sola no puede alcanzar objetivos, y un plan estratégico por sí solo no puede comunicar esos objetivos. Sin embargo, juntos, ambos se complementan mutuamente.

> El turismo colombiano presenta avances significativos, consecuencia de una planeación estratégica y la creación de entes regidores, marco regulatorio, incentivos y atracción de Inversión Extranjera Directa (IED), han llevado hacia una evolución positiva del sector identificado por el aumento de ingresos por concepto de viajes y turismo en la balanza de pagos (p.1).

Para Martínez (2022) y Alva (2020) las políticas públicas juegan un papel trascendental en el desarrollo del turismo en una región, municipio o parroquia, estas tienen que haber sido generadas, o al menos procesadas en el marco de los procedimientos, instituciones y organizaciones gubernamentales.

En líneas generales los planes en destino han contribuido, al desarrollo de una nueva forma de intervenir en destino desde la óptica local que se extiende también al mundo rural, la de la planificación estratégica (Farberoff et al., 2019). En este contexto, el cambio más evidente afecta al enfoque de la planificación. Se ha pasado de un enfoque de planificación integral del destino a enfoques más orientados a la articulación y comercialización de productos específicos (Fernández-García y Olay-Varillas, 2021). No obstante, la estructura se plantea problemática para la planificación del desarrollo turístico. Una estrategia turística así planteada no puede acaparar la totalidad de la estrategia de desarrollo regional pero sí podría ofrecer un camino de mejora para la gestión turística del destino más acorde con su realidad (Leal, 2023, p. 192).

> de hecho, el éxito con que aparece el turismo como estrategia para el medio rural español se ha venido justificando por la disponibilidad de recursos públicos así como por las expectativas generadas en torno a las potencialidades de esta actividad como instrumento para la generación de rentas y empleo (Celis et al., 2020, p.191).

La diversificación de la oferta turística resulta esencial, incorporando actividades como el turismo educativo y sostenible. Morales (2025) expone que la educación no puede dejarse marginada, ante la magnitud de la importancia de los aspectos que rodean esta al desarrollo del turismo, debe ser considerada para garantizar que el proceso de trasmisión orientadas a la capacitación y formación en términos de conservación, desarrollo y la sostenibilidad.

de Martínez (2023) presento el estudio Turismo agroecológico como modelo sostenible en las comunidades donde destaca que el turismo agroecológico brindara las herramientas necesarias para la planificación, diseño y promoción de productos turísticos agroecológicos con el fin generar la integración de las comunidades rurales, incorporando las dimensiones de la sostenibilidad ambientales, socioeconómicas y culturales, teniendo como estrategia, innovar, transformar la participación integral de las organizaciones públicas y privadas en la promoción del turismo agroecológico como modelo sostenible.

El estudio de Serio et al. (2024) expone que existen grandes aspiraciones de fomentar el crecimiento en la región mediante el desarrollo del turismo. A pesar de la creciente popularidad de los corredores de crecimiento, se sabe poco sobre la eficacia de esta estrategia de desarrollo a nivel local. El enfoque de métodos mixtos revela que la mejora de las infraestructuras ha dado lugar a un aumento del turismo en la región. Sin embargo, los beneficios para los residentes rurales son limitados.

En el turismo, la planificación estratégica se considera una herramienta clave para garantizar que su desarrollo sea sostenible y capaz de tener en cuenta la complejidad del sector, la diversidad (Roitershtein y Ironside, 2025). El artículo describe el desarrollo de las zonas rurales para el turismo sostenible. Esta investigación destaca la importancia de un enfoque estratégico en la planificación del desarrollo sostenible dentro de la aldea de Wanayasa, la importancia de un enfoque estratégico en la planificación de su desarrollo.

Por otra parte, cuando la planificación estratégica y la creación de marca se llevan a cabo de forma conjunta, un destino se asegura de que su marca refleje sus objetivos a largo plazo. Un plan estratégico es un compromiso a largo plazo, por lo que garantizar que su marca y sus mensajes clave estén en consonancia con ese compromiso ayuda a alcanzar los objetivos de forma más eficiente (Martínez, 2022).

Asimismo, la falta de infraestructura adecuada y de estrategias comerciales limita la implementación de un turismo estratégico en Garzón. Esta situación resalta la necesidad de políticas públicas enfocadas en superar estos desafíos, como ha señalado Arévalo (2019).

> el del aprovechamiento eficiente de las infraestructuras y equipamientos con las que cuenta el departamento, el de la diferenciación e innovación de productos turísticos, el de mejoramiento de la gobernanza y la asociatividad del sector y el de la inteligencia de mercados (p.7)

Finalmente, la adopción de herramientas tecnológicas y la formación continua de las personas involucradas en el turismo incrementa la competitividad del destino. Así, se mejora la experiencia de quienes visitan Garzón y se fortalece el mercado turístico local, en línea con la perspectiva de Monterrosa-Castro et al. (2023).

> los proveedores turísticos han desarrollado herramientas de comercio electrónico para que los usuarios puedan llegar de modo directo a sus sistemas de reservas para dar mayor satisfacción a los usuarios, es decir, su fin es integrar las técnicas de información requeridas para proveer al marketing de las técnicas y la capacidad de poner en marcha para diseñar, probar y poner en funcionamiento nuevos productos y servicios de manera eficaz (p.104).

> El turismo es característico por su diversidad cultural y su valor universal, características que se pueden magnificar a través del adecuado uso de herramientas tecnológicas que le brinden a las diversos destinos y sus organizaciones, una manera eficiente de gestionar sus relaciones comerciales (Fiallos, 2019, p.6).

Guzmán et al. (2021) explican que el direccionamiento estratégico comprende un proceso orientado a formular, ejecutar y evaluar operaciones que faciliten alcanzar sus objetivos, evaluando factores internos y externos, y determinando los objetivos y estrategias de carácter contingencial. Del mismo modo Bermeo et al. (2023) expone que la puesta en marcha del direccionamienmto estratégico está sujeta a la definición de los objetivos, las políticas de orientación, las acciones de motivación y la gestión y administración de recursos para desarrollar los planes de acción de manera exitosa.

