

**Estrategias dinamizadoras del turismo en las veredas La Ilusión, Puerto Quinchana y
Centro poblado El Rosario, en el sur del departamento del Huila.**

María Victoria Gutiérrez

Natalia Trujillo Leiva

Asesor

Edgar Rivera Tique

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativa, Contables, Economías y de Negocio

Maestría de Administración de Organizaciones

Neiva – Huila

2022

Nota de aceptación

Evaluador (1)

Evaluador (2)

Neiva, 31 de marzo de 2022

Dedicatoria

La fe nos ha enseñado que cada paso que damos, cada puerta que se abre y cada éxito que se obtiene, son bendiciones que se reciben de DIOS y solo los sueños ambiciosos nos llevan lejos.

Es satisfactorio de nuestra parte, dedicar este logro a cada una de las personas con las que compartimos nuestra experiencia en el proceso explorativa, así como a todas las personas que son el estímulo a la labor gratificante de hacer turismo, porque las regiones viven y se desarrollan gracias a él.

Agradecimientos

A Dios, por toda la sabiduría derramada frente a los aciertos y desaciertos durante las experiencias de vida logrando como resultado la sonrisa satisfactoria en cumplimiento a lo que se logró. A nuestras familias, por las horas de sacrificio y ausencia en los momentos que debíamos compartir con ellos, pero, que supieron entender y contribuir en la búsqueda de nuevas oportunidades.

A los directivos, personal administrativo y docentes de la Maestría Administración de las Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, quienes, con su conocimiento e instrucción, nos encaminaron en tan ardua tarea, persuadiéndonos con su ejemplo y tenacidad en la lucha por lograr todos los objetivos y las metas.

De igual forma, a las comunidades que participaron del estudio, especialmente habitantes de la vereda Puerto Quinchana, la Ilusión y Centro poblado el Rosario Huila, por la colaboración prestada para la aplicación y desarrollo de nuestro trabajo de grado, así como la disposición para compartir toda la experiencia desde lo más profundo de su cultura. Así como a organizaciones como la Alcaldía municipal de Acevedo, San Agustín, la Corporación CAM, Cerca Viva, Ecoturismo comunitario – Parques Naturales que con información enriquecieron este este proyecto.

Resumen

Internacionalmente, Colombia ha sido reconocido como destino turístico, por su bio diversidad, patrimonio natural y cultural, así como la gentileza y creatividad de su gente, siendo estos algunos de los atractivos que conforman oportunidades para el desarrollo de este sector, resaltando entre las propuestas el turismo diferente al convencional, con destinos que permitan el contacto con el entorno, el turismo sensibilizador y educativo entre otros.

Desde estos escenarios, el propósito de la presente trabajo se ha centrado en caracterizar el sector turismo del departamento del Huila, considerando para tal fin las denominaciones de origen generadas en uno de los sitios, que es la ventana del turismo al Huila y que está representada en el Parque Arqueológico de San Agustín, que tuvo dicha distinción por la UNESCO hace 25 años y que con esta declaratoria, abrieron las puertas al mundo, mostrando todo un legado cultural y amplio potencial para la humanidad, que ha venido cambiando los intereses turísticos, en búsqueda de experiencias significativas y auténticas.

Metodológicamente, se planteó una investigación mixta la cual representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como la integración y discusión conjunta para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández; Fernández & Baptista, 2017, p. 567), se utilizó como técnica de recolección la observación y se aplicó como instrumento la encuesta, a los pobladores de las tres zonas seleccionadas para este estudio (Vereda la Ilusión, Puerto Quinchana y el Rosario) y cuyos resultados se especifican en tablas de frecuencia y gráficas que describen el porcentaje de respuesta, con el fin de mostrar las bondades, ventajas y demás beneficios que ofrece cada una de las zonas al sector turismo en la zona sur del departamento del Huila. En

conclusión, se pudo analizar que cada una de estas zonas le vienen aportando un alto atractivo al sector turístico del Huila, e involucra a toda la población de la zona vinculada para este estudio, puesto que su riqueza natural entra a formar parte de la economía regional, contribuyendo a la economía individual y colectiva de cada uno de los pueblos.

Palabras Clave: turismo, avistamiento, biodiversidad, competitividad, naturaleza.

Abstract

Internationally, Colombia has been recognized as a tourist destination, for its bio diversity, natural and cultural heritage, as well as the kindness and creativity of its people, these being some of the attractions that make up opportunities for the development of this sector, highlighting among the proposals tourism different from the conventional one, with destinations that allow contact with the environment, awareness-raising and educational tourism, among others.

From these scenarios, the purpose of this work has focused on characterizing the tourism sector of the department of Huila, considering for this purpose the denominations of origin generated in one of the sites, which is the window of tourism to Huila and which is represented in the San Agustín Archaeological Park, which had this distinction by UNESCO 25 years ago and with this declaration, they opened the doors to the world, showing a whole cultural legacy and wide potential for humanity, which has been changing tourist interests, in search of meaningful and authentic experiences.

Methodologically, a mixed investigation was proposed which represents a set of systematic, empirical and critical research processes and involves the collection and analysis of quantitative and qualitative data, as well as the integration and joint discussion to make inferences as a result of all the information collected. and achieve a greater understanding of the phenomenon under study (Hernández; Fernández & Baptista, 2017, p. 567), observation was used as a collection technique and the survey was applied as an instrument, to the inhabitants of the three areas selected for this study (Vereda la Ilusión, Puerto Quinchana and el Rosario) and whose results are specified in frequency tables and graphs that describe the response percentage, in order to show the benefits, advantages and other benefits that each of the areas offers to the sector

tourism in the southern area of the department of Huila. In conclusion, it was possible to analyze that each of these areas has been providing a high attraction to the Huila tourism sector, and involves the entire population of the area linked to this study, since its natural wealth becomes part of the economy regional, contributing to the individual and collective economy of each one of the towns.

KeyWords: tourism, sighting, biodiversity, competitiveness, nature.

Tabla de Contenido

Introducción	18
Planteamiento del Problema	19
Descripción del Problema.....	19
Pregunta de Investigación	22
Justificación.....	23
Objetivos	26
Objetivo General	26
Objetivos Específicos.....	26
Marco de Referencia.....	27
Estado de Arte o Antecedentes.....	27
Marco Teórico	33
Formulación de Estrategia o Administración Estratégica	33
Diagnóstico Empresarial o Sectorial	35
Marketing Territorial	36
Teoría de la Planeación Estratégica	37
Teoría Neoclásica del Comercio Internacional.....	37
Ventaja Comparativa.....	37
Ventaja Competitiva	38
Teoría de las Organizaciones	40
Marco Conceptual.....	41
Actividad del Turismo	41
Competitividad Turística.....	41

Teoría de la Competitividad Turística	41
Turismo Rural	42
Turismo Ecológico o Ecoturismo	42
Turismo Urbano	43
Turismo Cultural.....	43
Turismo Sol y Playa	44
Turismo Deportivo	44
Turismo Convenciones.....	45
Turismo De Salud.....	45
Aventurismo.....	46
Biodiversidad	46
Biocomercio.....	46
Ecoturismo	46
Inteligencia de Mercados	47
Mercado Objetivo.....	47
Mercado Meta.....	47
Mercado Potencial.....	47
Ornitología	47
Metodología	48
Tipo de Investigación	48
Enfoque de la Investigación.....	48
Población y Muestra.....	49
Instrumentos y Recolección.....	51

Resultados	53
Diagnóstico Turístico Durante el Periodo 2015 al 2020 en las Veredas la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro Poblado el Rosario	53
Vereda la Ilusión	54
Puerto Quinchana	76
Resultados Estadísticos	79
Centro Poblado El Rosario	96
Atractivos turísticos de la zona	107
Camino de los gigantes	110
Cascada lluvia de cristales	110
Infraestructura turística	110
Formulación de Estrategias para el Desarrollo Turístico de las Veredas la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro Poblado el Rosario del Sur del Departamento del Huila	116
Selección de las Estrategias para Dinamizar el Turismo en las Veredas La Ilusión, Puerto Quinchana y Centro Poblado el Rosario del sur del departamento del Huila.	120
Diseño del plan de mejoramiento	126
Conclusiones	135
Recomendaciones	137
Referencias Bibliográficas	138
Apéndices	140
Apéndices A	140
Apéndices B	144
Apéndice C	146

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Bondades turísticas</i>	56
Tabla 2 <i>Sitios de importancia en la región</i>	58
Tabla 3 <i>Accesibilidad de los sitios</i>	59
Tabla 4 <i>Formas de Accesibilidad de los sitios</i>	60
Tabla 5 <i>Guianza turística</i>	62
Tabla 6 <i>Personas de la comunidad que ofertan la guía</i>	63
Tabla 7 <i>Número de personas de la comunidad que ofrecen los servicios turísticos</i>	65
Tabla 8 <i>Tipo de turismo ofertado en la Vereda</i>	66
Tabla 9 <i>Precios de la oferta turística</i>	67
Tabla 10 <i>Turistas que han visitado la zona</i>	68
Tabla 11 <i>Estrategias de promoción.</i>	69
Tabla 12 <i>Gastronomía</i>	71
Tabla 13 <i>Número de restaurantes en la región</i>	72
Tabla 14 <i>Hospedaje en la región</i>	73
Tabla 15 <i>Bondades turísticas</i>	79
Tabla 16 <i>Sitios de importancia en la región</i>	80
Tabla 17 <i>Accesibilidad de los sitios</i>	81
Tabla 18 <i>Formas de accesibilidad de los sitios</i>	83
Tabla 19 <i>Guianza turística</i>	84
Tabla 20 <i>Personas de la comunidad que ofertan la guianza</i>	85
Tabla 21 <i>Número de personas de la comunidad que ofertan la guía</i>	86

Tabla 22 <i>Tipo de turismo ofertado en la vereda</i>	87
Tabla 23 <i>Precios de la oferta turística</i>	88
Tabla 24 <i>Turistas que han visitado la zona</i>	89
Tabla 25 <i>Estrategias de promoción</i>	90
Tabla 26 <i>Gastronomía</i>	91
Tabla 27 <i>Número de restaurantes en la región</i>	92
Tabla 28 <i>Hospedaje en la región</i>	93
Tabla 29 <i>Bondades turísticas centro poblado el Rosario</i>	97
Tabla 30 <i>Sitios de importancia en la región</i>	98
Tabla 31 <i>Accesibilidad de los sitios</i>	100
Tabla 32 <i>Formas de accesibilidad de los sitios</i>	101
Tabla 33 <i>Guianza turística</i>	103
Tabla 34 <i>Personas de la comunidad que ofertan la guía</i>	104
Tabla 35 <i>Matriz DOFA Veredas Ilusión, Quinchana y Rosario</i>	117
Tabla 36 <i>Matriz de Evaluación de Factores Internos - MEFI</i>	121
Tabla 37 <i>Matriz de Evaluación de Factores Externos - MEFE</i>	123
Tabla 38 <i>Plan de Mejoramiento Sector Turístico Zona Sur 2023 – 2025</i> ...-	127

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Ventaja competitiva</i>	34
Figura 2 <i>Gestión de empresa con visión estratégica</i>	36
Figura 3 <i>Grupos familiares y/o asociativos dedicados a la prestación de servicios de turismo</i> ..	47
Figura 4 <i>Vereda la Ilusión – San Adolfo – Acevedo, Huila</i>	55
Figura 5 <i>Bondades turísticas</i>	53
Figura 6 <i>Sitios de importancia en la región</i>	54
Figura 7 <i>Accesibilidad de los sitios</i>	55
Figura 8 <i>Formas de accesibilidad de los sitios</i>	56
Figura 9 <i>Guianza Turística</i>	62
Figura 10 <i>Personas de la comunidad que ofertan la guianza turística</i>	64
Figura 11 <i>Número de personas de la comunidad que ofrecen los servicios turísticos</i>	65
Figura 12 <i>Tipo de turismo ofertado en la vereda</i>	66
Figura 13 <i>Precios de la oferta turística</i>	67
Figura 14 <i>Turistas que han visitado la zona</i>	68
Figura 15 <i>Estrategias de promoción</i>	70
Figura 16 <i>Gastronomía</i>	71
Figura 17 <i>Número de restaurantes en la región</i>	72
Figura 18 <i>Hospedaje en la región</i>	73
Figura 19 <i>Vereda la Ilusión - Análisis DOFA</i>	75
Figura 20 <i>Recorrido a Puerto Quinchana</i>	76
Figura 21 <i>Entrada a Puerto Quinchana</i>	76
Figura 22 <i>Colorido y arte en sus viviendas</i>	77

Figura 23 <i>Arqueología del lugar - tumbas</i>	78
Figura 24 <i>Bondades turísticas</i>	79
Figura 25 <i>Sitios de importancia en la región</i>	80
Figura 26 <i>Accesibilidad de los sitios</i>	82
Figura 27 <i>Formas de accesibilidad de los sitios</i>	83
Figura 28 <i>Guianza turística</i>	84
Figura 29 <i>Personas de la comunidad que ofertan la guianza</i>	85
Figura 30 <i>Número de personas de la comunidad que ofertan la guía</i>	86
Figura 31 <i>Tipo de turismo ofertado en la vereda Puerto Quinchana</i>	87
Figura 32 <i>Precios de la oferta turística</i>	88
Figura 33 <i>Turistas que han visitado la zona</i>	89
Figura 34 <i>Estrategias de promoción</i>	90
Figura 35 <i>Gastronomía</i>	91
Figura 36 <i>Número de restaurantes en la región</i>	92
Figura 37 <i>Georreferenciación de la zona</i>	94
Figura 38 <i>Hospedaje en la región</i>	84
Figura 39 <i>Cementerio a la maternidad y ornitología</i>	95
Figura 40 <i>Panorámica del Centro poblado el Rosario</i>	98
Figura 41 <i>Bondades turísticas Centro poblado el Rosario</i>	97
Figura 42 <i>Sitios de importancia en la región</i>	99
Figura 43 <i>Accesibilidad de los sitios</i>	100
Figura 44 <i>Formas de accesibilidad de los sitios</i>	101
Figura 45 <i>Guianza turística</i>	103

Figura 46 <i>Personas de la comunidad que ofertan la guía.....</i>	104
Figura 47 <i>Georreferenciación centro poblado el Rosario.....</i>	105
Figura 48 <i>Atractivos turísticos de la zona sur del Huila.....</i>	108
Figura 49 <i>Cabañas de hospedaje en el sector los Robles.....</i>	111
Figura 50 <i>Restaurante.....</i>	111
Figura 51 <i>Medidas adoptadas por Emergencia sanitaria.....</i>	112
Figura 52 <i>Ruta o circuito camino de los Gigantes.....</i>	113
Figura 53 <i>Ruta para el sendero Lluvia de Cristales.....</i>	114
Figura 54 <i>Ruta por el sendero de Colores.....</i>	115
Figura 55 <i>Ruta Sendero Roble Negro.....</i>	115
Figura 56 <i>Matriz DOFA Veredas Ilusión, Quinchana y Rosario.....</i>	117

Lista de Apéndices

Apéndices A <i>Encuesta Dirigidas a Empresarios Promotores de Turismo de las Veredas</i>	111
Apéndices B <i>Fotografías de Pobladores de la Región</i>	114
Apéndices C <i>Ficha de Caracterización</i>	116

Introducción

El presente trabajo está compuesto por cuatro capítulos, una propuesta y la respuesta a los objetivos específicos que se muestran como resultados encontrados y que se abordan de manera interesante, los desafíos que enfrenta el turismo del departamento del Huila, y la forma como pretende alcanzar el mejoramiento continuo a través de procesos de calidad de las empresas prestadoras del servicio, por lo tanto, es muy importante proyectar la imagen desde los diversos escenarios turísticos y que se orientan bajo el modelo de direccionamiento estratégico, el cual permite construir información que conllevará a niveles de competitividad de la misma, que por el cual presentarían efectivamente la imagen que donde proyecta ante sus públicos, a lo largo del proceso de construcción de estrategias, se realizó una breve descripción detallada de cada una de los direccionamientos estratégicos que a juicio de las autoras configura las causas del problema planteado.

De igual forma, se analizó cada una de las variables relacionadas con el turismo en el departamento de Huila, de tal manera que, fomenten el desarrollo de las estrategias formuladas a través del diseño de matrices inmersas en modelos de direccionamiento estratégico, óptimo para el crecimiento de las organizaciones. Se planteó como instrumento de aplicación una encuesta que relaciona las diversas variables de estudio y que muestra como resultado el estado en el cual se encuentra y para lo cual se pueden mejorar en diversos factores. Con las respuestas a cada una de las preguntas, se pudo deducir y describir la manera como vienen funcionando factores como guianza turística, hotelería, restaurante, sitios de exaltación, entre otros.

Planteamiento del Problema

Descripción del Problema

Existe diversidad de problemas que a nivel social, económico y ambiental vienen afectando el sector turístico del departamento, aunque comparativamente frente a otros departamentos, el Huila presenta una de las menores tasas de deforestación del país con un 0.1% de las 12.417 hectáreas de bosque taladas al interior de parques naturales a nivel nacional, tal como lo establece el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales–IDEAM, en su informe de Resultados de Monitoreo de Deforestación de 2017, el problema sí está latente en el ámbito regional, en el caso del Plan Nacional de Restauración ecológica – PNR - Corredor Biológico Guacharos-Puracé, es la región que mayor pérdida de bosque dentro del territorio opita.

La causa, según lo informa el Plan de Gestión Ambiental Regional 2011-2023 de la CAM, continúa siendo la ampliación de la frontera agropecuaria para la implementación de cultivos de clima frío, café y pastos para ganadería y la comercialización de madera, así como el uso indebido de los recursos naturales, representados en prácticas extractivistas como la minería ilegal de oro y mármol y en el caso de las fuentes hídricas, localizadas en la zona: la minería de material de arrastre.

Por otro lado, las zonas donde están localizadas las tres asociaciones ambientales, han sido víctima directa de la violencia que ha azotado el país en las últimas décadas, especialmente entre las décadas de los 90 al 2010, debido a la presencia de personal al margen de la ley y la proliferación de cultivos ilícitos, tal como lo describen las personas entrevistadas en la presente investigación.

Sin embargo, la alta vocación en términos ambientales y de ecoturismo que presentan las zonas objeto de estudio: vereda La Ilusión (Colombovivo), vereda Puerto Quinchana (Respira Macizo) y centro poblado El Rosario (Huellas del Macizo), la cual contiene ecosistema de bosque andino, alto andino, sub-páramo y páramo, riqueza en fuentes hídricas que cubre a 150.000 personas y biodiversidad en flora y fauna, con especies amenazadas como la danta de montaña (*Tapirus pinchaque*), el oso de anteojos (*Tremarctos ornatus*), el águila real de montaña (*Spizaetus isidori*) y el roble negro (*Colombobalanus excelsa*), tan sólo por citar algunos casos, y en donde el acceso a estos sitios es difícil para algunas áreas, por lo que las guías turísticas realizan una serie de recomendaciones en cuanto a la dificultad del lugar, el tipo de ropa apropiada para emprender el recorrido, así como el calzado adecuado, dado que se presentan sitios de sendero empalancado, con alta humedad que se tornan resbaladizos (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2020).

El acceso desde Bogotá, inicia tomando un bus hasta Pitalito, todo en vía pavimentada, y se recomienda viajar de noche por la distancia, pues el recorrido es de aproximadamente 8 horas, a las que le siguen un par de horas más con destino hasta el municipio de Palestina, y de ahí se toma un vehículo hasta la vereda “la Mesura” en donde se alquilan caballos para el traslado del equipaje, con un moderado grado de dificultad.

Es importante que se realice el registro en la oficina de Parques Nacionales, con algunas precauciones, precisamente por la altura, por lo que se requiere de contar con un buen estado físico para poder soportar los problemas que se presentan en el camino y que en algunos casos el clima muestra un alto grado de humedad de hasta el 85% y una altura sobre el nivel del mar de 1630 msnm, con un paisaje exuberante con presencia de quebradas como la Cascajosa y el Río Suaza.

En la actualidad se recibe apoyo gubernamental por parte de la Oficina de Parques Nacionales Naturales de Colombia, las Alcaldías de Palestina, Acevedo, Suaza, Guadalupe, Pitalito y demás, las cuales se encargan de realizar publicidad esporádica, pero con alta incidencia en la información que se publica sobre los diversos sitios que muestran la biodiversidad de la región y el alto encanto que se está promulgando a nivel local, regional y nacional; por esta razón, en la actualidad la llegada de turistas a la región está tomando impulso, gracias a la alta labor desempeñada por la Oficina de Parques Nacionales Naturales de Colombia que con su guía muestra la riqueza natural de la región y describe de forma clara y minuciosa.

Por lo que se hizo necesario realizar una investigación que conlleve a la elaboración de un diagnóstico de dichas organizaciones comunitarias, que permita diseñar estrategias de desarrollo y así evaluar sus capacidades de desarrollo ecoturístico en lo social, económico y ambiental; y a su vez, conocer cómo estas comunidades han logrado recuperar los lugares que por años fueron dominio de grupos al margen de la ley, las cuales han impedido el florecimiento de negocios que permitan albergar a diversidad de turistas que se apasionan por el ecoturismo, evidenciándose en cada uno de los renglones, problemáticas relacionadas con la capacidad instalada, capacitación de recurso humano, segunda lengua en el personal de planta de las empresas, orientación y calidad en los procesos y todo un sin número de factores que conllevaron al fracaso de grandes ideas construidas alrededor de cada apuesta productiva y que para el caso del turismo, se contaba con escenarios de agua como el Embalse de Betania en Yaguará, a la que se unió el Quimbo (Hobo), el corredor ecológico del sur que cubre departamentos como Palestina, San Agustín, Acevedo, Suaza entre otros y que cuentan con atractivos turísticos de amplio reconocimiento a nivel internacional, con aportes de otros renglones como el artesanal, la arqueología, aspectos religiosos que van desde la estructura colonial de sus iglesias, templos,

aspectos históricos (Timaná – Cacique la Gaitana) entre otros, pero, que aun hace falta por difundir.

Pregunta de Investigación

Con los anteriores referentes, la pregunta que bordea el desarrollo del presente trabajo es la siguiente. ¿Cuáles son las estrategias que permitan dinamizar el turismo en las veredas de la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro poblado de El Rosario?

Justificación

El presente trabajo se desarrolla teniendo en cuenta que el turismo de sol y playa ya no es el tipo de turismo más fuerte de la industria, sino más bien, los intereses se han diversificado hacia una amplia gama de posibilidades asociadas al llamado “turismo de intereses especiales” (TIE), el cual “se caracteriza por presentar un valor agregado centrado en la autenticidad de la oferta, no ser masivo y mantener un fuerte componente de sustentabilidad ambiental y sociocultural (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio -CNCA, 2011 - 2016)”.

El turista busca vivir experiencias significativas, ligadas profundamente a la autenticidad de los territorios que visita, por lo tanto, las transformaciones pasan de turismo pasivo al activo, del espectador al partícipe y el departamento del Huila como región ofrece diversidad de paisajes que maravillan y atrapan con su encanto a propios y visitantes, con paisajes en diversidad de tonalidades que van desde el verde de las montañas, hasta las amarillas arenas del Desierto de la Tatacoa, las caudalosas aguas del río Magdalena y un sin número de fuentes hidrográficas que bañan toda una región rica en biodiversidad, cultura y folclor.

En este orden de ideas, cada uno de los 37 municipios del Huila, aporta a la dinámica productiva regional toda una gama de oportunidades que despliega en la Agenda Turística del Departamento las prospectivas para competir a futuro en la diversidad de mercados turísticos, que incluye naturaleza, ecoturismo, turismo cultural, rural, comunitario, de aventura, entre otros y para los cuales el inventario se viene planificando.

Este trabajo tiene alta relevancia para las asociaciones, porque genera impulso a la labor desarrollada por la comunidad, creando nuevas fuentes de empleo en diversos aspectos como el gastronómico, guianza, transporte, servicios generales, entre otros, facilitando el posicionamiento en el mercado turístico del Huila y de Colombia.

De esta forma, se estará a la par con las estrategias tecnológicas y de mercado, confirmándose así la relevancia que se puede alcanzar con las redes sociales y que desde el año 2014, según datos oficiales de la Organización Mundial del Turismo, el records se dio en 1133 millones frente a todos los reportes de años anteriores, lo que indicó que el crecimiento fue progresivo, superándose a largo plazo más del 3.3% anual (Organización Mundial del Turismo, 2016, p38).

De la misma manera, el presente trabajo se encuentra inscrita en la línea de investigación de proyectos orientados a la búsqueda de soluciones para el sector turístico, siendo una oportunidad formativa destacable, que, como estudiantes permite desarrollar competencias investigativas, en uno de los renglones seleccionados por el gobierno como pilar fundamental de desarrollo productivo para el departamento, tal como se ha venido demostrando en los diversos planes y programas formulados por instituciones que en asocio con la Gobernación del Huila, Cámara de Comercio del Huila, Secretaría de Desarrollo departamental e instituciones de educación superior.

