



Estrategias de intervención para la competitividad de la actividad turística sostenible en el Valle de Cocora del municipio de Salento- Quindío- Colombia

Intervention strategies for the competitiveness of sustainable tourism activity in the Cocora Valley of the municipality of Salento- Quindío-Colombia

GARCÍA Londoño, Martha Lucía [1](#); GONZÁLEZ Fresneda, Sandra Lucía [2](#) y VARGAS Taborda, Libardo Carlos [3](#)

Recibido: 25/07/2019 • Aprobado: 21/12/2019 • Publicado 07/02/2020

Contenido

- [1. Introducción](#)
 - [2. Metodología](#)
 - [3. Resultados](#)
 - [4. Conclusiones](#)
- [Referencias](#)

RESUMEN:

Este artículo tiene como pretensión identificar la pertinencia de las estrategias que generan competitividad en términos de sostenibilidad, orientando las acciones para mitigar la crisis ecológica, por medio de la planificación del desarrollo empresarial en el contexto del turismo. Presentando un enfoque mixto, estudio empírico analítico, compuesto por la indagación teórica cuantitativa mediante encuestas tipo Likert y corte cualitativo realizando entrevistas a actores gubernamentales, que conllevan a la propuesta de un plan estratégico.

Palabras clave: Sostenibilidad, competitividad, estrategias, desarrollo turístico

ABSTRACT:

This article has as a claim to identify the relevance of the strategies that generates competitiveness in terms of sustainability, guiding actions to mitigate the ecological crisis, through the planning of business development in the tourism context. Presenting a mixed approach, empirical analysis, composed by quantitative theoretical inquiry surveys Likert-type and qualitative court conducting interviews with governmental actors, which lead to the proposal of a strategic plan.

Keywords: Sustainability, competitiveness, strategies, touristic development.

1. Introducción

Desde la perspectiva del desarrollo, el turismo en un contexto rural se traduce en beneficios para las comunidades como vía para recuperar el patrimonio cultural, iniciativa para frenar el despoblamiento y abandono de zonas rurales, así como incentivo en la acción de sustentabilidad ambiental. (Sanchez, 2015). Sin embargo, en el municipio de Salento se presentan factores como informalidad empresarial; imperceptible innovación en sectores comerciales, falta de protocolos

para el desarrollo turístico e ineficiente infraestructura, lo cual ralentiza la competitividad en esta actividad económica y lleva a que su nivel de desarrollo no sea el esperado. Por consiguiente, al no implementarse una estandarización de procesos se pueden degradar las características socio-ambientales y socio-económicas locales. (Cámara de comercio de Armenia y del Quindío, 2016). Este aspecto es crucial, dado que el mal manejo de los recursos naturales y de los residuos sólidos generan un desequilibrio ambiental. Por tanto, la sobre carga turística, se ha convertido en una debilidad para el desarrollo sostenible. Sobre este antecedente se infiere que el municipio no cumplirá con los requisitos que lo orienten hacia una Sostenibilidad Ambiental, Sociocultural y Económica acorde a sus necesidades. De allí que, más que obtener la certificación de municipio sostenible o no, representa un aumento en el proceso de degradación ambiental, poniendo en riesgo los recursos de las generaciones futuras. (Orozco & Niñez, 2013). En concordancia con lo anterior, la Gobernación del Quindío (2013) plantea que, si el desarrollo turístico no se trata de la manera adecuada, puede también ser generador de serias problemáticas.

Resulta importante mencionar, que se deben tomar acciones gubernamentales, que lleven al empoderamiento de la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero, otorgada por la Unesco, para fortalecer la zona geográfica y contribuir al sostenimiento del entorno paisajístico del departamento del Quindío, como gran influenciador del turismo de la región. (García y Vargas, 2016). En este sentido, los actores internos en el ejercicio del turismo, el mal manejo y el reducido control que ejercen las autoridades administrativas, tanto de orden departamental como Municipal, en el desarrollo de la actividad turística, motiva a indagar sobre las estrategias y el grado de aplicabilidad de las mismas, ya que, inicialmente el municipio de Salento y en especial el Valle del Cócora, no fue concebido como una región turística, sino que desde sus orígenes presenta una tendencia hacia el uso agropecuario. Esta situación permite que los actores del territorio desarrollen libremente diferentes actividades, dadas las limitaciones que presenta el Esquema de Ordenamiento Territorial EOT; razón por la cual, los empresarios sienten que se les han limitado sus recursos para el proceso productivo, y ven en el turismo una oportunidad más para diversificar sus ingresos.

