

MODELO DE INNOVACIÓN PARA EL TURISMO DE NATURALEZA COMO EJE ESTRATÉGICO DEL DESARROLLO SUSTENTABLE EN COLOMBIA

INNOVATION MODEL FOR NATURE TOURISM AS A STRATEGIC AXIS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN COLOMBIA

Miguel Antonio Alba Suárez¹

María Teresa Holguín Aguirre²

¹ *Doctorando en Administración de Empresas, Economista, Docente Investigador de la Universidad Libre, Grupo de Investigación: Gestión, organizaciones y sociedad. Línea de Investigación: Ambiente y Cultura. Coinvestigador del Proyecto de Investigación: Centro de Producción Comercialización de Productos Orgánicos. Código del proyecto 11020147. Correo: miguel.albas@unilibre.edu.co*

² *Doctor en Desarrollo Sustentable, Magister en Ciencias de la Educación, Especialización Manejo Integral del Medio Ambiente, Especialización En Evaluación de Impacto Ambiental Instituciones Inv- Ecológicas, Licenciatura en Biología y Química, Docente Investigador de la Universidad Libre, Grupo de Investigación: Gestión, organizaciones y sociedad. Línea de Investigación: Ambiente y Cultura. Investigador Principal Proyecto de Investigación: Centro de Producción Comercialización de Productos Orgánicos. Código del proyecto 11020147 Correo: mariat.holguina@unilibre.edu.co.*

Resumen

El turismo de naturaleza es uno de los tipos del turismo considerado como sustentable por los expertos, el cual se basa en la menor utilización de recursos en su ejecución como de igual manera el menor impacto en el medio ambiente. (Budowski, 1976). La realidad explicada ha hecho que los países hayan enfocado sus esfuerzos en la generación de éste tipo de turismo cuyo eje principal se basa en el conocimiento de la naturaleza, vía conservación de los recursos en donde “Todo tipo de turismo basado en la naturaleza en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, es el eje de la preservación de las culturas tradicionales” (OMT, 2002)

El presente trabajo tiene como objetivo realizar una propuesta de modelo de turismo de naturaleza para Colombia, de acuerdo con los diferentes tipos de turismo; para tal efecto, se analiza la oferta actual de turismo de naturaleza, así como el Plan Nacional de Turismo “PNT” en su visión de largo plazo y un modelo de innovación para el sector.

Palabras claves. Turismo de Naturaleza, OMT, PNT, Desarrollo sustentable, Oferta

Abstract

Ecotourism is one of the types of tourism considered sustainable by experts, which is based on the lower use of resources in its execution as well as the least impact on the environment. (Budowski, 1976). The reality explained has meant that countries have focused their efforts on generating this type of tourism, the main axis of which is based on knowledge of nature, via the conservation of resources where “All types of tourism based on nature in which the main motivation is the observation and appreciation of nature, is the axis of the preservation of traditional cultures”(OMT, 2002).

The objective of this work is to make a proposal for a nature tourism model for Colombia, according to the different types of tourism; for this purpose, the current offer of nature tourism will be analyzed, as well as the ecotourism Plan “PNT” in its long-term vision and an innovation model for the sector.

Keywords. Ecotourism, OMT, PNT, Sustainable development, supply

Introducción

El sector turístico a nivel mundial tiene una importante participación en la dinámica económica donde representa el 9% del PIB mundial, donde 1 de cada 11 empleos es generado por este, además de representar el 6% del comercio internacional y generar el 30% de exportaciones de servicios; cifras que soportan la intención de diferentes países en invertir en él, como uno de los pilares de desarrollo económico y social. Esto se demuestra con el crecimiento sostenido que ha presentado en las últimas seis décadas, pasando de 25 millones de turistas internacionales en 1950 a 1.133 millones en 2014 (OMT, 2015).

El 2020 ha sido indudablemente es el año que dejará marcada la historia del nuevo siglo producido por la crisis sanitaria a raíz de la pandemia covid-19. En ese sentido el Gobierno de Colombia tomó inicialmente la iniciativa de suspender los viajes tanto nacionales como internacionales con el fin de poder contrarrestar el flagelo de la pandemia; sin embargo, esta iniciativa redujo la actividad económica del sector turismo. Consecuencia de la pandemia, la conectividad aérea cayó en un 70,2% (ICEX, 2021)