En este escenario, se puede destacar trabajos con características propias de estudiantes visionarios, acordes a la formación del perfil profesional para el cual se educa y que posicionan en un lugar destacado la imagen de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, del programa de Maestría de Administración de las organizaciones, de sus directivos y del personal docente que busca en los estudiantes, la mejor proyección, máxime cuando se trata del campo internacional, por lo que cientos de turistas ven con buenos ojos los escenarios turísticos para el disfrute de experiencias significativas del ecoturismo, diferentes a las ofertadas tradicionalmente por países y departamentos que cuentan con playa y mar.

Por esta razón, el departamento del Huila, desde la publicación de la Agenda Interna de productividad y de la competitividad (2010), en donde se priorizan las apuestas productivas (Agroindustria, turismo, piscicultura, minería, energía), ubica al turismo como el segundo renglón en importancia para la región, destacándose aspectos de inversión, estrategias de ventas, emprendimiento, tecnología, entre otros, pero, las debilidades y dificultades para la puesta en marcha de planes (9), programas (22) y proyectos de inversión (61) (Gobernación del Departamento del Huila y Cámara de Comercio Neiva, 2015, p. 17) hicieron imposible su completo desarrollo, dejando a media marcha iniciativas de alta inversión.

Con estos antecedentes, el gobierno regional inició el impulso por separado de cada una de las apuestas, con el fin de generar mayor desarrollo e iniciativa por sectores, y en asocio con instituciones como la Cámara de Comercio de Neiva y la Universidad Sur colombiana se diseñó el Plan Regional de Competitividad del Huila, que posteriormente, dio lugar a la Comisión Regional de la productividad y competitividad del Huila con aportes para la divulgación de los diversos escenarios regionales (Comisión Regional de productividad y Competitividad del Huila, 2011).

Objetivos

Objetivo General

Diseñar estrategias que dinamicen el turismo de las veredas la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro poblado El Rosario, del sur del departamento del Huila.

Objetivos Específicos

Diagnosticar el comportamiento del sector turístico de las veredas la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro poblado El Rosario, del sur del departamento del Huila durante el periodo 2015 al 2020.

Formular estrategias para el desarrollo turístico de las veredas la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro poblado El Rosario, del sur del departamento del Huila.

Seleccionar las estrategias a implementar para el análisis estratégico del sector turístico en las veredas la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro Poblado el Rosario del sur del departamento del Huila.

Diseñar el plan de mejoramiento que permita a las organizaciones ubicadas en las Veredas la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro Poblado el Rosario del sur del Huila, visualizar y establecer estrategias de crecimiento para alcanzar mayor posicionamiento en el mercado del turismo.

Marco de Referencia

Estado de Arte o Antecedentes

El turismo es uno de los sectores que más ha venido dinamizando las economías del mundo (Ministerio de comunicaciones y tecnologías de la información de Colombia, 2018), por lo tanto, los cambios se establecen desde la visión y el comportamiento del ser humano en el entorno natural y sociológico, alcanzando lugares de posicionamiento en la economía colombiana que más genera divisas, fuentes de empleo, empresarismo y demás factores asociados a esta actividad.

Unido al desarrollo de este sector, se incorporan otros elementos de alta favorabilidad, los medios tecnológicos y las aplicaciones móviles en el desarrollo empresarial, que han permitido que las unidades productivas salgan al mercado en forma escalonada, presentándose como una alternativa de solución a diversos problemas de potencialización y consolidación de negocios, y que de acuerdo a la modalidad “emprendimiento y fortalecimiento de empresas” permite incursionar con actividades propias para el sector, dado que contribuirá a la presencia online de los negocios del sector turismo, que para el año 2018, generaron más de 17 mil millones de pesos en ventas y cerca de 557 mil clientes (Brida; Pereyra; Such & Aguirre, 2008, p. 39), mostrándose como un alto potencializador que atrapa un prometedor flujo de turistas.

En lo que respecta al turismo natural, así como lo demuestran departamentos como El Amazonas, Quindío, este último fue ganando posiciones y hoy en día es reconocido por ofrecer al mundo sitios como el Parque del Café, el Jardín Botánico, Panaca, Cascadas del Rio Verde, el mariposario que se asocian a actividades de aventura, diversión y recreación en familia, en un entorno de naturaleza viva.

Ahora bien, desde el referente internacional, la zona del sur del Huila, donde se encuentra el Parque Regional Natural Corredor Biológico Guácharos - Puracé, es una de las más ricas en recursos naturales que tiene el país. Su importante aporte ambiental, concentra grandes extensiones de bosque, como el área de la cuenca hidrográfica del río Guarapas, que cuenta con un el reconocimiento internacional al integrar la Reserva de la Biosfera Cinturón Andino, declarado por la UNESCO en 1979, constituye, además, uno de los sitios prioritarios para la conservación de la biodiversidad global de la Ecoregión de los Andes del Norte, de acuerdo con la World Wildlife Fund WWF (en español: Fondo Mundial para la Naturaleza) y es considerada uno de los veinticinco *hot spot* (anglicismo y término empleado para designar un área del territorio con grandes concentraciones de biodiversidad) a nivel mundial, según la organización Conservación Internacional Colombia (CAM, 2009, on line).

En el ámbito internacional se encontró, en España, un estudio Limitaciones del turismo rural comunitario como instrumento de cooperación internacional. El concepto de vocación social del territorio de J. Gascón (s/f), en el cual se desarrolla una propuesta de turismo rural comunitario entendido como un tipo de turismo pequeño, que se establece en las zonas rurales y en el que la población local se organiza en unidades de producción, ejerciendo un papel significativo y que hoy se observa como un modelo de desarrollo para los países del sur.

Estas ideas de desarrollo turístico surgieron a partir de las iniciativas comunitarias de los campesinos que decidieron unirse para recibir recursos por medio de una figura de cooperación internacional y que, en la actualidad, viene ganando terreno por la estrategia de impulso que se da a zonas escondidas que, por uno u otro motivo, se mantuvieron al margen de los ojos del mundo, por lo tanto, los aspectos rurales se asumen dentro del rol de capital primario para reinvertir beneficios y aportar a la construcción de escenarios de paz, para tratar con ello de dejar

de lado el empobrecimiento estructural, tanto de la población campesina como de aquella que se había quedado inmersa en la selva por ideales que ni ellos conocían.

Todos los modelos que se mostraron a través de la cooperación como consideración de la vocación social del territorio fueron señas de participación local en la toma de decisiones, de los cuales, el profesor Wenjun Li, de la Universidad de Pekín, impuso como modelo el ecoturismo, con el fin que la población participara activamente y asegurara beneficios de un trabajo mancomunado que piensa con ideales diferentes (Wenjun Li, 2004, on line).

De esa manera, se despertó un mercado moderno que, para muchos, era desconocido y que no requería mayores recursos a parte de conocer la región, la producción agraria, el inventario de fauna, flora y demás, para poder mostrarlo en combinación con aspectos culturales, lo que hace de esta forma de producción un nuevo estilo de vida.

En este contexto, se identificó el estudio “Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural” (Linares & Morales, 2014, p.6), cuyo objetivo se enmarca en explicar el desarrollo local y sus concepciones, la forma como se ha presentado la sostenibilidad y la aplicación de un modelo de sostenibilidad para mejorar la calidad de vida de las personas.

A partir de estas ideas, se involucra la sostenibilidad del sistema turístico y el comportamiento en las ciudades y/o regiones, por esta razón, se asume dentro del enfoque sistémico, para facilitar el desarrollo de problemáticas desde los aspectos turísticos, y que como bien se conoce desde este enfoque se toma la teoría de los sistemas para ubicarla en el centro y para este caso el turismo se toma como objeto de estudio (Arroyo; Gonzalez & Segrado, 2008, p.5) Las conclusiones de este estudio permiten entender la importancia que tiene el turismo para las regiones y más cuando a ella se vinculan elementos de desarrollo y crecimiento para los

pobladores, porque de esa forma se puede convertir en una actividad dinámica y productiva que genera múltiples beneficios económicos, sociales.

Durante la revisión bibliográfica, se destaca la tesis doctoral de Huertas Cardozo, *Turismo rural comunitario como una propuesta metodológica de innovación social para comunidades en conflicto: caso Montes de María, Colombia* (Huertas, 2015, p. 28) cuyo objetivo es diseñar una propuesta de desarrollo turístico sustentada en su riqueza natural y cultural para la Región de Montes de María, en la que se involucra a la comunidad; para lo cual se analizan otros casos colombianos que ponen en evidencia la capacidad de realizar prácticas turísticas como detonantes de generación de capacidades y en consecuencia mejores condiciones de espacios subdesarrollados.

Se hace énfasis principalmente en la forma como interactúan diversos factores que se establecen desde la política pública de turismo hasta la apuesta productiva turística que se está constituyendo como el común denominador de todos los planes regionales de competitividad, lo que indica que se convierte en un potencial de desarrollo para el turismo y de mejoramiento de calidad de vida para las personas que se involucran en este proceso, toda vez que se modifican y transforman espacios, como también estilos de vida, dado que se incluyen elementos como la educación, de la mano con la capacitación que fortalece y revitaliza costumbres, lo que conlleva a reconstruir espacios del pasado para llevarlos hacia el futuro en una oferta de productos que van acordes a la riqueza natural de la región.

La metodología utilizada para este estudio es similar a la propuesta para este trabajo de grado, dado que, de igual manera, se realiza un diagnóstico general de las regiones designadas para evaluación y, posteriormente, se realiza una interpretación de cada una de las zonas, en una

propuesta metodológica aplicada en la que el inventario natural representa el punto de referencia para iniciar el análisis.

La autora Huertas, aspirante al título de doctorado en Turismo, Derecho y Empresa de la Universidad de Girona, España, considera necesario realizar una estructuración de la temática a tratar en cuatro importantes unidades, las cuales subdivide en quince capítulos, con el fin de realizar mayor aproximación a la problemática planteada en la que muestra aspectos naturales y de innovación turística rural así como también elementos del patrimonio de la zona Montes de María, en un Museo Etno-arqueológico y Santuario de Fauna y Flora Los Colorados (2015, p. 168-169). Con estos antecedentes se hace necesario llevar a cabo un diagnóstico basados en la proyección estratégica, para el disfrute de las organizaciones comunitarias, la región, el departamento, los usuarios de los servicios de turismo, que permita, además, evaluar las capacidades de desarrollo ecoturístico desde lo social, económico y ambiental, toda vez que estas comunidades han logrado recuperar los lugares que por años fueron dominio de grupos al margen de la ley.

De esta forma, utilizan las experiencias para orientar proyectos que permitan tener bases sólidas para desarrollar actividades turísticas acordes a los procesos de sostenibilidad, así se convierten las ideas en actividades de amplia experiencia del turista como lo describe López y Soler (2014) citado por Zarate (2016, p.1) en artículo experiencia turística, el cual hace aportes importantes al turismo sostenible de las regiones, agrupándolos en elementos naturales, asignándoles un valor que representa la carga turística del lugar; en este aspecto se evalúa la capacidad de la carga física, la capacidad de carga real, el factor social, accesibilidad, la precipitación, la erosión del terreno entre otros.

En este estudio, además, se analizaron las condiciones del sendero Ecoparque “Las Monjas” en los que se explicaron otros aspectos como longitud del sendero, flujo de visitantes, tiempo de visita, horario de visitas, espacio para movilizarse entre otros. Las conclusiones que arrojó este estudio son aportes necesarios para el paisaje de la región, en los que se involucra fauna, flora, aunque se muestra un factor desfavorable para el disfrute de los turistas y es el hecho de constituirse en una propiedad privada.

Marco Teórico

El marco teórico es un compendio de teorías que bordean el desarrollo temático de este trabajo, por esta razón, se involucran teorías como planeación estratégica, marketing territorial, teoría de los sistemas que involucran diagnóstico empresarial y/o sectorial entre otros, es así como Briones, citado por Cerda (1998), lo describe como “la fundamentación teórica dentro de la cual se enmarcará la investigación que se va a realizar” (p.171), por lo que se entiende el andamiaje teórico y conceptual de todos y cada uno de los términos allí mencionados. Para tal fin, a continuación, se muestran algunas de las teorías que tienen relación con el presente proyecto de investigación:

Formulación de Estrategia o Administración Estratégica

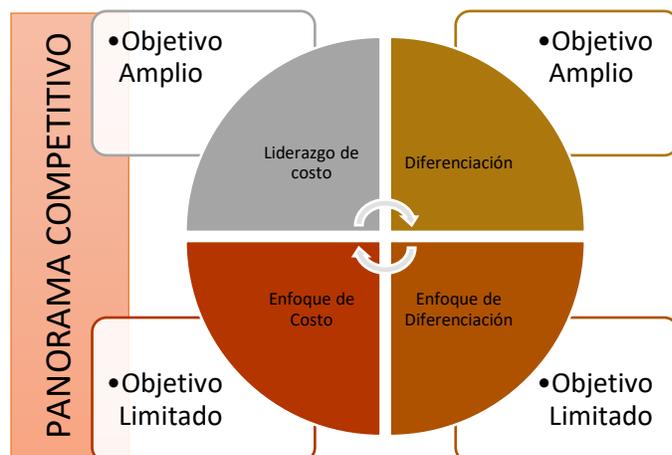
Diversos autores describen la administración estratégica como una de las teorías más importantes para las organizaciones, que se posiciona en el modelo de los neoclásicos a partir de cinco fases o etapas entre las cuales se nombra en primera instancia el planteamiento de los objetivos de la organización, el análisis desde los dos contextos (macro y micro), la formulación de alternativas estratégicas y la selección de una en particular y su consecuente realización de planes estratégicos, en donde la estrategia se incorpora en la dirección para hacer que las organizaciones tomen rumbos acordes a las épocas y puedan movilizarse en escenarios favorables a su productividad.

En el proceso evolutivo del concepto, diversos autores entre los que se cita a Sallenave (1991), Mintzberg (1999), Wheelen y Hunger (1999), Kaplan y Norton (2002); Hill (2006), Zapata (2004), definen la estrategia como las acciones que se pueden ubicar en diferentes modelos administrativos, en los que se resaltan ideas en común, pero, a la vez se destacan características que cambian con el tiempo, permitiendo la transformación de los procesos para

que las organizaciones sean cada vez más competitivas en la dinámica del sector donde se encuentren. “La estrategia competitiva es la posición relativa de la empresa dentro de su sector industrial; de esta forma, una empresa que se puede ubicar bien, puede obtener altas tasas de rendimiento, aunque la estructura del sector sea desfavorable y la utilidad promedio del mismo sea, por tanto, modesta” (Porter, 2005, p.29). La figura 1, que a continuación se muestra, describe los cuatro cuadrantes que relaciona el panorama competitivo con la ventaja competitiva de Porter, los cuales actúan de acuerdo al objetivo (sea este amplio o limitado)

Figura 1

Ventaja competitiva



Nota. Porter, 2005

Desde las ideas planteadas por Michael Porter, las estrategias se han venido adaptando a diversas áreas de la administración y para ello se citan constantemente, casos de modelos de estrategias de marketing, las cuales favorecen ampliamente el área de mercados, lo que permiten que gran parte de las empresas que utilizan este modelo, diseñen estrategias para comercializar o distribuir los productos en los segmentos de mercado, permitiendo que los directivos de las organizaciones se especialicen o contraten personal idóneo para formular e implementar

estrategias que vayan acordes con los objetivos de la organización, que a la vez se relacionan con las finanzas y por ende los costos.

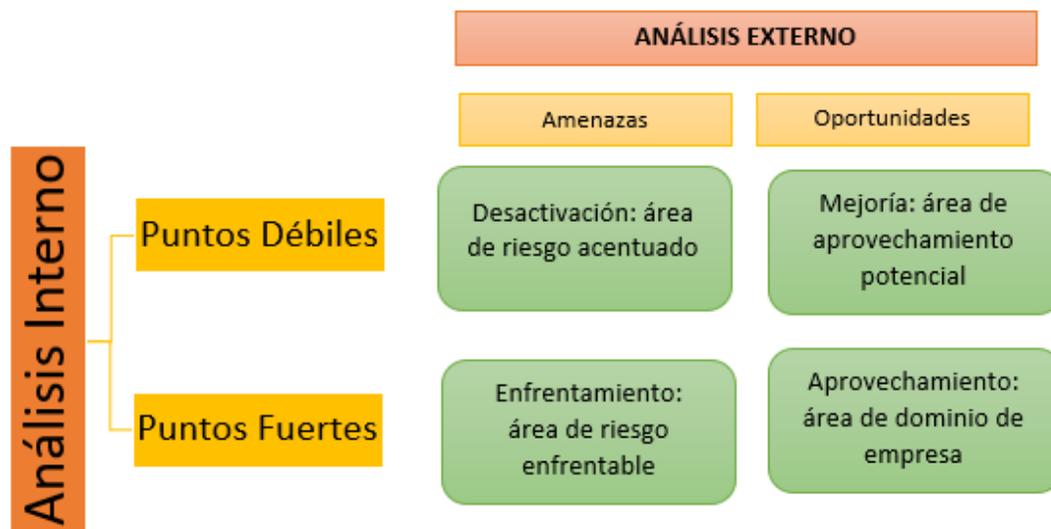
Diagnóstico Empresarial o Sectorial

La teoría del diagnóstico empresarial representa una forma de identificar el estado actual de la organización, partiendo de un análisis interno y posterior entrelace con los factores del entorno, para dar lugar a la creación de estrategias corporativas de crecimiento y que según Hax y Majluf (s/f) se pueden determinar las fortalezas y debilidades y las amenazas y oportunidades tal como se muestra en la figura 2 de gestión empresarial en una visión estratégica que se muestra en la siguiente página, para mostrar debilidades y fortalezas desde la parte interna y amenazas y oportunidades desde la parte externa, que al establecer la combinación de estos puntos, se pueda obtener provecho y alcanzar beneficios de tipo organizacional.

En el libro *Competing for the future* se define como “un conjunto integrado de habilidades y tecnologías que permite proveer un beneficio particular a los clientes y que, como producto de la acumulación del conocimiento, propicia el éxito competitivo de las empresas (García, 2003, p.40)

Figura 1

Gestión de empresa con visión estratégica



Nota. Majluf

Para el caso del presente proyecto, fue necesario realizar un diagnóstico al sector turismo en el departamento del Huila, haciendo énfasis a las tres regiones seleccionadas para el estudio y que se conocieron a través de los resultados de la encuesta, identificando en la matriz DOFA, los aspectos tanto internos como externos del turismo en la región.

Marketing Territorial

En esta teoría, las ciudades se describen con una marca, por lo que se crea la imagen de la región, área o zona de estudio. Es una teoría nueva dentro de la gran estrategia de marketing, utilizada para la promoción de la imagen de la ciudad y que para autores como Kavaratzis (2004) “la marca ciudad consiste principalmente en la adaptación del concepto de marca corporativa a la gestión de la imagen de la ciudad” citado en Alcances y Límites de la marca ciudad en la gestión de la imagen de la ciudad (Castillo, 2016, p.2), que al inicio de los estudios y tratar de vincularla a la teoría de la mercadotecnia, fue complicado, pero, la mejor adaptación la encontraron en la

“gestión urbana” en la que se compartieron elementos como la multiplicidad de actores y la intangibilidad, dado que se trata de servicios que ofrece la ciudad, zona o región a los diferentes mercados del turismo.

Teoría de la Planeación Estratégica

Bajo el análisis de la teoría de planeación estratégica, se pretende establecer como ha sido la dinámica de proyectos de desarrollo turístico, llevados a cabo en las regiones, teniendo en cuenta los antecedentes de conflicto que han desarrollado los territorios que hoy impulsan turísticamente la agenda de la competitividad. Además, mostrar cómo influye la resolución del problema en el corto, mediano y largo plazo, es necesaria, con el fin de determinar si es o no oportuna la generación de esta clase de proyectos en espacios de importancia ecológica, así como las condiciones de seguridad están dadas en la zona, durante la etapa de postconflicto por la que hoy atraviesa el país y en la que la comunidad y las instituciones se benefician.

Teoría Neoclásica del Comercio Internacional

Para el análisis de la ventaja competitiva, es interesante abordar la temática de la ventaja comparativa, dado que los postulados han aportado al crecimiento de las regiones, es decir se tienen los recursos, pero, deben explotarse de tal modo que entren en juego procesos de competitividad de tal forma que para el turismo, esas locaciones produzcan rentas de localización que puedan entrar a figurar en los listados de los destinos turísticos para el comercio internacional, acrecentando el flujo de turistas a zonas donde el ecoturismo es favorable y propicio para el sano esparcimiento y el aporte a la sociedad del conocimiento.

Ventaja Comparativa

Se muestra como un modelo de comercio, propuesto por David Ricardo (1960), para generar valor a la fuerza laboral, la cual fue modificada desde la teoría de los costos (Ohlin) y la

teoría de la dotación de los factores de la productividad. De esta manera, mientras que la ventaja comparativa muestra la diversidad y riqueza natural con la que cuentan regiones o veredas como La Ilusión, Chinchana y El Rosario en el sur del departamento del Huila, la ventaja competitiva los relaciona con la habilidad de los destinos turísticos para aprovechar eficientemente estos recursos y generar valor agregado, convirtiéndolos en zonas dinámicas y altamente productivas para la explotación del ecoturismo, acogiendo a su paso subsectores como la hotelería, la artesanía, entre otros.

Ventaja Competitiva

Para entender el concepto de competitividad en el sector turismo y relacionarlo con la teoría de la competitividad, es importante destacar aspectos sobresalientes que abordan la problemática que plantea la creación de factores necesarios para que en economías de escaso desarrollo como las tratadas en este trabajo aplicado y planteadas por Michael Porter (1990) resulten viables para entender el crecimiento de los sectores, aunque, al desarrollar esta teoría, el autor Porter, no tuvo intenciones de estudiar aspectos relacionados con factores internos de subdesarrollo, permiten analizar condicionantes y proponer estrategias positivas y favorables para la superación, de esta manera, se utilizó la teoría de la competitividad, para proporcionar fuerza en cada uno de los factores que intervienen y que según Porter (1990) se describe como: “la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad”. (p.56)

Como se describe en el referente anterior, Porter destaca el recurso humano como el capital que se tiene en torno al proceso productivo de una región, siendo éstas las razones por las cuales se aborda la teoría de la competitividad, a la que se asocian otras fuerzas como la

productividad, con el fin de hacerla consecuente con el nivel de vida individual y colectivo, puesto que de acuerdo con el autor, existe una relación de doble vía entre productividad y nivel de vida de la población (Suñol, 2006, p.25)

De esta forma, y una vez analizado el concepto de competitividad, es importante relacionarlo con el concepto de turismo, pues, parece claro que la conjunción de los agrupamientos territoriales, institucionales y empresariales y de sus respectivas ventajas competitivas, es lo que va a generar la competitividad conjunta o global de la zona turística; así, elementos del diamante de la competitividad como condiciones de factores, estructura de la industria, condiciones de demanda, industrias afines y de apoyo, se pueden adicionar al análisis de la teoría de la competitividad en los aspectos geográficos, con el fin de generar importancia a las agremiaciones u organizaciones de turismo o ecoturismo como se viene mencionando para el desarrollo de esta trabajo.

Aunque las definiciones sobre competitividad son muy variadas y más aún las formas o métodos de su medición, se cree que se puede convenir en que la competitividad turística es la capacidad de los agentes que intervienen en la actividad turística de un país, de una región o de una zona para alcanzar sus objetivos por encima de la media del sector, de manera sostenible y sostenida; lo cual puede alcanzarse mediante la consecución de rentabilidades financieras por encima de la media en los ámbitos empresariales y de rentabilidades sociales y ambientales como consecuencia de la actuación de organismos e instituciones públicas, así como consiguiendo la máxima satisfacción para los turistas. Porque, en definitiva, la finalidad de la competitividad será el mejor cumplimiento de las expectativas de todos los agentes que participan en la actividad turística: empresas, población, residente, administración y turistas, en un entorno territorial sostenible.

Y esa competitividad consta de un conjunto de elementos o factores básicos. Los primeros responden a las condiciones generales de funcionamiento, en los ámbitos social, económico y cultura, del país donde se encuentran la zona turística, así como desde las perspectivas micro y macroeconómicas. Los segundos son aquellos sobre los que se puede actuar desde dentro de las zonas turísticas. Se parte entonces, del grupo de empresas o unidades productivas para formar una zona turística, considerando como tal una red de agrupamientos o clúster empresariales, instituciones o territoriales. Mientras más estrecha esté la malla, más competitiva será la zona turística y así mismo el turista se sentirá más seguro. (Organización Mundial del Turismo, 2015).