Perilla (2020) y Fernández y Cuadrado, (2014) afirman que la inclusión de la comunidad local en el desarrollo turístico no es una tarea fácil. Existen factores que obstaculizan dicha inclusión. Entre ellos la existencia de indiferencia hacia la participación en la toma de decisiones con respecto al turismo, cuyo beneficio o perjuicio por parte del turismo sea nulo (González, 2021). Paralelamente, los obstáculos presentados deben depender de la comunidad, de las autoridades y de las formas de que los gestores del desarrollo las vinculan.

Los hallazgos revelan que la adopción de un enfoque de direccionamiento estratégico frente al desarrollo turístico genera un impacto positivo en múltiples indicadores de desempeño empresarial.

2.1. Posicionamiento teórico e hipótesis

Existen varios posicionamientos teóricos que sustentan el direccionamiento estratégico en el desarrollo turístico. Se resume los enfoques más destacados, respaldados por estudios previos, que abordan aspectos como sostenibilidad, planificación estratégica, diversificación de la oferta, superación de retos logísticos e innovación tecnológica, todos fundamentales para promover un turismo competitivo y sostenible.

El turismo, como campo de estudio, ha evolucionado significativamente en las últimas décadas, consolidándose como una herramienta fundamental para el desarrollo sostenible. Diversos autores han contribuido al entendimiento de este fenómeno, enfocándose en sus implicaciones económicas, sociales y ambientales, así como en los retos que enfrenta en contextos rurales como el del municipio de Garzón, Huila. Esta revisión de la literatura tiene como objetivo proporcionar un marco teórico que sustente la investigación, analizando los antecedentes más relevantes y posicionamientos teóricos que permiten justificar la pertinencia del estudio.

El concepto de competitividad turística ha sido ampliamente debatido en la literatura. Porter (1990) establece que la competitividad de una región o sector depende de su capacidad para maximizar el valor entregado a los consumidores mientras se optimizan los recursos disponibles. En el caso del turismo, esta competitividad se refleja en la habilidad de un destino para atraer y satisfacer a los turistas de manera sostenible, garantizando al mismo tiempo el bienestar de las comunidades locales. Velasco (2022) refuerza esta idea al señalar que los destinos competitivos son aquellos que logran diferenciarse mediante la innovación, la calidad de sus servicios y la preservación de su patrimonio.

En este marco, el ecoturismo ha emergido como una modalidad clave para el desarrollo sostenible, especialmente en regiones con alta biodiversidad. Según Burckley (2022), el ecoturismo no solo contribuye a la conservación ambiental, sino que también genera beneficios económicos directos para las comunidades locales. Este enfoque se alinea con los planteamientos de Montijn y Carré (2020), quienes destacan que el ecoturismo puede actuar como un catalizador para la educación ambiental y el fortalecimiento de la gobernanza local. En el

contexto de Garzón, la riqueza en flora y fauna ofrece una base sólida para implementar iniciativas de ecoturismo que promuevan la sostenibilidad y la participación comunitaria.

Por otro lado, el turismo rural se presenta como una alternativa viable para diversificar la economía de regiones con bajos niveles de industrialización. Boullón (2008) define el turismo rural como una actividad que integra a los visitantes en las dinámicas productivas y culturales de las comunidades rurales, fomentando el desarrollo local y la valorización de los recursos naturales y culturales. En este sentido, el turismo rural en Garzón podría capitalizar su diversidad paisajística y tradiciones culturales para atraer a turistas interesados en experiencias auténticas y sostenibles.

La literatura también ha explorado los retos que enfrenta el desarrollo turístico en contextos rurales. Arévalo y Casadiego (2021) identifican que la falta de infraestructura adecuada, como vías de acceso y servicios básicos, es uno de los principales obstáculos para el crecimiento del turismo en regiones rurales de Colombia. Además, señalan que la limitada formación en gestión turística y la escasa promoción de los destinos también contribuyen a su baja competitividad. Estas barreras son particularmente evidentes en Garzón, donde la desconexión entre las zonas rurales y urbanas dificulta la coordinación de esfuerzos entre los diferentes actores del sector.

2.2. Competitividad Turística

El concepto de competitividad turística ha sido ampliamente debatido en la literatura. Porter (1990) establece que la competitividad de una región o sector depende de su capacidad para maximizar el valor entregado a los consumidores mientras se optimizan los recursos disponibles. En el caso del turismo, esta competitividad se

refleja en la habilidad de un destino para atraer y satisfacer a los turistas de manera sostenible, garantizando al mismo tiempo el bienestar de las comunidades locales. Velasco (2022) refuerza esta idea al señalar que los destinos competitivos son aquellos que logran diferenciarse mediante la innovación, la calidad de sus servicios y la preservación de su patrimonio.

2.3. Ecoturismo

En este marco, el ecoturismo ha emergido como una modalidad clave para el desarrollo sostenible, especialmente en regiones con alta biodiversidad. Según Burckley (2022), el ecoturismo no solo contribuye a la conservación ambiental, sino que también genera beneficios económicos directos para las comunidades locales. Este enfoque se alinea con los planteamientos de Montijn y Carré (2020), quienes destacan que el ecoturismo puede actuar como un catalizador para la educación ambiental y el fortalecimiento de la gobernanza local. En el contexto de Garzón, la riqueza en flora y fauna ofrece una base sólida para implementar iniciativas de ecoturismo que promuevan la sostenibilidad y la participación comunitaria.

2.4. Turismo Rural

Por otro lado, el turismo rural se presenta como una alternativa viable para diversificar la economía de regiones con bajos niveles de industrialización. Boullón (2008) define el turismo rural como una actividad que integra a los visitantes en las dinámicas productivas y culturales de las comunidades rurales, fomentando el desarrollo local y la valorización de los recursos naturales y culturales. En este sentido, el turismo rural en Garzón podría capitalizar su diversidad paisajística y tradiciones culturales para atraer a turistas interesados en experiencias auténticas y sostenibles.