Así mismo, cabe resaltar lo expuesto por González (2017), cuando aduce que una ordenación de las actividades humanas permite determinar las estrechas relaciones que se dan entre los diferentes sistemas que interactúan en el acontecer local, como resultado de los efectos e impactos que se generan en el desarrollo de sus funciones; asimilándose al modelo PER de Presión-Estado-Respuesta; sin embargo, en muchos casos las respuestas a los problemas vienen siendo lentas o nulas, donde finalmente la mayor afectación recae en los habitantes y especialmente sobre los sectores más débiles y vulnerables, repercutiendo directamente en su calidad de vida

En este contexto, se hace imperioso la formulación e implementación de políticas públicas integrales que generen un crecimiento controlado en infraestructura, número y tipo de prestadores de servicio, entre otros. La planeación entonces, debe generarse a largo plazo garantizando la existencia de recursos, la participación de todos los actores sociales (turistas, población local, gestores públicos e iniciativa privada) y la concertación y el reconocimiento, para que estos puntos, permitan desarrollar un turismo integral y sustentable en términos ambientales, socioculturales y económicos (Tarlombani da Silveira, 2009) todo a partir de una coherente y pertinente implementación de estrategias.

2. Metodología

El enfoque de la investigación es mixto, construyendo conocimiento a partir de una realidad, indagando y recolectando información de las posibles explicaciones sobre las situaciones y hechos que se presentan en el territorio, en cuanto a la aplicación de estrategias que contribuyen a un desarrollo turístico sostenible. Dicha información, conduce a plantear soluciones para resolver el interrogante de ¿Cuáles son las estrategias de intervención que generan competitividad y sostenibilidad en el desarrollo turístico del Valle del Cócora del municipio de Salento (Quindío - Colombia)?

En este orden de ideas, el conocimiento científico a través de la aplicación de técnicas estadísticas, la combinación de las metodologías cualitativa y cuantitativa permite, además, determinar la sinergia que se presenta en el territorio entre los empresarios del Valle del Cócora, sociedad y gobierno en el desarrollo de la actividad turística. De igual forma, se lleva a cabo un relevamiento de información considerando todas aquellas variables dependientes e independientes, con el propósito de construir un discurso (nuevo conocimiento) que responda a la problemática planteada en el fenómeno de estudio; que facilite la construcción y/o el fortalecimiento de un modelo

estratégico e integral de desarrollo y que considere, además, la competitividad y sustentabilidad no solo de la actividad turística sino del territorio.

No obstante, el tipo de estudio es empírico analítico, en el que el espíritu es descriptivo analítico ex post facto, ya que se establecen los hechos y situaciones que conforman el problema de investigación del fenómeno de estudio, en dicha descripción, se identifican las estrategias de intervención que generan competitividad y sostenibilidad en el desarrollo de la actividad turística, en el marco de la gestión integral del territorio. En el proceso de descripción se utiliza la observación como una técnica de recolección de datos para captar la realidad del problema planteado.

El método es inductivo, debido a que se parte desde la particularidad de las posturas de intervención, hasta determinar la pertinencia y efectividad de su aplicación, en el marco estratégico del desarrollo sostenible turístico. Además, con la identificación de las características del universo de la investigación y la evaluación de cada uno de los factores desde la noción territorio, economía, entorno social-cultural y político administrativo, en el que se desarrolla el turismo sostenible, se establecen sus implicaciones y actitudes como lo asumen los actores del territorio, sobretodo el gobierno que es quién debe garantizar la eficiencia en la aplicación de las estrategias.