Teoría de las Organizaciones

En la actualidad, existen diversas teorías que abarcan las concepciones sobre el turismo y la manera en que este puede desarrollarse para crear estrategias de tipo económico y de supervivencia, llevadas a cabo desde mucho tiempo atrás y que hoy en día siguen vigentes al momento de realizar investigaciones. En este contexto se incluye la teoría organizacional, la cual estudia las estructuras organizacionales y su diseño, por lo tanto, esta teoría se encarga de comparar todas las corrientes que se relacionan con la administración y en la que se explica la naturaleza, la tipología, las estructuras organizacionales, los procesos y funciones de las entidades. La dinámica con la que actúan las estructuras, nos obliga a formar procesos más complejos que son utilizados en otros tiempos, por lo tanto, deben desarrollar actividades con mayor efectividad para alcanzar los objetivos.

Marco Conceptual

Actividad del Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos (OMT. on line). El turismo se ha convertido en un producto altamente rentable, esto es una gran ventaja para Colombia, pues como país en vía de desarrollo puede aprovechar sus ventajas geográficas y paisajísticas y la gran acogida y crecimiento que ha tenido en turismo para impulsar su economía.

Competitividad Turística

Conjunto de elementos o factores básicos que se describirán más adelante en las que puede apreciarse que hay dos grandes bloques de factores determinantes de la competitividad: externos e internos a las zonas turísticas. Los primeros responden a las condiciones generales de funcionamiento, en los ámbitos social, económico y cultura, del país donde se encuentran la zona turística, así como desde las perspectivas micro y macroeconómicas. Los segundos son aquellos sobre los que se puede actuar desde dentro de las zonas turísticas.

Teoría de la Competitividad Turística

La teoría de la competitividad, para proporcionar fuerza en cada uno de los factores que intervienen y que según Porter (1990) se describe como: “la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad” (p.56).

Turismo Rural

En esta clase de turismo, viene abriendo un espacio propio dentro de las tipologías turísticas, porque el turista ciudadano quiere compartir experiencias en las diversas actividades de las fincas dedicadas a cultivos o a la producción animal, los cuales llaman la atención y atraen a turistas de toda edad, especialmente, a los niños que disfrutan de compartir con los animales y las plantas, encontrando en ellos diversión. Autores como Boullón (2008) establecen diferencias entre el turismo rural y el ecoturismo, resaltando en el agroturismo la participación, pero en determinadas actividades de producción agrícola, porque como bien se conoce el carácter agrícola tiene una especificación que está estrechamente relacionada con el sector agrícola.

Turismo Ecológico o Ecoturismo

Existe un sin número de definiciones en torno al turismo ecológico o ecoturismo. Aunque diversos autores lo definen en el contexto ecológico, aún no se ha definido suficientemente en lo teórico, puesto que en la práctica ya se ha clasificado en una tipología que mezcla turismo de aventura y cultural.

De acuerdo con Budwosky (2002) se argumenta que hay una inserción de eco, pero a la vez complica la terminología, puesto que da la sensación que se exagera cuando se hace mención a las prácticas ecológicas comúnmente utilizadas. Lo anterior, ha permitido que este concepto se utilice y permita la proliferación de espacios geográficos y en algunos casos sin ninguna preparación hacen adaptaciones impropias por asemejar conceptos como está sucediendo en algunos municipios del departamento del Huila.

Autores como Montijn y Carré (2005) definen el término como “turismo responsable y sostenible que se caracteriza por un alto componente educativo, por minimizar los efectos en el entorno natural y cultural y por generar beneficios económicos para las comunidades locales”.

Que, si se compara esta definición con los aspectos analizados en los municipios marco de este estudio, eso es lo que está sucediendo, especialmente porque aún no ha llegado las capacitaciones y formación para las comunidades y se ha convertido en un monopolio de alta producción para cierto grupo de personas que explotan toda clase de recursos.

Turismo Urbano

Para el caso de turismo urbano, autores como Barrera (2006), definen esta clase de turismo como aquel que tiene un componente y es la interacción del turista dentro de la ciudad, a través de la cual le es posible aprender de los beneficios y la importancia cultural que representa cada uno de los sitios en determinada región o ciudad. De ahí precisamente, es que muchas de las ciudades se han dado a la tarea de fomentar turísticamente las capitales, para que haya dinámica productiva por parte del gobierno y no se deje de lado la ciudad, que la población receptora fomente desde la historia, la política, lo social a la región, de ahí que el marketing territorial empiece a generar fuerzas

Turismo Cultural

Se describe como una práctica cultural que resalta aspectos de la región, la identidad de la cultura, del patrimonio, el cual se fundamenta en la motivación del viajero de conocer y aprender todo lo relacionado con los sitios que visitan y de esa manera se convierte en un proceso cultural más enriquecedor, dado que involucra gastronomía, literatura, música, industrias creativas, cultura viva entre otros, dado que se presentan interacciones entre los campos de la cultura y el turismo.

De acuerdo con los informes de la UNESCO, el ser humano guarda un legado y se convierte en el principal protagonista de ese legado. (Morere, 2017, P. 5). De esta forma, el turismo cultural no es solo cultura e identidad, permite construir otros conceptos en su entorno

como lo es el turismo urbano que se ha llegado a confundir con un turismo metropolitano que muestra las grandes ciudades y su dinámica en la forma como se multiplica su producción cultural.

Turismo Sol y Playa

Esta tipología de turismo es muy apetecida por todas las personas, aunque existen diferencia, es favorable para la mayoría de las personas; por esta razón, presenta una tendencia creciente como lo describe García (2004) en los escritos de turismo que destaca un enriquecimiento cultural con un producto de favorabilidad a las vacaciones y es el turismo de sol y playa. De acuerdo con este autor, al turismo de sol y playa se adicionan turismo deportivo, turismo de diversión y de entretenimiento y de vacaciones, en zonas seleccionadas por la seguridad, el embellecimiento paisajístico y demás aspectos que satisfacen los volúmenes de turistas que año tras años dinamizan las economías del país.

Turismo Deportivo

De acuerdo con diversas actividades deportivas que se vienen presentando a nivel internacional, Colombia se ha posicionado como uno de los mejores países en materia deportiva y de biodiversidad turística; de tal forma que, se entremezclan factores para generar oferta turística y hacer un despliegue favorable a la promoción de turismo deportivo del país. Este segmento mueve millones de viajeros, y se ha convertido en una favorable estrategia para el mundo de la industria turística en Colombia. De ahí que constantemente se busque campeonatos, juegos panamericanos, mundiales en cualquier modalidad deportiva, y se apueste a ser una potencia en materia deportiva; en este sentido se tiene que acondicionar otros factores como capacidad hotelera, infraestructura de espacios deportivos y otros rubros de mayor impacto, con el fin de lanzar una oferta acorde a las características del evento deportivo.

Desde este referente se puede observar cómo estrategias de cualquier tipo de evento deportivos temáticos sostenibles como “movámonos por Colombia”, resulta un plan que incentiva y dinamiza las economías turísticas como lo está haciendo actualmente Rigoberto Urán con el arroz, promocionando sitios productores en una ruta de maravilla para los apasionados del ciclismo de ruta y de aventura. Ejemplos de esta clase de turismo se evidenciaron así: en el 2011 el campeonato de fútbol categoría sub20, en el año 2014 la media maratón de Bogotá con un récord de 44.000 participantes, y a nivel mundial se pudo visualizar un alta dinámica entorno a las clasificatorias para Katar. (Martinez , 2016, p. 19)

Turismo Convenciones

Representan las verdaderas razones para poder desplazarse a otro lugar para un determinado tipo de negocio o asistencia al reconocimiento de una marca. Desde este contexto Morere y Perelló (2013) lo definen como una concentración de grupos de interés en aspectos culturales, educativos o como eventos con un atractivo creado por el hombre, en la mayoría de los casos eventos de tipo cultural o como un atractivo histórico.

Se denomina turismo de eventos porque genera un amplio favorecimiento a la demanda turística que incluye turismo de convenciones y reuniones, por lo tanto, hay una amplia gama de factores que se vinculan y que fortalecen el desarrollo y crecimiento de los países y de las ciudades donde se asiste a competir o por asistencia de negocios como rueda de prensa, ferias por algún motivo, medio ambiente entre otros. (Carrizo y Vieira, 2009, p. 5)

Turismo De Salud

El turismo de salud es una modalidad que ha venido tomando fuerza en América Latina, tomando como referencia países como Tailandia e India que, considerados los países de mayor desarrollo en este ramo, aunque en Centro América países como Costa Rica y México tienen

amplio reconocimiento de sus políticas de servicios turísticos, involucrando hospitales acreditados. En este aspecto, Colombia busca superar las metas de mejoramiento turístico para aprovechar el turismo desde los departamentos de Santander, Antioquia en ciudades como Medellín, Cundinamarca en ciudades como Bogotá y Valle del Cauca en ciudades como Cali, que desde el año 2007 se empezó a gestionar programas de transformación productiva enfocados en proyectos de turismo en salud. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017)

Aventurismo

Es una actividad altamente especializada dentro del eco turismo por cuanto requiere del conocimiento previo del tema por parte del operador y el turista; para muchos es una afición la cual es más bien desarrollada como ocio y se basa en el arte de reconocer las distintas especies de aves por su plumaje o canto. (Fernandez Tabales, 2008)

Biodiversidad

Hace referencia a la diversidad biológica, a la variedad de formas de vida y de adaptaciones de los organismos al ambiente que se encuentran en la biosfera. (Romero R, Cabrera M, & Ortíz P, 2015).

Biocomercio

Es el componente natural o factor decisivo para la comercialización de otro tipo de producto y se convierte en el elemento de competitividad para las empresas. (Fondo de Biocomercio, 2009)

Ecoturismo

Turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente.

Inteligencia de Mercados

Necesidad de las empresas de desarrollar el diseño de sus estrategias a partir de un conocimiento avanzado y profundo de las fuerzas del mercado.

Mercado Objetivo

Revela las oportunidades que en este aspecto tiene la firma pues debe decidir sobre: 1) cuantos segmentos cubrir, 2) como identificar los mejores segmentos.

Mercado Meta

Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica como destinatarios de la gestión del marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

Mercado Potencial

Conformados por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio un bien, están en condición de adquirirlo.

Ornitología

Es la actividad turística que consiste en desplazarse a destinos diferentes a los de nuestro entorno habitual motivados por la posibilidad de observar aves silvestres en su hábitat natural.

(Fernandez Tabales, 2008)

Metodología

Tipo de Investigación

El tipo de investigación mixto, representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como la integración y discusión conjunta para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández; Fernández & Baptista, 2017, p. 567), es decir, la manera de diseñar estrategias de direccionamiento para el sector ecoturístico del sur del Huila en las veredas La Ilusión, Chinchana y el Rosario.

Enfoque de la Investigación

El enfoque metodológico propuesto es el interpretativo, ya que permitirá, a través de un proceso de comprensión de sus realidades, reconocer las motivaciones y significaciones que dichas comunidades presentan en torno a la práctica del turismo, ecoturismo y demás modalidades del mismo en sus zonas, considerando que éstas operan en lugares con antecedentes de prestación de servicios de turismo, aun con antecedentes de conflicto armado en el sur del departamento del Huila. El enfoque interpretativo, también ayudará a determinar, a partir de la encuesta aplicada a miembros de las organizaciones de las diversas regiones, cómo ha sido su experiencia en procura de la recuperación las zonas con atractivo turístico y ecoturístico.

De acuerdo a la teoría de Serna (2020) la recolección de la información se llevó a cabo de la siguiente forma:

La recolección de la información se llevó a cabo a través de técnicas e instrumentos, así como fuentes primarias y secundarias tal como se describe a continuación:

Fuentes Primarias: las constituyen cada una de las encuestas aplicadas en las regiones de estudio para obtener la información necesaria.

Fuentes secundarias: se constituyen en fuentes secundarias las investigaciones, los estudios, revistas, periódicos entre otros.

Población y Muestra

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2015, p.174), la población se constituye en el grupo o conjunto de personas y/o casos que concuerdan con determinadas especificaciones, por lo tanto, para el presente trabajo la población la constituyen las personas que visitan los diversos sitios turísticos en el departamento del Huila y que según MinCIT (2019) en este año, al departamento lo visitaron 161.491 personas (Ministerio de Comercio, Industria y turismo, 2019).

En este punto del trabajo aplicado es importante destacar que la muestra reporta formulismos estadísticos con presencia de variables como margen de error, probabilidad de ocurrencia, de no ocurrencia, confiabilidad y variable estable evidenciada en la fórmula avalada para proyectos de investigación de mercados (Méndez, 2015):

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde n = muestra

N = población

Z = nivel de confiabilidad

P = probabilidad de ocurrencia

Q = Probabilidad de no ocurrencia

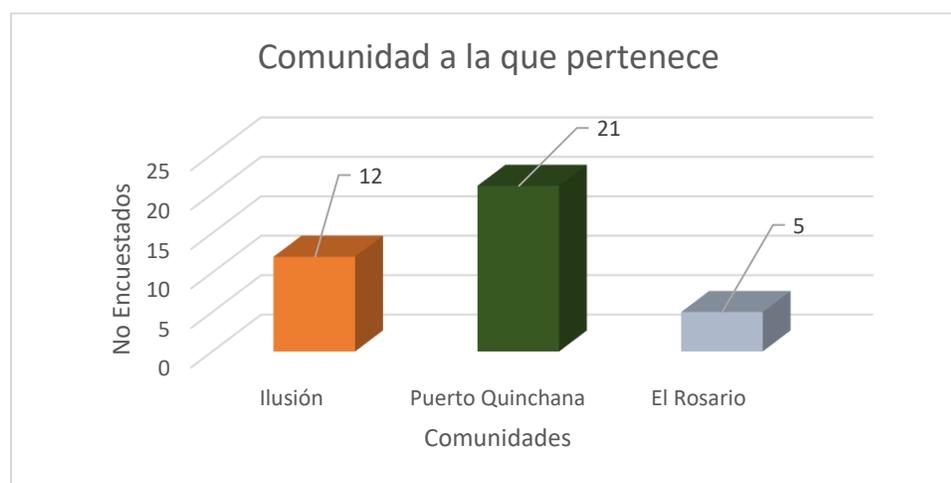
e= margen de error

1 = constante

Para la determinación de la muestra, se realiza de forma aleatoria simple, que según, Hernández, Fernández y Baptista (2015, p172) representa la selección de un subconjunto de datos de la población y que, de manera aleatoria, tienen las mismas posibilidades de ser seleccionados por las características que los representa. De esta manera, se eligió un grupo de personas representados por turistas, agentes prestadores de servicios, representantes del hotelería, a los que se aplicará un cuestionario de encuesta pertenecientes a cada una de las regiones que están tomando auge actualmente por un turismo que favorece la región sur del departamento del Huila y que está conformada por pequeños grupos prestadores de servicios de turismo y que mostraron su disponibilidad a responder a cada una de las preguntas que conforman el cuestionario de encuesta y cuyos resultados se describen a continuación, de acuerdo con la composición de los grupos distribuidos de la siguiente manera:

Figura 3

Grupos familiares y/o asociativos dedicados a la prestación de servicios de turismo



Nota. Elaboración propia

Como lo describe la gráfica 1, del 100% de los encuestados el 55% (21 representantes) pertenecen a la vereda Puerto Quinchana, seguido del 34% (12 representantes) que confirma su

residencia en la vereda la Ilusión y tan solo un 11% (5 representantes) corresponde a la vereda El Rosario, grupos recientemente conformados y están siendo apoyados por organismos como Cerca viva, Parques naturales, organización Mashiramo entre otros.

Teniendo en cuenta las condiciones de confinamiento social, debido a la pandemia declarada por la Organización Mundial de la salud, se optó por realizar la aplicación del instrumento en una prueba piloto de 38 personas representantes de cada una de las familias radicadas en las tres regiones de estudio, utilizando para ello un muestreo aleatorio simple, sobre una población finita (se conoce el número total de la población por el Censo poblacional, tal como se en el gráfico 1 descrito anteriormente.

Instrumentos y Recolección

En esta medida, se ha priorizado los instrumentos metodológicos como la encuesta, realizada en línea, el formato de sistematización de la revisión bibliográfica, levantamiento de información histórica en las unidades productivas que se encuentren asentadas en cada región, a través de la matriz DOFA y la encuesta con el fin de establecer una metodología acorde para el desarrollo de regiones turísticas sostenibles en espacios protegidos, tal como lo describe Vinazco (2016).

Se considera que, a través de estos instrumentos, se podrá conocer y valorar con exactitud las capacidades en términos ambientales, sociales, económicos, logísticos, organizacionales y de paz que presentan los territorios propuestos por las asociaciones como sitios con vocación turística y ecoturística.

Como resultado, cada uno de los instrumentos usados en la investigación en campo y en la revisión bibliográfica, y como se mencionó anteriormente, se diseñó una matriz DOFA, para cada una de las regiones que son analizadas, que permitan generar una tabla que caracterice cada

uno de los sitios turísticos del departamento del Huila (inventario ecoturismo), con una serie de recomendaciones hacia los grupos comunitarios, que favorezcan el desarrollo turístico sustentado en la riqueza natural y cultural de sus regiones; de la misma manera, permitirá evaluar qué tan importante resultan ser las iniciativas ecoturísticas en zonas con antecedentes de conflicto armado colombiano, y sí en realidad, estas prácticas apuntan a generar espacios de paz y participación entre las comunidades.

Resultados

Diagnóstico Turístico Durante el Periodo 2015 al 2020 en las Veredas la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro Poblado el Rosario.

El turismo en las zonas montañosas está evolucionando a pasos agigantados por lo exuberante del paisaje y la naturaleza en todo su esplendor. De acuerdo con lo establecido por la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena CAM, dentro del Plan de Manejo del Parque Natural Regional Corredor Biológico Guácharos - Puracé, la zona cuenta con importantes especies de fauna y flora, objeto de conservación debido a que se encuentran bajo alguna de las categorías de amenaza, según la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza - UICN (CAM, 2011, on line).

El albergar especies de fauna y flora silvestre dentro de sus bosques podría potencializar el ecoturismo, protegiendo la zona de conservación y atrayendo a los turistas que deseen conocerlas y valorarlas, pues el avistamiento de aves es otra forma de atraer al turista; de acuerdo con Ralf Burckley, profesor de la Universidad Griffith en Australia, el ecoturismo puede aportar beneficios a la conservación.

Convertimos todos los efectos del ecoturismo –positivos y negativos– en parámetros ecológicos y encontramos que el ecoturismo aporta beneficios netos para la conservación a través de factores como la creación de reservas privadas, restauración de hábitats, disminución de los daños en el hábitat, control de depredadores, medidas contra la caza furtiva, cría en cautividad y aporte de comida suplementaria (Burckley, 2016).

El área de estudio del presente trabajo de investigación, se ubica en los puntos cardinales del Departamento del Huila, así, por ejemplo, en el sur, se encuentran municipios focales: Acevedo y San Agustín. Estas poblaciones hacen parte del Parque Natural Regional Corredor

Biológico Guácharos - Puracé y, a su vez, hace parte del área del Macizo Colombiano, importantes zonas de interés ecológico para el Huila y el país, donde, además, se concentran grupos de base comunitaria que ejercen iniciativas de ecoturismo en sus zonas.

Para el estudio se seleccionó tres (3) grupos comunitarios para el caso de análisis, siendo éstos: Grupo Asociativo Colombo vivo, en el centro poblado San Adolfo del Municipio de Acevedo; Huellas del Macizo, en el centro poblado El Rosario del Municipio de San Agustín; Respira Macizo en el centro poblado Puerto Quinchana, también en San Agustín; los que fueron seleccionados como objeto de estudio, por cuanto son organizaciones de base comunitaria, con proyectos de desarrollo ecoturístico y porque sus territorios han tenido antecedentes de presencia grupos alzados en armas, donde se han presentado tomas guerrilleras, combates, desplazamiento y muertes.

Para facilitar la comprensión del estudio, se analizó teniendo en cuenta la ubicación de cada grupo así:

Vereda la Ilusión

La Vereda La Ilusión, ubicada a una hora y media del centro poblado San Adolfo del Municipio de Acevedo, con amplias dificultades de acceso y conectividad. La organización está integrada por dieciséis familias dedicadas a las labores del campo, especialmente a la siembra de café y plátano y, en casos muy aislados, a la ganadería.

A continuación, se puede observar fotografías de los exuberantes.

Figura 4

Vereda la Ilusión – San Adolfo – Acevedo, Huila



Nota. Elaboración propia

El potencial turístico con el que cuenta la zona, se basa en un área de bosque alto andino, perteneciente al Parque Natural Regional Corredor Biológico Guácharos-Puracé, allí se encuentran el sitio denominado Los Chorros, una serie de caídas de agua, que conforman la quebrada Aguas Claras; además de un sendero ambiental, donde los turistas pueden el roble negro, especie endémica de Colombia.

“De acuerdo con el estudio de la distribución espacial de los bosques de roble negro en el PNN Cueva de los Guácharos y su zona de amortiguación, fueron reportados ocho rodales de

roble negro (*C. excelsa*), que suman un total de 2000 ha, de los cuales siete fueron encontrados en la zona de amortiguación del parque. El rodal más extenso con 1321.1 ha se localizó en la zona de amortiguación en el municipio de Acevedo (Huila)”

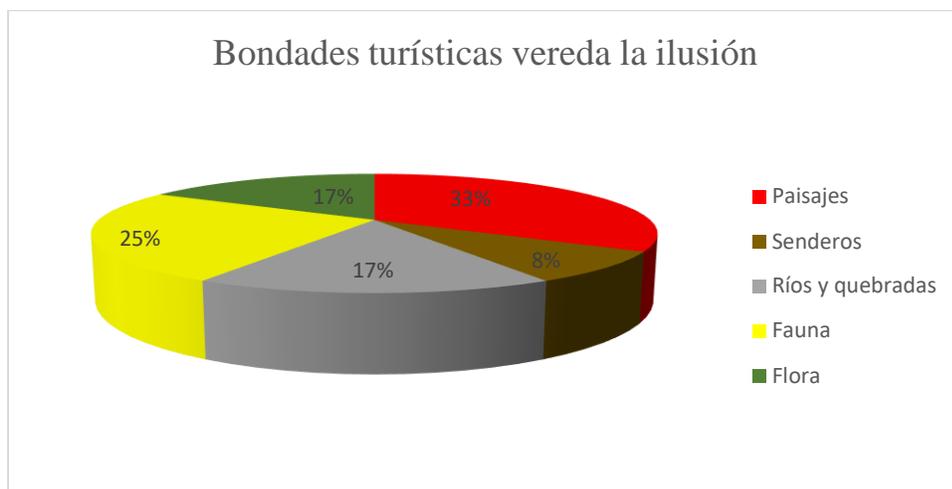
La vereda la ilusión está representada por 12 familias que ejercen el turismo y ecoturismo, las cuales respondieron a las preguntas que a continuación se describen:

Tabla 1

Bondades turísticas

Bondades Turísticas	Valor Absoluto	Valor Relativa
Paisajes	4	33%
Senderos	1	8%
Ríos y quebradas	2	17%
Fauna	3	25%
Flora	2	17%
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 5*Bondades turísticas*

Nota. Elaboración propia

Se indagó a la población de la región sobre las bondades turísticas que más representatividad tienen, a la que el 33% contestó que los paisajes, seguidos del 25% que confirma la existencia de fauna exótica que llama la atención, entre las que se encuentra el avistamiento de aves, puesto que sus cantos atraen a turistas internacionales y estudiosos de la ornitología, el 17% gusta de la flora y otro 17% disfruta de los ríos y quebradas, y tan solo un 8% responden que los senderos son altamente llamativos por su naturalidad y fauna que los rodea.

Tabla 2*Sitios de importancia en la región*

Sitios de Importancia	Valor Absoluto	Valor Relativa
Cascadas	3	25%
Arqueología	5	42%
Sitios de avistamiento	2	17%
Corredores verdes	1	8%
Cuevas	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia**Figura 6***Sitios de importancia en la región**Nota.* Elaboración propia

Respecto a la importancia de los sitios o actividades para el disfrute del turista, el 42% confirmó que gusta de la arqueología, su historia y la de los antepasados, seguido del 25% que

contestó el disfrute de ríos y quebradas por su naturalidad y forma como se disfruta de ellos, el 17% gusta de los sitios demarcados para el avistamiento de aves, los cánticos fortalecen la actividad, tan solo un 8% gustan de los corredores verdes, la flora es un alto atractivo así como la existencia de cuevas que conectan sitios y resulta una actividad apasionante.