Datos oficiales del Ministerio de Comercio, industria y Turismo muestran que la contribución del turismo en el 2018 y 2019 alcanzó a ser del 3,82% para cada año, mientras que, para el 2020 tan solo llegó a ser del 2,54%. Los ingresos del sector para el 2018 eran del Orden de 6.624 millones de USD, en tanto que, para el 2020 tan solo llegaron a ser de 1.615 millones de USD mostrando un descenso del 75,62%. En ese sentido, la ocupación hotelera, que en el 2018 era del 56,3%, paso a 2020 del 25,03%, y la inversión extranjera que en el 2018 del sector era de 2.697 millones de USD pasó a 210 millones de USD mostrando un descenso del 92,21%. (MINCIT, 2020)

A partir del conocimiento del desarrollo del sector y de las cifras que se citaron anteriormente, se abre en el escenario de la reactivación económica, la necesidad de presentar nuevas alternativas que permitan jalonar la demanda del sector, el cual, Colombia es un país que cuenta con una gran biodiversidad, la cual se evidencia, en la existencia de 59 áreas naturales, las cuales equivalen al 15,2% del territorio nacional -lugares visitados por los turistas: Alta Guajira, Amazonas, Isla Gorgona, los Nevados- (ICEX, 2021)

De conformidad con lo explicitado anteriormente, se analizará a continuación, el desarrollo actual del turismo de naturaleza en el país, y las posibles formas de creación de demanda para incrementar su participación en el sector, que contribuya de alguna manera al desarrollo económico y social del país.

1. Ampliación del turismo de naturaleza “un eje estratégico para la economía colombiana”

1.1 Antecedentes

El turismo sostenible es el que permite satisfacer las necesidades del presente sin afectar las del futuro; esta afirmación ha surgido a través de la necesidad en aplicar conceptos de responsabilidad social a las actividades de esparcimiento, mediante el disfrute de los recursos naturales en el cual se de cuidado al medio ambiente. (Blasco, 2005).

De lo anterior, precisamente surgen varios interrogantes ¿De qué manera impacta el turismo en la economía?, ¿Cómo el turismo se puede adaptar a las necesidades de subsistencia del medio? y ¿Qué tipos de turismo se pueden desarrollar para que cumplan con estas características, y que permitan el sostenimiento de los recursos naturales a futuro?.

En respuesta a estos interrogantes se ha evidenciado que el turismo, es uno de los sectores económicos más dinámicos a nivel mundial y se ha ido convirtiendo en uno de los pilares de desarrollo económico y social. (OMT, 2002) .

La Organización de Naciones Unidas (ONU) sugiere que el turismo es vital para la sostenibilidad de las naciones; por lo tanto el pensar en el medio ambiente para nada va en contra de las tendencias del mercado, ya que, a través del cuidado del medio ambiente vía turismo de naturaleza, se puede mitigar el impacto que a través del tiempo ha generado en el ambiente las dinámicas industriales de las empresas a nivel mundial afectando la sostenibilidad (Ospina, Milton, Mora, & Romero, 2013).

Consecuencia del crecimiento industrial sin responsabilidad ha puesto sobre la conciencia del planeta la idea de preservar el medio ambiente dando origen a actividades económicas entre las que sobresale el turismo, quien ha venido mostrando diferentes matices dando origen por ejemplo al turismo de naturaleza en donde se combina el desarrollo de parques nacionales y otras atracciones relacionadas con ambientes naturales.

El turismo de naturaleza surge como una opción que permite a los usuarios la práctica de deportes, la observación de seres vivos en su medio natural, paisajes, lugares históricos y de convivencia con comunidades; precisamente este tipo de turismo busca cubrir las expectativas de los usuarios que quieren tener nuevas experiencias, integrándose con el entorno con propuestas personalizadas, las cuales se dan a través de una propuesta diferenciada que crea valor para todos los que intervienen en el proceso al no ser un tipo de turismo masivo (Muñiz, 2007).

Cabe resaltar, que aunque no se crea valor a través del proceso anterior, lo importante es que a través de éste se genera una cultura en donde las comunidades interactúan respetando los ecosistemas y el aprendizaje se da significativamente. (Pedersen, 2005).

1.2 Desarrollo actual en Colombia

Luego de desarrollar los primeros interrogantes y ahondando más en el tema del turismo sostenible, en particular el turismo de naturaleza se conciben nuevos interrogantes como ¿Cuál es realmente el desarrollo del turismo de naturaleza en el mundo? Y ¿Cómo se ha desarrollado este concepto en Colombia?, ¿Realmente se ha apropiado este concepto?