Las técnicas aplicadas y los resultados, se sustentan en el trabajo con focus group (gobierno-empresarios, sociedad), realización de encuestas a los empresarios del Valle del Cocora y entrevistas a diferentes actores. Para el proceso de recolección de información de fuentes primarias, a través de encuestas, se identificó un total de 142 predios dedicados a diferentes actividades económicas, de los cuales solo 16 se dedican a actividades relacionadas con el turismo. Dado que el tamaño del grupo poblacional, objeto de estudio, es tan pequeño (16), se decidió no determinar una muestra, sino aplicar el instrumento a la totalidad de los integrantes de este grupo poblacional (censo). De acuerdo a la o a las actividades económicas principales relacionadas con el turismo, a las que se dedica la población objeto de estudio y encuestada, se tiene que: 2 prestan únicamente el servicio de hospedaje, 3 se dedican al servicio de restaurante, 7 a hospedaje y restaurante, 1 a paseos ecológicos y hospedaje, 2 a solo paseos ecológicos y 1 a cabalgatas. De igual manera, con el análisis de las variables y los indicadores, se establecen que estrategias presentan mayor incidencia y pertinencia con el fin de plantear un modelo estratégico que permita la competitividad, la sostenibilidad y el desarrollo económico de la región.

3. Resultados

En la actualidad existen innumerables falencias y debilidades que apunten hacia una verdadera sostenibilidad, por tanto, este aspecto demanda la búsqueda de soluciones concretas. Dichas necesidades, en su momento han sido ignoradas, debido a la falta de un compromiso real por parte de organismos, instituciones e incluso por la misma comunidad. Esta situación lleva a identificar las estrategias más efectivas y apropiadas para las circunstancias, el contexto de la competitividad y del desarrollo sostenible en la actividad turística, donde se evidencie un impacto en la aplicación, tanto positivo como negativo. Lo anterior, hace necesario identificar a través del trabajo con el grupo focal, encuestas y entrevistas, el grado de influencia de las acciones y programas para llevar a cabo la implementación de las estrategias. En este orden de ideas, Salento de acuerdo con su compromiso con la preservación del Patrimonio Natural y Cultural y por medio de programas orientados a la protección del medio ambiente, articula las políticas que integran la sostenibilidad y el trabajo colectivo de los actores sociales e institucionales para promover las acciones amigables con el ambiente, la cultura y la sociedad (Alcaldía de Salento, 2018). Por lo anterior, se identifican los tipos de actividades económicas a las que se dedican los encuestados, a fin de entender cual es la oferta turística más representativa o quizás la más lucrativa para la comunidad.

Tabla 1
Actividades económicas en el Valle de Cocora

Actividad económica	Porcentaje de empresas	Actividad económica	Porcentaje de empresas
Restaurante	18%	Agropecuaria	5%
		Avistamiento de aves	5%

Hospedaje	13%	Cabalgatas	4%
Turismo rural	11%	Operador logístico	2%
Transporte	11%	Relatos y cuentos	2%
Paseos ecológicos	7%	Despacho	2%
Guía turístico	7%	Senderismo	2%
Secretaría	7%	Artesanías	2%

Fuente: Elaboración propia basada en la información de las encuestas.

Según el contenido de la tabla 1, las actividades que predominan en el municipio son el servicio de restaurante, hospedaje, turismo rural y transporte; teniendo en cuenta que una empresa puede realizar 2 o más actividades a la vez, de las relacionadas en la tabla en cita. Por lo anterior, la medición de la competitividad y la aplicación de las estrategias se aborda en relación a cómo interactúan los actores con respecto a las actividades relacionadas para lograr la sostenibilidad y obtener una ventaja competitiva.

Tabla 2
Estrategias de intervención
del desarrollo turístico

REPUESTAS MÁS FRECUENTES			
Estrategias Políticas		Promueve la identidad cultural y patrimonial con sentido de pertenencia y apropiación (22%)	Posicionamiento marca destino (19%)
Estrategias de competitividad del municipio	Desarrollo integral del territorio (22%)	Estrategias económicas (11%)	Estrategias de costos (11%)
	Estrategias de marketing (10%)		
Estrategias de desarrollo turístico	Cumplir con los compromisos socioculturales, ambientales, económicos adquiridos con el destino (15%)	Turismo sostenible competitivo con el entorno, los visitantes y habitantes (17%)	Acoger prácticas de sostenibilidad (17%)
RESPUESTAS PROMEDIO			
Estrategias gobierno	Planes de capacitación en la gestión del desarrollo turístico sostenible (11%)	Gestión y planificación en los procesos de conservación y promoción del paisaje cultural (9%)	Transferencia de I+D+I (7%)