2.5. Retos en el desarrollo Turístico Rural

La literatura también ha explorado los retos que enfrenta el desarrollo turístico en contextos rurales. Arévalo y Casadiego (2021) identifican que la falta de infraestructura adecuada, como vías de acceso y servicios básicos, es uno de los principales obstáculos para el crecimiento del turismo en regiones rurales de Colombia. Además, señalan que la limitada formación en gestión turística y la escasa promoción de los destinos también contribuyen a su baja competitividad. Estas barreras son particularmente evidentes en Garzón, donde la desconexión entre las zonas rurales y urbanas dificulta la coordinación de esfuerzos entre los diferentes actores del sector.

En cuanto al marco normativo, la Ley General de Turismo de Colombia (Ley 300 de 1996) y la Ley 2068 de 2020 proporcionan directrices claras para la planificación y promoción del turismo sostenible. Estas leyes enfatizan la importancia de proteger el patrimonio natural y cultural, así como de fomentar la inclusión social y la participación comunitaria en la gestión turística. Sin embargo, como indica Boullón (2008), la implementación efectiva de estas normativas requiere de una planificación estratégica que articule los intereses de todos los actores involucrados.

En este contexto, la formulación de hipótesis es un paso crucial para orientar la investigación. Una posible hipótesis plantea que el diseño e implementación de un direccionamiento estratégico en Garzón permitiría superar las barreras estructurales y potenciar el desarrollo turístico sostenible, maximizando las bondades naturales y culturales del municipio. Esta hipótesis se fundamenta en los hallazgos de Palomino Villavicencio et al.

(2022), quienes documentaron cómo la planificación participativa ha generado resultados positivos en destinos rurales de México.

Además, la literatura resalta la importancia de integrar la innovación tecnológica en las estrategias turísticas. Velasco (2022) argumenta que la tecnología puede ser una herramienta poderosa para mejorar la promoción y gestión de los destinos, facilitando el acceso a información y servicios por parte de los turistas. En Garzón, la incorporación de tecnologías digitales podría optimizar la experiencia del visitante y aumentar la visibilidad del destino en mercados nacionales e internacionales.

En resumen, la revisión de la literatura evidencia que el desarrollo turístico en contextos rurales como Garzón requiere de un enfoque integral que combine la competitividad, la sostenibilidad y la participación comunitaria. Los posicionamientos teóricos y antecedentes analizados proporcionan un marco sólido para abordar esta problemática, destacando la importancia de la planificación estratégica, la innovación y la gobernanza local. De esta manera, se busca no solo potenciar el turismo en Garzón, sino también contribuir al desarrollo sostenible de la región andina en su conjunto.

3. METODOLOGÍA

El objetivo de esta investigación fue diseñar un direccionamiento estratégico que fomente el desarrollo turístico en el municipio de Garzón, Huila, mediante el análisis de sus recursos naturales, culturales y socioeconómicos. Para lograr este propósito, se utilizó un enfoque mixto

que integró métodos cualitativos y cuantitativos, en dos etapas principales.

En la primera etapa, se llevó a cabo un diagnóstico del sector turístico en Garzón mediante la técnica de análisis de contenido, basada en la metodología propuesta por (Torres, 2019). Este análisis permitió codificar información proveniente de encuestas estructuradas y fuentes secundarias, organizándola en categorías previamente definidas. A partir de los datos recolectados, se diseñó una Matriz DOFA para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector turístico. Este enfoque ha sido utilizado en investigaciones previas como las de Serna (2020) y Vinazco (2022), quienes resaltan la utilidad de esta técnica para evaluar las capacidades turísticas de regiones con potencial.

Tabla 1.

Categorías y subcategorías de análisis para el direccionamiento estratégico

Diagnóstico Estratégico	Fortalezas (riquezas naturales, culturales y humanas).
	Debilidades (infraestructura, promoción limitada, logística insuficiente).
	Oportunidades (potencial ecoturístico, reconocimiento UNESCO, acceso a tecnologías de promoción).
	Amenazas (conflictos armados, fenómenos naturales, costos elevados vs servicios básicos).
Planeación Estratégica	Visión y misión del desarrollo turístico en la región.
	Objetivos estratégicos (desarrollo sostenible, inclusión social, crecimiento económico).
	Estrategias de corto, mediano y largo plazo (promoción, infraestructura, capacitación).

	Dimensión económica (generación de empleo, emprendimientos turísticos).
Gestión de Recursos y Capacidades	Recursos naturales (uso sostenible, aprovechamiento responsable).
	Recursos humanos (formación de guías, capacitación en turismo rural).
	Infraestructura y logística (accesibilidad, transporte, servicios básicos).
Promoción y Posicionamien to	Estrategias de marketing territorial (difusión de atractivos locales, ferias).
	Diseño de rutas turísticas (históricas, ecológicas, culturales).
	Innovación tecnológica (plataformas digitales, aplicaciones móviles).
Evaluación y Control Estratégico	Indicadores de desempeño (crecimiento en visitantes, impacto económico).
	Evaluación de impacto ambiental y social (efectos en comunidades locales y recursos naturales).
	Seguimiento a planes y proyectos (ajustes según resultados y necesidades).

Nota: elaboración propia con información de Serna (2020) y Vinazco (2022)

Las entidades objeto de estudio incluyeron actores clave del sector turístico de Garzón, agrupados en tres categorías: i) grupos asociativos, ii) empresas prestadoras de servicios turísticos y iii) personas naturales. La selección de la muestra se realizó mediante un muestreo aleatorio simple, considerando criterios de confiabilidad y representatividad estadística, basados en la metodología de Méndez (2022).