Para analizar el desarrollo del turismo de naturaleza a nivel mundial se encuentra que éste es uno de los polos de desarrollo y crecimiento del sector turístico a nivel global, promovido por varios países que consiste en la potencialización del dinamismo del sector, con base a la creación de planes dirigidos al crecimiento de afluencia de público en atractivos turísticos de este tipo, convirtiéndose en la principal fuente de ingresos extranjeros de algunos países.

El turismo de naturaleza a nivel mundial ha llegado a 64 millones de ecoturistas lo cual representa el 7% del mercado mundial turístico, donde las cifras de países más visitados se concentran en Latinoamérica y Colombia a pesar de que, su potencial no aparece listado. (Sánchez, A & Vanegas, C., 2018).

Por consiguiente, para responder al interrogante sobre cómo se desarrolla el Turismo de naturaleza, en Colombia, se encuentra que éste en la actualidad presenta una alta concentración en el modelo turístico tradicional con base a la localización geográfica, playas y atractivos turísticos entre otros. (Ospina, Milton, Mora, & Romero, 2013).

Los factores citados, representan para Colombia una ventaja comparativa con respecto a otros países de la región; sin embargo, el concepto de turismo de naturaleza no se ha apropiado totalmente, en vista a las deficiencias que presenta en su competitividad, donde la oferta de este tipo de servicios aún es limitada, coadyuvada a los problemas de infraestructura vial que no permite el acceso tan fácil a ciertos lugares caracterizados por una gran riqueza tanto en fauna como en flora. (Prieto & Borrero, 2015).

De acuerdo con lo anterior, se hace necesario ampliar el desarrollo del turismo de naturaleza a nivel nacional, mediante una reglamentación explícita que determine el uso y las características de cada ambiente, con el fin de asegurar su sostenibilidad en términos de capacidad y de cuidado. La utilización o la realización del turismo de naturaleza se convierte en una herramienta eficiente para la conservación del medio ambiente; de tal manera que, las entidades han iniciado un proceso no solo de potenciamiento del sector, sino también de acompañamiento a los establecimientos que ofrecen este tipo de servicios para que la afectación sea mínima en relación al resultado obtenido. (Vanegas, 2006).

Si bien es cierto, Colombia es uno de los destinos destacados por las firmas encargadas de promover el desarrollo turístico a nivel internacional en el tema de infraestructura y accesibilidad sigue siendo el principal obstáculo para su acceso haciendo que éste se considere no viable y, por lo tanto, generando falsas expectativas en su crecimiento y desarrollo.

La diversidad de opciones de turismo de naturaleza a desarrollar a lo largo y ancho del país son muchas, debido a que hay territorios especiales que permiten el avistamiento de aves, en donde el país cuenta con el primer lugar a nivel mundial respecto al número de especies con más de 1900; así como lugares perfectos para el avistamiento de ballenas, pesca, buceo, ciclismo de diferentes tipos entre otros.

2. Capacidad de adaptación del turismo en Colombia al modelo de turismo de naturaleza.

¿Pero realmente el estado actual del turismo en Colombia tiene la capacidad de extenderse y diversificarse a un modelo que incluya el turismo de naturaleza como uno de sus principales focos de desarrollo?

Lo que se ha comprobado, es que tanto a nivel sectorial como gubernamental se han iniciado esfuerzos en la potencialización del turismo de naturaleza como un sector que tiene un alto desarrollo potencial para insertarse en la dinámica económica del país; es así como se cuenta con un Plan Turístico Nacional ejercido por el Ministerio de Comercio Exterior con acompañamiento de otras entidades oficiales entre las que sobresale Procolombia entre otros.

2.1 Tipos de Turismo de Naturaleza

Como su nombre lo indica es el turismo que se desarrolla en espacios naturales, no obstante puede tener varios enfoques según la OMT (2002), Turismo en la Naturaleza (actividades recreativas y de esparcimiento en la naturaleza como ejemplo el turismo rural y el agroturismo) Turismo sobre la Naturaleza (actividades deportivas, de diferente intensidad física, y usa expresamente los recursos naturales, ejemplo turismo activo de aventura (alpinismo, el montañismo, la escalada, etc). Turismo por la Naturaleza (actividades de contemplación, disfrute y conocimiento del medio natural, con diferente grado de profundidad, realizando actividades físicas de baja intensidad sin degradar los recursos naturales, ejemplo el ecoturismo). Lo cierto es que no siempre el turismo de naturaleza es sostenible, pues algunas de las actividades generan alto impacto en la naturaleza, entre otras cosas porque no se respeta la capacidad de carga de los lugares y los ecosistemas.