Estrategias de competitividad del municipio	Estrategias de planeación estratégica (8%)	Estrategias de innovación (8%)	Estrategias de alianzas estratégicas, sinergia con gobierno, empresa, sociedad(7%)
	Estrategias políticas gubernamentales (6%)	Estrategias geográficas (6%)	Estrategias sociales y de equidad (6%)
	Estrategias de inversión (4%)	Estrategias políticas gubernamentales (4%)	
Estrategias de desarrollo turístico	Regular la actividad turística y salvaguardar el patrimonio cultural (11%)		Protección y restauración del territorio (11%)
	Promover a adopción de comportamientos encaminados a la preservación de los recursos naturales (13%)		Alternativas de movilidad sostenible (13%)
RESPUESTAS MENOS FRECUENTES			
Estrategias gobierno	Mejoramiento en la malla vial rural (4%)	Generación de compensaciones en plataformas ambientales y del paisaje (4%)	Gestión con empresas prestadoras de servicios públicos para el mejoramiento de la oferta y calidad del servicio en el área urbana y rural de Salento (2%)
	Estudios de marketing comparativos con otros destinos (0%)		
Estrategias de competitividad del municipio	Estrategias de evaluación en la ejecución y seguimiento y control (5%)	Estrategias de alianzas con entidades territoriales (4%)	
Estrategias de desarrollo turístico	Capacidad de resiliencia (3%)	Transformación del paisaje (0%)	

Fuente: Elaboración propia

Para identificar las estrategias de intervención que generan competitividad, en la sostenibilidad del desarrollo turístico se analizan la percepción que tienen los actores del territorio con respecto al fortalecimiento de la gestión integral del territorio. Inicialmente se indagan las estrategias que generan competitividad, por lo tanto, como se observa donde se obtuvieron mayor número de respuestas, corresponden a estrategias económicas, ambientales, costos y marketing respectivamente. Por otro lado, las estrategias que no son consideradas competitivas con un porcentaje inferior al 5% de las respuestas, corresponden a estrategias de alianzas con entidades territoriales, estrategias de evaluación en la ejecución y seguimiento y control.

Una vez identificadas las categorías más representativas de las estrategias de competitividad, es necesario hacer un paralelo con las estrategias puntuales de cada categoría, para ello primero se analizan los respectivos resultados obtenidos:

A partir de los resultados de las gráficas por cada categoría de estrategia se obtiene que, las estrategias de intervención ambientales son la sensibilización de planes ambientales a turistas, la conservación del paisaje, el tratamiento de residuos sólidos y el manejo adecuado del territorio, obteniendo un 14%, 13% y 12% respectivamente. En cuanto a las estrategias económicas, el mayor porcentaje de respuestas fue 26% para dos estrategias, siendo las nuevas tendencias de consumo y el rápido crecimiento de los flujos del turismo. Por su parte, las estrategias de marketing más representativas para la población encuestada están relacionadas con la presencia

en plataformas virtuales (11%), la reputación online (9%) y el análisis y la evaluación de los programas académicos frente a las necesidades de los turistas (9%). Por último, las estrategias de costos que se dividen en dos enfoques, inversión y geográficas basadas en costos. Sólo una estrategia de inversión sobresalió en los resultados, para los encuestados las acciones de las instalaciones de su empresa y vías de acceso representó el 38% de las respuestas. En cuanto a las geográficas, identificar fluctuaciones de la demanda turística, la fijación de precios y el diseño de rutas y circuitos específicos son las que caracterizan esta categoría de las estrategias, representando el 26% y 21% de las respuestas respectivamente.

Tabla 3
Análisis de las estrategias de competitividad

		Estrategias de Competitividad			
Estrategias ambientales		Sensibilización de planes ambientales a los turistas (14%)	Conservación del paisaje (13%)	Tratamiento de residuos sólidos (12%)	Manejo adecuado del territorio (12%)
Estrategias económicas		Nuevas tendencias de consumo (26%)		Rápido crecimiento de los flujos del turismo (26%)	
Estrategias de marketing		Preseca en plataformas virtuales (11%)	Reputación online (9%)	Análisis y la evaluación de los programas académicos frente a las necesidades de los turistas (9%)	
Estrategias de costos	Inversión	Las acciones de la instalaciones de su empresa y vías de acceso (38%)			
	Geográficas basada en costos	Indentificar fluctuaciones de la demanda turística (26%)	Fijación de precios (21%)	Diseño de rutas y circuitos específicos (21%)	

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a lo anterior, es necesario identificar la competitividad desde el marco político, donde se identificaron las siguientes estrategias percibidas como parte de las acciones que el gobierno departamental y municipal está tomando en relación al de desarrollo turístico.