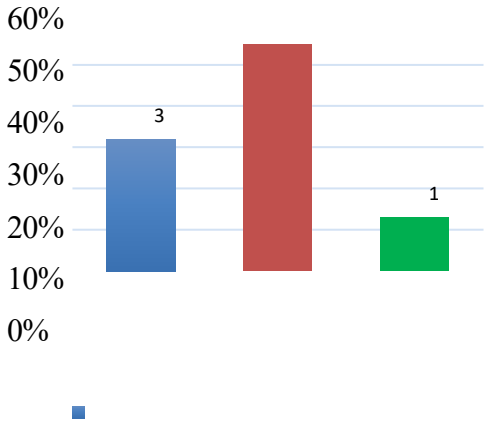
En otras palabras, se utilizó un enfoque mixto en dos etapas: un diagnóstico estratégico basado en la técnica de análisis de contenido y una Matriz DOFA para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector turístico. Además, se definieron categorías clave como planeación estratégica, sostenibilidad, gestión de recursos, promoción y evaluación, integrando actores del sector turístico mediante un muestreo aleatorio. Este enfoque permitió proponer estrategias alineadas con las necesidades y potencialidades locales.

Figura 1

Entidades objeto de estudio

Grupos prestadores de servicios

representantes locales, así como fuentes secundarias, como estudios previos, artículos académicos y reportes de organismos locales. Se analizaron aspectos como la accesibilidad, guianza turística, infraestructura, y capacidades ambientales y sociales. Estas estrategias se fundamentaron en el diseño de un plan de



	Personas naturales	Empresas	Grupos asociativos
Porcentaje	32%	55%	13%

marketing territorial, propuesto como una herramienta para exaltar la riqueza natural y cultural de Garzón y posicionar la región como un destino turístico competitivo.

Finalmente, se integraron los resultados de ambas etapas para proponer recomendaciones estratégicas que potencien el turismo sostenible en Garzón. Estas incluyen la promoción de actividades ecoturísticas, el fortalecimiento de la



Para la recolección de datos se emplearon técnicas mixtas que incluyeron encuestas estructuradas dirigidas a actores clave del turismo en Garzón (grupos asociativos, empresas prestadoras de servicios y personas naturales) y la revisión bibliográfica de estudios previos. Los instrumentos utilizados fueron cuestionarios diseñados para obtener información cuantitativa sobre capacidades turísticas, y matrices como la DOFA, que permitieron analizar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector. Estas herramientas fueron complementadas con un formato de sistematización de información histórica y ambiental de las regiones analizadas.

En la segunda etapa, se diseñaron estrategias de desarrollo turístico sostenible mediante un análisis interpretativo de los datos recolectados. Para ello, se utilizó información proveniente de encuestas aplicadas a turistas, prestadores de servicios turísticos y

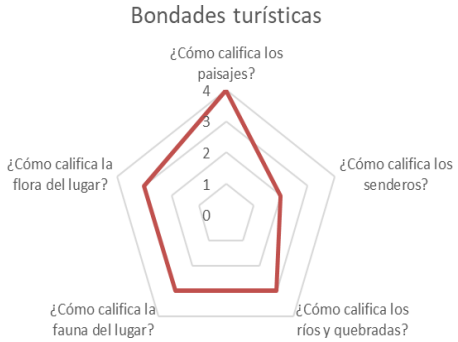
infraestructura y la capacitación de la población local en aspectos de guianza turística, hospitalidad y administración de servicios turísticos. La técnica de análisis DOFA y las encuestas estructuradas fueron esenciales para fundamentar las propuestas en las necesidades y potencialidades identificadas en la región.

1. RESULTS AND DISCUSSIONS

Se utilizó una escala de valoración de 1 a 4, donde 1 representa "Muy malo", 2 "Malo", 3 "Bueno" y 4 "Muy bueno", para evaluar las bondades turísticas. El valor meta se calculó multiplicando el total de encuestados (120) por el índice de satisfacción más alto (4), lo que da un valor objetivo de 480. A continuación, se muestran las puntuaciones obtenidas en función de las bondades turísticas que ofrece el Municipio de Garzón, Huila.

Figura 2

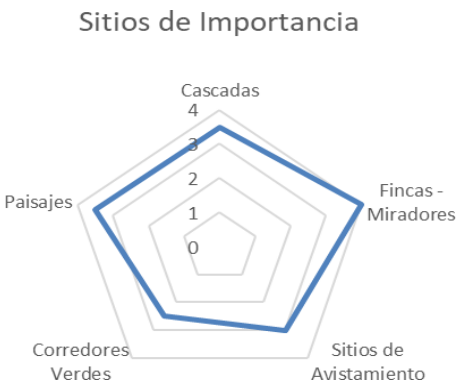
Bondades turísticas



Los resultados reflejan que los paisajes son la bondad turística mejor valorada con un puntaje máximo de 4, indicando una alta satisfacción entre los encuestados. Los ríos, quebradas, flora y fauna obtuvieron un promedio de 3, mostrando una percepción positiva pero con margen de mejora. En contraste, los senderos registraron la valoración más baja con un promedio de 2, señalando posibles deficiencias en accesibilidad o mantenimiento. Estos resultados evidencian fortalezas claras en los recursos naturales y áreas de oportunidad que requieren atención estratégica para potenciar la experiencia turística.

Figura 3

Sitios de importancia

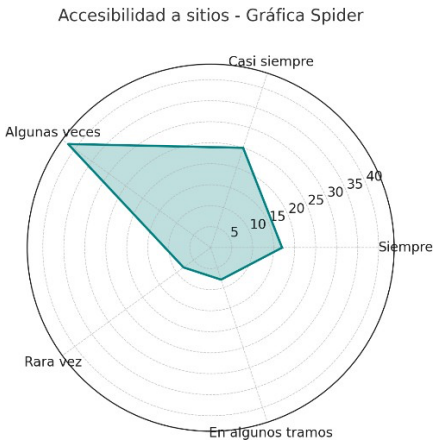


Nota: elaboració propia

Los resultados reflejan que las fincas y miradores son los sitios de importancia mejor valorados con un puntaje máximo de 4, indicando una alta satisfacción entre los encuestados. Las cascadas y paisajes obtuvieron un promedio de 3.5, mostrando una percepción positiva, pero con margen de mejora. En contraste, los corredores verdes registraron la valoración más baja con un promedio de 2.5, señalando posibles deficiencias en su atractivo o mantenimiento. Estos resultados evidencian fortalezas en los principales atractivos naturales y culturales, así como áreas que requieren atención para optimizar la experiencia turística.