A continuación, se amplían algunas características de las formas más tradicionales para enunciar el turismo de naturaleza: ecoturismo, turismo de rural y agroturismo, y turismo de aventura.

Ecoturismo: El cual se fundamenta en la oferta de servicios turísticos basados en atractivos naturales y manifestaciones culturales de las comunidades, donde su disfrute no causa efectos nocivos al medio. Según lo definido por el diccionario inglés de Cambridge, el ecoturismo es *“el negocio que organiza las vacaciones en los lugares de belleza natural de una manera que ayude a la gente local y no dañe el medio ambiente”*. Para una visión más cercana, TIES (The International Ecotourism Society) lo define como *«un viaje responsable al medio ambiente natural que lo protege, mantiene la vida de la gente local y educa a los viajeros sobre la naturaleza»*.

Hay 3 pilares del ecoturismo, que son la conservación de la naturaleza, la capacidad de generar beneficios financieros para la comunidad local y ofrecer una experiencia de aprendizaje para los visitantes. Estos pilares pueden cubrir una gran cantidad de eventos, como visitar las reservas naturales, utilizar los servicios de guardaparques locales, seleccionar a comprar las artesanías locales en lugar de los recuerdos producidos en masa, creando las experiencias positivas tanto para el anfitrión como para el visitante, así como la idea general de dejar un destino en tan buenas o mejores condiciones como lo encontraste.

Turismo Rural y Agroturismo: son dos conceptos de turismo asociados, pero con diferencias importantes, las dos formas de turismo se desarrollan en campos, montes y veredas, pueblos en los cuales es posible disfrutar de la naturaleza, los paisajes, el entorno, la gastronomía y los usos y costumbres del lugar.

En cuanto al Turismo Rural muchos afirman que se define “únicamente por el tipo de alojamiento que contrata el turista, ya sea un hotel o una casa rural. Y a que, en la mayoría de los casos, no existe una oferta turística complementaria a ese alojamiento”. El Agroturismo se define como una forma de turismo rural que se compone de un conjunto de actividades relacionadas con las actividades agropecuarias. Es decir, actividades relacionadas con la huerta, la granja, por ejemplo. Este tipo de turismo también puede integrar alojamientos directamente en los sitios donde se desarrollan las actividades agrícolas y pecuarias (Asociación de Agroturismos de Navarra, 2021)

Turismo de Aventura: Es aquel que se enfoca su ejercicio a lugares naturales que permiten el desarrollo de actividades deportivas. Este tipo de turismo es dirigido a un tipo de turistas más específico, los cuales deben contar con las condiciones técnicas y físicas para afrontar las dificultades que lleva implícito su actividad, tales como atravesar ríos y montañas en condiciones de peligro.

Dentro de las actividades que se pueden desarrollar bajo el turismo de naturaleza y sus diferentes variaciones se encuentran: Buceo contemplativo, Snorkeling, Senderismo, Caminatas y recorridos, Equitación y Cabalgata, Ciclismo, Montañismo blando, Montañismo duro, Espeleoturismo blando, Espeleoturismo duro, Ciclismo de montaña o Mountainbike, Navegación naturalista, Observación de aves, Baranquismo, Parapente, paracaídas, Rafting, Turismo científico de historia **natural**, Kayakismo, Observación de flora y fauna, Surfing, Pesca, Walking safari, Avistaje **de ballenas**, **Safari fotográfico**, **Travesía**, **Escaladas en roca y rappel**, Canopy, esquí extremo, Bungee jumping, y Excursión.

2.2 Diseño del modelo de Turismo de Naturaleza

El modelo de turismo de Naturaleza fue desarrollado por el Ministerio de Comercio y Turismo que se muestra a continuación:

Figura No 1 Modelo de Turismo de Naturaleza del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



Fuente: (MINCIT, 2013)

Este enfoque que se muestra es el tradicional, en donde los tres principales eslabones de la cadena son: Planificación del destino, operación y comercialización de productos y actividades de mercadeo y promoción (Jimenez, 2017).