De esta manera, las estrategias que propician mayor competitividad con 17% y 22%, corresponden a las estrategias de posicionamiento marca destino, gestión integral del territorio y la generación de compensaciones en plataformas ambientales y del paisaje. De esta manera, las estrategias de políticas gubernamentales que rigen el territorio del Valle de Cocora según la población encuestada son: el registro nacional del turismo y la contribución parafiscal; el Fondo de Promoción Turística para el manejo de los recursos recaudados por la contribución.

Las estrategias políticas tienen establecido un cumplimiento de metas, para lo cual, pronosticar ventas, la toma de decisiones y la asignación de responsabilidades son el éxito de estas estrategias. Así mismo, a nivel político se debe contar con el grado de responsabilidad social en el territorio, y en el Valle de Cocora se identificó que las estrategias sociales y de equidad que representarían mayor ventaja competitiva son el impulso del inglés con el 27%, el fomento hacia la construcción de la identidad cultural local el 27% y el fomento a la cultura del empleo 26%.

Por último, dentro de la categoría de estrategias políticas, se deben tener en cuenta las alianzas estratégicas que impulsan el crecimiento económico del territorio. Para la población objeto de estudio las alianzas más representativas son con cadenas productivas y con agencias turísticas, representando el 17% de las respuestas cada una.

En última instancia se analizan las estrategias de desarrollo turístico de acuerdo con la declaratoria otorgada por el Icontec al municipio de Salento como destino turístico sostenible. Los resultados obtenidos muestran a las alternativas de movilidad sostenible con un 17%, acoger prácticas de sostenibilidad con un 17% y cumplir con los compromisos socioculturales, ambientales y económicos adquiridos con el destino con un 15%, siendo las estrategias de intervención más representativas para este sector. Además, al identificar las estrategias para el desarrollo turístico en el Valle de Cocora, es relevante profundizar en cuales están siendo aplicadas por los encuestados para generar competitividad en el sector turístico. En ese orden de ideas, las estrategias de innovación, de mercadeo, de valor agregado y de calidad son las aplicadas en el marco de la sostenibilidad según la población encuestada.

Una estrategia sin seguimiento no tendría el éxito deseado, es por ello por lo que, se identifican cuales estrategias de seguimiento y control se aplican a la hora de ejecutar las estrategias de desarrollo turístico sostenible, y como resultado se obtiene que el seguimiento más común en el territorio es a la realización de inventarios de medio de transporte representando el 54% de las respuestas.

Para establecer la pertinencia de las estrategias de intervención que generan competitividad para la sostenibilidad del desarrollo turístico en el marco de la gestión integral del territorio se diseña una tabla en la cual se relacionan las estrategias en cada ámbito, de las cuales, la que tiene importancia en la comunidad, y que ha representado la competitividad para el municipio, son las estrategias de tipo político, seguidas por las de desarrollo turístico y por último las de competitividad.

A partir de estos resultados, se infiere que la incorporación de los principios de competitividad al desarrollo se debe a la efectividad con que se implementen las acciones y programas orientados a la sostenibilidad. Por lo tanto, para que las estrategias se implementen en su totalidad, el empresario y la comunidad juegan un papel fundamental, en relación con la educación de los trabajadores para que conozcan de todos los procesos orientados a la sostenibilidad, de manera que asimilen los problemas de calidad que los motiven a sugerir cambios a partir de su capacidad de análisis para llevar a cabo las responsabilidades asignadas por el empresario (Victoria, 2001). En este orden de ideas, varios autores coinciden en el hecho de que la competitividad del destino turístico se establece con estrategias ambientales para el desarrollo sustentable, que estén integradas a un modelo social, además de estar asociados a la eficiencia en el uso de los recursos y al logro de las metas.