Figura 4

Accesibilidad sitios



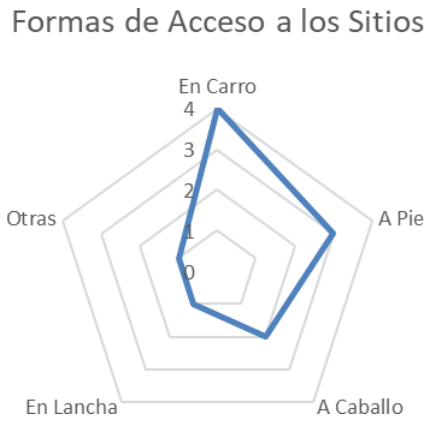
El análisis de la accesibilidad a los sitios turísticos refleja que la mayoría de los encuestados (42%) consideran que solo se puede acceder a los sitios "Algunas veces", lo que evidencia limitaciones relacionadas con factores como infraestructura, clima o mantenimiento. Un 25% indicó que la accesibilidad es "Casi siempre", mientras que solo un 17% señaló que los sitios son accesibles "Siempre", lo que indica que estas condiciones son excepcionales.

Por otro lado, un 8% mencionó que el acceso es posible "Rara vez" o "En algunos

tramos", lo que sugiere que ciertas rutas o áreas enfrentan dificultades significativas. Estos resultados subrayan la necesidad de mejorar la infraestructura y garantizar un acceso más constante para maximizar el potencial turístico de la región.

Figura 5

Formas de acceso a los sitios



Nota: elboración propia

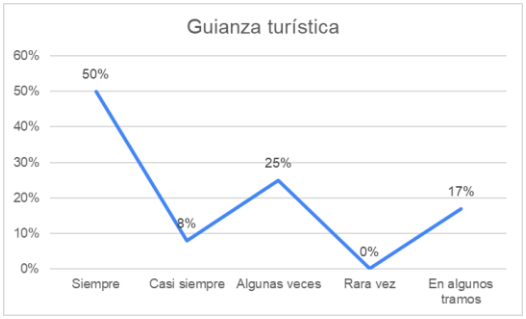
En cuanto a las formas de acceder a los sitios turísticos refleja que el medio más valorado por los encuestados es "En Carro", con una puntuación promedio de 4, lo que indica comodidad y facilidad de acceso en este tipo de transporte. Le sigue "A Pie", con una valoración de 3, lo que muestra una percepción positiva, especialmente en lugares donde las caminatas son parte de la experiencia turística. "A Caballo" obtuvo un promedio de 2, señalando que este medio es utilizado pero menos frecuente.

Finalmente, "En Lancha" y "Otras" formas de acceso recibieron la puntuación más baja, con un promedio de 1, reflejando una baja frecuencia o disponibilidad de estas opciones. Estos resultados sugieren que las estrategias de mejora deben centrarse en optimizar las rutas de acceso

vehicular y potenciar formas alternativas como caminatas y cabalgatas para diversificar las experiencias turísticas.

Figura 6

Guianza turística

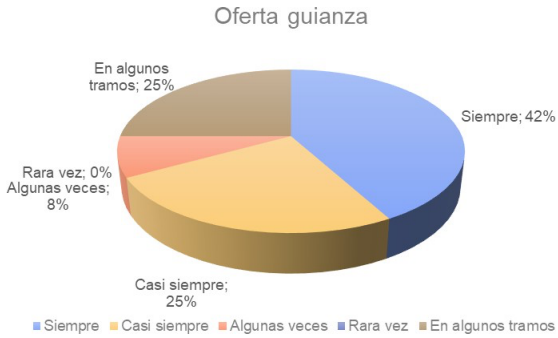


Fuente: elaboración propia

Sobre la guianza turística se observa que el 50% de los encuestados considera que la guianza está "Siempre" disponible, lo que indica un fuerte compromiso de los actores locales en ofrecer este servicio. Sin embargo, un 25% señala que la guianza está disponible solo "Algunas veces", mientras que un 17% menciona que esta se ofrece únicamente "En algunos tramos". Por otro lado, un 8% reporta que la guianza está "Casi siempre" disponible, y ningún encuestado la calificó como "Rara vez". Estos resultados destacan que, aunque la guianza turística es una fortaleza en la mayoría de los casos, existen áreas específicas donde su disponibilidad podría mejorarse para garantizar una experiencia turística más uniforme y accesible en todos los tramos y momentos.

Figura 7

Oferta guianza



Buena conectividad terrestre.	Escasa promoción turística.
Diversidad de medios de transporte.	5. Gastronomía poco desarrollada
Oportunidades (O)	**Amenazas (A)**
Planes de competitividad.	Explotación maderera histórica.
Reconocimiento UNESCO.	Riesgos naturales.
Ferias y muestras turísticas.	Presencia de grupos armados.
Política pública nacional.	Baja capacitación rural.
Avances tecnológicos.	Costos altos y servicios limitados.

Fuente: elaboración propia

El análisis de la oferta de guianza turística refleja que el 42% de los encuestados considera que este servicio está "Siempre" disponible, lo que indica un buen nivel de disponibilidad general. Sin embargo, un 25% señala que la guianza está disponible "Casi siempre" o "En algunos tramos", evidenciando que su cobertura podría ser inconsistente en ciertos lugares o momentos. Solo un 8% reporta que la guianza está disponible "Algunas veces", y ningún encuestado calificó este servicio como "Rara vez". Estos resultados destacan la fortaleza de la guianza turística como un servicio bien implementado en la región, pero también sugieren la necesidad de mejorar la disponibilidad en áreas específicas o menos accesibles para garantizar una experiencia turística más integral y uniforme.

Tabla 2

Análisis DOFA

Fortalezas (F)	**Debilidades (D**
Riqueza natural y arqueológica.	Falta de técnicas de ecoturismo.
Capital humano capacitado.	Infraestructura vial deficiente.
Espacios para descanso y recreación.	Débil logística y servicios hoteleros.

