

HERRAMIENTAS PARA EDUCAR SOBRE ECOTURISMO EN MUNICIPIOS DE CUNDINAMARCA⁷⁰

Página | 256

TOOLS TO EDUCATE ABOUT ECOTOURISM IN CUNDINAMARCA MUNICIPALITIES

William Eduardo Mosquera Laverde⁷¹

Camilo Mauricio Grillo Torres⁷²

Oscar Alejandro Vásquez Bernal⁷³

Pares evaluadores: Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES.⁷⁴

⁷⁰ Derivado del proyecto de investigación: Prospectiva ecoturística para las zonas de influencias de la Universidad cooperativa de Colombia Entidad Financiadora: Universidad cooperativa de Colombia campus Bogotá.

⁷¹ Ingeniero Químico, Universidad Nacional de Colombia, Magister en Gerencia Ambiental, Universidad de los andes, docente auxiliar investigador, Universidad cooperativa de Colombia, Bogotá, Cundinamarca, Colombia. correo electrónico: william.mosquera@campusucc.edu.co.

⁷² Administrador de empresas, Universidad Central, Magister en Mercadeo, Universidad de Manizales, Docente investigador, Uniasturias, Bogotá, Cundinamarca, Colombia. correo electrónico: camilo.grillo@asturias.edu.co.

⁷³ Ingeniero Industrial, Universidad Antonio Nariño, Doctor en Ingeniería: Industria y Organizaciones, Universidad Nacional de Colombia, Docente Asociado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Bogotá, Cundinamarca, Colombia. Correo electrónico: oscar.vasquez@unad.edu.co

⁷⁴ Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES. www.rediees.org

13. HERRAMIENTAS PARA EDUCAR SOBRE ECOTURISMO EN MUNICIPIOS DE CUNDINAMARCA⁷⁵

William Eduardo Mosquera Laverde⁷⁶, Camilo Mauricio Grillo Torres⁷⁷, Oscar Alejandro Vásquez Bernal⁷⁸

RESUMEN

Colombia se encuentra en un momento que, después de haber firmado acuerdos de paz, estar en un aislamiento obligatorio por causa de una pandemia y la adaptación a una nueva normalidad, se mantiene como una opción de destino turístico, lo cual, genera un reto no sólo para el gobierno, sino para empresarios y miembros de la comunidad que trabajan en pro del turismo, debido a la adopción de nuevos procesos de bioseguridad, la conservación, preservación y mitigación del impacto del entorno en sus zonas con atractivos naturales, en alternativas para transformar los escenarios de conflicto en zonas atractivas de turismo, para cambiar el estrés y confinamiento por escenarios de paz, tranquilidad y seguridad de la mano con la naturaleza.

Por lo anterior, en este documento se analiza el posible sostenimiento y crecimiento económico de las zonas ecológicas en el centro del país y en especial del departamento de Cundinamarca, enfocándose en el turismo sostenible y el ecoturismo. A partir de la aplicación de herramientas prospectivas de recolección de información en la zona: Encuesta Delphi, la técnica MICMAC y los escenarios prospectivos, caracterizar el departamento en los ámbitos geográfico, cultural y social, determinar la población, campos de acción, empresas que

⁷⁵ Derivado del proyecto de investigación: Prospectiva ecoturística para las zonas de influencias de la Universidad cooperativa de Colombia Entidad Financiadora: Universidad cooperativa de Colombia campus Bogotá.

⁷⁶ Ingeniero Químico, Universidad Nacional de Colombia, Magister en Gerencia Ambiental, Universidad de los andes, docente auxiliar investigador, Universidad cooperativa de Colombia, Bogotá, Cundinamarca, Colombia. correo electrónico: william.e.mosquera@campusucc.edu.co.

⁷⁷ Administrador de empresas, Universidad Central, Magister en Mercadeo, Universidad de Manizales, Docente investigador, Uniasturias, Bogotá, Cundinamarca, Colombia. correo electrónico: camilo.grillo@asturias.edu.co.

⁷⁸ Ingeniero Industrial, Universidad Antonio Nariño, Doctor en Ingeniería: Industria y Organizaciones, Universidad Nacional de Colombia, Docente Asociado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Bogotá, Cundinamarca, Colombia. Correo electrónico: oscar.vasquez@unad.edu.co

apoyan el ecoturismo, lugares turísticos frecuentados por la comunidad, en especial su nivel de educación en el tema.

ABSTRACT

Página | 258

Colombia finds itself at a moment when, after having signed peace agreements, being in obligatory isolation due to a pandemic and the adaptation to a new normality, remains an option as a tourist destination, which generates a challenge not only for the government, but also for businessmen and community members who work in favor of tourism, due to the adoption of new processes of biosecurity, the conservation, preservation and mitigation of the impact of the environment in its areas with natural attractions, in alternatives to transform the scenarios of conflict in attractive zones of tourism, to change the stress and confinement for scenarios of peace, tranquility and security of the hand with the nature.