Además, se establece un grado de influencia de cada programa sobre cada estrategia, a fin de interpretar el grado de pertinencia de la mismas. En una escala del 1 al 3 donde 1= No influye, 2= Influye en algo y 3= Influye.

Se relacionan también las estrategias para cada ámbito, considerándose las de tipo político como las que presentan mayor importancia en la comunidad, y que han generado mayor competitividad para el ente territorial; seguidas por la de desarrollo turístico y por último las de competitividad en diferentes esferas socioeconómicas.

A partir de estos resultados, se infiere que la incorporación de los principios de competitividad para el desarrollo se debe a la efectividad con que se implementen y desarrollen las acciones y programas orientados a la sostenibilidad. De acuerdo con (Victoria, 2001), la competitividad consta de 4 etapas en las que se representa su evolución. La primera etapa se refiere al bajo nivel de competitividad (Incipiente), la segunda indica un nivel regular de competitividad (Aceptable), la tercera etapa indica un buen nivel de competitividad (Superior) y la cuarta categoría es un muy alto nivel de competitividad (Sobresaliente): a partir de las estrategias y la pertinencia de aplicación en el territorio, se puede decir que el Valle de Cócora esta en una etapa aceptable, ya que sólo están siendo percibidas las estrategias políticas en su gran mayoría y no se ve la integración con las de desarrollo turístico y competitividad.

Los programas establecidos por el gobierno también permiten identificar la participación de los actores en los procesos de competitividad y sostenibilidad del territorio. Para esto se relacionan programas que priorizan los esfuerzos que reducen el impacto negativo de los procesos que no son eco-amigables, de manera que se promueva la gestión de los residuos de los procesos de producción y la responsabilidad de toda la comunidad para conservar el territorio. Por ello, sin programas que fortalezcan las estrategias, no permite que se alcancen los objetivos establecidos.

Además, las estrategias políticas tienen un alto grado de pertinencia en su aplicación y en cuanto a la implementación de programas que la fortalezcan, ya que el 66% de los mismos tienen influencia en ellas. Sin embargo, cabe resaltar que programas como "competitividad de oferta turística sostenible y mejoramiento de vida para sus habitantes" y "Recuperación de pequeños

predios rurales” que son los que menos han sido percibidos por la comunidad, son a su vez los que mayor influencia tendrían en las estrategias políticas, lo cual hace que disminuya el grado de pertinencia de estas estrategias, orientando a preguntarse el porqué de la falta de promoción de dichos programas, si son tan relevantes para el territorio a nivel estratégico.

En este orden de ideas, los programas que mayor influencia tienen en la implementación de estrategias, es el PPC y el modelo de desarrollo turístico como direccionamiento de las estrategias de desarrollo integral del territorio, la promoción de la identidad cultural y el posicionamiento de marca destino. En el otro extremo, el programa que no tiene mayor influencia en dichas estrategias es el de empresas productivas a partir de la generación de valor y la variedad gastronómica, evidenciando que no tienen mayor relevancia en el enfoque, puesto que está más relacionado a los actores del gobierno, y no a las empresas y la comunidad en sí.

Por otro lado, las estrategias que han sido consideradas que crean algo de competitividad en el territorio, son las de desarrollo turístico. Para el cumplimiento de estas el 45% de los programas influyen en su ejecución, no obstante, al igual que las estrategias políticas, existen dos programas que no son percibidos por la población, pero si tienen gran influencia en la aplicación. Situación originada de la no implementación de manera adecuada; ya que los actores gubernamentales deben acatar los requerimientos legales que regulen los efectos generados por la actividad turística para mejora de los impactos ambientales, socio-culturales y económicos, que reconozcan la recuperación de predios rurales al mismo tiempo que mejoran la oferta turística y la calidad de vida para sus habitantes. Otro de los programas que mayor influencia tiene sobre las estrategias es el modelo de desarrollo turístico, aunque de los programas que son más percibidos por los encuestados no hay ninguno que tenga una influencia, lo que implica que hacen falta programas para la promoción del desarrollo turístico y al mismo tiempo para fortalecer los otros tres programas ya mencionados, esto con la finalidad de mejorar las prácticas sostenibles, el turismo competitivo con el entorno, los visitantes y habitantes, y el cumplimiento de los compromisos socioculturales, ambientales y económicos adquiridos con el destino.