Nota: elaboación propia

El análisis DAFO del desarrollo turístico en Garzón, Huila, destaca como fortalezas la riqueza natural y cultural, el conocimiento humano en el sector y la diversidad de medios de transporte. Entre las oportunidades se encuentran el reconocimiento de calidad por la UNESCO, el plan estratégico de turismo nacional y el uso de tecnología innovadora. Las debilidades incluyen la falta de técnicas para ecoturismo, deficiencias en infraestructura y promoción limitada. Finalmente, las amenazas abarcan antecedentes de explotación maderera, zonas de riesgo por fenómenos naturales y altos costos frente a servicios rudimentarios. Estos elementos subrayan la necesidad de aprovechar las oportunidades y mitigar los riesgos para potenciar el turismo sostenible.

Las estrategias DAFO diseñadas para el desarrollo turístico en Garzón, Huila, se enfocan en aprovechar las fortalezas y oportunidades, al tiempo que buscan mitigar las debilidades y amenazas del sector. En el marco de las fortalezas y oportunidades (FO), se plantea la promoción de servicios turísticos en ferias nacionales e internacionales, el diseño de rutas de transporte y visitas programadas, así como la capacitación del personal local en guianza y turismo rural.

En el ámbito de debilidades y oportunidades (DO), se proponen acciones como el aprovechamiento de vitrinas turísticas y el reconocimiento del sello UNESCO, la capacitación en planificación estratégica y la creación de rutas especializadas, como avistamiento de fauna y deportes extremos.

Tabla 3

Estrategias DOFA

Estrategia FO	**Estrategia DO**
Participación en ferias turísticas.	Usar vitrinas turísticas para mostrar atractivos.
Promoción de productos y servicios.	Capacitación en políticas públicas turísticas.
Rutas turísticas accesibles.	Rutas con avistamiento y deportes.
Programación de visitas.	Sello UNESCO como atractivo.
Capacitación en guiado rural.	Personal para infraestructura turística.
Estrategia FA	**Estrategia DA**
Formación en ecoturismo y paisaje.	Planes con enfoque tecnológico.
Programas de turismo y arqueología.	Estrategias de promoción rural.
Capacitación en gastronomía.	Simulador financiero para planes.
Visitas con rutas ecológicas.	Planificación turística por temporada.
Finanzas básicas para emprender.	Administración de negocios turísticos.

Nota: elaboación propia

Para abordar las fortalezas y amenazas (FA), las estrategias incluyen la capacitación de la población en ecoturismo y gastronomía, el desarrollo de rutas bioseguras y la implementación de programas que promuevan el turismo en escenarios complejos.

Finalmente, las estrategias orientadas a debilidades y amenazas (DA) se centran en el diseño de planes financieros y tecnológicos, la creación de estrategias de promoción rural, y la capacitación en administración y emprendimiento para fortalecer la competitividad local. Estas acciones buscan consolidar un turismo sostenible, competitivo y resiliente en el municipio.

2. DISCUSIÓN

La discusión de los resultados obtenidos en el análisis del desarrollo turístico en el municipio de Garzón, Huila, revela una serie de hallazgos que, al contrastarse con los antecedentes expuestos en el estado del arte, permiten comprender tanto las fortalezas como las limitaciones de este sector. A lo largo del desarrollo de esta discusión, se hará uso de conectores narrativos y comparativos para establecer una relación clara entre los datos obtenidos y las perspectivas teóricas de diversos autores.

En primer lugar, la riqueza natural de Garzón se destaca como una de las principales fortalezas para el desarrollo turístico. Esto se refleja en la valoración positiva de los paisajes, flora y fauna, elementos que, según Palomino Villavicencio et al. (2022), constituyen pilares fundamentales para el fortalecimiento del turismo comunitario. Este enfoque no solo permite conservar los recursos naturales, sino que también integra a las comunidades locales en actividades económicas sostenibles. Asimismo, Ralf Burckley (2022) enfatiza que el ecoturismo, basado en la valorización de los hábitats naturales, puede convertirse en un motor de conservación ambiental, siempre que se gestione de manera adecuada. De manera similar, en el contexto de Garzón, estos recursos naturales representan una ventaja comparativa frente a otras regiones del país que carecen de esta diversidad.

Sin embargo, al igual que en los estudios realizados por Arévalo y Casadiego (2021), se identificaron limitaciones significativas relacionadas con la infraestructura y la logística del sector. Estas debilidades se evidencian en las dificultades para acceder a ciertos sitios turísticos y en la falta de conectividad, factores que limitan el potencial de crecimiento del turismo en la región. De forma comparable, estos autores destacan que en contextos similares, la ausencia de infraestructura adecuada suele generar una desconexión entre los recursos naturales y los visitantes, obstaculizando así el desarrollo de experiencias satisfactorias.

En este sentido, el desarrollo de estrategias de planeación estratégica adquiere relevancia. Velasco (2022) y Martínez del Vas (2022) subrayan que, para que el turismo sea sostenible y competitivo, es necesario implementar un enfoque dinámico en la planificación. Esto implica diseñar políticas que no solo se adapten a los cambios en las demandas del mercado, sino que también potencien las capacidades locales. En comparación con otras regiones, Garzón posee una ventaja inicial gracias a su riqueza natural, pero carece de un plan integral que coordine los esfuerzos de los distintos actores involucrados.

Por otro lado, las estrategias de diversificación turística resultan esenciales para aumentar la competitividad de Garzón como destino. Montijn y Carré (2020) argumentan que actividades como el avistamiento de aves y el turismo educativo no solo incrementan la oferta turística, sino que también atraen a nichos de mercado especializados. En comparación, los resultados obtenidos en esta investigación indican que aunque Garzón cuenta con los recursos necesarios para diversificar su oferta, la falta de programas estructurados y la ausencia de promoción efectiva limitan su alcance. Es decir, mientras que algunas regiones han logrado posicionarse en mercados internacionales gracias a la diversificación, Garzón aún enfrenta retos significativos en esta área.