Therefore, this document analyzes the possible sustainability and economic growth of the ecological zones in the center of the country and especially in the department of Cundinamarca, focusing on sustainable tourism and ecotourism. From the application of prospective tools of information collection in the zone: Delphi survey, MICMAC technique and prospective scenarios, characterize the department in the geographical, cultural, and social scopes, determine the population, fields of action, companies that support ecotourism, tourist places frequented by the community, especially their level of education in the subject.

PALABRAS CLAVE: ecoturismo, marketing ecológico, marketing turístico, educación, gestión organizacional.

Keywords: ecotourism, ecological marketing, tourism marketing, education, organizational management.

INTRODUCCIÓN

El ecoturismo es una modalidad de turismo muy potente de conservación y gestión, en la medida en que se facilita el intercambio respetuoso entre visitantes y residentes; la valoración y manejo responsable de los recursos naturales y del patrimonio cultural; la promoción de la responsabilidad social en los empresarios vinculados al turismo; la generación de condiciones justas y equitativas entre los actores involucrados; la potencia de capacidades en las poblaciones locales y fortalecimiento de capital social en los diversos destinos turísticos (Mosquera, 2018).

Página | 259

Además, Cundinamarca es el departamento que por su ubicación geográfica ocupa el corazón de Colombia, rodea a la ciudad más importante del país, Bogotá Distrito Capital, y tiene el privilegio que le dio la naturaleza de contar con todos los climas y paisajes que ofrecen los pisos térmicos. Pero no solo es el centro geográfico, también es el epicentro de la actividad económica, del poder político y de las instituciones que gobiernan al país. Parte de su atractivo es que desde este departamento se toman las grandes decisiones de la nación; sus municipios ofrecen un abanico de posibilidades para conocer y disfrutar, entre las que se encuentran parques naturales, riqueza hídrica y arqueológica, maravillas naturales, una variedad gastronómica y cultural; lo cual permite al visitante encontrar un sinnúmero de atractivos para disfrutar en todas las épocas del año (Espinel, 2017).

Teniendo en cuenta lo anterior y reconociendo el papel que juega el turismo en el desarrollo sostenible del país, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo orienta desde sus políticas sectoriales el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, propende por la exaltación de las singularidades y la participación de las comunidades de destino en un marco de prosperidad y bienestar para todos los colombianos tanto en su condición de anfitriones como de turistas. La sostenibilidad no es una opción, es una prioridad para todas las formas de turismo y para aquellos territorios con vocación que quieran apostarle a un manejo responsable y de largo plazo de la actividad, de tal manera que dejemos un legado mayor del que recibimos de nuestros antecesores a las generaciones futuras (IDETUC, 2019).

Esta investigación beneficia a los grupos de interés de Cundinamarca en especial a los habitantes que dependen económicamente del turismo; a los campesinos que, por causa

del desplazamiento de sus tierras, la agricultura y producción de alimentos se ven afectados. El reconocimiento paulatino de sus derechos, pese a los deficientes planes de desarrollo contrasta con iniciativas para la conservación y sostenibilidad de la zona centro de Colombia a través de escenarios educacionales que permitan dar un mejor manejo administrativo en las zonas rurales y urbanas de Cundinamarca que tiene todo el potencial de convertirse en un atractivo ecoturístico que beneficia el turismo para el conocimiento y respeto por lo ambiental, la preservación y sostenibilidad del ecosistema con ayuda de sus lugareños.

MATERIAL Y MÉTODOS

Para cumplir con los objetivos de investigación se realizó una investigación descriptiva tipo prospectiva, en donde para lograr el objetivo general “Prospectar factores relacionados con la gestión organizacional y administración socio-ecológica que pueden ser mejorados o implementados para lograr que el ecoturismo en Colombia se convierta en una herramienta de crecimiento económico regional en el postconflicto a través del marketing ecológico”, se desarrollaron varias fases del proceso investigativo desde la conformación de los equipos de trabajo hasta las sensibilizaciones en los gestores turísticos que forman parte de la muestra estudiada. Las fases metodológicas del proyecto fueron:

Fase 1: consolidación de trabajo entre sedes. Por medio de boletines y charlas virtuales con las sedes de las universidades participantes y que cuentan con programa de administración de empresas y grupos de investigación que acepten la convocatoria digital a participar en el proyecto, de los cuales, aceptaron la invitación y se aceptaron a 8 investigadores nacionales, 6 docentes y 2 de gestión.

Fase 2. conformación de equipos intercedes. Con los grupos vinculados se visitaron las sedes de cada grupo mostrando, los objetivos, método prospectivo y las herramientas mejoradas del estudio exploratorio (manuales y cartillas) con el fin de ser sensibilizadas a las empresas ecoturísticas analizadas y se trabajaron 10 gestores turísticos en Cundinamarca a los que se les desarrollo la prospectiva.