Al identificar la competitividad generada, corresponden a las estrategias de posicionamiento marca destino, de gestión integral del territorio y la generación de compensaciones en plataformas ambientales y del paisaje.

Por último, las estrategias que están siendo menos percibidas son las correspondientes a las de competitividad y en efecto, el grado de influencia que tienen los programas no supera el 40%, es decir, que es coherente inferir que las estrategias no están siendo percibidas, ya que no hay programas enfocados a su fortalecimiento. Para esto, las estrategias empresariales tendientes a generar mayor flujo turístico bajo el lema PCC exigen esfuerzos en alianzas estratégicas, en la prospectiva empresarial, en institucionalidad como lo hace la Cámara de Comercio, a través de eventos de promoción con empresas y entidades del orden nacional, y finalmente educar hacia estrategias innovadoras para un mejor desarrollo económico.

Por lo anterior, resulta importante poder activar e incrementar la competitividad del sector, teniendo en cuenta lo siguiente:

El proceso de autoestima de los emprendedores, es un factor que potencia de manera positiva el desarrollo de los emprendimientos. Esto lo observan como el regulador positivo que los lleva a no dejar caer sus ideas, demostrando que el emprendedor es una persona con buen nivel de aceptación personal y seguro de lo que desea realizar y con capacidad de enfrentarse a las diferentes críticas y problemas que puedan surgir en el proceso de llevar sus emprendimientos al éxito (Vargas, Garcia, y Zartha, 2017).

Al igual que, con las estrategias políticas y de desarrollo turístico uno de los programas menos percibidos por la comunidad encuestada tiene gran influencia sobre las estrategias de este tipo, en este caso es el programa de recuperación de pequeños predios rurales; otros programas que tienen gran influencia en este tipo de estrategias son el modelo de desarrollo turístico, empresas productivas a partir de la generación de valor y territorio atractivo para la inversión nacional y extranjera; por ello, los anteriores programas han sido percibidos por la población, pero lo inquietante es ¿por qué no se ven reflejados en la pertinente ejecución de las estrategias?.

Entonces, la escasa formación empresarial en técnicas de gestión, la insuficiente disponibilidad de suelo industrial debidamente equipado, el desarrollo desequilibrado espacial y estacional del sector turístico, y su presión sobre el medio ambiente, conduce a la pérdida de espacios naturales frágiles, es por esto que el programa que requiere mayor importancia y fortalecimiento y que tiene influencia directa sobre las tres categorías de estrategias es el de recuperación de pequeños predios rurales; en donde el turismo rural como estrategia de fortalecimiento de la diversidad productiva conlleva a la interacción de las actividades económicas, de manera que contribuya a la

calidad de vida de la comunidad. Así como lo menciona (Chilán y Yáñez), las tradiciones culturales y la diversidad de ecosistemas locales unidas a las actividades productivas, proporcionan escenarios ideales para el desarrollo del turismo en el área rural. De hecho, es importante que los empresarios de la actividad turística del Valle del Cocora, deben tener presente sus flujos efectivos y los rendimientos generados de su actividad con la intención que puedan tomar decisiones encaminadas a la inversión para el mejoramiento continuo de sus actividades turísticas y responsabilidad con los ecosistemas (García, González, y Acevedo, 2019).

4. Conclusiones

Se evidencia que las estrategias que generan mayor competitividad en el desarrollo turístico, corresponden a estrategias económicas, ambientales, costos y marketing respectivamente. Por otro lado, las estrategias que no son consideradas competitivas con un porcentaje inferior al 5% de las respuestas, corresponden a estrategias de alianzas con entidades territoriales, estrategias de evaluación en la ejecución y seguimiento y control.

El turismo es un sector estratégico en la economía, la clave es enfocar el desarrollo turístico en un marco de política gubernamental a nivel territorial y sectorial orientada hacia la sostenibilidad, involucrando la comunidad y los diferentes agentes políticos y económicos

A nivel empresarial, se han implementado sistemas de gestión ambiental de manera incipiente. De allí, que la consciencia que deben adoptar los empresarios por mejorar su procesos operativos con responsabilidad social empresarial, deben orientar hacia la preservación del entorno paisajístico del municipio.