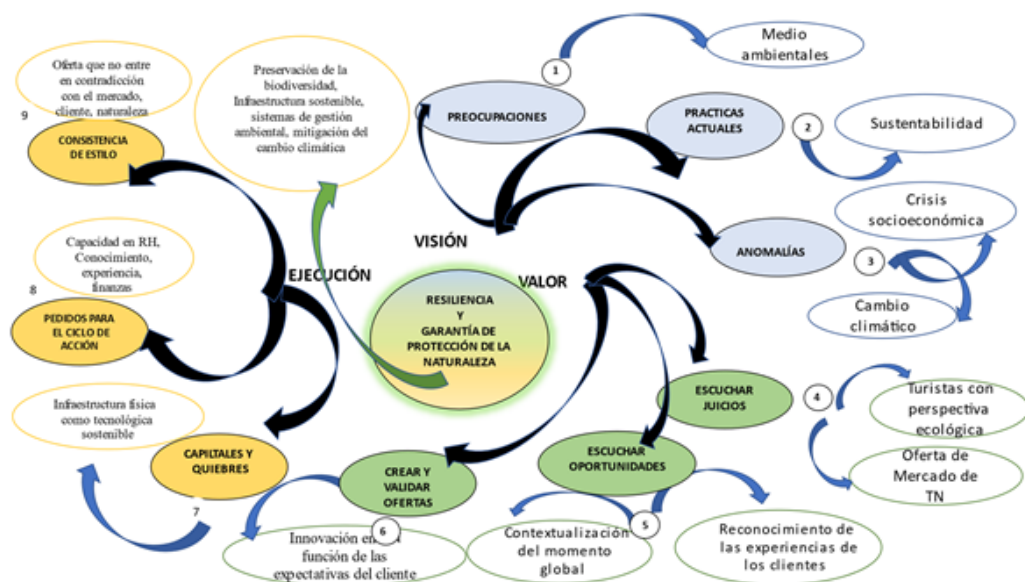
- La Planificación del destino es una actividad en el sector turismo en donde conjugan diferentes procesos como por ejemplo: el alojamiento, la gastronomía, transporte, servicios turísticos de parques, otros actores relacionados como por ejemplo actividades deportivas, comercio de regalos y servicios complementarios como de salud, banca, etc.
- En la operación y comercialización, los operadores turísticos tienen en cuenta la oferta diversificada de las diferentes tipos de turismo naturaleza: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural. Los principales actores involucrados en la operación son: las agencias de viaje, las operadoras de tour (describen el producto turístico a los clientes que pueden ser de origen nacional como internacional), guías de turismo (orientan, instruyen y asisten al turista en la ejecución del valor contratado por el cliente), representaciones turísticas (operadores que actúan como representantes de los operadores extranjeros y ofertan sus servicios a visitantes del exterior) y redes de turismo como RESNATUR (Asociación Red colombiana de reservas naturales de sociedad civil).

En la actividad comercial se caracteriza básicamente por la negociación de las reservas en donde actúan las agencias de viajes mayoristas (son las que proyectan toda clase de servicios y viajes) agencias de viajes minoristas (ofertan servicios turísticos al consumidor a través de internet o sus oficinas) y canales online (nuevos canales de intermediación ejemplo: on line travel agencies).

- Mercadeo y promoción son actividades que se presentan en dos niveles: empresarial (los empresarios se encargan del mercadeo) y territorial (actividades lideradas por ProColombia y MINCIT)

En ese orden de ideas a continuación se presenta el modelo teórico de Lucas, (2013) adaptado por los autores en donde se busca incorporar la innovación en la cadena de valor de la industria turística como se muestra en la figura 2.

Figura No 2 Modelo de Innovación para el Turismo de Naturaleza



Fuente: Lucas (2013) adaptado por los autores

Para efectuar una oferta de turismo de naturaleza se requiere realizar un proceso de innovación, el cual contiene dos ejes estructurales: resiliencia y garantía de protección de la naturaleza. Igualmente se compone de tres partes: visión, oferta de valor y ejecución.

A continuación, se describe el proceso de innovación de acuerdo con sus características:

Dos ejes centrales son el corazón de la propuesta: resiliencia y garantía de protección de la naturaleza. El primero considerado previamente por Lucas (2013) y el segundo uno de los aportes que los autores del presente capítulo.

La Resiliencia es el proceso más importante en el momento en que va a realizar un plan de innovación en una oferta de turismo de naturaleza en donde el operador turístico puede encontrarse con trabas de índole gubernamental e incluso logístico en el desarrollo de la operación en donde muchas veces por más planeación que se haga, la aparición de contingencias se va convirtiendo en un instrumento de aprendizaje. El desarrollo de un ejercicio de ser tolerantes a la frustración se convierte en uno de los principales insumos en el desarrollo de un plan de innovación de cualquier oferta de bien o servicio.