Además, la innovación tecnológica y la capacitación de los actores locales emergen como elementos fundamentales para el fortalecimiento del sector turístico. Porter (1990) sostiene que la competitividad de un destino depende, en gran medida, de la colaboración entre los agentes locales y del aumento en la productividad. En este contexto, los hallazgos de la investigación sugieren que aunque se han identificado oportunidades para incorporar tecnologías innovadoras en la promoción y gestión del turismo, la falta de formación específica para los actores involucrados representa una barrera considerable. Este aspecto coincide con los planteamientos de Martínez del Vas (2022), quien indica que la capacitación continua es esencial para garantizar la calidad de los servicios turísticos y, por ende, la satisfacción de los visitantes.

Finalmente, las amenazas identificadas en el análisis DAFO , como los altos costos frente a servicios rudimentarios y la presencia de grupos armados en algunas áreas, reflejan retos estructurales que no son exclusivos de Garzón. En comparación con los antecedentes presentados por Arévalo y Casadiego (2021), quienes analizan contextos similares, se observa que estas problemáticas suelen ser comunes en regiones rurales con potencial turístico, pero con escaso apoyo gubernamental. Por tanto, es fundamental que las estrategias propuestas incluyan mecanismos para mitigar estas amenazas y garantizar un entorno seguro y accesible para los visitantes.

En síntesis, los resultados obtenidos en esta investigación destacan la importancia de articular esfuerzos entre los distintos actores del sector turístico de Garzón, Huila, aprovechando sus fortalezas naturales y abordando las debilidades estructurales identificadas. Al comparar estos hallazgos con los planteamientos de autores como Palomino Villavicencio et al. (2022), Ralf Burckley (2022), Velasco (2022), Montijn y Carré (2020) y Porter (1990), se evidencia que el desarrollo turístico exitoso requiere una combinación de planeación estratégica, innovación tecnológica y diversificación de la oferta. Este enfoque integral permitirá a Garzón consolidarse como un destino turístico sostenible y competitivo, al tiempo que contribuye al bienestar de sus comunidades locales.

3. CONCLUSIONES

El presente estudio contribuyó de manera significativa al campo del desarrollo turístico al proponer un direccionamiento estratégico específico para el municipio de Garzón, Huila. Uno de los aportes novedosos fue el diseño de estrategias basadas en la integración de herramientas como la matriz DOFA y el análisis de contenido, lo que permitió identificar y estructurar las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector turístico. Asimismo, este trabajo destaca por su enfoque en el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales, así como por la inclusión de tecnologías innovadoras y la capacitación de actores locales, elementos

esenciales para consolidar un turismo competitivo y sostenible.

Sin embargo, entre las limitaciones del estudio se identificó la necesidad de profundizar en aspectos relacionados con la implementación de las estrategias propuestas, particularmente en cuanto a los retos logísticos y estructurales. La falta de conectividad y accesibilidad en algunos puntos turísticos del municipio sigue siendo un desafío relevante que requiere atención prioritaria.

De cara a futuras investigaciones, se sugiere explorar la aplicación de modelos de gobernanza colaborativa que involucren de manera más activa a las comunidades locales y a los sectores público y privado en la gestión turística. Además, sería valioso realizar un seguimiento longitudinal para evaluar el impacto de las estrategias propuestas en el desarrollo económico y social de la región. Finalmente, se recomienda estudiar el potencial de diversificación de la oferta turística, incluyendo modalidades emergentes como el turismo educativo y de salud, para ampliar el atractivo de Garzón como destino turístico competitivo.

4. REFERENCES

Alva, A. (2020). Escenarios y desafíos de la ciudadanía digital en México. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales, 65(238), 81-105. https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2020.238.68337

Arévalo, D. (2019a). Diagnóstico preliminar para la organización del plan de desarrollo turístico del destino Santander, Colombia. Gestión turística, 31(7), 47.

Arévalo, M., & Casadiego, J. (2021). Problemas estructurales del turismo rural en regiones de Colombia. Revista de Economía Regional.

Barrionuevo, X., Paguay, W., & Campuzano. (2022). Estrategias de financiamiento para la reactivación económica de pymes del sector turismo de negocios en el Ecuador, post Covid-

19. Un caso empresarial [Tesis Doctoral, ESPOL. FCSH].

https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456 789/53578

Benavides, G., & Venegas, S. (2013). Una aproximación a la competitividad, las tendencias y la política pública en el turismo colombiano. Universidad de Alicante. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, 1(7). https://doi.org/10.14198/INTURI2019.17.05

Bermeo, C., Palma, K., & Morales, K. (2023). Planeación estratégica empresarial y cultura de innovación: Una revisión de literatura. Visión Empresarial, 1(2), 10-25.

https://doi.org/10.24267/24629898.827

Boullón, R. (2008). Planificación del turismo en espacios rurales. Editorial Universitaria.

Burckley, R. (2022). Ecotourism and Conservation: A Sustainable Approach. Springer.

Carrizo, G., & Vieira, A. (2009). Turismo de eventos: desafíos estratégicos. Cuadernos de Información, 9, 5-12.

Celis, F., Covarrubias, R., Fausto, M., & Rocha, N. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. Revista de ciencias sociales, 26(1), 77-90.

Chaverra, J., Arce, M., & Chamorro, C. (2024). Direccionamiento estratégico (DE) y la rentabilidad financiera de las empresas del sector turístico colombiano. Cuadernos de Contabilidad, 25(25), 4.

de Martínez, M. (2023). Turismo agroecológico como modelo sostenible en las comunidades. Revista de Investigación Cañetana, 2(1), 15-25.

https://doi.org/10.60091/ric 2023.v2n1.03

Farberoff, A., Beltrami, M., & Carrasco, M. (2019). El proceso de formulación de la planificación estratégica del turismo y la participación de las partes interesadas en municipios del interior de la provincia de Buenos Aires: El caso del Partido de Navarro. Revista Argentina de Investigación en

Negocios, 5.

https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/106173 Fernández Tabales, A. (2008). El turismo ornitológico.

Valencia: The Papers of Turisme.

Fernández, M., & Cuadrado, R. (2014). El impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico: Aplicación de la realidad aumentada al turismo cultural. International journal of world of tourism, 1(2), 10-18.