Fase 3: definición del sistema. Se desarrollo en cada una de las sedes, con el fin de conocer necesidades, problemáticas y tendencias futuras de la gestión organizacional; que

permitieron obtener una visión prospectiva que mire hacia un futuro deseable, la Misión, los objetivos corporativos y la filosofía de cada uno de los gestores turísticos, marcos de antecedentes y georreferenciación del departamento.

fase 4: análisis del sistema. Se desarrolló en cada una de las sedes para identificar los factores de cambio en el marketing ecológico. A partir de la posición de las empresas frente al entorno, utilizando el modelo de Porter, por medio del análisis de atractividad, a través, de la encuesta DELPHI y matriz MICMAC.

Fase 5: diseño de escenarios estratégicos. Se desarrolló con el fin de mirar la acción presente a partir de la creación de los escenarios posibles (futuribles) usando el análisis morfológico y la probabilidad de que cada escenario ocurra (futuribles) apoyándose en la encuesta de escenarios futuribles.

Fase 6: direccionamiento estratégico. En esta, se definió la postura estratégica de la organización desde el marketing ecológico, definiéndose las estrategias básicas y las opciones estratégicas de crecimiento, desarrollo y posicionamiento, a través de una sensibilización de las comunidades y la propuesta de definir con claridad la estrategia a implementar.

Universo, población, muestra y muestreo. Nuestras zonas para trabajar se encuentran delimitadas por unas regiones, éstas las cuales se encuentran para Cundinamarca las siguientes: Alrededores de Bogotá: Cota, La vega, y Zipaquirá.

Fuentes técnicas y recolección de la información

Las fuentes de información que se manejaron son entidades gubernamentales, como la secretaria de planeación municipal etc., adicionalmente también se establecieron encuestas que se le implementaron a los expertos (habitantes de las zonas a trabajar) y que nos permitieron obtener los resultados preliminares para poder establecer las variables claves y que nos ayuden a establecer un panorama más global y generar los mejores escenarios para la población.” (PENAGOS & ORTIZ, 2018)

En el desarrollo del análisis de la situación actual se definieron categorías y la distribución de dimensiones en para la encuesta DELPHI de la siguiente manera:

Tabla 1

Dimensiones y Categorías.

Fuente. Penagos & Ortiz, 2018

ecoturismo (EC)		marketing (MAR)		postconflicto (POS)	
ambiental (AM)	social (SOC)	económico (ECO)	turístico (TU)	ecológico (EC)	inclusión (IN) reparación (RE)
educación (E)	conservación (C)				

En la tabla 1 se muestran las dimensiones que afectan de alguna manera al ecoturismo en Colombia, seguidamente surgen las categorías de aquellas dimensiones y como se observa la educación es una dimensión clave en este tipo de estudio, y a partir de las cuales se constituyen las variables para el estudio prospectivo.

Tabla 2

Tipos de expertos por sector económico.

TIPOS DE EXPERTOS	
ECONÓMICO	OFICIAL: secretaria de hacienda EMPIRICO: operador turístico, gerente hotel FORMAL: Recorridos y restaurantes
SOCIAL	OFICIAL: secretaria de integración social EMPIRICO: líder comunitario FORMAL: fundación u ong.
AMBIENTAL	OFICIAL: secretaria del hábitat, parques nacionales EMPIRICO: guías, guardabosque FORMAL: negocio con manejo ambiental
TURÍSTICO	OFICIAL: secretaria de turismo EMPIRICO: unidad de negocio, agencia informal de turismo FORMAL: gerente del hotel.

Fuente. Elaboración propia

Se debe dejar claro que la prospectiva estratégica pone la anticipación al servicio de la acción, difundiendo en las empresas y las administraciones. Los años 80 y 90 han estado marcados por el desarrollo de la planificación estratégica por escenarios especialmente entre las grandes empresas del sector energético (Shell, EDF, Elf), sin duda debido a los choques petrolíferos pasados y futuros (Godet, 2007, pág. 21)

Además, la prospectiva con sus tendencias y riesgos de ruptura revoluciona el presente e interpela a la estrategia. Por su parte, la estrategia cuestiona sobre las opciones posibles y los riesgos de irreversibilidad y se refiere desde los años 80 a los escenarios de la prospectiva como testimonian en especial los trabajos de Michael Porter (1986). Esto no impide que los métodos y los útiles se mantengan separados. (Godet, 2007, pág. 21).

Adicionalmente, un escenario es un conjunto formado por la descripción de una situación futura y un camino de acontecimientos que permiten pasar de una situación original a otra futura. La palabra escenario es utilizada abusivamente para calificar no importa que juego de hipótesis. Recordemos que las hipótesis de un escenario deben cumplir simultáneamente cinco condiciones: pertinencia, coherencia, verosimilitud, importancia y transparencia (Godet, 2007, pág. 22)

Se distinguen de hecho dos grandes tipos de escenarios:

- exploratorios: partiendo de las tendencias pasadas y presentes, conducen a futuros verosímiles-
- anticipación o normativos: contruidos a partir de imágenes alternativas del futuro, podrán ser deseables o por el contrario rechazables. Son concebidos de forma retroproyectiva.

El tipo de Escenarios que se va a manejar para este proyecto es el Exploratorio ya que se diseñaran los escenarios futuribles con experiencias y conocimientos de los expertos como los mostrados en la tabla 2, de cada zona. Las diferentes etapas de estos dos métodos apenas se diferencian.