Garantía de protección de la naturaleza: Tanto la infraestructura del lugar como las actividades propias de la oferta turística deben garantizar el cuidado de los recursos naturales y los ecosistemas bien de manera directa o indirecta; es decir, las instalaciones deben incorporar sistemas de gestión ambiental donde se planifique la conservación del agua, del suelo, la optimización de la energía y el manejo adecuado de los residuos, entre otros. Igualmente, debe respetar la capacidad de carga de los ecosistemas, garantizar la preservación de la biodiversidad natural y cultural, y mitigar el cambio climático.

Los ejes estructurales del modelo de innovación: Visión, Oferta de Valor y ejecución,

- **La visión** en la innovación refiere a aquel proceso en que se hace necesario identificar las preocupaciones del cliente, las prácticas actuales y las anomalías.

- **Las preocupaciones** refieren en el turismo de la naturaleza a que el mundo de hoy viene de alguna manera empecinado por transformar el paisaje natural mediante ejercicios de construcción ha entendido que la naturaleza juega un papel importante en la vida, en donde se hace necesario interactuar con ella de diferentes formas: cuidado del paisaje natural, disfrutar la naturaleza vía turismo. En esencia lo que más les preocupa a los clientes dentro de un plan de turismo es la vida, como el eje importante de cualquier ecosistema.

- **Las practicas actuales:** En el desarrollo de las ofertas turísticas en lo que concierne al turismo de naturaleza, las agencias de viaje o los promotores de turismo diseñan la oferta turística conservando la cadena de valor de la industria sin tener en cuenta que es un tipo de servicio que por su característica requiere de un diseño propio en donde se identifique claramente lo que más le preocupa al cliente a la hora de tomar este servicio. La preocupación no está en función de si el operador logístico incumple con el servicio, sino refiere a lo que a **él** le gustaría encontrar en una prestación de servicio de dicha especie.

- **Las anomalías:** Las anomalías que se presentan en el servicio es que lo operan personas no especializadas en este tipo de oferta, en donde se subestima la idoneidad del cliente a la hora de tomarlo, lo cual, afecta las expectativas del cliente, quien es en últimas el que decide adquirir o no el servicio.

La Oferta de Valor: En la oferta de valor se requiere identificar tres procesos que se detallan a continuación:

- **Escuchar juicios:** En este ítem refiere a que es necesario escuchar de los clientes potenciales como le gustaría que fuese la oferta de valor en el turismo de naturaleza; como sería su potencial ejecución; como le gustaría que lo tratasen en toda la cadena de valor, y le gustaría conocer los interlocutores en todo el desarrollo de la oferta en donde en cada uno de ellos tenga una información unificada en donde exista un ejercicio coherente desde la entrada hasta la salida en la ejecución del servicio .

- **Escuchar Oportunidades:** En este proceso, el operador, debe escuchar al cliente no obligarlo a que piense como él, ya que uno de los grandes errores es subestimar lo que piensa, así como las sugerencias que puede dar el cliente, ya que se puede convertir en una oportunidad para redireccionar la oferta contribuyendo a un mejor desempeño en su ejecución.

- **Creación de la Oferta y su validación:** En esta etapa se requiere con base en lo que se explicitó anteriormente, diseñar una oferta la cual debe ser validada por el cliente de tal manera que sea innovadora en función de las expectativas del cliente potencial en donde ésta contenga las contribuciones que haya efectuado él, y se le referencie. La actitud del operador en reconocer públicamente las contribuciones se convierte en una de las mejores ofertas, ya que el cliente se convierte en el principal referenciador para invitar a otros a que adquieran el servicio generando fidelización.

La ejecución: En la ejecución se requiere identificar tres procesos que se detallan a continuación:

- **Capitales y quiebres:** En esta etapa se requiere identificar el *know-how* (el saber hacer), así como la identificación de la infraestructura física como tecnológica en la prestación del servicio en toda la cadena de valor identificando los principales quiebres que se pueden originar una vez que se implemente la prestación del servicio: riesgo de incumplimiento en la tercerización en la prestación de algunos servicios en la cadena de valor, riesgo climático y estimación de contingencias en la prestación del servicio.

- **Ciclo de la acción:** En esta etapa el operador debe hacer un análisis de su capacidad en cuanto al recurso humano, nivel de conocimiento, experiencia y finanzas (capacidad de cobrar y pagar a proveedores). En esta etapa se hace necesario que los medios de comunicación actúen para que se de a conocer la oferta ya sea a través de radio, televisión o *apps*.