Tabla 3

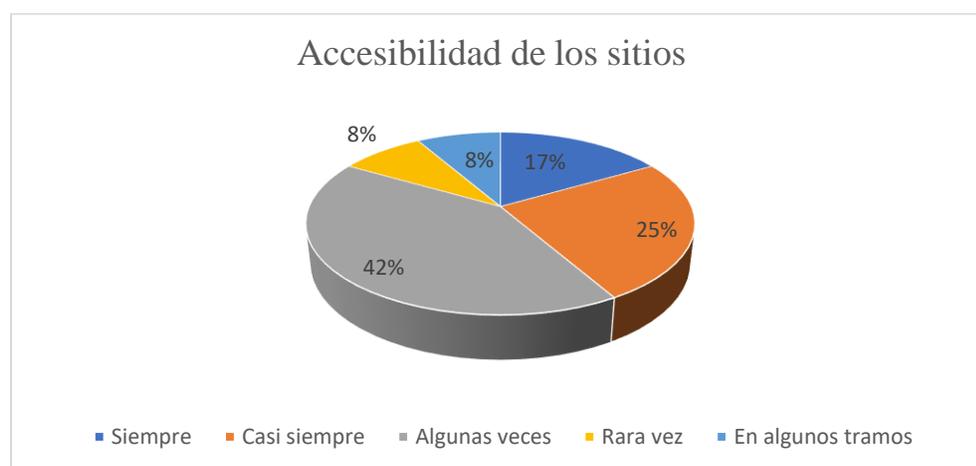
Accesibilidad de los sitios

Accesibilidad Sitios	Valor Absoluto	Valor Relativa
Siempre	2	17%
Casi siempre	3	25%
Algunas veces	5	42%
Rara vez	1	8%
En algunos tramos	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 7

Accesibilidad de los sitios



Nota. Elaboración propia

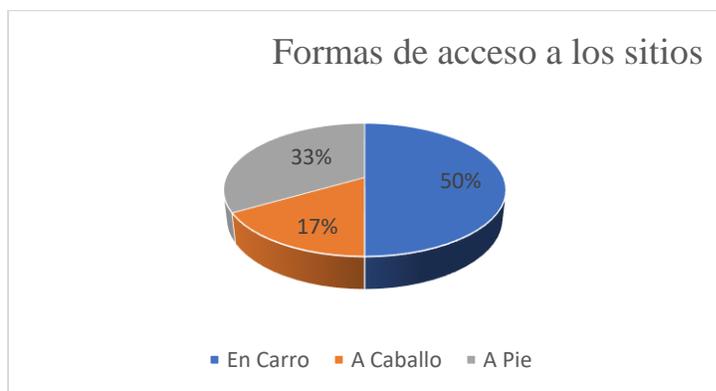
En la gráfica 3, se evidencia que el 42% de los encuestados en la vereda Ilusión contestaron que solo algunas veces hay accesibilidad precisamente por las temporadas invernales que obstaculizan e impiden el acceso al lugar, un 25% casi siempre se puede acceder a los diversos sitios, el 17% solo en algunos tramos se dificulta, mientras que el 8% contestó que rara vez se dificulta y que las recomendaciones se dan al inicio de la trayectoria o del recorrido, por lo que sugieren vestimenta y calzado acorde a sitios donde hay pantano y la naturaleza abundante causa laceraciones mínimas al paso por los diversos caminos.

Tabla 4

Formas de Accesibilidad de los sitios

Formas de Acceso a Sitios	Valor Absoluto	Valor Relativa
En Carro	6	50%
A Caballo	2	17%
A Pie	4	33%
En Lancha	0	0%
Otras	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 8*Formas de accesibilidad de los sitios*

Nota. Elaboración propia

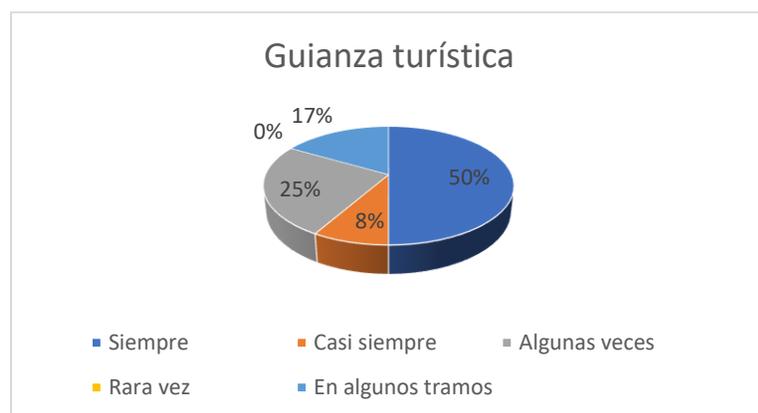
En cuanto a las formas de acceder a los sitios, el 50% contestó en carro, seguido del 33% que argumenta son caminos largos y disfrutan el paseo a caballo, tan solo un 17% contestó que se llega a pie, para conservar los lugares naturales con largas caminatas propicias y acordes a los sitios a donde se llega.

Las caminatas se han programado para personas con buen estado físico y se recomienda fortalecer las mismas con materiales adecuados para largas travesías (suficiente agua, calorías para resistir los largos tramos).

Tabla 5*Guianza turística*

Guianza Turística	Valor Absoluto	Valor Relativa
Siempre	6	50%
Casi siempre	1	8%
Algunas veces	3	25%
Rara vez	0	0%
En algunos tramos	2	17%
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 9*Guianza Turística*

Nota. Elaboración propia

En cuanto a los procesos de guianza turística desarrollados en la Vereda la Ilusión, el 50% de los encuestados contestó que siempre, desde que se conformaron como grupos comunitarios para la prestación de servicios de turismo, se prepararon técnicamente para difundir

sus sitios y la historia de cada uno de ellos, seguido del 25% que contestó que dependía de los turistas que disfrutan de los paisajes y gustan de los escenarios naturales simplemente sin ningún costo de guianza, un 17% contestó que solo en algunos tramos, o en actividades como el avistamiento de aves que disfrutan de la variedad de especies que habitan en el lugar, un 8% contestó que casi siempre lo hacen, especialmente cuando se trata de turistas extranjeros que desconocen del paisaje y los escenarios.

Tabla 6

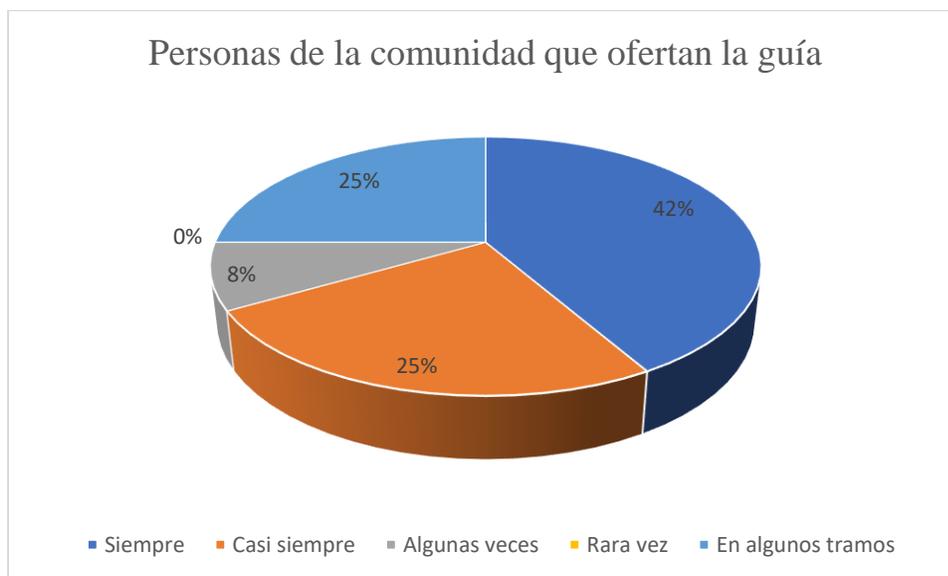
Personas de la comunidad que ofertan la guía

Oferta Guianza	Valor Absoluto	Valor Relativa
Siempre	5	42%
Casi siempre	3	25%
Algunas veces	1	8%
Rara vez	0	0%
En algunos tramos	3	25%
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 10

Personas de la comunidad que ofertan la guianza turística



Nota. Elaboración propia

En lo que guarda relación con las personas de la comunidad que ofertan la guía, el 42% de los encuestados contestó que siempre se ofrece, independientemente de ser nacionales e internacionales, porque el sitio se debe describir para beneficio de los habitantes de la región por las bondades de la naturaleza, mientras que el 25% contestaron que casi siempre se oferta la guía, y es decisión de los turistas si lo toman o prefieren ir independientemente, aunque se les hace recomendaciones, el 25% en algunos tramos por ser zona de alto riesgo por falla geológica, y un 8% solo en algunas oportunidades.

Tabla 7

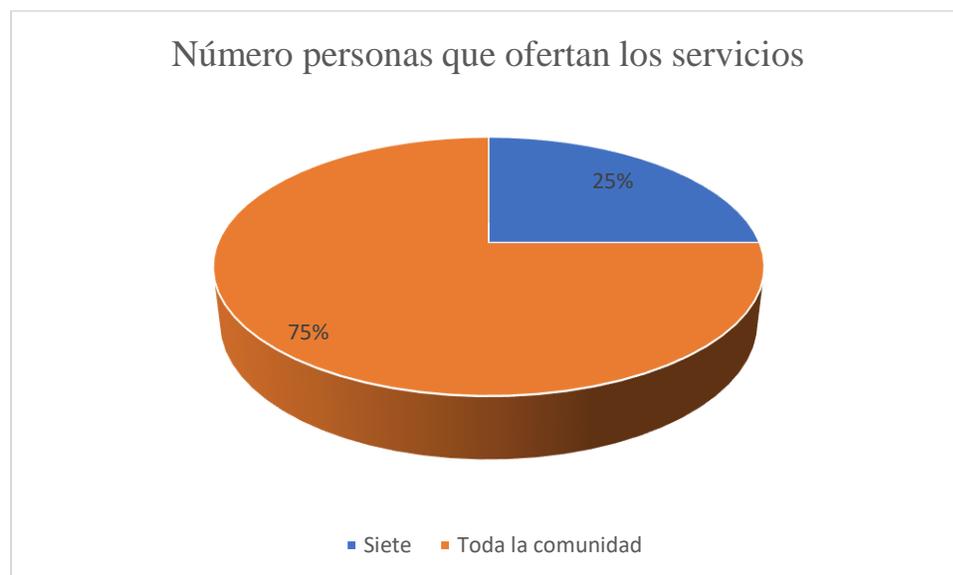
Número de personas de la comunidad que ofrecen los servicios turísticos

Personas Oferta Guianza	Valor Absoluto	Valor Relativa
Diez	0	0%
Cinco	0	0%
Siete	3	25%
Toda la comunidad	9	75%
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 11

Número de personas de la comunidad que ofrecen los servicios turísticos



Nota. Elaboración propia

Respecto al número de personas de la comunidad que ofertan los servicios de guianza, el 75% de los encuestados contestó que la ejerce toda la comunidad, mientras que el 25% contestó que tan solo 3 personas la ofertan de forma esporádica, por lo tanto, se hace conveniente recibir

procesos de capacitación para apoyar esta labor y poder entender la importancia de esta actividad en la dinámica productiva de la región. En la actualidad, esta es una actividad que se ha convertido en una oportunidad de negocio y que viene ayudando al desarrollo del sector y de la calidad de vida de cada uno de los habitantes de la región, puesto que se ven altamente beneficiados con los frutos que trae y lo que representa como grupo comunitario.

Tabla 8

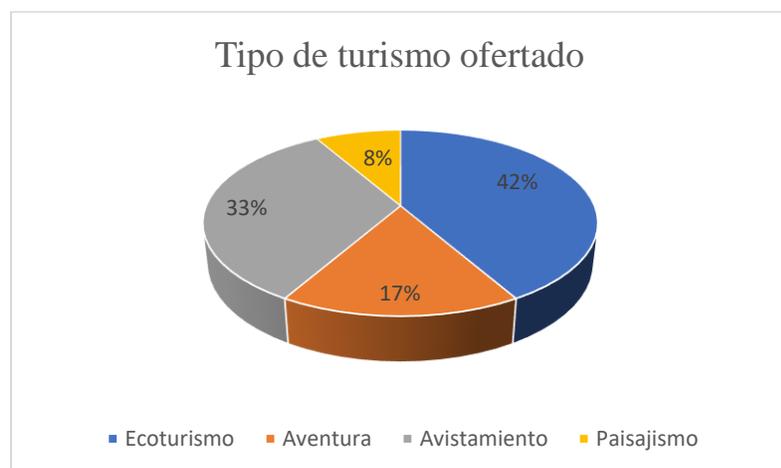
Tipo de turismo ofertado en la Vereda

Tipo de Turismo Ofertado	Valor Absoluto	Valor Relativa
Ecoturismo	5	42%
Aventura	2	17%
Avistamiento	4	33%
Paisajismo	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 12

Tipo de turismo ofertado en la vereda



Nota. Elaboración propia

En lo que respecta al tipo de turismo ofertado en la vereda la Ilusión, el 42% de los encuestados contestó que el ecoturismo es el tipo de turismo más apetecido por los visitantes al lugar, seguido del 33% que prefieren el avistamiento de aves, por los escenarios naturales que lo hacen cada vez más atractivo y su cántico envuelve a todo quien los visita; un 17% busca el turismo de aventura, mientras que tan solo un 8% prefiere el paisajismo; todos ellos rodeados de riqueza natural que apasiona y cautiva a los visitantes.

Tabla 9

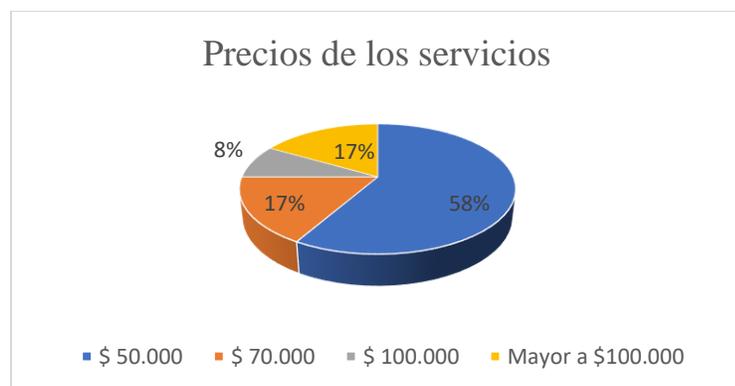
Precios de la oferta turística

Precios Oferta Turística	Valor Absoluto	Valor Relativa
\$50.000	7	58%
\$70.000	2	17%
\$100.000	1	8%
Mayor a \$100.000	2	17%
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 13

Precios de la oferta turística



Nota. Elaboración propia

En cuanto a los precios de los servicios ofertados, estos dependen de lo que deseen disfrutar, del tiempo que se dedique, de los adicionales como agua, servicio a caballo, frutas que se ofrecen para el deleite de los visitantes, por lo tanto, en la mayor parte de los encuestados, el 58% prefiere la guianza básica, para el reconocimiento del lugar, por la confianza que ofrece a los visitantes, mientras que el 17% contestó que disfruta de todos los beneficios que ofrece y que considera que mayor de \$100.000 son favorables por la labor y el esfuerzo que hacen en sus recorridos, el otro 17% considera que \$70.000 son suficientes por la información y por la misma confianza que se oferta a la hora de brindar el servicio.

Tabla 10

Turistas que han visitado la zona

Visitantes de la Zona	Valor Absoluto	Valor Relativa
No sabe	8	67
No lleva registros	3	25
Nunca se cuentan	1	8
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 14

Turistas que han visitado la zona



Nota. Elaboración propia

Teniendo en cuenta la precariedad del lugar, el 67% de las personas encuestadas contestó que no sabe, mientras que el 25% afirma que no llevan registros de turismo y que tan solo en el último año se está llevando a cabo estos procesos, el 8% contesta que poco se da cuenta y que ellos cumplen con las exigencias de los clientes en cuanto a trazado de la ruta, siguiendo indicaciones que inicialmente les ofrecieron en un taller de guianza organizado por Parques Nacionales.

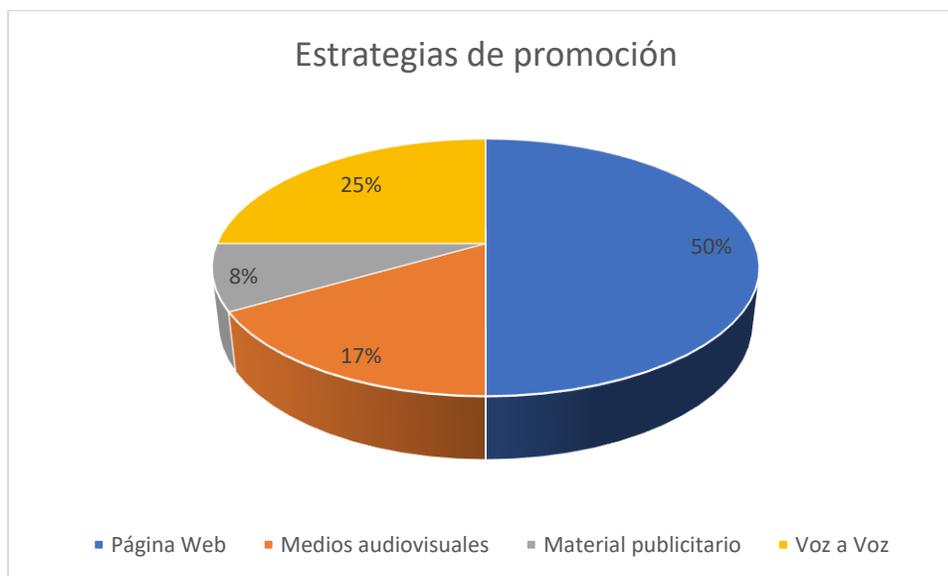
Se ha resaltado la importancia del lugar, teniendo en cuenta los avistamientos de aves y los científicos que vienen de parte del Ministerio del Medio Ambiente, así como de la Corporación del Alto Magdalena.

Tabla 11

Estrategias de promoción.

Promoción y Publicidad	Valor Absoluto	Valor Relativa
Página Web	6	50
Medios audiovisuales	2	17
Material publicitario	1	8
Voz a Voz	3	25
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 15*Estrategias de promoción*

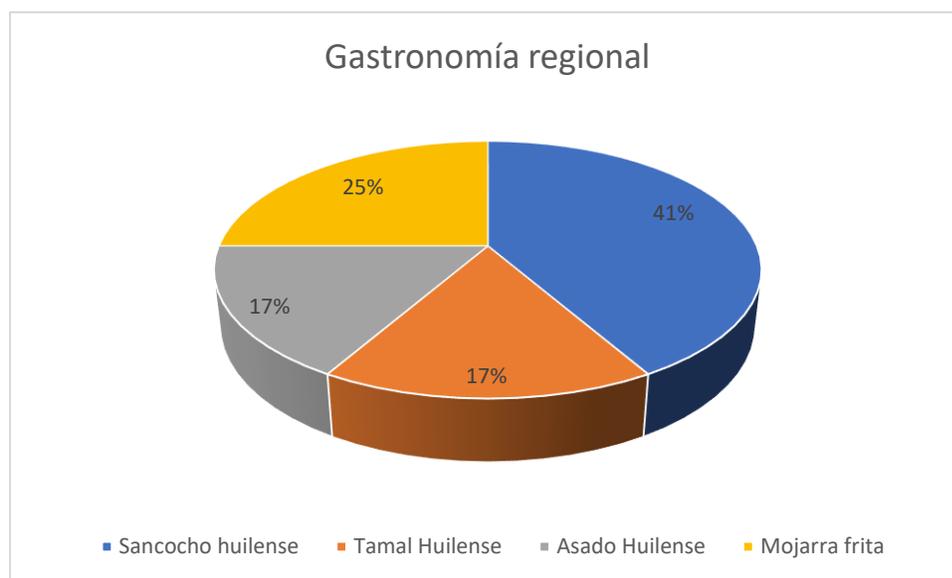
Nota. Elaboración propia

Respecto a las estrategias de promoción del lugar, el 50% de las personas de la comunidad encuestada contestó que las identifican por páginas web del parque Arqueológico de San Agustín y que muestran o mencionan algunos apartes de las zonas por imponente vegetación y amplia naturaleza, seguido del 25% que confirma que las estrategias de mayor reconocimiento se hacen por el voz a voz y provienen de los ámbitos internacionales, mientras que el 17% confirma que los medios audiovisuales han favorecido el protagonismo del área del proyecto y que poco a poco viene tomando mayor auge en el sector publicitario, como área exótica y de amplia exploración para los amantes de la naturaleza.

Tabla 12*Gastronomía*

Gastronomía	Valor absoluto	Valor Relativa
Sancocho huilense	5	41%
Tamal Huilense	2	17%
Asado Huilense	2	17%
Mojarra frita	3	25%
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 16*Gastronomía*

Nota. Elaboración propia

En lo que respecta a la gastronomía de la región, el 41% de los encuestados contestó que gustan del sancocho huilense por que los insumos son frescos y se cultivan en la misma región, mientras que el 25% disfruta de la mojarra frita que también goza de alto reconocimiento por los

lagos o espejos de agua que hay en la región, un 17% disfruta de la gastronomía típica como el tamal y otro 17% del asado huilense, aunque con menor presencia de este último, que requiere de conservación de la cadena de frío por tratarse de una carne altamente exigente en cuando a la cadena de frío.

Tabla 13

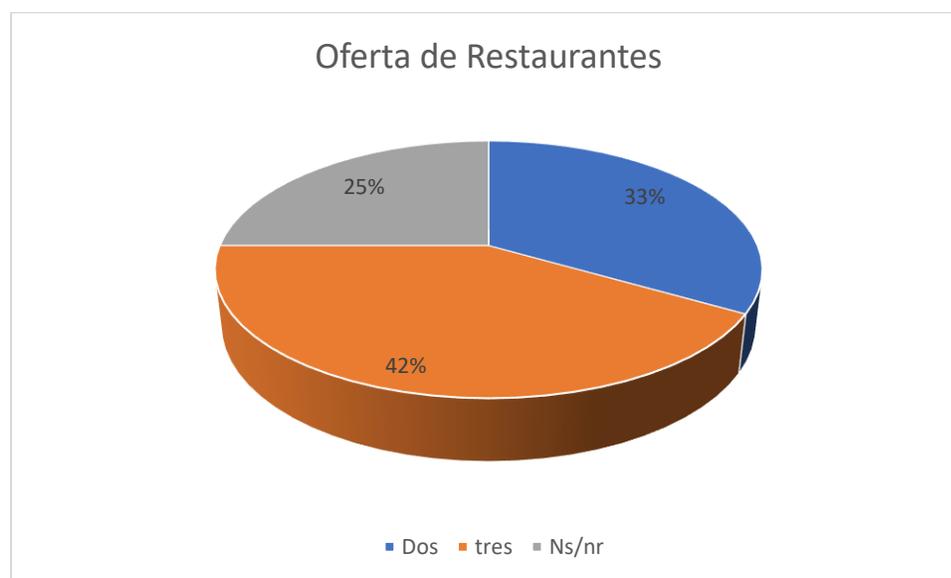
Número de restaurantes en la región

Restaurantes en Región	Valor Absoluto	Valor Relativa
Dos	4	33
tres	5	42
Ns/nr	3	25
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 17

Número de restaurantes en la región



Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la oferta gastronómica, el 42% contestó que existen 3 sitios en los cuales se ofrece alimentación, mientras que el 33% contestó que tan solo 4 sitios porque es allí donde llega el turista, mientras que un 25% argumentó que solo se oferta cuando se solicita en cualquiera de las casas centrales de la vereda y se ofrece de acuerdo a lo que se cultiva en la región.

Tabla 14

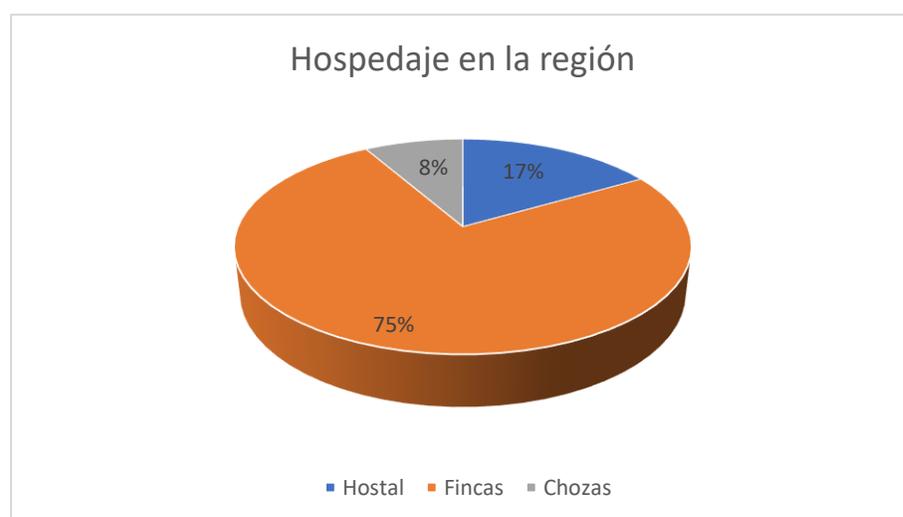
Hospedaje en la región

Hospedaje en la región	Valor absoluto	Valor Relativa
Hostal	2	17%
Fincas	9	75%
Chozas	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 18

Hospedaje en la región



Nota. Elaboración propia

En lo que respecta al servicio de hospedaje en la región, el 75% de los encuestados contestó que existen dos fincas que se están ofertando para que el turista se quede en la región y no tenga que desplazarse a centros poblados cercanos, mientras que el 17% contestó que, en los hostales, de la zona que están organizando y un 8% en chozas realizadas como refugios para los visitantes que llegan a la región al avistamiento de aves o del oso, águila entre otros animales silvestres que son nativos de la región.