Según Godet, Estas etapas son las siguientes:

- Identificar las variables clave, este es el objetivo del análisis estructural.
- Analizar el juego de actores con el fin de plantear las preguntas clave para el futuro. Reducir la incertidumbre sobre las cuestiones clave y despejar los escenarios del entorno más probables gracias a los métodos de expertos. Para entender mejor ver figura 1.

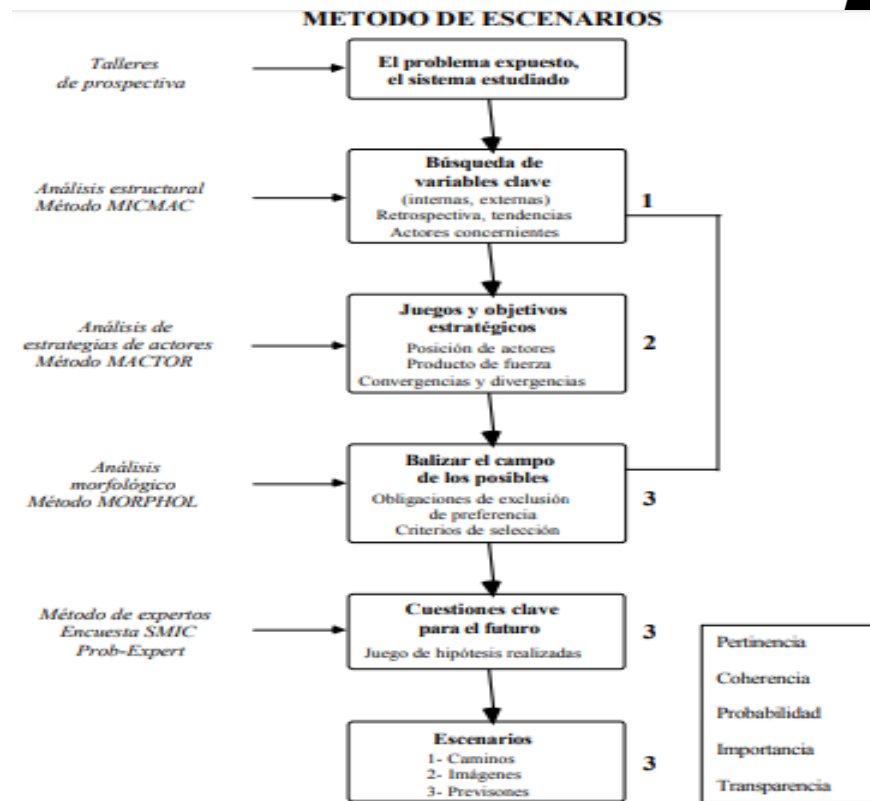


Figura 1. Método de Escenarios Prospectivos. Fuente. Tomado de Prospectiva Estratégica, Godet 2007

Expertos: para la prospectiva de ecoturismo, la encuesta tipo Delphi requiere para desarrollarse una clasificación especial de las personas a resolverla, esta clasificación se definió en primera instancia en la división de áreas como económica, ambiental, turística y social, de cada área se escogió un experto, quien por su experiencia en proyectos relacionados con la zona o por su profesión le permita responder las preguntas que allí se plantean. La elección de los expertos fue lo más difícil del proyecto ya que las personas que se definieron al principio no fueron las mismas que terminaron participando; muchos por tiempo, otros porque simplemente no quisieron o porque no completaban todas las cualidades que se requerían.

Del área ambiental se contó con la participación de un funcionario de la secretaria de Ambiente, agricultura y pesca además con un funcionario de Parques Naturales de Colombia, para el área Social y Económica participó un Representante de un Consejo Comunitario, del área del turismo se contó con la participación de un representante de la secretaria de turismo de la Gobernación de Cundinamarca. A cada uno de estos stakeholders se les otorgo un código

con el cual los relacionaremos a hora en adelante como se muestra en la tabla 3. Todo esto para dar respeto y confidencialidad a los expertos.

Tabla 3.
Codificación Stakeholders.

Área	Profesión	Código
Ambiental	Profesional en planificación del Ecoturismo.	CP01
Ambiental	Ingeniero Agrónomo, Especialista en formulación y evaluación de proyectos de Desarrollo.	CP02
Social	Miembro y Asesor Jurídico del Consejo Comunitario de las Comunidades Indígenas de Cundinamarca.	CP03
Turístico	Tecnóloga en Administración de Empresas	CP04
Económico	Miembro y Asesor Jurídico del Consejo Comunitario de los gestores turísticos departamentales.	CP05

Fuente. Elaboración propia

Para contar con la participación de estos expertos la charla fue larga, luego de numerosas llamadas con personas que podían colaborar respondiendo la encuesta, Inicialmente, se contactó la Gobernación de Cundinamarca, ya que los tramites con el Estado tienden a ser demorados por tal motivo se empezó primero con ellos, sorprendentemente en la Gobernación resultaron funcionarios muy cálidos porque a pesar de que no todos los funcionarios pudieron colaborar con la investigación, nos facilitaron los contactos de otras personas quienes interesadas en el resultado de este documentos decidieron participar y dieron mayor provecho al desarrollo de este proyecto.