- **Consistencia de estilo:** En esta etapa se pretende que la oferta ni entre en contradicción con el entorno del mercado, respondiendo a las exigencias del cliente sin que esta vaya en contra por ejemplo de su integridad personal o que vayan en contra de la naturaleza en el momento en que se desarrolle o se ejecute la oferta turística. Este tipo de accionar

se convierte en una garantía para la viabilidad de la oferta turística en todos sus escenarios: económico, tecnológico, logístico y de mercadeo

3. Oferta actual del turismo de naturaleza en Colombia

La identificación de la oferta actual ha evidenciado que aun el potencial a nivel nacional de este tipo de turismo es bastante amplio, el aprovechamiento es mínimo, también como resultado de las deficiencias que presenta el país en términos de infraestructura, lo que además de obstaculizar el desarrollo del sector en este campo, genera un incremento notable a nivel de costos, en un escenario donde a nivel mundial cada vez más turistas se están fijando en Colombia como destino turístico de naturaleza por el inmenso potencial que tiene representado en la alta diversidad de especies, de flora, fauna y ecosistemas.

3.1 Diferenciación del Turismo de Naturaleza en sus diferentes etapas

Para iniciar el proceso de ampliación de la oferta de turismo de naturaleza en Colombia se hace importante la exploración de los destinos que no se ofrecen aun dentro del desarrollo turístico actual, mostrando al público objetivo nuevos destinos que incrementen el atractivo de visita del país, soportado en el posicionamiento que está adquiriendo a nivel mundial como destino de esta clase de turismo.

Pero la diferenciación real de la oferta se debe llevar a otro nivel, ya que aunque se ha incrementado la oferta de este tipo de servicios, no se generan de manera integral, por lo que el modelo de ampliación del turismo de naturaleza además de ser basado en la exploración de nuevos destinos, tiene que ser complementado con un servicio integral que le permita al turista acceder a su destino, por medio de planes que inicien en el transporte, el hospedaje, el recorrido, el regreso a su lugar de origen, incrementando así la percepción de valor del destino turístico elegido.

3.2 Consolidación del Turismo de Naturaleza a nivel Nacional

A partir de la necesidad de generar un crecimiento sostenible del sector, y de ampliar la oferta actual en base a un servicio integral, se hace necesario incluir

a otros grupos de interés como los proveedores y las comunidades, las cuales bajo un modelo de capacitación específica pueden generar una transformación productiva de las regiones, haciendo participe a las comunidades aledañas a los atractivos turísticos, de los recursos percibidos a través de esta actividad, lo que además de contribuir con el dinamismo económico del sector, terminaría funcionando en beneficio de las regiones y por ende de sus habitantes.

Por lo que al consolidar una oferta diferenciada e integral que incluya a los diferentes grupos de interés en su desarrollo, puede terminar no solo con la ampliación del turismo de naturaleza, sino que impactaría directamente el posicionamiento de los diferentes destinos a nivel internacional, lo que terminará representando un incremento en el índice de competitividad a nivel regional y nacional.

3.3 Promoción del Turismo de Naturaleza en Colombia

Para lograr una alternativa de promoción que cubra las necesidades de un mercado en crecimiento, se debe generar a través del voz a voz el cual inicialmente es uno de los modelos más efectivos en cuanto a promoción, donde las personas al compartir sus experiencias en medios como redes sociales y demás, viralicen la información e incrementen la visibilización de los lugares turísticos, esto sumado a una campaña de promoción masiva que permita posicionar a Colombia en el “top of mind” mundial, de manera que los turistas comiencen a posicionarlo dentro de sus destinos preferidos, focalizándose en la diferenciación que ofrece, para así consolidarlo como un destino único e inigualable, no solo en base a la diversidad de especies y de ecosistemas que ofrece, sino también a la calidez de su gente y a la integralidad de la oferta.

De igual manera existen otros métodos para promocionar el Turismo de Naturaleza, los cuales permitirán incrementar de manera positiva este segmento en nuestro país; a través de los medios de comunicación y sobre todo de los que se especializan en el Turismo de Naturaleza, para que por medio de ellos se den a conocer los lugares indicados para practicar este tipo de Turismo.

De igual manera es importante realizar convenios con agencias de viajes donde se creen planes que incluyan lugares exóticos y no tan reconocidos para

que empiecen a mostrarse como buenas opciones y como se mencionó con anterioridad a través del *voz a voz* de acuerdo a sus experiencias.