A nivel público, es necesario que se tomen acciones gubernamentales para continuar avanzando en la integración de la comunidad, en el proceso de cuidado del medio ambiente a medida que se estructure y se constituya un instrumento para mejorar a nivel municipal, departamental, nacional e internacional la calidad de vida.

El turismo es uno de los sectores que mayor impacto genera en la población por lo cual, la sostenibilidad exige un proceso de análisis e investigación en los destinos involucrados, un estudio que permita establecer criterios, normas y parámetros para que estos sean competitivos y sus recursos tengan viabilidad en el presente y futuro.

El desarrollo turístico en el Valle de Cocora, indica que las estrategias de mayor grado de aplicación son las de innovación, de mercadeo, de valor agregado y de calidad, las cuales son las aplicadas en el marco de la sostenibilidad empresarial y desarrollo económico.

la incorporación de los principios de competitividad al desarrollo turístico se debe a la efectividad con que se implementen las acciones y programas orientados a la sostenibilidad.

Referencias

Alcaldía de Salento (06 de 2018). Política de sostenibilidad de Salento. *Política de sostenibilidad de Salento*. Salento, Quindío, Colombia.

Camara de comercio de Armenia y Del Quindio. (2016). *Informe de Gestion* . Armenia.

Chilán, N. Y. y Yáñez, Á. P. (s.f.). *Estrategias para desarrollar el agroturismo en la represa sexto durán ballén, manabí, ecuador*. Ecuador 2014.

García L, González F, y Acevedo V, (2019). Posicionamientos y riesgos de las estrategias de sostenibilidad para el desarrollo turístico del Valle del Cocora (Colombia). *Revista Espacios*, p. 3.

García L, M., & Vargas T, L. (2016). *Visión estratégica del turismo en el paisaje Cultural cafetero*. Armenia: Universidad la Gran Colombia Seccional Armenia.

Gobernación del Quindio. (19 de 9 de 2013). <https://quindio.gov.co>. Obtenido de [https://quindio.gov.co: https://quindio.gov.co/participacion-social/66-el-departamento/municipios-del-quindio/salento/actividad-economica/74-actividad-economica](https://quindio.gov.co/participacion-social/66-el-departamento/municipios-del-quindio/salento/actividad-economica/74-actividad-economica)

González, S.L (2017). Transporte Público: Función social, integrador de mercados y gestor del desarrollo – un recorrido por la conducta y percepción del usuario. Universidad La Gran Colombia Armenia. p. 138.

Orozco, J., y Niñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo en el análisis del turismo. *Revista Electronica de las Sedes Regionales de la Universidad de Costa Rica*.

Sanchez, A., y E, V. (2015). Turismo sustentable. Un acercamiento a su oferta. *Multiciencias*, 347-354.

Tarlombani da Silveira, M. (20 de 11 de 2009). *TURISMO Y SUSTENTABILIDAD. ENTRE EL DISCURSO Y LA ACCIÓN*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/198/19813278009.pdf>

Vargas T, L., Garcia L, M., & Zарtha S, J. (2017). Perfil del emprendedor y las oportunidades para generar emprendimientos de base tecnológica en el Departamento del Quindío. *ESPACIOS*, 38(1), 17. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n01/a17v38n01p17.pdf>

Victoria, E. N. (10 de 06 de 2001). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-competitividad-y-estrategias-competitivas/>

1. (C) Doctorado en Administración Gerencial. Universidad Benito Juárez. Maestría en Administración. Chile. Universidad La Gran Colombia - Docente Investigador de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. garcialonmartha@miugca.edu.co

2. (C) Doctorado en Administración Gerencial. Universidad Benito Juárez. Colombia, Quindío. Universidad La Gran Colombia - Docente Investigador de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. gonzalezfsandalucia@miugca.edu.co

3. (C) Doctorado en Administración Gerencial. Universidad Benito Juárez. Colombia, Quindío. Universidad La Gran Colombia - Docente Investigador de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables., vargastlibardocarlos@miugca.edu.co

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 41 (Nº 03) Año 2020

[\[Índice\]](#)

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](#)]

revistaESPACIOS.com



This work is under a Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0 International License