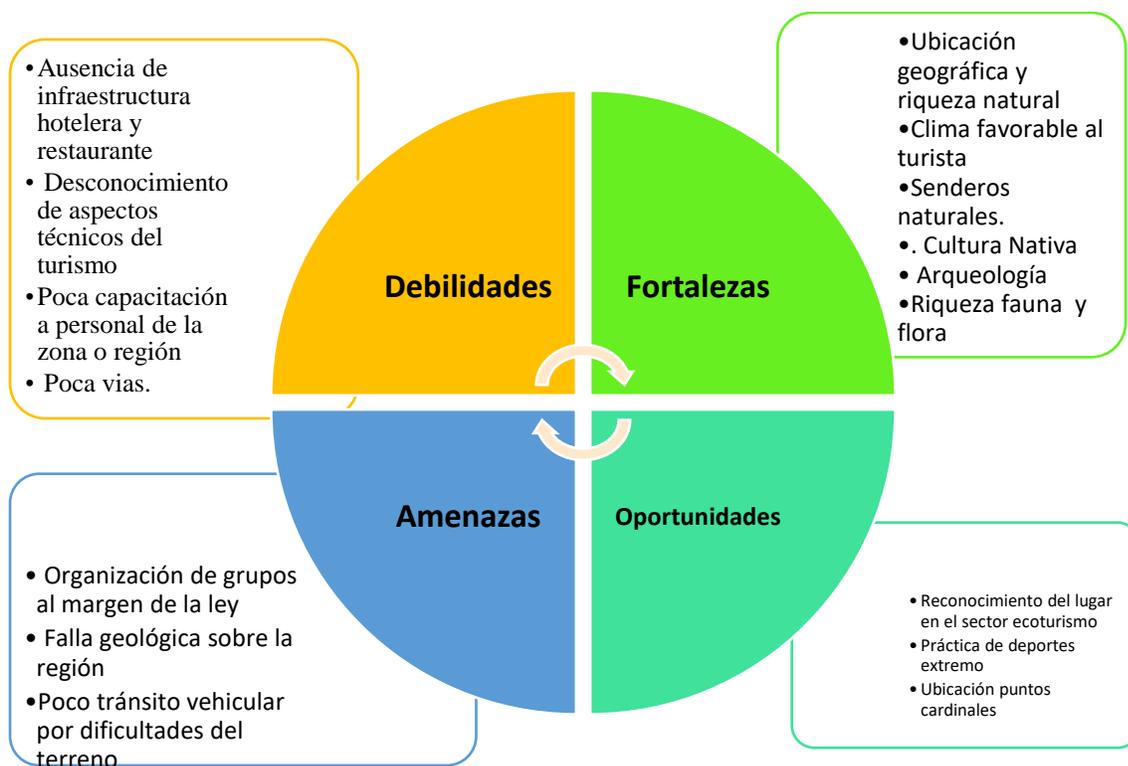
En Conclusión, se establece que este contexto se encuentra Colombo vivo, organización conformada legalmente ante la Cámara de Comercio de Neiva, desde hace cuatro años, de los cuales ha dedicado el último año al emprendimiento de un proyecto ecoturístico en la Vereda La Ilusión, ubicada a una hora y media del centro poblado San Adolfo del Municipio de Acevedo, con amplias dificultades de acceso y conectividad. La organización está integrada por dieciséis familias dedicadas a las labores del campo, especialmente a la siembra de café y plátano y, en casos muy aislados, a la ganadería.

El potencial turístico con el que cuenta la zona se basa en un área de bosque alto andino, perteneciente al Parque Natural Regional Corredor Biológico Guácharos - Puracé, allí se encuentran el sitio denominado Los Chorros, una serie de caídas de agua que conforman la quebrada Aguas Claras; además de un sendero ambiental, donde los turistas pueden observar el roble negro, especie endémica de Colombia; “De acuerdo con el estudio de la distribución espacial de los bosques de roble negro en el PNN Cueva de los Guácharos y su zona de amortiguación, fueron reportados ocho rodales de roble negro (C. Excelsa), que suman un total de 2000 hectáreas, de los cuales siete fueron encontrados en la zona de amortiguación del parque. El rodal más extenso con 1321,1 hectáreas se localizó en la zona de amortiguación en el Municipio de Acevedo, Huila” (Dávila, D.; Alvis, J.; & Ospina, R, 2012, p. 21)

Otro de los atractivos que presenta la región, y que ha sido aprovechada por la organización, es la presencia de especies de fauna de gran importancia ecológica, como el oso andino (*Tremarctos ornatus*), la danta de montaña (*Tapirus pinchaque*) y el puma (*Puma concolor*), sólo por citar algunos, razón por la cual, desde hace cerca de tres años, Colombo vivo también viene ejerciendo actividades de monitoreo de fauna silvestre, a través de la implementación de cámaras trampa que han sido suministradas por la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena CAM, logrando importantes registros de dichas especies tanto en videos, como en fotografía.

Figura 19

Vereda la Ilusión - Análisis DOFA



Nota. Elaboración propi

Puerto Quinchana

En esta región se localiza la Asociación Agroecológico y Ecoturística del Alto Magdalena Respira Macizo, está integrada por jóvenes del centro poblado Puerto Quinchana del Municipio de San Agustín, reconocido como el último caserío del Huila, entre los límites con el departamento del Cauca.

Figura 20

Recorrido a Puerto Quinchana



Nota. Elaboración propia

Figura 20

Entrada a Puerto Quinchana





Nota. Elaboración propia

Figura 21

Colorido y arte en sus viviendas





Nota. Parques Nacionales, 2021

Figura 22

Arqueología del lugar - tumbas



Nota. Elaboración propia

Resultados Estadísticos

Tabla 15

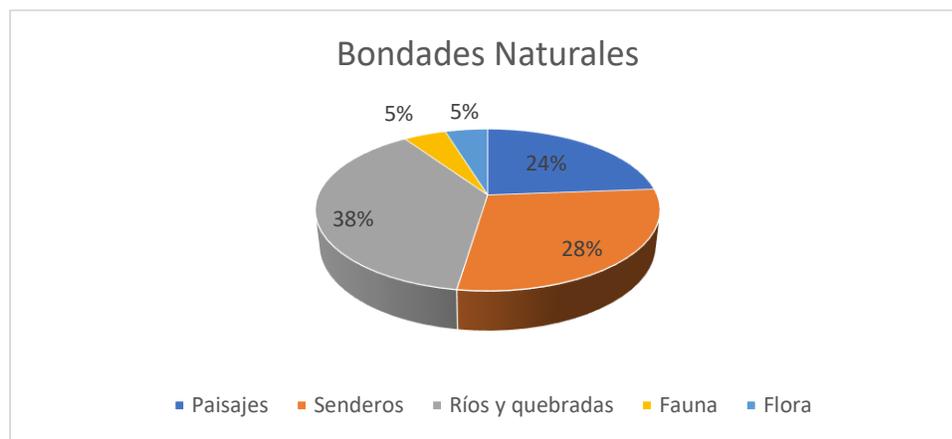
Bondades turísticas

Bondades Turísticas	Valor Absoluto	Valor Relativa
Paisajes	5	24%
Senderos	6	28%
Ríos y quebradas	8	38%
Fauna	1	5%
Flora	1	5%
Total	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 23

Bondades turísticas



Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la gráfica 16, se evidencia que Puerto Quinchana cuenta con el 38% de bondades naturales representadas en los ríos, quebradas de los cuales se forman espacios para disfrutar ampliamente de los recursos hídricos de la región, seguido del 28% que admira los

senderos verdes, con un esplendor de majestuosidad, un 24% admira los paisajes y toda la naturaleza viva que el espacio inspira.

Tabla 16

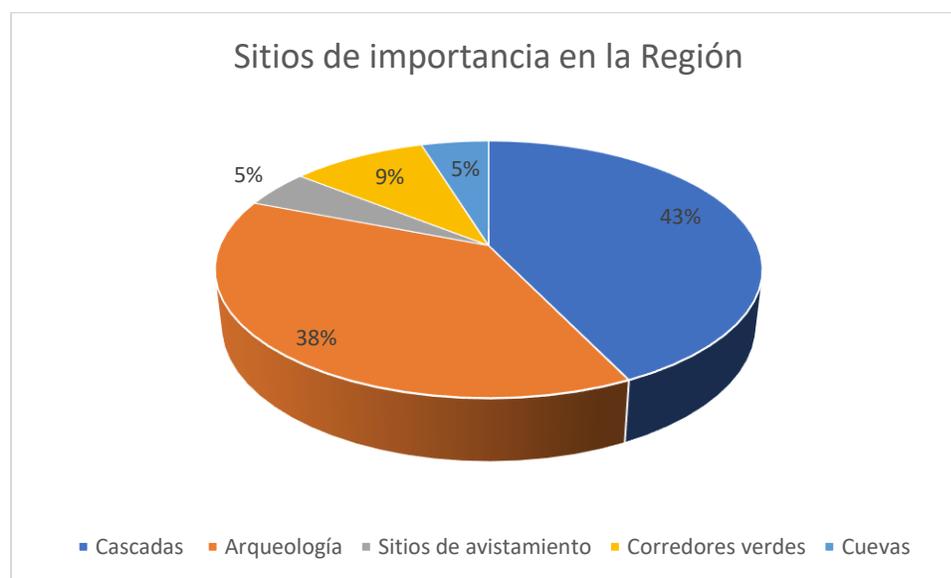
Sitios de importancia en la región

Sitios de importancia	Valor absoluto	Valor Relativa
Cascadas	9	43%
Arqueología	8	38%
Sitios de avistamiento	1	5%
Corredores verdes	2	9%
Cuevas	1	5%
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 24

Sitios de importancia en la región



Nota. Elaboración propia

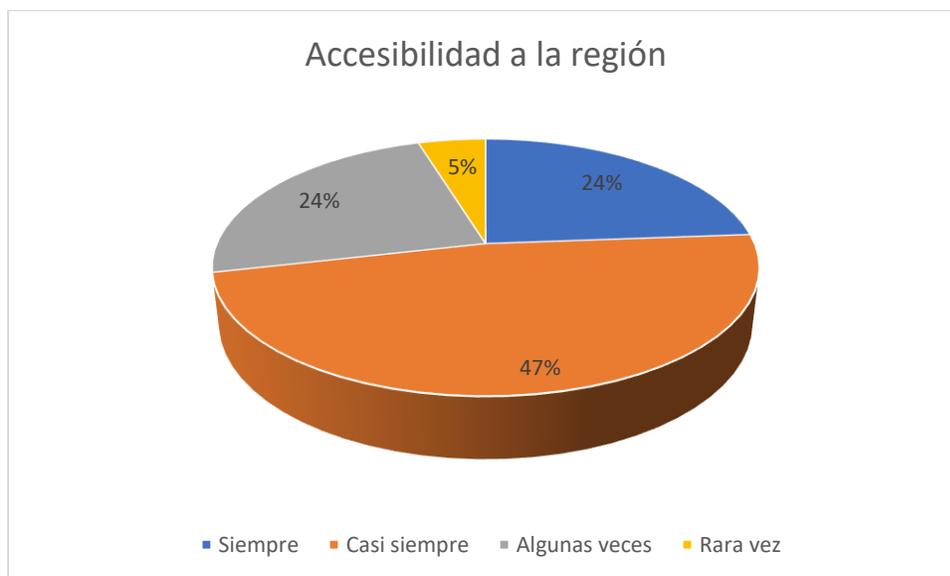
De acuerdo con la gráfica 17, los mayores sitios de importancia de la región están representados en las cascadas y ríos a lo que el 43% contestó afirmativamente, seguido del 38% que contestó la arqueología, especialmente en los monumentos a la maternidad, los cuales se encuentran ubicados estratégicamente y se dispone de escenarios monolíticos de alta representatividad para la historia, en menor porcentaje con un 9% gustan de los corredores verdes y en un 3% las rutas que conducen a las cuevas.

Tabla 17

Accesibilidad de los sitios

Accesibilidad Sitios	Valor Absoluto	Valor Relativa
Siempre	5	24%
Casi siempre	10	47%
Algunas veces	5	24%
Rara vez	1	5%
En algunos tramos	0	0
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

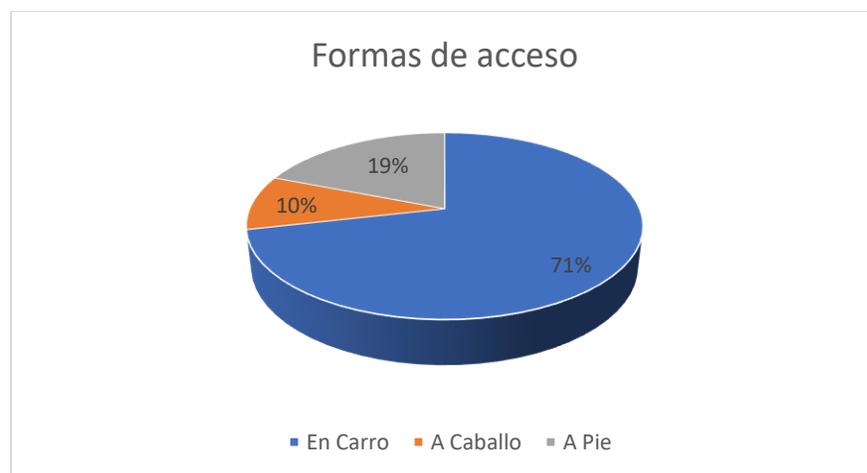
Figura 25*Accesibilidad de los sitios*

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la gráfica 18, se evidencia que el 47% de los encuestados consideran que casi siempre son caminos y vías de alta accesibilidad para ingresar a la región, seguido del 24% que contestan siempre se cuenta con caminos de accesibilidad, otro 24% algunas veces, un 5% rara vez se dificulta el acceso a los diversos sitios, por la lluvia.

Tabla 18*Formas de accesibilidad de los sitios*

Formas de Acceso a sitios	Valor absoluto	Valor Relativa
En Carro	15	71%
A Caballo	2	10%
A Pie	4	19%
En Lancha	0	0
Otras	0	0
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia**Figura 26***Formas de accesibilidad de los sitios**Nota.* Elaboración propia

Según los resultados alcanzados y registrados en la gráfica 18, el 71% de los encuestados contestó que el carro es el mejor medio de acceso, en pequeños vehículos que trasladan al turístico hacia la vereda Puerto Quinchana, seguido del 19% que contestó que se disfruta de

grandes caminatas por el favorecimiento del terreno, mientras que tan solo un 10% contestó que el caballo es una forma para disfrutar del paisaje.

Tabla 19

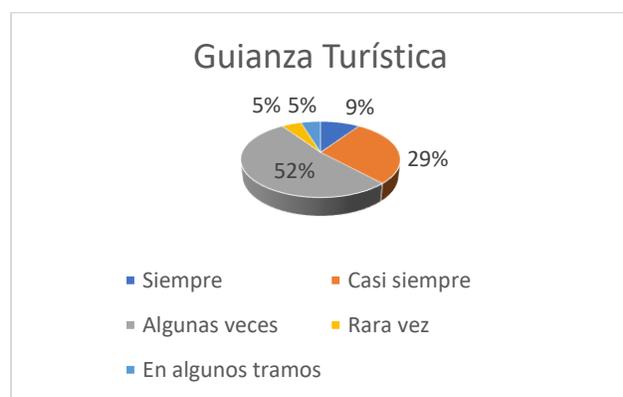
Guianza turística

Guianza Turística	Valor Absoluto	Valor Relativa
Siempre	2	9%
Casi siempre	6	29%
Algunas veces	11	52%
Rara vez	1	5%
En algunos tramos	1	5%
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 27

Guianza turística



Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la gráfica 20, se evidencia que el 52% de los encuestados contestaron que algunas veces se cuenta con guiianza turística, seguido del 29% que contestó que casi siempre se da información sobre quien los puede guiar en el recorrido por los sitios turísticos, un 9%

siempre hay quien ofrezca los servicios de guía turística, un 5% solo para algunos tramos cuando el recorrido se hace complejo por la espesura del bosque y porque los recorridos son de alto riesgo.

Tabla 20

Personas de la comunidad que ofertan la guianza

Oferta Guianza	Valor Absoluto	Valor Relativa
Siempre	2	10%
Casi siempre	16	76%
Algunas veces	3	14%
Rara vez	0	0
En algunos tramos	0	0
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 28

Personas de la comunidad que ofertan la guianza



Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la gráfica 20, el 76% de los encuestados contestó que casi siempre hay oferta de estos servicios porque conocen y están seguros de las bondades naturales de la región que son el disfrute de cientos de turistas, el 14% de los encuestados contestó que solo algunas

veces, especialmente los fines de semana o las altas temporadas donde se hacen más frecuentes las visitas de los turistas nacionales e internacionales, tan solo un 10% contestó que solo algunas veces, precisamente porque son sitios poco difundidos a los que hace falta difundir y mostrar las bondades de la naturaleza.

Tabla 21

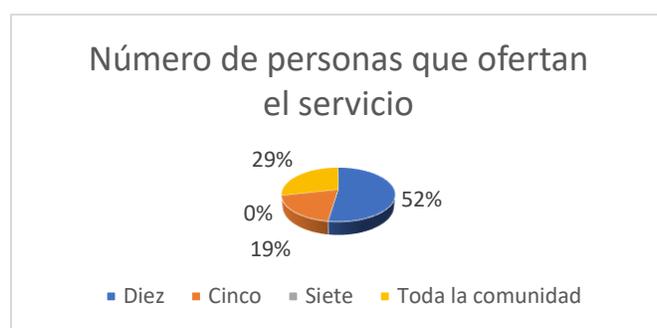
Número de personas de la comunidad que ofertan la guía

Personas Oferta Guianza	Valor Absoluto	Valor Relativa
Diez	11	52%
Cinco	4	19%
Siete	0	0
Toda la comunidad	6	29%
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 29

Número de personas de la comunidad que ofertan la guía



Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la gráfica 21, el 52% de los encuestados contestó que diez personas cuentan con las habilidades y destrezas para desarrollar esta labor, seguido del 29% que afirma ver a toda la región comprometida con el desarrollo y difusión de la buena imagen del lugar, por

lo tanto, se ha creado conciencia y sentido de pertinencia por el lugar, mientras que un 19% contestaron que conocen 5 personas de la región que tienen las habilidades para mostrar el lugar, precisamente por las capacitaciones que reciben de forma permanente.

Tabla 22

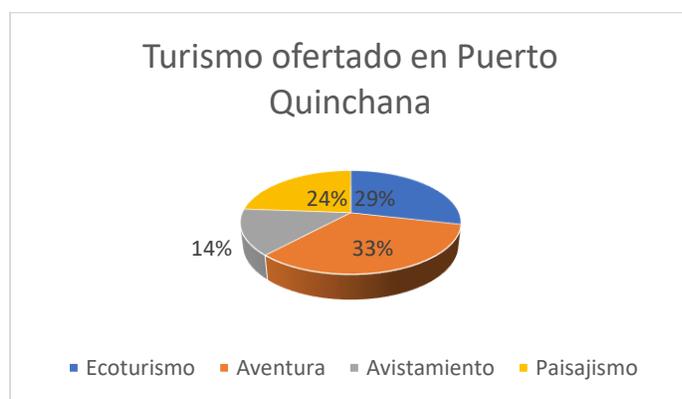
Tipo de turismo ofertado en la vereda

Tipo de Turismo Ofertado	Valor Absoluto	Valor Relativa
Ecoturismo	6	29%
Aventura	7	33%
Avistamiento	3	14%
Paisajismo	5	24%
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 30

Tipo de turismo ofertado en la vereda Puerto Quinchana



Nota. Elaboración propia

Según la gráfica 22, se evidencia que un 33% contestó que se oferta el turismo de aventura, precisamente por las diferencias del paisaje y para aprovechamiento de los recursos naturales, los hídricos que permiten el disfrute del paisaje; seguido del 29% que argumentan

como el ecoturismo se está desarrollando en este lugar, con grandes ofertas en fauna y flora que adornan el paisaje, tan solo un 14% realiza procesos de investigación y realiza actividades de avistamiento.

Tabla 23

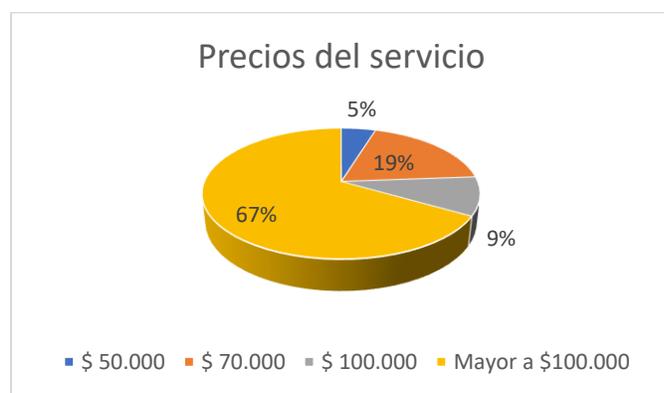
Precios de la oferta turística

Precios Oferta Turística	Valor Absoluto	Valor Relativa
\$50.000	1	5%
\$70.000	4	19%
\$100.000	2	9%
Mayor a \$100.000	14	67%
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 31

Precios de la oferta turística



Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la gráfica 23, el 67% de los encuestados contestó que los precios son mayores a \$100.000, oo dado que se ofertan servicios de calidad, por el alto esfuerzo que se realiza para ofertarlo por lo distante del lugar. El 19% de los encuestados contestó que los

precios son superiores a los \$70. 000.00 de acuerdo a los servicios que se oferten lo mismo sucede cuando el 9% contestó que son precios de desplazamiento o por algún tipo de bebida típica del lugar o bebidas hidratantes para soportar las largas caminatas.

Tabla 24

Turistas que han visitado la zona

Visitantes de la Zona	Valor Absoluto	Valor Relativa
No sabe	14	67%
No lleva registros	5	24%
Nunca se cuentan	2	9%
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 32

Turistas que han visitado la zona



Nota. Elaboración propia

Como se evidencia en la gráfica 24, el 67% de los encuestados contestaron que no saben sobre el número de visitas que reciben en la región, un 24% contesta que no lleva registros, y un

9% argumenta que nunca se tienen en cuenta estas cantidades, solo se busca la satisfacción y que se pueda disfrutar de los paisajes del lugar.

Tabla 25

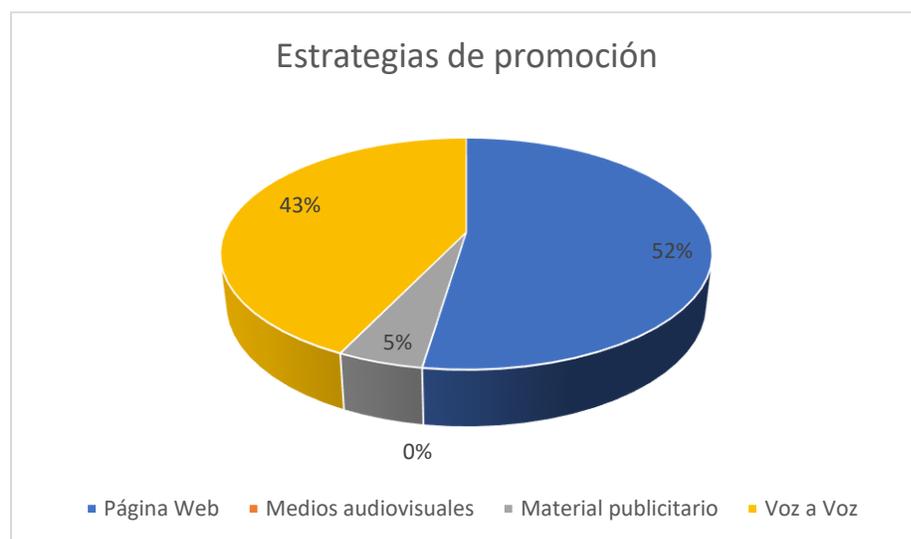
Estrategias de promoción

Promoción y Publicidad	Valor Absoluto	Valor Relativa
Página Web	11	52%
Medios audiovisuales	0	0%
Material publicitario	1	5%
Voz a Voz	9	43%
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 33

Estrategias de promoción



Nota. Elaboración propia

Tal como lo evidencia la gráfica 26, el 52% de los encuestados utilizan las página web como estrategias de promoción para dar a conocer los sitios turísticos de la región, mostrando las

regiones, las faunas, la flora de una forma amplia y colorida; seguido del 43% que considera que el voz a voz ha sido la mejor forma como se ha venido promocionando este lugar, especialmente porque se establece conexión desde lo arqueológico, por los hallazgos que se encuentran en la región, especialmente las tumbas que rinden homenaje a la maternidad.