Conclusiones

Para lograr la ampliación del turismo de naturaleza en Colombia se requiere del desarrollo y la ejecución de acciones concretas que beneficien en la expansión del sector en este segmento, tales como: la exploración de regiones que aún no son ofrecidas como destino turístico de este tipo para ampliar su potencial, el afianzamiento de las comunidades para que sean partícipes del proyecto de desarrollo del turismo de naturaleza en sus regiones y así que se conviertan en parte activa del servicio integral ofrecido; generar capacitaciones dirigidas a la manutención y protección de las áreas a visitar para que éstas no sean afectadas por la explotación turística; diseñar actividades para realizar en estos destinos incrementando de esta manera su atractivo natural y ecológico, y para la segmentación objetiva de su público; desarrollar un proyecto de trabajo mancomunado con los entes gubernamentales correspondientes en busca de la gestión correspondiente al desarrollo de la infraestructura necesaria para el acceso a las diferentes regiones, para así disminuir el costo de viaje de los turistas e incrementar el nivel de competitividad de estos destinos en comparación con otros similares a nivel mundial, para unir la singularidad que ofrece Colombia a nivel de naturaleza con un servicio integral que termine en un alto índice de satisfacción de sus visitantes, el cual va a verse posteriormente reflejado en el incremento de afluencia de público.

Adicionalmente es importante mencionar que, Colombia no solo cuenta con el atractivo y con el potencial para ser el primer destino a nivel mundial en turismo de naturaleza, sino que también cuenta con los recursos para hacerlo, por lo que si se enfocan de manera adecuada las acciones previamente listadas va a lograr posicionarse como un destino único en turismo de naturaleza a nivel mundial.

Finalmente un ejercicio de innovación en la industria turística de turismo de naturaleza se convierte en uno de los principales impulsores de este tipo de servicio que en el mundo se está convirtiendo en uno de los principales subsectores para potencializar la economía tanto en escenarios de abundancia como de crisis.

Referencias Bibliográficas

Blasco, M. (2005). Introduccion al concepto de turismo sostenible. Obtenido de <http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>

Budowski, G. (1976). Turismo y Conservación del Medio Ambiente: El conflicto, la convivencia, o simbiosis ? 3(01). Obtenido en: <https://www.redalyc.org/pdf/181/18153275009.pdf>

ICEX. (2021). El Turismo en Colombia 2021. Bogotá: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá. Obtenido en : <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/ficha-sector-turismo-colombia-2021-doc2021881286.html>

Jimenez, N. (2017). Caracterización y análisis de competitividad del Sector Turismo de Naturaleza en Colombia. Bogotá: Documento contratado por SWISSCONTACT Colombia. Obtenido en: <https://www.colombiamascompetitiva.com/wp-content/uploads/2021/02/Reporte-Turismo.pdf>.

Lucas, J. (2013). El arte de hacer historia. Buenos Aires: Autores de Argentina.

MINCIT (2013) Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia. Obtenido en <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ef226c3-5cb5-410a-b081-ad762c9f4e17>.

MINCIT (2020) Política de Turismo Sostenible: Unidos por la Naturaleza. Obtenido en <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/politica-de-turismo-sostenible-9.aspx>

Muñiz Martinez, N. (2007). Turismo de naturaleza o ecoturismo, turismo de aventura, y activo. Abaco(54), 81-95. Obtenido en :<https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/183548>

OMT. (2002). Documento conceptual - año internacional del ecoturismo. Obtenido en : <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>

OMT. (2015). Panorama OMT del turismo internacional. Obtenido en: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416875>

Ospina, M. R., Mora, R., & Romero Infante, J. A. (2013). Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia por parte de las agencias de turismo localizadas en Bogotá, D.C. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 9(17), 7-28.

Pedersen, A. (2005). Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial. Centro Del Patrimonio Mundial De La Unesco UNEP. Obtenido en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/64074/Documento_completo.pdf-PDFA2u.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Prieto, P. A., & Borrero, J. F. (2015). Construcción de de estadísticas de turismo de naturaleza. <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=722c1f6e-742e-4739-b021-834c768d875f>.

Sánchez, A & Vanegas, C.(2018) Proyecto de Investigación Requerimientos Logísticos y Estratégicos del Ecoturismo en Colombia. Obtenido en: <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/18332/SánchezLeón-AngieCatherine-2018.pdf?sequence=1>

Vanegas, G. M. (2006). Ecoturismo Instrumento De Desarrollo Sostenible. Universidad de Antioquia. Obtenido en: <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>