Luego de la confirmación de la participación de los expertos se procedió a enviar por medio electrónico la encuestas y los consentimientos, las cuales ellos respondieron directamente en el computador y me remitieron las encuestas resueltas en máximo 4 días calendario. Para la autorización del consentimiento con Parques Nacionales Naturales de Colombia el tratamiento fue un poco diferente, ya que, se solicitó la autorización de la Dirección territorial Andina y ellos a su vez solicitaron la autorización de la Dirección de Monitoreo Nacional, fue un trámite un poco más largo, pero no complicado ya que igualmente decidieron participar en el proyecto.

Luego de definir los pilares con sus variables se estructuro la encuesta con 74 preguntas las cuales se organizaron de por el tipo de variable ofreciéndole al encuestado la oportunidad de escoger una valoración en la escala de No es importante (1), Poco Importante (2), Moderadamente Importante (3), Importante (4) y Muy Importante (5), así como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4.
Encuesta Delphi.

N°	Pregunta	Variable	Concepto	No es importante	Poco importante	Moderadamente importante	Importante	Muy importante
				1	2	3	4	5
1	¿Qué tan importante es que oferten programas de formación turística en la región?	Programas de formación en turismo	Los colegios deben definir una especialidad en turismo, bajo los lineamientos de Ley General de Turismo Nacional					
2	Clima de la región como atractivo turístico y ventaja para el desarrollo municipal	Clima	Es el estado de las condiciones de la atmósfera de un lugar. El clima se convierte en un atractivo turístico y ventaja para el desarrollo municipal.					

Fuente. Elaboración propia

Variables Clave: a los expertos se les realizó la encuesta y entregó los siguientes resultados los cuales fueron tabulados en el Abaco de Regnier en dos grupo de 25 variables y un grupo 24, ya que el software únicamente lo permitía así, según la valoración de cada respuesta por experto y por variable el software acomodó las respuestas en orden y por color; siendo el color verde más intenso la mayor valoración en la escala, el color pálido significa una valoración imparcial, el color rojo indicando la valoración más baja, finalmente una casilla sin color para indicar una valoración con el numero cero. Vea la tabla 5.

De acuerdo con estos resultados anteriormente mostrados, se escogió el 30% de todas las variables porque estas representan las variables clave de mayor impacto según los tres grupos de variables que se mostraron en las tablas 5 y las cuales se ilustran en la tabla 6.

Tabla 5
Resultados de las encuestas por valoraciones

5	01 CP01	02 CP02	03 CP03	04 CP04	05 CP05
4					
3					
2					
1					
0					
01 Programas de formación en turismo					
02 Clima					
03 Diversidad cultural					
04 Planificación turística					
05 Promoción turística					
06 Producto ecoturístico					
07 Formación					
08 Seguridad urbana y rural					
09 Calidad del servicio turístico					
10 Hidrografía					
11 Sentido de pertenencia					
12 Infraestructura turística					
13 Gastronomía Típica					
14 Programas para la sostenibilidad					
15 Asociatividad					
16 Beneficios económicos					
17 Sitios ecoturísticos					
18 TIC					
19 Participación del sector turismo en la economía					
20 Convicción turística					
21 Planificación y diseño del servicio ecoturístico					
22 Personal capacitado					
23 Generación de empleo					
24 Prácticas de Sustentabilidad Medio Ambiental					
25 Impacto social del ecoturismo					

Fuente. Elaboración propia

Tabla 6
Variables de Mayor Impacto

Producto ecoturístico
Formación
Calidad del servicio turístico
Promoción turística
Satisfacción del Cliente
Prácticas turísticas ecoeficientes
Participación de las comunidades locales
Señalización
Límites de uso (capacidad de carga)
Conciencia ambiental
Hospitalidad de la población local
Gestión de residuos sólidos y aguas residuales

Desarrollo de manuales de operaciones y procedimientos
Diseño de productos

Fuente. Elaboración propia

Al hacer la valoración se hace una matriz influencia dependencia que nos lleva al grafico MICMAC;