Tabla 26

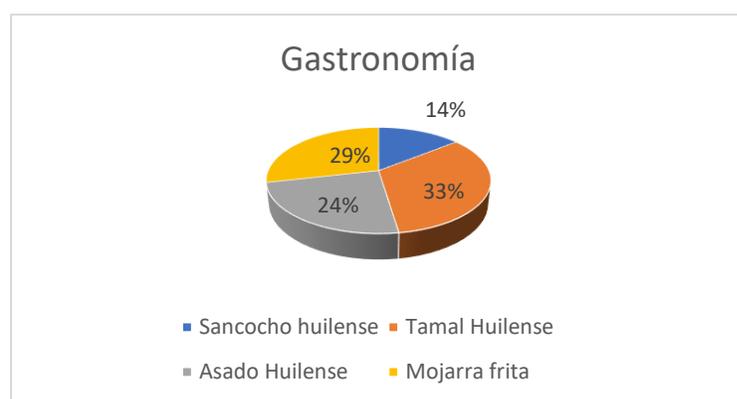
Gastronomía

Gastronomía	Valor Absoluto	Valor Relativa
Sancocho huilense	3	14%
Tamal Huilense	7	33%
Asado Huilense	5	24%
Mojarra frita	6	29%
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 34

Gastronomía



Nota. Elaboración propia

En cuanto a la gastronomía que se solicita, la gráfica 27 muestra que el 33% de los encuestados tienen preferencia por el tamal huilense, por la forma como se presenta y el sabor a

los diversos paladares, seguido del 29% que gusta de la mojarra frita como plato que se cultiva en la región sea en estanques o en lagos de la región, mientras que el 24% gusta del asado huilense por su tradición y reconocimiento en la gastronomía huilense, mientras que el 14% gusta del sancocho huilense, también el amplio reconocimiento que se tiene porque los insumos (plátano, yuca y plátano) se producen en sus tierras y son de calidad por la riqueza de sus suelos.

Tabla 27

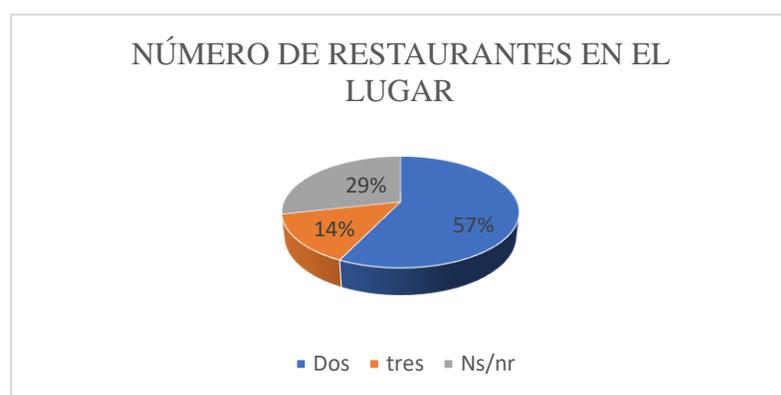
Número de restaurantes en la región

Restaurantes en Región	Valor Absoluto	Valor Relativa
Dos	12	57
tres	3	14
Ns/nr	6	29
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 35

Número de restaurantes en la región



Nota. Elaboración propia

De acuerdo con las respuestas que se obtuvieron, el 57% de los encuestados contestó que hay dos restaurantes donde se ofrecen platos de reconocimiento, mientras que el 29% de los

encuestados no respondió a esa pregunta porque considera que no tiene el esquema de restaurante, pero que, si se ofrecen platos de sancocho, carne asada, pero no como restaurantes o como negocios comercialmente reconocidos; el 14% de los encuestados argumentó que son reconocidos tres restaurantes, porque siempre están dispuestos a ofrecer productos gastronómicos de alto reconocimiento.

Tabla 28

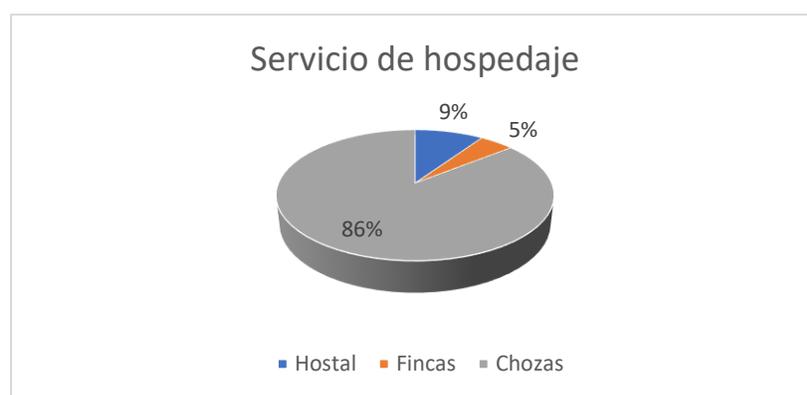
Hospedaje en la región

Hospedaje en la Región	Valor Absoluto	Valor Relativa
Hostal	2	9%
Fincas	1	5%
Chozas	18	86%
TOTAL	21	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 36

Hospedaje en la región



Nota. Elaboración propia

Tal como se evidencia en la gráfica 28, el 86% de los encuestados contestó que disfrutaban del hospedaje en chozas dispuestas por los habitantes de la región y que han acondicionado de

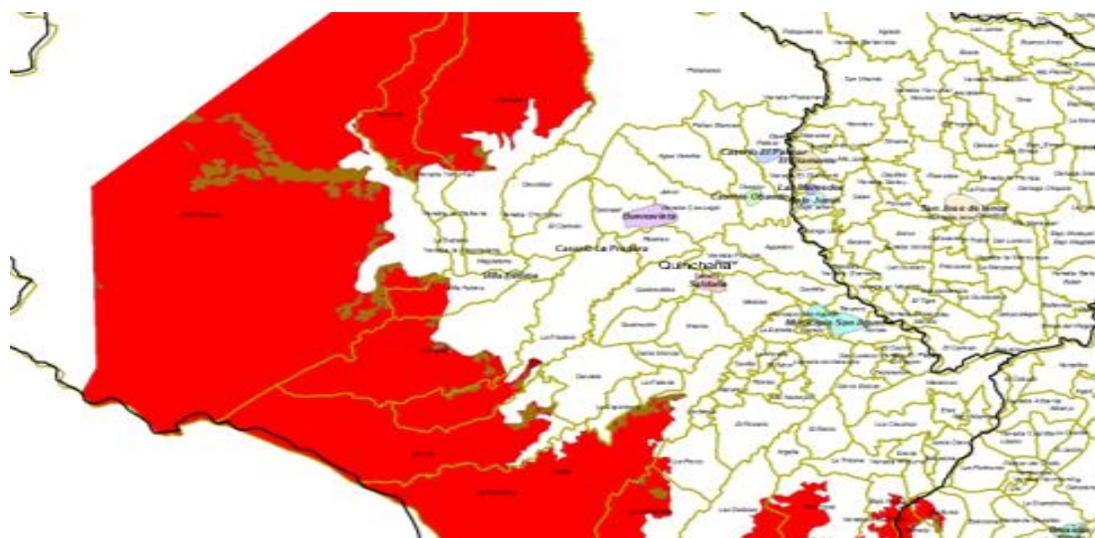
manera exitosa para el turista, porque entra en contacto con la naturaleza y los deja para el disfrute natural del paisaje; seguido del 9% que prefiere el hostel porque existe mayor comodidad y es el disfrute del lugar, tan solo un 5% considera que las fincas son una buena opción para el hospedaje de turistas.

A continuación, se muestra geográficamente la ubicación de la región, cercana al municipio de San Agustín, por lo que se convierte en una zona atractiva.

La geografía se puede observar en el siguiente mapa:

Figura 38

Georreferenciación de la zona



Nota. PNN, 2021

Figura 39

Cementerio a la maternidad y ornitología



Nota. Elaboración propia

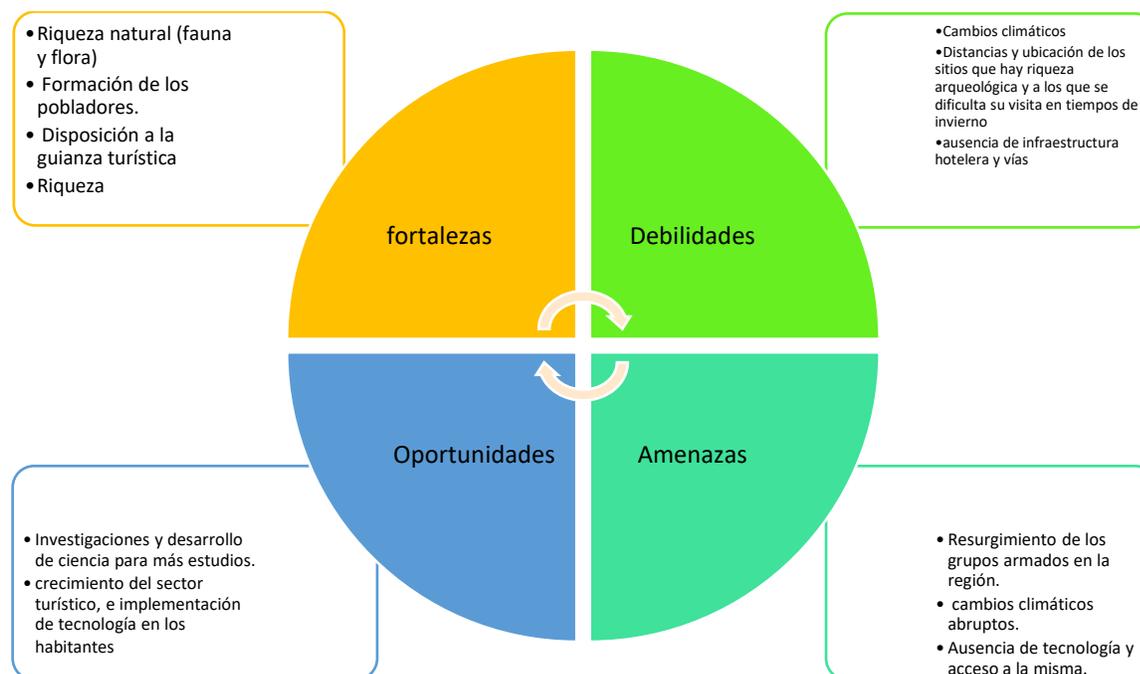
Puerto Quinchana es el paso obligado para llegar hasta el Macizo Colombiano, desde territorio huilense. Un lugar apartado del centro urbano de San Agustín, pero con una alta vocación turística, no sólo en términos ambientales, sino de arqueología puesto que, en esta zona, se encuentran varios vestigios indígenas de la conocida cultura agustiniana. Además de la iniciativa ecoturística, Respira Macizo ha avanzado en propuestas de conservación de los recursos naturales a través de la educación ambiental, las cuales promueve entre los habitantes del centro poblado. Una de estas estrategias liderada es el Festival de Águila Real de Montaña que, para el mes de noviembre de 2018, desarrolló la primera versión, llamando la atención de propios y visitantes sobre la importancia de cuidar esta emblemática ave, de las quedan menos de doscientas en el país, según datos suministrados por la Fundación Águila de los Andes y que, por fortuna, algunas de ellas habitan en el área de Puerto Quinchana.

Los atractivos los constituyen las diversas puntas donde se encuentra el cementerio antropológico de la maternidad, que en medio de la alta vegetación es visitada por diversidad de

turistas que para la fecha apenas se encuentran recolectando información para hacer más organizada la actividad turística.

Figura 40

Vereda Puerto Quinchana - Análisis DOFA



Nota. Elaboración propia.

Centro Poblado El Rosario

Esta comunidad está integrada por 25 familias del centro poblado El Rosario, todos campesinos dedicados al cultivo de frutas de clima frío como granadilla, aguacate y pitahaya o algunos de pan coger como frijol, maíz y arveja. El área de la vereda La Castellana, presenta un paisaje de bosque andino, del que se derivan importantes servicios ecosistémicos, como la producción de agua, generación de oxígeno y el hábitat de especies como el oso andino y la danta de páramo, ésta última, principal objeto de estudio de esta comunidad.

Tabla 29*Bondades turísticas centro poblado el Rosario*

Bondades Turísticas	Valor Absoluto	Valor Relativa
Paisajes	1	20%
Senderos	0	0
Ríos y quebradas	1	20%
Fauna	3	60%
Flora	0	0
TOTAL	5	100%

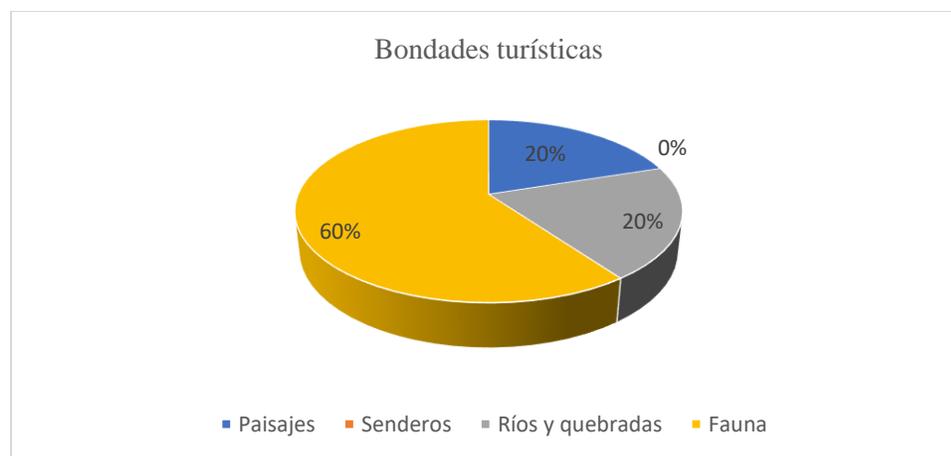
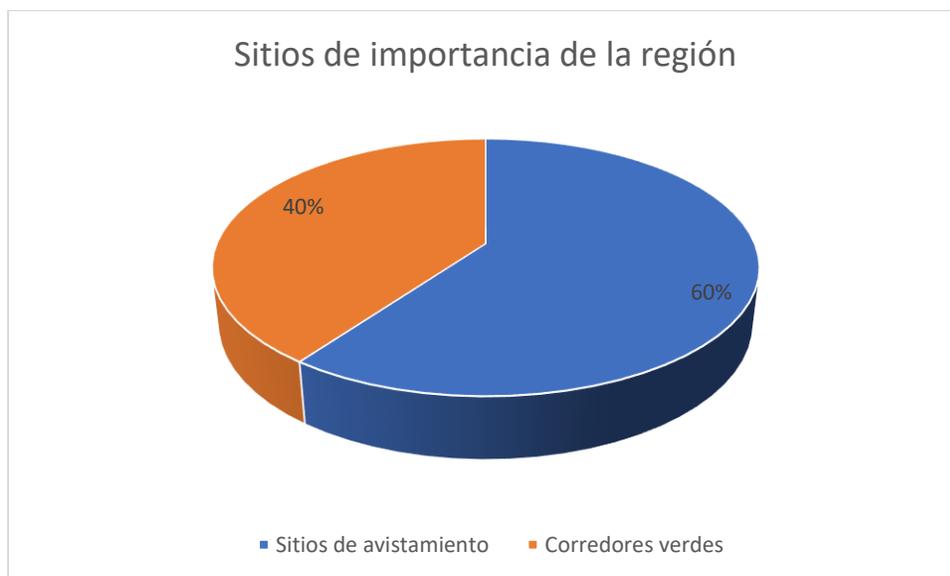
Nota. Elaboración propia**Figura 41***Bondades turísticas Centro poblado el Rosario**Nota.* Elaboración propia

Figura 42*Panorámica del Centro poblado el Rosario**Nota.* Elaboración Propia**Tabla 30***Sitios de importancia en la región*

Sitios de importancia	Valor absoluto	Valor Relativa
Cascadas	0	0
Arqueología	0	0
Sitios de avistamiento	3	60%
Corredores verdes	2	40%
Cuevas	0	0
TOTAL	5	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 42*Sitios de importancia en la región*

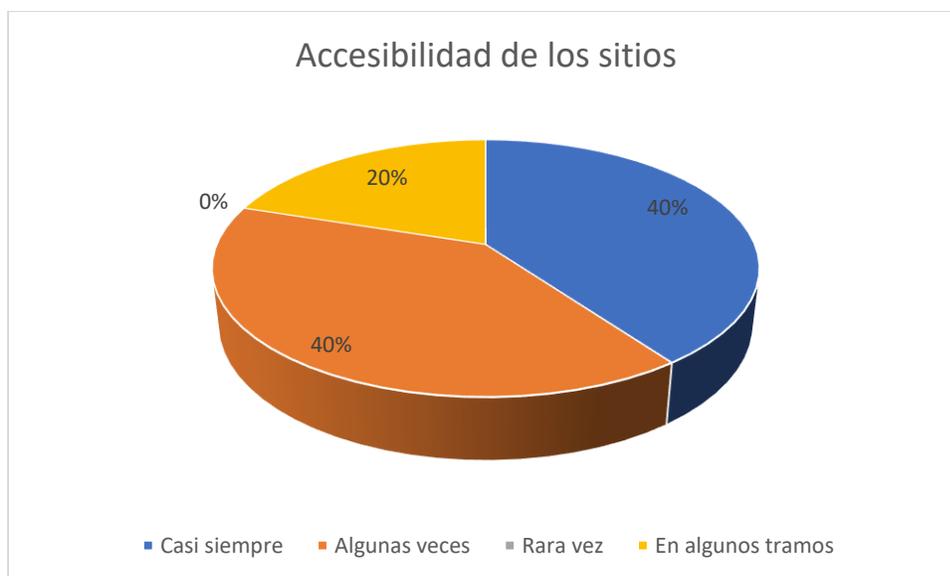
Nota. Elaboración propia

De acuerdo a la gráfica 31 que responde a la pregunta sobre los sitios de importancia, el 60% de las personas encuestadas contestaron que es un sitio favorable para el avistamiento de aves, seguido del 40% que lo prefiere por los corredores verdes que hay en el lugar, puesto que pese a ser un centro poblado con apenas 25 familias que conforman el lugar, su verde naturaleza y la calidez de su gente, lo convierten en un sitio de amplio acogimiento para quienes lo visitan.

Tabla 31*Accesibilidad de los sitios*

Accesibilidad Sitios	Valor Absoluto	Valor Relativa
Siempre	0	0
Casi siempre	2	40%
Algunas veces	2	40%
Rara vez	0	0
En algunos tramos	1	20%
TOTAL	5	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 43*Accesibilidad de los sitios*

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la gráfica 32, el 40% de las personas encuestadas contestó que algunas veces se dificulta por los cambios de temperatura y la abundancia de las lluvias en la temporada

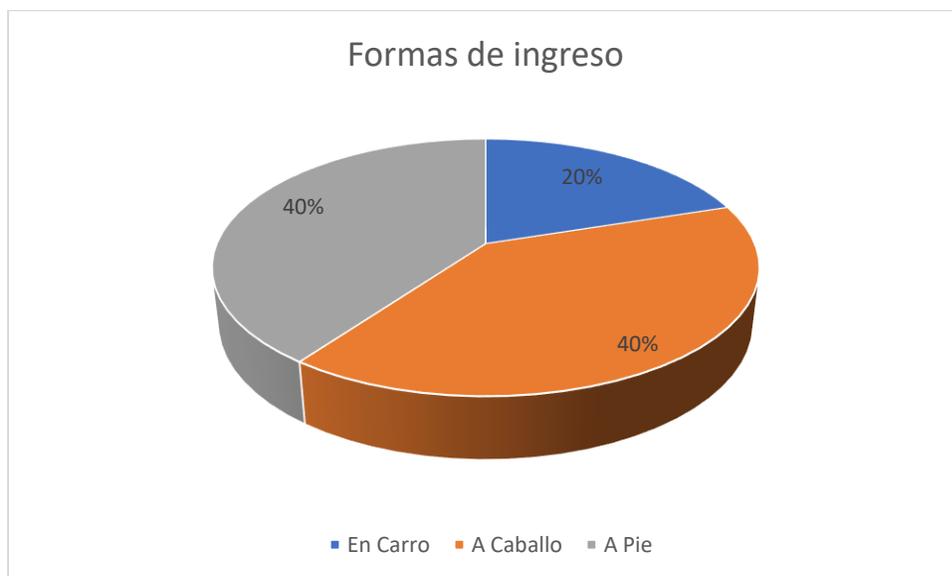
invernal hace que el acceso a los diversos sitios sea complicada, mientras que el 40% contestó que casi siempre hay complicaciones de accesibilidad pero, se hace fácil llegar al lugar, porque los encargados de la conservación toman medidas favorables para tener mayor accesibilidad y estar facilitando el ingreso de los turistas al lugar, por esta razón se exige que se lleve el calzado adecuado para facilitar las caminatas por las diversas zonas.

Tabla 32

Formas de accesibilidad de los sitios

Formas de Acceso a Sitios	Valor Absoluto	Valor Relativa
En Carro	1	20%
A Caballo	2	40%
A Pie	2	40%
En Lancha	0	0
Otras	0	0
TOTAL	5	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 44*Formas de accesibilidad de los sitios*

Nota. Elaboración propi

De acuerdo con la gráfica 32, y para dar respuesta a la pregunta sobre los medios o formas de llegar o acceder al lugar, el 40% de los encuestados contestó que lo hace a caballo y otro 40% contestó que, a pie, seguido del 20% que responde en carro, pero solo hasta algunos tramos que permiten su accesibilidad, mientras que hay quienes prefieren caminar para gozar del clima y del paisaje de la zona.

Tabla 33*Guianza turística*

Guianza Turística	Valor Absoluto	Valor Relativa
Siempre	4	80%
Casi siempre	1	20%
Algunas veces	0	0
Rara vez	0	0
En algunos tramos	0	0
TOTAL	5	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 44*Guianza turística*

Nota. Elaboración propia

Respecto a los servicios de guianza, la gráfica 33 muestra que el 80% de los encuestados contestó que siempre se presta este servicio, dado que la zona así lo exige por lo complicados de los terrenos, siendo necesario el conocimiento de los mismos, mientras que un 20% contestó que

casi siempre existe, especialmente cuando se quiere visitar naturaleza para avistamiento de aves o especies de flora nativa.

Tabla 34

Personas de la comunidad que ofertan la guía

Oferta Guianza	Valor Absoluto	Valor Relativa
Siempre	4	80%
Casi siempre	1	20%
Algunas veces	0	0
Rara vez	0	0
En algunos tramos	0	0
TOTAL	5	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 45

Personas de la comunidad que ofertan la guía



Nota. Elaboración propia

Respecto a la gráfica sobre la oferta de los servicios de guía, descritos en la gráfica 35, el 80% de los encuestados contestó que siempre hay disposición para hacerlo, seguido del 20% que argumentó que casi siempre se presentan porque su capacitación está en la disposición

sietecuecos, donde el Río Naranjo presenta sitios llamativos como el Salto de La Danta, una caída de agua de aproximadamente treinta metros de altura, que resulta todo un espectáculo.

Por su parte, la asociación comunitaria Huellas del Macizo, surgió como grupo de monitoreo de la vida silvestre en la Vereda La Castellana del Municipio de San Agustín, también área del PNR Corredor Biológico Guácharos – Puracé, cuando empezó el auge de lo ambiental y turístico de las regiones y cobró vida cada grupo que contara con iniciativas de emprendimiento para establecer dinámica productiva a la región.

Esta asociación, creada hace seis años, está integrada por veinticinco familias del centro poblado El Rosario, todos ellos campesinos dedicados al cultivo de frutas de clima frío como granadilla, aguacate y pitahaya, durazno criollo o algunos de pan coger como frijol, maíz y arveja que representaban el sustento de las diversas familias, y que gracias al impulso de las instituciones públicas y privadas hoy tienen mayores perspectivas económicas por las ideas que han hecho resurgir la región.

El área de la Vereda La Castellana presenta un paisaje de bosque andino, del que se derivan importantes servicios eco sistémicos, como la producción de agua, generación de oxígeno y el hábitat de especies como el oso andino y la danta de páramo, ésta última, principal objeto de estudio de esta comunidad, utilizado por el observatorio natural para la protección de especies en vía de extinción y que son ejemplo de naturaleza y vida, muestra de ello, son las imágenes captadas en diversos escenarios de la región, considerados habitantes ocultos de las mismas.

Por medio de actividades de monitoreo y de investigación del tapir o danta de montaña, realizadas con la CAM y con universidades como Los Andes y Nacional, la Asociación ha

aportado a la elaboración de importantes documentos que han permitido conocer un poco más esta especie en peligro de extinción.

De manera inicial, se podría decir que, en el caso de Huellas del Macizo, el potencial de su zona está en el turismo científico o investigativo, otra alternativa que pueden aprovechar sus moradores, mientras también incentivan el turismo rural, ecológico y de aventura, siendo área de riqueza hídrica.