Fernández-García, F., & Olay-Varillas, D. (2021). La planificación estratégica como instrumento de desarrollo territorial integral. Ciudad y Territorio Estudios Territoriales, 53(208), 285-310.

https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.208.01 Fiallos, D. (2019). Influencia del comercio electrónico en

el turismo. Journal of business and entrepreneurial studies, 3(2). https://doi.org/10.31876/jbes.v3i2.24

Fondo de Biocomercio. (2009). Informe de síntesis del estudio de la demanda de turismo ornitológico en España. Madrid: Extremadura.

Fuentes, R., Moreno-Gil, S., González, C., & Ritchie, J. (2015). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. Cuadernos de turismo, 3(5), 71-94.

https://doi.org/10.6018/turismo.35.221511 Garbanzo, G. (2022). Desarrollo organizacional y los

procesos de cambio en las instituciones educativas: Un reto de la gestión de la educación. Revista Educación, 20(3), 4-11.

González Parias, C. H. (2021). Política exterior colombiana, 2010-2018; entre la percepción de los tomadores de decisiones y la cultura estratégica. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. https://doi.org/10.18566/978-958-764-971-0

Gunn, C., & Var, T. (2003). Tourism planning: Basics, concepts, cases (4th ed.). Routledge, 4(2). https://doi.org/10.4324/9781003061656

Guzmán, H., Arbeláez, D., & Carrillo, C. (2021). El direccionamiento estratégico como herramienta para la generación de ventajas competitivas en el sector de las pymes. Dictamen Libre, 2(9), 2. https://doi.org/DOI: 10.18041/2619-4244/dl.29.8017

Hernández, R., et al. (2017). Metodología de la investigación. México D.F.: McGrawHill.

Leal, A. (2023). Planificación de empresas turísticas como estrategia del desarrollo territorial. [Doctoral]. Programa de Doctorado en Desarrollo Territorial Sostenible de la Universidad de Extremadura.

Martínez del Vas, R. (2022). Planificación estratégica para destinos emergentes. Editorial Universitaria.

Martínez, J. (2022). Turismo deportivo en Bogotá alrededor del Golf. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

Martínez, R. (2022). Políticas Públicas y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como Estrategia Competitiva para el Turismo. [Doctoral]. Universidad de Santander Facultad de Ciencias Económicas,.

Méndez, C. (2022). Metodología para la selección de muestras en estudios sociales. Editorial Académica.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2017). Programa de transformación de sectores de clase mundial: Sí avanza la transformación productiva. Bogotá: MinComercio.

Monterrosa-Castro, I., Ospino-Pinedo, M., & Espinel, B. (2023). Gestión de las TIC como herramientas de apoyo de las MiPYMES en la comercialización de servicios turísticos de Cartagena. Revista CIES Escolme, 14(2), 99-108.

Montijn, R., & Carré, L. (2020). Educational Tourism and Sustainable Development. Oxford University Press.

Mora. (2024). Estrategia de fortalecimiento de la Mesa Sectorial de Turismo y Economía Creativa del Huila desde la perspectiva de gobernanza turística territorial [Maestría, Universidad Externado de Colombia]. https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/cor e/bitstreams/f0e41600-3fe8-4e01-99b6-9291f76354d2/content

Morales, Y. (2025). Innovación educativa y formación en turismo para un desarrollo sostenible e inclusivo. Revista Transcendencia Investigativa, 3(1), 12-23. https://doi.org/10.62574/z9x4ys25

Moreré, P. (2017). Haciendo camino en el turismo cultural. Methaodos, Revista de Ciencias Sociales, 8(4), 5-15.

Orozco, J., & Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo: En el análisis del turismo sustentable. InterSedes, 14(27), 14-167. https://n9.cl/88pwws

Palomino Villavicencio, J., et al. (2022). El turismo comunitario como herramienta de desarrollo sostenible. Revista de Ciencias Sociales, 20(3), 1-23.

Perilla, D. (2020b). Planificación y gestión de destinos turísticos en Colombia "Colombia territorio de paz. Facultad de Negocios, Gestión y Sostenibilidad, 1(7).

https://revistas.poligran.edu.co/index.php/ngs/art icle/view/1571

Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. The Free Press.

Roitershtein, A., & Ironside, R. (2025). Coastal community voices: Strategic planning for sustainable destination development in a small cold-water archipelago. Scandinavian journal of hospitality and tourism, 1(23). https://doi.org/10.1080/15022250.2025.2499266

Romero, R. M., Cabrera, M. E., & Ortíz, P. N. (2022). Informe sobre el estado de la biodiversidad en Colombia. Bogotá: Instituto Humboldt.

Sanz, J., & Orozco-Toro, J. (2015). Diseño y Responsabilidad Social Empresarial en la planeación estratégica de la marca. Kepes, 12(12), 133-155.

https://doi.org/10.17151/kepes.2015.12.12.7 Serio, R., Dickson, M., de Graaff, T., & Pels, E. (2024).

Environmental policies as a pull factor for tourists? Insights from Italy. The European Journal of Development Research, 33(4), 1000-

1021.

Serna, L. (2020). Evaluación de capacidades turísticas en regiones rurales. Revista de Estudios Turísticos, 8(1), 15-34.

Torres, J. (2019). Metodologías de análisis de contenido aplicadas al turismo. Editorial Científica.

Torres, R. (2019). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. En Mexicana. México.

Vásquez, D., & Villegas, J. (2021). Línea base de sostenibilidad turística en municipios con menores ingresos y población de Colombia. Turismo y Sociedad, 2(9), 263-291. https://doi.org/10.18601/01207555.n29.12

Velasco, C. (2022). Dinámica del turismo sostenible en América Latina. Editorial Andina.

Vinazco, G. (2023). La matriz DOFA en la planificación turística. Revista Latinoamericana de Turismo, 10(2), 101-117.

Xavier, W. (2019). Planejamento do Turismo: Um estudo comparativo entre o planejamento estratégico do município de Joinville/SC e o seu planejamento turístico. Turismo-Visão e Ação, 11(3), 375-394. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2610560 92007