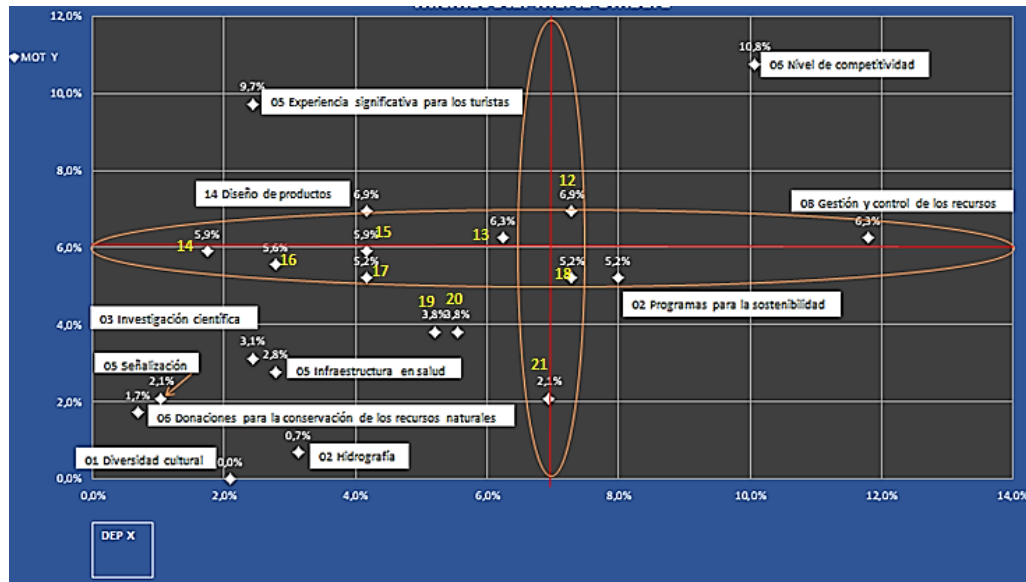


Figura 2. Resultado matriz MICMAC. Fuente. Elaboración propia

Dentro del análisis realizado a MICMAC se identificaron las variables que inciden en la toma de decisiones para la realización de los escenarios prospectivos que se muestran a continuación; permitiendo con este estudio anticiparse a los movimientos futuros del ecoturismo en el departamento. A continuación, se relacionan los escenarios prospectivos de las áreas de estudio y sus diferentes zonas como son:

Escenario 1 (E1), que corresponde a la zona de poder (ESPERADO), es una zona de tendencia de éxito y escenario apuesta por que van a influenciar de manera directa al ecoturismo de la región, Caracterizada por su alta influencia y baja dependencia.

Escenario 2 (E2), que corresponde a la zona de conflicto (DESEADO), y es otro de nuestro escenario apuesta ya que pueden llegar a suceder por ser tan volátiles y por lo tanto pueden influenciar e impactar más al ecoturismo de la región, caracterizadas por su alta

influencia y dependencia, con tendencia de espera y observación ya que podrían relativamente pasar a la zona de poder con el tiempo.

Escenario 3 (E3), corresponde a la zona Autónomos (ACTUAL), caracterizadas por su baja influencia y dependencia, son variables que no son de importancia para los diferentes actores. Con tendencia de bajo éxito.

Escenario 4 (E4), está la zona de salida (E4) (ASPIRACIONAL), caracterizadas por su baja influencia y alta dependencia, zona de tendencias nulas.

Tabla 7
Identificación de escenarios prospectivos y zonas

N.	REGION	ESC.	ZONA	ESC.	ZONA	ESC.	ZONA	ESC.	ZONA
1	TIERRA ALTA	E1	CONFLICTO (DESEADO)	E2	PODER (ESPERADO)	E3	SALIDA (ASPIRACIONAL)	E4	AUTONOMOS (ACTUAL)
2	CHAPARRAL	E1	SALIDA (ASPIRACIONAL)	E2	AUTONOMOS (ACTUAL)	E3	CONFLICTO (DESEADO)	E4	PODER (ESPERADO)
3	GRANADA	E1	AUTONOMOS (ACTUAL)	E2	SALIDA (ASPIRACIONAL)	E3	PODER (ESPERADO)	E4	CONFLICTO (DESEADO)
4	BURITICA	E1	SALIDA (ASPIRACIONAL)	E2	AUTONOMOS (ACTUAL)	E3	CONFLICTO (DESEADO)	E4	PODER (ESPERADO)
5	UMBARA	E1	PODER (ESPERADO)	E2	SALIDA (ASPIRACIONAL)	E3	AUTONOMOS (ACTUAL)	E4	CONFLICTO (DESEADO)
6	COTA	E1	SALIDA (ASPIRACIONAL)	E2	CONFLICTO (DESEADO)	E3	AUTONOMOS (ACTUAL)	E4	PODER (ESPERADO)
7	LAVEGA	E1	CONFLICTO (DESEADO)	E2	SALIDA (ASPIRACIONAL)	E3	AUTONOMOS (ACTUAL)	E4	PODER (ESPERADO)
8	ZIQUAIRA	E1	CONFLICTO (DESEADO)	E2	PODER (ESPERADO)	E3	AUTONOMOS (ACTUAL)	E4	SALIDA (ASPIRACIONAL)
9	PIANGUITA	E1	PODER (ESPERADO)	E2	AUTONOMOS (ACTUAL)	E3	CONFLICTO (DESEADO)	E4	SALIDA (ASPIRACIONAL)
10	PAZ DE ARIPORO	E1	CONFLICTO (DESEADO)	E2	PODER (ESPERADO)	E3	SALIDA (ASPIRACIONAL)	E4	AUTONOMOS (ACTUAL)

Fuente. Elaboración Propia.

Mediante el análisis de los datos se logra la familiarización del tópico en estudio en este caso la gestión organizacional en las empresas ubicadas en las zonas de estudio e identificaran los componentes esenciales para una herramienta participativa y colaborativa de crecimiento empresarial y social.