El principal atractivo, lo compone el Sendero Ecológico La Danta, un recorrido de aproximadamente cinco kilómetros, entre bosques espesos de robles, palmas de cera, cedros y sietecueros, donde el Río Naranjo presenta sitios llamativos como el Salto de La Danta, una caída de agua de aproximadamente treinta metros de altura, que resulta todo un espectáculo y que en recientes documentales realizados por el Tiempo, el departamento del Huila se ha convertido en el principal departamento protector de especies en vía de extinción como la Danta y el oso de anteojos, que permiten la existencia de otras especies, llamándose así especies sombrillas, denominadas así, porque requieren de grandes extensiones de terreno para el mantenimiento de poblaciones mínimas viables, por lo que garantizar la conservación de sus poblaciones implica la protección de otras especies simpátricas, es decir, especies de menor nivel trófico, o una sección apreciable del ecosistema (Diario la Nación, 2019).

Atractivos turísticos de la zona

Forman parte de los atractivos turísticos los siguientes sitios, los cuales se pueden apreciar en la figura 4, que describe el amplio paisaje de la región:

- Parque Natural Cueva de los Guacharos, reconocido por las formaciones calcáreas
- Parque Arqueológico de San Agustín
- Cascadas de colores

- Senderos empalancado (travesía Macizo colombiano Vereda Puerto Quinchana)
- Bosques de cedros rosados, Roble negro
- Cascadas la Lindosa y Cristales
- La Falla geológica Lapiaz

Figura 46

Atractivos turísticos de la zona sur del Huila





Nota. Fundación Cerca viva, cultura, turismo y conservación, 2019

Algunas de las especificaciones de las zonas se encuentran a continuación:

Cueva del Indio y de los Guacharos. La primera de ellas es considerada la más grande del parque, con un recorrido de aproximadamente 2 horas y está interconectado por túneles y su principal atractivo lo constituyen las formaciones de carbonato de calcio o también reconocidas como las estalactitas que son rocas de donde destilan gotas cargadas de CaCO_3 y que dan formación a las estalactitas. Según los investigadores del parque, para que se forme una columna deben pasar entre 100 a 200 años (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2019). La cueva de los Guacharos lleva este nombre por la especie que lo habita, y que son aves que habitan la zona, porque allí encuentran su alimento representado en el guano y las semillas de milpes.

Sendero de acceso Roble negro

Tiene una duración de 2 horas. Extensión de 3.5 km. Entre los atractivos turísticos se puede observar los altos arbustos de roble negro en donde habitan aves, mamíferos y otras especies. Es un tipo de sendero empalancado y en el se puede observar el cañón del río Suaza, geoformas y otros ecosistemas para los amantes de la naturaleza.

Camino de los gigantes

El atractivo de este sitio, lo constituyen 2 cuevas las descritas anteriormente con formaciones que muestran los espectaculares espeleotemas, y otros rasgos geológicos; es un tipo de sendero empalancado natural y tiene un nivel de acceso algo difícil.

Cascada lluvia de cristales

Para llegar a este sitio, se requiere de una duración de 2 horas, en una extensión de aproximadamente 3.4 km. Como atractivos turísticos del sector está el avistamiento de aves, mamíferos, flora y baño terapéutico que muestran la riqueza hídrica en cascadas de más de 2 metros, con vías de acceso tipo sendero empalancado natural, lo que muestra un nivel de dificultad medio. También se encuentra la Cascada de colores. Para llegar al lugar se requiere de 5 horas de extenuante recorrido, en una extensión de aproximadamente 6 km con alta vegetación y una riqueza natural que alberga más de 300 especies de aves, por lo que se oferta el avistamiento de aves para quienes disfrutan del canto y el estudio de las aves.

Infraestructura turística

Forman parte de la infraestructura turística el conjunto de elementos que la región y la comunidad oferta a turistas, las cuales tienen características particulares, con el fin de ofrecer servicios relacionados con el turismo sustentable, el desarrollo humano, el fomento del arte, la cultura, las buenas prácticas agrícolas, y demás aspectos que aseguran la conservación y el manejo sostenible de la biodiversidad en la región. La infraestructura turística, representa un proceso de desarrollo turístico emprendido por familias campesinas que buscan la protección y conservación de los recursos naturales para el beneficio de toda la comunidad y de las generaciones futuras, por lo que se propende por el cumplimiento de los objetivos del milenio en busca de un mejor mañana para nuestras futuras generaciones.

La figura 5, muestra algunas de las características de la infraestructura turística.

Figura 47

Cabañas de hospedaje en el sector los Robles



Nota. Fundación Cerca viva, cultura, turismo y conservación, 2019

Restaurante (interior – exteriores).

Figura 48

Restaurante



Nota. Fundación Cerca viva, cultura, turismo y conservación, 2019

Es de resaltar que, en el tiempo de la visita a la región, los sitios se encontraban cerrados por motivos relacionados con la pandemia, de tal manera que las páginas de turismo así lo mostraban, razón por la cual no se permitió el acceso a los diferentes sitios:

Figura 49

Medidas adoptadas por Emergencia sanitaria

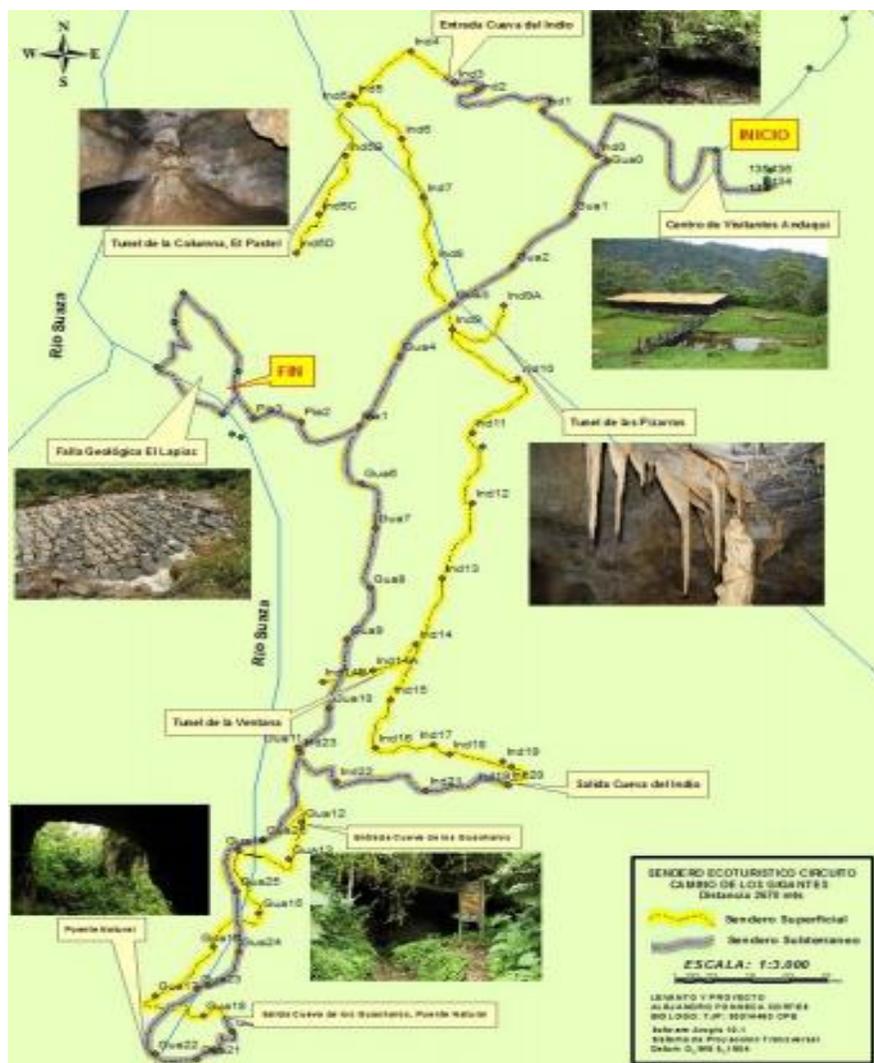


Nota. Fundación Cerca Viva

La Fundación Cerca Viva como principal promotor de la región, ha diseñado una ruta, que traza los diversos recorridos y los principales atractivos de la región, tal como se observa a continuación:

Figura 50

Ruta o circuito camino de los Gigantes



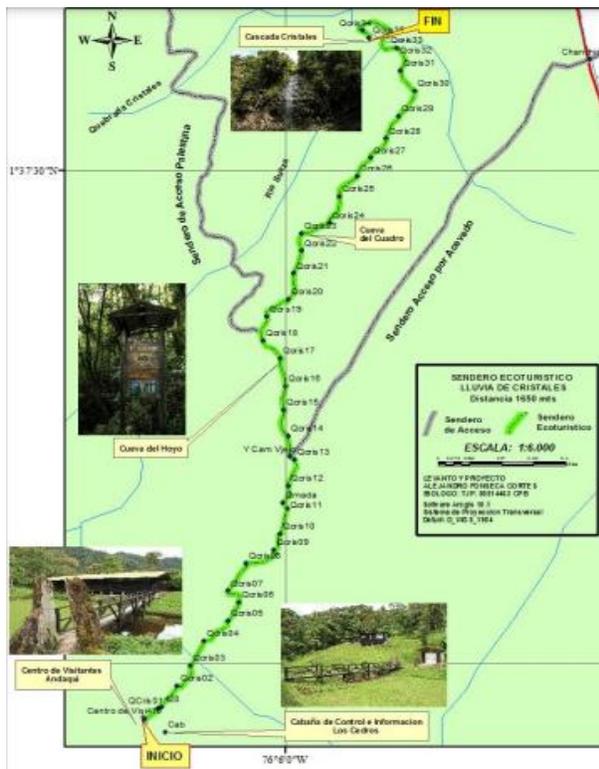
Nota. Parques Naturales de Colombia, 2020

Es un circuito que tiene un recorrido de aproximadamente 4 horas, el cual se hace a pie y se inicia en el sector de los cedros, hasta la entrada a la cueva del indio, este sendero tiene una longitud de 1000 metros y cuenta con una escalera de 14 metros que indica la salida de la cueva para continuar en una dirección que conduce a la cueva de los Guacharos, cuyo recorrido es de

aproximadamente 345 metros hasta el puente natural, en un recorrido de dificultad media y cuyo retorno se realiza en la intersección con el sendero de la Cueva de los Guácharos.

Figura 51

Ruta para el sendero Lluvia de Cristales



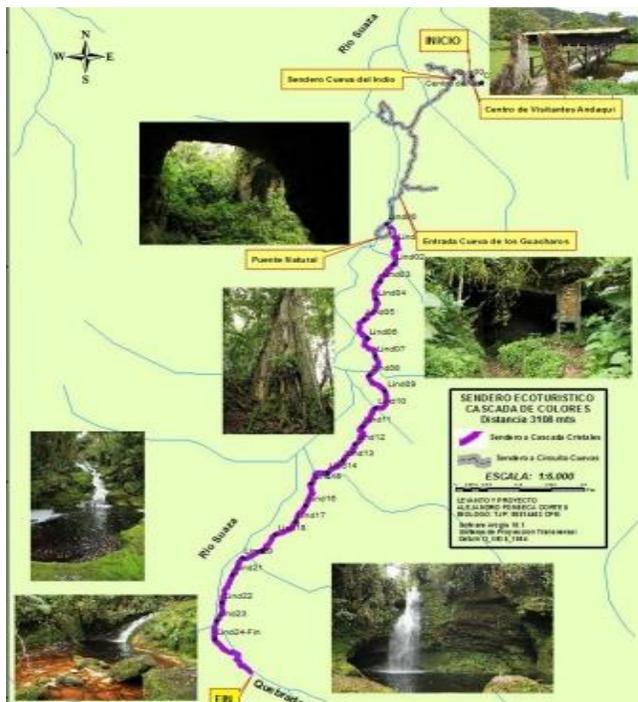
Nota. Parques Naturales de Colombia, 2020

Es un sitio de exuberante vegetación. De acuerdo con el observatorio de Parques Naturales, ubicado en el departamento del Huila, el recorrido se hace a pie y con previas recomendaciones, por la abundante vegetación y la dificultad del acceso; es una zona donde habitan los guacharos, por lo tanto, es una de las aves de mayor presencia en la región. Es un recorrido de enriquecedor conocimiento natural, donde se encuentra fauna y flora que dan vida al ecosistema. El lugar cuenta con un Centro de visitantes llamado “Andaqui” y la distancia de recorrido desde este sitio (inicio) hasta la Cascada Cristales, es de 1650 metros. La riqueza

geográfica de la zona, lo constituyen en atractivos turísticos, por la variedad de cascadas, senderos y cuevas, llamativos para los turistas, especialmente los extranjeros.

Figura 52

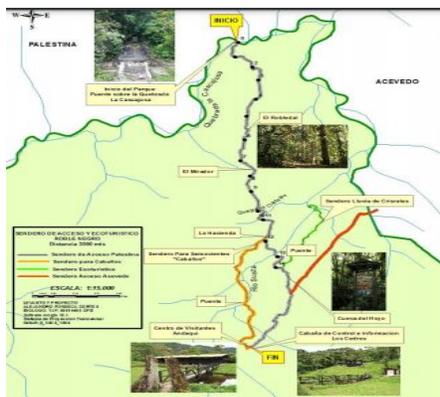
Ruta por el sendero de Colores



Nota. Parques Naturales de Colombia, 2020

Figura 53

Ruta Sendero Roble Negro



Nota. Parques Naturales de Colombia, 2020

Formulación de Estrategias para el Desarrollo Turístico de las Veredas la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro Poblado el Rosario del Sur del Departamento del Huila

Análisis DOFA de las regiones en estudio para el sector turístico.

Se identifica en ella las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de la región, como atractivos turísticos para destacar y una vez se realiza el estudio independiente de cada una de las regiones en una de las áreas ecológicas con las que dispone el sur del departamento del Huila y que conecta municipios como Pitalito, Acevedo, Suaza entre otros, se hace necesario establecer un análisis conjunto de cada una de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, con el fin de formular estrategias de productos, servicios, plaza, promoción y publicidad, precios, como variables funcionales y operativas para las unidades de negocio que se están instalando y ofertando los servicios de turismo en la región.

A continuación, se observa que en el análisis de la matriz DOFA, al realizar el cruce de las fortalezas y las amenazas, así como de las debilidades y oportunidades, se proyecta un potencial de crecimiento para el sector turismo del departamento del Huila, que, con planes y programas de acción encaminados a la capacitación de los pobladores de cada región, se pueden crear estrategias de oferta en escenarios nacionales e internacionales, teniendo en cuenta que conocen ampliamente la región y son ellos quienes conocen cada espacio, cada temporal, la variabilidad del clima y demás aspectos.

Tabla 35*Matriz DOFA Veredas Ilusión, Quinchana y Rosario*

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Matriz Dofa Veredas Ilusión, Quincha y Rosario	1. Riqueza natural en flora y fauna (Danta, Águila, armadillos)	1. Desconocimiento de técnicas para la oferta de ecoturismo en la zona
	2. Conocimiento amplio y disposición del capital humano para ofertar los servicios de turismo	2. Deficiencia en la infraestructura vial de las tres regiones
	3, Riqueza arqueológica distribuida en las veredas Ilusión, Quinchana y el Rosario	3. Ausencia de logística y aspectos del sector hotelero para visitantes
	4. Amplios espacios y escenarios para la diversión, el descanso y la relajación	4. Escasa promoción y publicidad que describa cada una de las veredas
	5. Diversidad de medios de transporte a cómodos precios para acceder a los diversos sitios.	5, Gastronomía sencilla con ausencia de cartas o menú que oferten
Oportunidades (O)	Estrategia (Fo)	Estrategia (Do)
1. Plan de competitividad del sector turístico	(1,3) Oferta de servicios en ferias de negocios nacionales, internacionales y locales	(1,3) Aprovechar las vitrinas turísticas para mostrar la riqueza natural

2. Reconocimiento de calidad por la UNESCO	(1,5) Presentación de brochour y portafolio de productos y servicios turísticos	(3,4) capacitar en el plan estratégico y Política Pública Nal de turismo
3. Vitrinas comerciales y muestras turísticas de ANATO	(5,1) Diseñar rutas de transporte en horarios de mañana y tarde para desplazamiento	(4,5) Desarrollar rutas con programación de avistamiento y deporte extremo
4. Plan estratégico y diseño de política pública turismo Nal.	(4,1) Desarrollar programación de visitas con trazado de rutas	(5,2) Aprovechar el sello de la UNESCO para atraer turismo internacional
5, Innovación tecnológica para ofrecimiento de servicios	(2,5) Capacitación del personal de la región en procesos de guianza y turismo rural	(3,3) Contratar personal para construcción hostales acordes al lugar
Amenazas (A)	Estrategia (Fa)	Estrategia (Da)
1. Historial de la población en explotación maderera	(2,1) Capacitar a la población en turismo de aventura, ecoturismo y paisajismo para la región	(1,4) Desarrollo de planes y programas con técnicas de oferta tecnológica
2. Altas zonas de riesgo presencia fenómenos naturales	(1,4) Establecer planes y programas de turismo natural y de arqueología nacional	(4,3) Diseñar estrategias de publicidad y promoción de actividades rurales
3. Presencia de grupos al margen de la ley (Guerrilla)	(2,5) Capacitar al personal de la región en aspectos de gastronomía y servicio regional	(5,4) Diseñar planes financieros a través de un simulador financiero fácil manejo

4, Deficientes planes y programas de capacitación turismo rural	(4.2) Desarrollar programación de visitas con trazado de rutas Bioseguras	(2,2) Establecer planes y programas de turismo de acuerdo a temporada clima
5, Altos costos Vs rudimentarios servicios turísticos	(2,5) Capacitación personal en finanzas básicas para emprendimiento	(1,4) Capacitar a la población en administración de unidades de negocio

Nota. Elaboración propia

Con el análisis de cada una de las estrategias diseñadas para las veredas Ilusión, Quinchana y Rosario del sur del departamento del Huila, y con el fin de establecer las pautas para implementar el modelo de direccionamiento estratégico al sector turismo en el departamento del Huila, se llevó a cabo la aplicación de una encuesta, a 38 habitantes de las tres regiones (Puerto Quinchana, La Ilusión, y el Rosario) que como bien se mostró en las encuestas aplicadas en cada una de las regiones, se pudo establecer diferencias de turismo, pero con amplia ventaja por la biodiversidad del lugar, por esta razón, se especificaron aspectos relevantes en cuanto a arqueología, naturaleza, especies nativas tanto de fauna y flora como es el roble negro, el rosado que evidencia aspectos por los cuales la zona conserva áreas inhóspitas y que se requiere de guianza para poder avanzar hacia el recorrido por las diferentes rutas en los corredores verdes que conectan cada una de las veredas y que los están haciendo cada vez más reconocidos para el sector turístico.

Selección de las Estrategias para Dinamizar el Turismo en las Veredas La Ilusión, Puerto Quinchana y Centro Poblado el Rosario del sur del departamento del Huila.

Una vez se realiza el análisis estadístico de las encuestas aplicadas en cada una de las regiones, se procede a la selección de las estrategias, teniendo en cuenta el cruce de variables definidas en la matriz DOFA y que se valorizan de acuerdo al impacto en las matrices MEFI (Matriz de evaluación de factores internos) y MEFE (Matriz de evaluación de factores externos) tal como se muestra a continuación:

Tabla 36*Matriz de Evaluación de Factores Internos - MEFI*

Factores Internos Claves	Peso	Valor	Resultado
	Relativo		Ponderado
1. Participación del departamento del Huila (16.3%) en el mercado del turismo nacional	0.18	3	0.54
2. Imagen de la región en el mercado turístico nacional e internacional	0.25	2	0.50
3. Servicio eficiente de los pobladores de la región y comunidad en general	0.10	3	0.30
4. Orientación y enfoque de su publicidad	0.06	2	0.12
5. Instalaciones altamente competitiva	0.03	4	0.12
6. Planes funcionales al alcance de mercado	0.06	2	0.12
7. Amplia fuerza de ventas en el ofrecimiento de servicios turísticos desde la ciudad de Neiva y municipios como Garzón y Pitalito.	0.14	2	0.28
8. Estructura organizacional favorable para atención a los usuarios de los servicios turísticos	0.15	2	0.30
9. Amplios horarios de atención al público	0.02	3	0.06
10. Innovación y tecnología en pro de la conservación de recursos naturales	0.01	3	0.03

TOTAL	100	2.37
--------------	------------	-------------

Nota. Elaboración propia

El resultado total ponderado es 2.37 caracteriza a la región del sur del Huila, específicamente a las veredas la ilusión, Puerto Quinchana y el Rosario, como zonas débiles de posición interna, es decir, que al interior de cada una de las comunidades, se presentan deficiencias funcionales a la hora de ofertar los servicios de turismo, pese a la existencia de alta riqueza natural y del paisaje natural de la región, por lo tanto, debe implementar estrategias de marketing, promocionales y publicitarias que promuevan cada uno de los sitios y les permita a los habitantes de la región generar valor agregado a esta actividad.

Tabla 37*Matriz de Evaluación de Factores Externos - MEFE*

Factores Externos Claves	Peso	Valor	Resultado
	Relativo		Ponderado
1. Factores climáticos de amplia variación	0.10	3	0.30
2. Zonas de riesgo por presencia de fenómenos naturales	0.30	4	1.2
3. Inseguridad presencia de grupos al margen de la Ley	0.20	5	1.0
4. Deficientes planes y programas de capacitación turismo rural y ecológico.	0.20	2	0.40
5. Débil infraestructura hotelera en las zonas de influencia de los proyectos	0.05	3	0.15
6. Vías deterioradas y de difícil accesibilidad	0.05	3	0.15
7. Competitividad desleal por parte de empresas turísticas	0.10	3	0.30
TOTAL	100		3.50

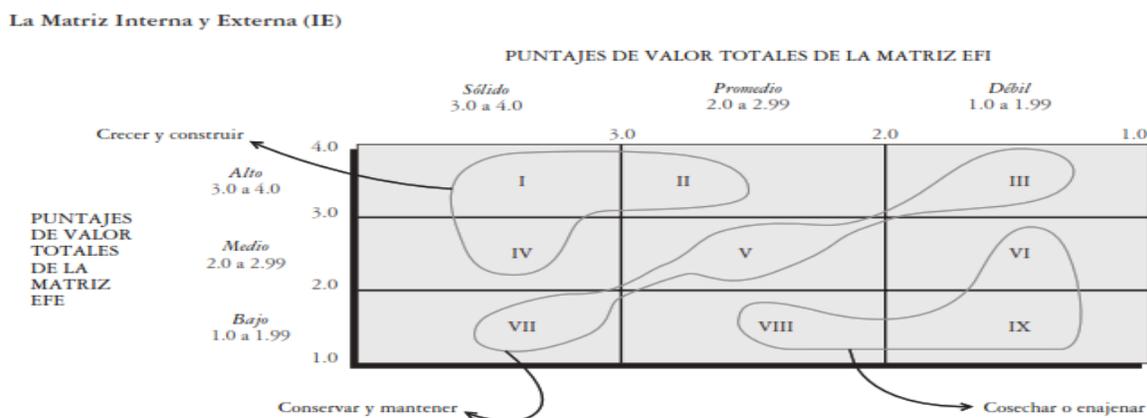
Nota. Elaboración propia

La matriz MEFE permite analizar los factores externos que inciden en el desarrollo del proyecto y que provienen del exterior, por lo que los resultados en esta aplicación se obtuvo un resultado ponderado de 3.50, lo que muestra altas expectativas puesto que sus valores la ubican en un cuadrante de posibilidades de crecimiento y construcción, por lo que se fortalecerán

estrategias de posicionamiento para alcanzar imagen favorable en el sector turístico del departamento del Huila.

Figura 55

Ubicación gráfica de la matriz Interna y Externa



Y

X

BURBUJA

MEFI

MEFE

2,37

3,5

2,9

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con los resultados alcanzados en el análisis de la matriz MEFI y MEFE, se puede evaluar que la empresa se encuentra ubicada en el cuadrante medio (IV) alto, de posibilidades favorables dado que los factores externos son de tipo natural y como tal contribuyen al jalonamiento de las empresas que construyan o formen legalmente en la zona sur, área geográfica de alta incidencia del proyecto, en donde los grupos comunitarios están siendo capacitados para fortalecer organizacionalmente las unidades productivas, por lo tanto, se puede observar que pese a contar con aspectos internos débiles, el área donde opera el proyecto es altamente favorable por la diversidad de recursos naturales y la forma como se ha venido trabajando en función de los mismos.

Figura 56

Burbuja de la Matriz Interna y Externa



Nota. Elaboración propia

La burbuja se ubica en el cuadrante medio (IV) situación que evidencia la posición para diseñar una estrategia de crecimiento, puesto que el resultado ponderado arrojó 2.9 con algunas debilidades del entorno que pueden afectar o influir en el crecimiento de la marca, de la organización o negocio de turismo. Por lo anteriormente alcanzado, se puede plantear algunas estrategias que permiten aprovechar las oportunidades y disminuir (riesgos externos).