RESULTADOS

Una vez elaborados los escenarios prospectivos futuros se determinaron 84 estrategias de marketing ecológico y turístico que inciden en las condiciones actuales y potenciales del ecoturismo según la caracterización de los atractivos turísticos de cada

municipio. Pero en general se muestra el desinterés de los diferentes actores, así como el hermetismo por parte de la población de las zonas de estudio no contribuyen en el fomento e interés de los atractivos turísticos de la región por lo que los diferentes actores deben propiciar un ambiente de confianza y empoderamiento hacia las comunidades en los nuevos proyectos ecoturísticos que impactan en la región.

Además, la alta informalidad en el empleo, la baja participación de los organismos de estado en materia de apoyo y recursos, así como la incertidumbre de las comunidades en materia de seguridad, hacen que los atractivos turísticos de la región no tengan la visibilidad deseada o la confianza generada para los visitantes por ello se deben trabajar juntamente con organismos del estado para el correcto funcionamiento de los sitios ecoturísticos.

La optimización y la toma de decisiones a través de la ejecución de diferentes modelos de simulación que siendo incluidos en organizaciones de ecoturismo puedan llegar a generar un crecimiento en la parte económica, social y cultural de las regiones, mediante un marketing ecológico óptimo. Por lo anterior, se deben implementar modelos para la creación de nuevos escenarios donde se fomente la protección del medio ambiente con un turismo sostenible y la articulación de la población y su cultura en los proyectos ecoturísticos y la importancia de la implementación de estrategias de educación para lograr un ecoturismo eficiente conociendo la problemática y necesidad de promoción y desarrollo del ecoturismo en zonas de postconflicto.

A partir de los análisis de los resultados de los escenarios prospectivos, se genera una propuesta que busca complementar el tema en estudio con aportes y sugerencias que redunden en beneficio de la sociedad en general, por la participación de entidades públicas y organizaciones privadas que con inversión en proyectos enfocados al ecoturismo permitan contar con apoyo y financiamiento de recursos para mejorar la infraestructura educativa y turística, por otro lado, es de gran importancia contar la asesoraría y capacitación en temas turísticos, hotelería y servicio al cliente, enfocado hacia los guías turísticos propios de la zona para motivarlos que se queden en el municipio y así aportar para mejorar el ecoturismo en la región; con el apoyo de parques nacionales y la conservación a través del ecoturismo, invirtiendo en el diseño de rutas y recorridos específicos donde se potencialice la educación, conservación y preservación del entorno.

El análisis de las variables claves en nuestro proceso de investigación nos permitió determinar que la totalidad de las regiones se caracterizan por encontrarse centradas en un escenario autónomo, esta dispersión se debe a que los habitantes de cada municipio son demasiado apáticos y muestran gran desinterés hacia el ecoturismo, debido a que ellos están enfocados hacia otro tipo de actividad económica potencial característico según cada región, adicionalmente al ser zonas afectadas por el conflicto armado no permitían el libre desarrollo del ecoturismo.

Por lo anterior, se debe brindar un producto turístico y educacional de óptima calidad que impulse el ecoturismo en estas zonas afectadas para que se puedan destacar los atractivos turísticos de cada municipio, debido a que este enfoque es vital para impulsar la economía en cuanto a generación de empleo y de ingresos, que permite dar lugar a un mejoramiento en la cadena productiva de cada región, que se ve conformada principalmente por los guías turísticos, los hoteles y los restaurantes.

Además, es fundamental destacar la asociatividad como factor clave para el fortalecimiento del ecoturismo debido a que se ha convertido en el mejor camino para impulsar el servicio turístico, no obstante, se deben involucrar esquemas de formación desde el punto de vista tecnológico que nos permita enseñarle a la gente como se trabaja el ecoturismo y cómo es posible aportar desde lo individual hacia la sostenibilidad ambiental y la protección de los recursos naturales.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Se recomienda crear y sensibilizar proyectos respaldados por la alcaldía municipal, que permitan capacitar a los habitantes con el fin de impulsar esquemas de asociatividad en donde se potencialice los atractivos turísticos y ecológicos de la zona.

Para suplir las expectativas de los clientes se debe mejorar la percepción del servicio entregado, por ello es fundamental contar con personal capacitado que tenga la formación adecuada y precisa y que permita entregar un excelente servicio, en conjunto con el aprovechamiento de la gastronomía típica de cada zona, estos pilares se convierten en la base que permitirá caracterizar la región como un potencial turístico.

La sobreoferta hotelera, la baja rentabilidad de las empresas, la falta de servicios integrados, hacen que se requiera de estrategias de mercado dirigidas y segmentadas para su posicionamiento, con un enfoque basado en la experiencia de los atractivos turísticos y la calidad del servicio.

La creación implementación de estos futuros escenarios jugará un papel fundamental ya que ayudarán a crear entornos y herramientas de planificación que servirán para disminuir a su máxima expresión la incertidumbre del futuro.