Entre las estrategias de crecimiento de acuerdo a la gráfica DOFA, se encuentran las siguientes:

Ofertar los servicios turísticos en ferias y ruedas de negocios nacionales, internacionales y locales, mediante portafolios y brochour de los servicios turísticos, que además incluya horarios, rutas, y costos.

Aprovechar las diferentes vitrinas turísticas para proyectar la imagen de la riqueza natural y arqueológica de la región, exaltando el sello UNESCO “Patrimonio histórico de la humanidad” para atraer turismo internacional.

Diseñar un plan de capacitación del personal de cada una de las organizaciones ubicadas en las regiones las veredas la ilusión, Puerto Quinchana y el Rosario, para el fortalecimiento en los procesos de guianza y reconocimiento de la política pública de turismo y el turismo rural, en el sur del departamento del Huila, exaltando actividades de avistamiento de aves, realización de deportes extremos y reconocimiento de fauna en vía de extinción (águila pico amarillo, Danta, Jaguar, entre otras especies).

Plantear actividades de emprendimiento para la construcción de hostales bio sostenibles con el fin de albergar mayor número de turistas y visitantes.

Diseñar una propuesta de modelo de negocio sostenible para la oferta de servicios turísticos mediante la aplicación de un App para dispositivos móviles.

Diseño del plan de mejoramiento

De acuerdo con las estrategias planteadas anteriormente, el plan de mejoramiento que se ha diseñado es el siguiente:

Tabla 38*Plan de Mejoramiento Sector Turístico Zona Sur 2023 – 2025*

Objetivos	Estrategias	Actividades	Fecha /Inicio	Fecha/Finalización	Responsable	Observaciones
Objetivo 1.	Ofertar los servicios turísticos en ferias y ruedas de negocios nacionales, internacionales y locales, mediante portafolios y brochour de los servicios turísticos, que	Realizar listas de chequeo de las diversas ferias y ruedas de negocios turísticos para participar con inscripciones.	1 enero de 2023	30 de junio de 2023	Representante legal de cada unidad productiva	Es importante aclarar que cada una de las regiones tiene su potencial turístico que se oferta en el mercado, por lo tanto, mediante alianzas empresariales o comunitarias pueden

Objetivos	Estrategias	Actividades	Fecha /Inicio	Fecha/Finalización	Responsable	Observaciones
y la Participación del Sector Turístico en la Dinámica Económica del Departamento del Huila.	además incluya horarios, rutas, y costos.	turística que evidencie la riqueza natural de la región. Desarrollar la marca que identifique la oferta turística regional. Aprovechar las diferentes vitrinas turísticas para proyectar la				incluirse en los paquetes turísticos.
		Mantener actualizado el inventario de		31 de diciembre de 2023		El inventario de fauna y flora se

Objetivos	Estrategias	Actividades	Fecha /Inicio	Fecha/Finalización	Responsable	Observaciones
	imagen de la riqueza natural y arqueológica de la región, exaltando el sello UNESCO “Patrimonio histórico de la humanidad” para atraer turismo internacional.	fauna y flora de cada una de las regiones vinculadas a las alianzas para la oferta de servicios turísticos.	1 enero de 2023		Encargado y delegado de la CAM y Parques Nacionales	constituye en documento nacional para el informe del Huila para Colombia y el Mundo.

Objetivos	Estrategias	Actividades	Fecha /Inicio	Fecha/Finalización	Responsable	Observaciones
Objetivo 1.	Diseñar un plan de capacitación	Diseñar una secuencia				
Mejorar el Posicionamiento y la Participación del Sector Turístico en la Dinámica Económica del Departamento del Huila.	del personal de cada una de las organizaciones ubicadas en las regiones las veredas la ilusión, Puerto Quinchana y el Rosario, para el fortalecimiento en los procesos de guianza y	Diseñar una didáctica para los procesos de capacitación del personal en cada una de las temáticas en turismo necesarias para el fortalecimiento del conocimiento de las	1 enero de 2023	30 de diciembre de 2023	Representante legal y secretaría delegada para cada uno de las unidades de negocio	Se resalta la estructura organizacional que mantiene cada una de las unidades productivas con una estructura básica y sencilla para el funcionamiento.

Objetivos	Estrategias	Actividades	Fecha /Inicio	Fecha/Finalización	Responsable	Observaciones
	reconocimiento de la política pública de turismo y el turismo rural, en el sur del departamento del Huila, exaltando actividades de avistamiento de aves, realización de deportes extremos y reconocimiento	comunidades vinculadas a los grupos asociativos. Desarrollar estatutos organizacionales para el cumplimiento de metas y objetivos de la organización.			Representante legal	

Objetivos	Estrategias	Actividades	Fecha /Inicio	Fecha/Finalización	Responsable	Observaciones
	de fauna en vía de extinción (águila pico amarillo, Danta, Jaguar, entre otras especies).	Aplicar manuales de funciones y procedimientos en cada uno de las unidades de negocios.			Representante legal	
Objetivo 2. Analizar la Cobertura del Sector Turístico	Plantear actividades de emprendimiento para la construcción de hostales bio	Realizar alianzas con instituciones educativas como el SENA y las Universidades e instituciones de				Se incentiva el modelo de emprendimiento que sostiene y desarrolla el SENA para

Objetivos	Estrategias	Actividades	Fecha /Inicio	Fecha/Finalización	Responsable	Observaciones
del Departamento del Huila en el PIB Regional.	sostenibles con el fin de albergar mayor número de turistas y visitantes.	formación educativa para alcanzar diseños creativos, sostenibles y sustentables de acuerdo a las características de la región.	1 enero de 2023	31 de diciembre de 2023	Representante Legal	mejoramiento de las organizaciones.
Objetivo 3. Difundir la Imagen	Diseñar una propuesta de modelo de	Monitorear cifras, datos y estadísticas que				

Objetivos	Estrategias	Actividades	Fecha /Inicio	Fecha/Finalización	Responsable	Observaciones
Turística de Subsectores Arqueológico y Naturales del Sur del Departamento del Huila en el Territorio Nacional e Internacional	negocio sostenible para la oferta de servicios turísticos mediante la aplicación de un App para dispositivos móviles.	reporten el ingreso de turistas a la región. Diseñar una App para dispositivos móviles con el fin de facilitar el acceso de la información sobre la región.	1 enero de 2023	31 de diciembre de 2023	Representante legal con funciones de mercadeo dentro de la organización	

Nota. Elaboración propia

Conclusiones

El sector turístico en el departamento del Huila se encuentra en constante crecimiento, gracias al impulso de organizaciones como la Cámara de Comercio, Infihuila, la Secretaría de Fomento y Cultura del departamento del Huila, Alcaldía de municipios como Acevedo, Palestina, San Agustín, San Adolfo, Pitalito, entre otros, que se encuentran capacitando a la población de regiones o veredas como La Ilusión, Puerto Quinchana, Centro Poblado el Rosario y organizando procesos que entrelazan y fortalecen el crecimiento de sector y subsectores.

Se logró identificar que el departamento del Huila, cuenta con amplios escenarios naturales, que se convierten en oportunidades de desarrollo y crecimiento del sector turismo, generando alternativas de productividad y crecimiento económico, reconociendo en cada zona la vocación turística, por lo que se evalúan criterios de turismo como la aventura, arqueología, aspectos rurales, científicos, especies en vía de extinción, entre otros.

De acuerdo con el diagnóstico realizado mediante la matriz DOFA, se pudo identificar que las unidades productivas localizadas en la región sur del departamento del Huila se encuentran en el cuadrante IV para formular estrategias de crecimiento y reconstrucción, dada la importancia que representan para la economía regional.

El departamento del Huila se caracteriza por su amplia variedad de productos turísticos que hacen atractivo cada uno de los municipios, puesto que además de contar con excelentes escenarios turísticos, tiene alta laboriosidad artesanal que está unido al desarrollo del sector, además la gastronomía se vincula como elemento característico para brindar confianza y seguridad al visitante.

Se diseñaron 5 estrategias de crecimiento basadas en objetivos de posicionamiento, cobertura y difusión de la imagen de cada una de las regiones, vinculando en cada una de ellas,

variables relacionadas con la riqueza natural, la disposición de las comunidades en el aprendizaje de este tipo de actividades, alianzas estratégicas, aprovechamiento tecnológico entre otros.

Recomendaciones

De acuerdo con los resultados alcanzados, las sugerencias establecidas en cada uno de estos aspectos se relacionan a continuación,

Es importante realizar talleres de cartografía social de forma permanente permitirá establecer qué otros sitios que aún no hayan sido explotados turísticamente, puedan ser valorados como posibles atractivos. Por lo tanto, se debe localizar en el mapa los sitios de importancia ecoturística de su zona, teniendo en cuenta los siguientes criterios: Sitio exacto (X), Es un bosque natural (B), Recurso Hídrico (H), Presencia de animales (A) descríbalos, Cuenta con camino (C), No cuenta con camino (NC), Es un lugar seguro, sin presencia de grupos alzados en armas (P), Distancia y Tiempo.

Llevar a cabo la implementación del plan de mercadeo dispuesto y desarrollado para las regiones de estudio, teniendo en cuenta que están relacionados con aspectos de promoción y publicidad para cada uno de los sitios y además, se vinculan aspectos de tipo tecnológico, como las herramientas y demás factores que fortalecen el sector turismo para cada una de las regiones.

Referencias Bibliográficas

- Arroyo; Gonzalez & Segrado. (2008). El desarrollo de Cancún analizado desde la teoría de los sistemas complejos. *Turismo y algo más*, 12.
- Baez & Acuña. (2003, p. 12). Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en áreas protegidas. *Comisión Nacional para el Desarrollo de los pueblos indígenas*, 25.
- CMMAD. (1987). *Informe para la Asamblea General de las Naciones Unidas "Nuestro futuro común"*. Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo.
- Corporación del Alto Magdalena (2019) Capacitaciones a grupos poblacionales de la vereda La Ilusión, El Rosario y Puerto Quinchana, Sur del departamento del Huila.
- Fernandez Tabales, A. (2008). *El turismo ornitológico*. Valencia: The Papers of Turisme.
- Fondo de Biocomercio. (2009). *Informe de síntesis del estudio de la demanda de turismo ornitológico en España*. Madrid: Extremadura.
- García. (2003). Valoración de empresas, gerencia del valor y EVA. *Digital Express*, 223.
- Hernández; Fernández & Baptista. (2017, p. 567). *metodología de la investigación*. México D.F: McGrawHill.
- Huergo, J (2000) Comunicación/educación Itinerarios transversales. La Plata - Argentina.
- Linares & Morales. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. su comportamiento complejo . *Revista Pasos. Turismo y patrimonio cultural*, 14.
- Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2019). *PNN Cueva de los Guácharos*. Departamento del Huila: institucional.
- Porter, M. (2005). Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. *Competitividad*, 37.

- Reyes; Torres; Villarraga; & Meza. (2017). Valoración del paisaje y evaluación del potencial interpretativo como herramienta para el turismo sostenible en el ecoparque Las Monjas (la Mesa, Cundinamarca). *Cuadernos de Geografía*, 19.
- Ricardo, D (1960) *Notas a los principios de economía de Malthus*. Versión en Español del Fondo de Cultura Económica.
- Romero R, M., Cabrera M, E., & Ortíz P, N. (2015). *Informe sobre el estado de la biodiversidad en Colombia*. Bogotá: Humboldt.
- Suñol. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y sociedad* , 62.

Apéndices

Apéndices A

Encuesta Dirigidas a Empresarios Promotores de Turismo de las Veredas



ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESARIOS PROMOTORES DE TURISMO DE LAS VEREDAS LA ILUSIÓN, PUERTO QUINCHANA Y CENTRO POBLADO EL ROSARIO, DEL SUR DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

Somos estudiantes de Maestría de Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD y nos encontramos realizando estudios con el **objetivo** de caracterizar aspectos que se resalten y posicionen el turismo de las veredas la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro poblado El Rosario, del sur del departamento del Huila.

Objetivo: Identificar las bondades con las que cuenta las veredas la Ilusión, Puerto Quinchana y Centro poblado El Rosario, del sur del departamento del Huila, que poseionan el turismo de la región.

Comunidad: _____

1. ¿Cuáles son las bondades turísticas que posee la región?

a. Paisajes___ b. Senderos_____ c. Ríos y quebradas___ d. Fauna___ e. Flora___ f. Otra

cual:

2. ¿Cuáles son los sitios turísticos que se destacan en la región?

3. ¿Los sitios turísticos anteriormente mencionados son zonas de fácil acceso?

- a. Siempre____ b. Casi siempre____ c. algunas veces____ d. Rara vez____ e. en algunos tramos____ f. Nunca_____

4. ¿Como se puede llegar a los atractivos turísticos de la región?

- a. En carro____ b. A caballo ____ c. a pie ____ d. en lancha____ e. Otras____ ¿Cuáles?

5. ¿Se requiere de guianza turística para acceder al sitio?

- a. Siempre____ b. casi siempre____ c. algunas veces____ d. Rara vez____ e. Nunca____

6. ¿En la comunidad hay personas que ofertan el servicio de guianza turística?

7. a. Siempre____ b. casi siempre____ c. algunas veces____ d. Rara vez____ e. Nunca____

Número de personas lo ofrecen_____

8. ¿Si hay personas que ofrecen el servicio; tienen la capacitación básica para tal fin?

- a. Número de personas que están capacitadas: _____

9. ¿Los turistas que vienen a visitar la región que tipo de turismo realizan

- a. Ecoturismo____ b. Turismo de aventura____ c. Avistamiento fauna ____ d. paisajismo____ e. turismo de naturaleza____ otros____ Cuáles? _____



10. ¿A qué precios se oferta el servicio turístico y que incluye?

¿Aproximadamente cuantos turistas los han visitado en el último año antes de la pandemia?

a. Número de turistas de acuerdo a cada modalidad de turismo: _____

11. ¿Cuáles son las estrategias que están utilizando para promocionar el turismo de la zona?

a. Página web _____ b. medios audiovisuales _____ c. Material publicitario _____ d. voz a voz _____

e. otros _____ cuáles? _____

12. ¿Cuál es la comida que más consumen los turistas?

a. Sancocho Huilense _____ b. tamal huilense _____ c. manjares del Huila (masato, insulsos, aloja, bizcochos de achira _____ d. asado huilense _____ e. bebidas típicas (agua de panela con limón, jugos de frutas, pasifloras) _____ f. sudado de capaz y bocachico _____ g. mojarra frita _____ h. otros _____ cuáles? _____

13. ¿Cuántos restaurantes ofrecen los servicios gastronómicos y cuál es el más reconocido?

a. Número de restaurante _____ Nombre del más reconocido

14. ¿Cómo se oferta el hospedaje a los turistas?

- a. Hostal_____
- b. Fincas_____
- c. chozas_____
- d. d. otros_____ cuales_____

15. ¿Estará la comunidad de acuerdo que se desarrolle el turismo en la región?

- a. Siempre_____ b. casi siempre_____ c. algunas veces_____ d. rara vez_____
- e. Nunca_____

¿Por qué?: _____

Gracias por su Colaboración

Apéndices B

Fotografías de Pobladores de la Región

Figura 57

Capacitación a grupos poblacionales - infantil



Nota. Corporación Alto Magdalena, 2019

Figura 58

Capacitación a grupos poblacionales – Juvenil



Nota. Corporación Alto Magdalena, 2019

Figura 59

Capacitación a grupos poblacionales – Adultos



Nota. Corporación Alto Magdalena, 2019

Figura 60

Reconocimiento de los sitios



Nota. Corporación Alto Magdalena, 2019

Apéndice C

Ficha de Caracterización

FICHA DE CARACTERIZACIÓN
Caracterización
El proceso de ecoturismo, es incipiente y surge como parte del proceso de postconflicto en la zona, ya que como manifiesta los habitantes de las comunidades (puerto Quinchana, La Ilusión y el Rosario) cuentan con una amplia oferta en turismo ambiental, que anteriormente no podía ser visitada a causa de la presencia del frente 13 de las FARC.
Ubicación
Veredas La Ilusión, Puerto Quinchana y el Rosario y otras de estudio
Integrantes
16 familias campesinas del centro poblado San Adolfo en Acevedo, en la Vereda la Ilusión, 22 en Puerto Quinchana y 12 en el Rosario.
PRESTACIÓN DE SERVICIOS LOCALES
No cuentan con servicio público de transporte; no cuenta con infraestructura hotelera para prestar servicios a los turistas lleguen hasta la zona, este servicio se presta en las viviendas de los asociados.
ACTORES LOCALES (quiénes son, qué hacen)
Las asociaciones están integrada por campesinos productores de café y plátano; prestan servicios esporádicos de ecoturismo, entre los que se destacan: guianza dirigida por baquianos conocedores de la zona, alimentación en sus fincas sin alojamiento.
2. Autogestión de las comunidades locales
Historia de la organización

Cada una de estas asociaciones tiene un reconocimiento ante Cámara de Comercio de más de tres años de antigüedad.

Ejecución de proyectos

No presentan procesos en ese sentido

Formación, capacitación

Los asociados han desarrollado capacitaciones en el SENA en guianza turística, a raíz de lo cual decidieron conformar la organización, aunque una buena parte del programa de formación es orientado por la Corporación Autónoma del Alto Magdalena.

Prestadores de servicios locales

PRESTADORES DE SERVICIOS LOCALES

DE TRANSPORTE X

ALQUILADORES DE CABALLOS _____

RESTAURANTE X_____ (finca de los asociados)

PRODUCCIÓN DE ARTESANÍAS _____

VENTA DE ARTESANÍAS _____

TIENDAS _____

GUIAS LOCALES X

CAMPING _____

ALOJAMIENTO EN CASAS _____

POSADAS TURÍSTICAS _____

HOTELES _____

VENTA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS (café) X

Repartición de beneficios

No se ha determinado este aspecto
3. Cumplimiento de requisitos de sostenibilidad ambiental
Acciones de conservación
La Organización desarrolla acciones de cuidado de la biodiversidad, a través del monitoreo y estudio de especies amenazadas. Trabajo que coordina con la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena-CAM.
Oferta de actividades sostenibles
Senderismo, baño en ríos, recorrido por las cuevas Indio, los Guacharos, hospedajes de naturaleza pura.
Conocimiento y capacidad de manejo de recursos naturales
Los integrantes de Colombovivo tienen un gran conocimiento empírico y ancestral sobre los recursos de la zona, pero, no se ha sistematizado, tan sólo hasta ahora, se está implementando el proyecto de ecoturismo en la zona y se está empezando a vincular la tecnología, para establecer formas promocionales de las regiones de estudio, por lo que se constituye en un mayor atractivo para los habitantes.
Estado actual de los recursos naturales
Los recursos naturales de la región, están muy bien conservados, ya que la vereda La Ilusión y El Porvenir, está ubicada dentro del Parque Natural Regional Corredor Biológico Guácharos-Puracé. El sendero está ubicado estratégicamente para que los turistas puedan gozar de la riqueza natural de la zona, es así como se pueden observar sendos bosques andinos, donde hay presencia de roble negro (<i>Colombobalanus excelsa</i>).
Correctivos para los impactos negativos

En cuanto a la prestación del servicio ecoturístico, éste todavía no presenta impactos negativos, debido al incipiente desarrollo del mismo.

Conflictos por uso de recursos naturales

En la zona se presentan conflictos por la tala de bosques, esencialmente con personas que se han asentado en el territorio y que no han desarrollado los procesos de concientización y capacitación en conservación ambiental.

4. Valoración de los recursos y la cultura local

Recursos culturales y naturales

La zona es muy rica en recursos naturales, que ofrecen otros lugares que pueden ser promovidos por la organización, tales como: Charco Azul, Cerro Punta y el mismo Parque Natural Nacional Cueva de Los Guácharos, Cueva el Indio, cascada Cristales, entre otras.

Patrimonio cultural

En el centro poblado de San Adolfo, se encuentran algunos petroglifos que no han sido registrados, pero que la comunidad conoce su localización.

Capacitación del recurso humano en la prestación de los servicios

Los integrantes del grupo cuentan con un técnico de guianza turística dictado por el SENA y en los niños se está capacitando y formando a los niños.

Conocimiento de la zona protegida

Se tiene conocimiento empírico de los recursos naturales de la región, además de algunas capacitaciones otorgadas por la CAM y por Parques Nacionales.

5. Desarrollo de estrategias institucionales derivadas del ejercicio turístico

Infraestructura básica (vías, agua, luz, comunicaciones, internet, puesto de salud)

La vereda La Ilusión no cuenta con puesto de salud para atender al turista; sin embargo, el centro poblado San Adolfo, sí cuenta con centro de salud y presencia permanente de tres médicos generales. No hay servicio de celular ni internet en la vereda.

Planta física para prestación de servicios turísticos

En algunas casas de familia se presta el servicio de alojamiento y de los espacios para hacer camping, no hay servicios complementarios como restaurantes, hoteles u orientación para el turismo en las veredas, pero sí en San Adolfo.

Actividades que se pueden desarrollar

ACTIVIDADES QUE SE PUEDEN DESARROLLAR:

Excursiones al bosque ___x___

Montañismo ___x___

Observación de aves ___x___

Observación de vida silvestre ___x___

Botánica ___x___

Paisajismo ___x___

Rafting _____

Actividades de la finca ___x___

caza y pesca ___x___ Camping ___x___

Baño en río ___x___ (balseros)

Visitas a sistemas productivos ___x___

Prestación actual de los servicios

Se está incursionando en la prestación del servicio ecoturístico. Inicialmente, se ha prestado el servicio a personas del mismo municipio y de poblaciones vecinas.

Estrategias de mercadeo
<p>QUIENES / CUANTOS / DE DÓNDE/CUANTAS NOCHES?</p> <p>¿quién promociona el recorrido? / quien vende el recorrido? La Asociación Colombovivo y la CAM.</p> <p>¿figura en mapas o paquetes turísticos? El recorrido a la Vereda El Rosario no figura en folletos o en la oferta de los guías, el trabajo de promoción se ha hecho, a través de redes sociales y de una publicación realizada en el periódico Diario del Huila, así como un video realizado por la CAM.</p> <p>¿quién hace la guianza? / quien lleva los turistas? Los pocos turistas que llegan lo hacen por recomendación de algunos moradores de la zona.</p>
Riesgos para la salud o integridad de los turistas
<p>En la zona se presentan las condiciones de prestación de los servicios públicos que son comunes a toda la zona, donde se cuenta con de servicios de agua no tratada. Se presentan problemas ocasionales de orden público, pero no se han registrado hasta el momento ningún tipo de hostigamiento a los turistas.</p>
6. Generación de redes internas y externas
Capacidad de decisión en las acciones de conservación
<p>En la zona se presentan procesos investigativos que promueven el conocimiento de los recursos naturales. Se avanza en procesos de monitoreo de mamíferos como el oso andino y la danta de montaña.</p>
Apoyo y asesoría de entidades a las acciones de desarrollo turístico
<p>La CAM a través del programa de Educación Ambiental, ha apoyado el desarrollo ecoturístico de la zona; en ese sentido, a través de la Convocatoria de Proyectos Ciudadanos de Educación</p>

Ambiental-PROCEDA-versión 2018, aunque el premio aún no ha sido entregado a la organización, éste servirá para mejorar las condiciones del sendero ambiental; así mismo, han recibido equipos para la implementación de la estrategia de monitoreo comunitario, consistente en cámaras trampas, cámaras de fotografías, computador, USB.

Relaciones con otras organizaciones en la zona

Colombovivo y sus integrantes tienen relaciones sociales con otras organizaciones como es el caso del grupo de mototaxistas de San Adolfo, quienes les ofrecen el servicio de transporte a los turistas.

7. Creación de espacios de relacionamiento con instituciones

Articulación entre prestadores de servicios

No hay articulación

Interés de las autoridades

Las entidades oficiales de carácter local están interesadas en apoyar emprendimientos turísticos en la zona, tales como la CAM y Parques Nacionales.

Existencia de desarrollos empresariales

Todos los integrantes manifiestan el interés a futuro de prestar este tipo de servicios para incrementar sus ingresos, se tienen sitios donde se presta el alojamiento y la alimentación, hay baquianos que acompañan a los turistas, pero no se ha logrado formalizar la prestación de los servicios como organización.

8. Áreas libres de conflicto armado

La zona se encuentra en ese paso de tener presencia de grupos alzados en armas (FARC) a la ausencia de los mismos en sus territorios.

Mecanismos de seguridad para el turista

La comunidad aún no ha concebido este ítem.

Presencia de la Fuerza Pública

La comunidad manifiesta que hay poca presencia del Ejército o de la Policía Nacional en la zona. Tan sólo patrullan en época electoral.

Mecanismos de paz desde la comunidad: resolución de conflictos al interior de la organización. Recuperación de sitios de importancia ecosistémica. Educación ambiental con habitantes de la zona. Relación con fuerza pública y autoridad ambiental.

Nota. Elaboración Propia