En cuanto las estrategias prospectivas se pueden concluir lo siguiente:

- La informalidad existente en algunos parajes ecológicos no está siendo aprovechada adecuadamente.
- La conectividad entre regiones y su sostenibilidad ambiental debe ser una prioridad para los diferentes agentes.
- La sensibilización con la comunidad, como factor clave para la protección de los ecosistemas.
- La preparación educativa como punto estratégico para la atención de visitantes o turistas.
- El bilingüismo como factor estratégico para su relación con los visitantes.
- La investigación como aporte para la necesidad actual de las regiones por consolidar su nombre y como un destino turístico del país.
- El impacto que los resultados para la implementación inmediata de los cambios propuestos en los agentes, con el fin de consolidarlos con un atractivo ideal estrés los turistas.
- Un turismo responsable en las zonas de impacto, con el fin de cuidar siempre el medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Díaz Castillo, L. T; Urra Velandia, Y. A., (2018) Viabilidad económica de la implementación de paneles fotovoltaicos como alternativa para la red de distribución eléctrica tradicional. *Revista Dinámica Ambiental*. Núm: 2. Recuperado de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/ambiental/article/view/5805>
- Espinel, L., Ladino, O., & Iguarán, L. (9 de marzo de 2017). Diagnóstico de los efectos generados por el tráfico de largo destino en la malla vial del municipio de Cachipay, Cundinamarca. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/2570/257056438006/257056438006.pdf>.
- IDECUT. (s.f.). Instituto Departamental de Cultura y turismo. 2019. Obtenido de <http://www.idecut.gov.co/index.php/Tequendama/cachipay>.
- Fernández. (2003). *POLÍTICA PARA EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO*. Bogotá DC.: Gobierno de Colombia.
- García, L. M. (2017). análisis de las determinantes ambientales en el ordenamiento territorial del municipio de la Vega Cundinamarca. Obtenido de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/5972/1/MoyaGarciaLuzMarcela2017.pdf>
- Garzón, g. j., Parra, a. d., & Pineda, a. s. (2003). El postconflicto en Colombia: coordenadas para la paz. Recuperado el 05 de marzo de 2019, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere5/TESIS47.pdf>
- González, M. D. (12 de 2012). diseño de proyectos. Obtenido de <https://vdocuments.net/informe-final-trab-col-1-d-proyectos-g-130.htm>.
- Guerrero, G. A. (diciembre de 2018). El reto de los conflictos ambientales en el escenario del postconflicto en Colombia. Recuperado el 05 de marzo de 2019, de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/gestion/article/view/77959/0>
- Humboldt, i. V. (2009). Mecanismos de facilitación sobre el convenio de. Obtenido de <http://www.humboldt.org.co/es/chmcolombia/biodiversidad.htm>
- Jaimes Sotelo, J. R. y González Vargas, W. (2019). Diseño de escenarios y estrategias prospectivas ecoturísticas nacionales en la UCC (Tesis de pregrado). Universidad

- Cooperativa de Colombia, Bogotá. Recuperado de <http://repository.ucc.edu.co/handle/ucc/12629>
- Lacouture. (2013). Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia por parte de las agencias de turismo localizadas en Bogotá, D.C. Bogotá DC.: Cuadernos Latinoamericanos de Administración, vol. IX, núm. 17, 2013, pp. 7-28 Universidad El Bosque.
- Mosquera-Laverde, W. E., Vásquez-Bernal, O. A., & Gómez-Espinosa, C. P. (2018). Green engineering focused on ecotourism as an environmental strategy management. *Global Journal of Engineering Education*, 20(2), 132–139. Recuperado de <http://www.wiete.com.au/journals/GJEE/Publish/vol20no2/08-Mosquera-W.pdf>
- Neil, W. &. (2006). Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible, Gloria mercedes vanegas montes. Medellín: plataforma cibertesis.
- Penagos, C. D., & Ortiz, J. S. (2018). Análisis de variables clave para el diseño de escenarios prospectivos en ecoturismo énfasis marketing ecológico en todas las zonas de estudio. Bogotá DC.
- Políticas Ecoturismo. (2011). Ministerio de Medio Ambiente.
- Scace. (2013). Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia por parte de las agencias de turismo localizadas en Bogotá, D.C. Bogotá DC.: Cuadernos Latinoamericanos de Administración, vol. IX, núm. 17, 2013, pp. 7-28 Universidad El Bosque.
- Schwartz. (2006). Análisis estratégico y prospectiva en salud. Rio de Janeiro: FIOCRUZ.
- Tovar, t. c. (2015). ciudad y hábitat en el postconflicto en Colombia y en el mundo. Recuperado el 05 de marzo de 2019, de <http://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/53175/html00>
- Turismo, Paz y Convivencia. (s.f.). Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/34045/turismo_y_paz
- Zipaquirá, A. d. (s.f.). diagnostico plan de desarrollo. Obtenido de <file:///D:/Descargas/DIAGNOSTICOS%20DIMENSIONAL%20Y%20SENTIDO%20CONSOLIDADOS%20FINALES.pdf>.