



## Maestría en Educación

Documento orientativo para la planificación del turismo en los municipios de  
Neira, Villamaría, Chinchiná y Palestina del departamento de Caldas

Tania Carolina Corrales Sánchez

Sebastián Valero Villa

Julio Cesar Ruiz Molina



Universidad  
Católica®  
de Manizales

Obra de Iglesia  
de la Congregación



Hermanas de la Caridad  
Dominicanas de La Presentación  
de la Santísima Virgen

**Documento orientativo para la planificación del turismo en los municipios de Neira,  
Villamaría, Chinchiná y Palestina del departamento de Caldas**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Magíster en Educación**

**Presentado por:**

**Tania Carolina Corrales Sánchez**

**Sebastián Valero Villa**

**Julio Cesar Ruiz Molina**

**Director:**

**Doctor Samuel Patiño Agudelo**

**Universidad Católica de Manizales**

**Facultad de Educación**

**Maestría en Educación**

**Manizales – Caldas**

**2022**

## **Agradecimientos**

Agradecemos a Dios por permitirnos culminar este proceso académico, que ha requerido esfuerzo y mucho amor para la finalización del mismo; a nuestras familias, amigos y parejas sentimentales, quienes han estado pendiente de nuestra evolución tanto a nivel intelectual como personal.

También, agradecemos a la Facultad de Educación por estar al tanto de nuestro desarrollo profesional, a todo el equipo de profesores y en especial al profesor Samuel Patiño Agudelo, por orientarnos en nuestro proyecto de tesis.

## Contenido

	Pág.
<b>Introducción</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo I. Antecedentes</b>	<b>15</b>
<b>1.1 Antecedentes de la investigación</b>	<b>15</b>
<i>1.1.1 El turismo como una mirada desde la Educación</i>	<b>15</b>
<i>1.1.2. El turismo como una mirada desde la digitalización</i>	<b>24</b>
<i>1.1.3. El turismo con una mirada a la planificación territorial</i>	<b>34</b>
<b>1.2 Descripción del problema</b>	<b>37</b>
<i>1.2.1 Pregunta problema</i>	<b>42</b>
<b>1.3 Objetivos</b>	<b>43</b>
<i>1.3.1 Objetivo general</i>	<b>43</b>
<i>1.3.2 Objetivos específicos</i>	<b>43</b>
<b>1.4 Justificación</b>	<b>44</b>
<b>Capítulo II. Referentes teóricos</b>	<b>44</b>
<b>2.1 Revisión de literatura</b>	<b>47</b>
<i>2.1.1 Turismo</i>	<b>48</b>
<b>2.1.1.1. Corrientes que definen el turismo.</b>	<b>50</b>
<b>2.1.1.2 Escuelas que definen el turismo</b>	<b>50</b>
<b>2.1.1.3 Planificación territorial del turismo</b>	<b>52</b>
<b>2.1.1.4 El sistema turístico en la planificación territorial del turismo</b>	<b>53</b>
<b>2.1.1.5 Modelos de sistemas turísticos para la planificación territorial del turismo</b>	<b>53</b>

<b>2.1.1.6 TIC y Turismo</b>	<b>60</b>
<b>2.1.2 Pedagogía Social</b>	<b>65</b>
<b>2.1.2.1 Definición de pedagogía social</b>	<b>65</b>
<b>2.1.2.2 Historia de la pedagogía social</b>	<b>66</b>
<b>2.1.3 Evaluación y gestión pública</b>	<b>68</b>
<b>Capítulo III. Metodología de la investigación</b>	<b>70</b>
<b>3.1 Diseño metodológico</b>	<b>70</b>
<b>3.2 Entrevistas, encuestas y recolección de datos</b>	<b>71</b>
<b>3.3 Etnografía</b>	<b>72</b>
<b>3.4 Recolección de datos</b>	<b>73</b>
<b>Capítulo IV. Descripción y análisis</b>	<b>76</b>
<b>4.1 Descripción de los Modelos de Planificación Turística en los municipios del centro sur del departamento de Caldas</b>	<b>76</b>
<b>4.1.1 Municipio de Neira</b>	<b>77</b>
<b>4.1.2 Municipio de Chinchiná</b>	<b>83</b>
<b>4.1.3 Municipio de Villamaría</b>	<b>87</b>
<b>4.1.4 Municipio de Palestina</b>	<b>89</b>
<b>4.2 Análisis</b>	<b>91</b>
<b>4.2.1 Análisis descriptivo de la población participante</b>	<b>95</b>
<b>4.2.2 Análisis descriptivo sobre las categorías del estudio</b>	<b>96</b>
<b>4.2.3 Cruce de variables a nivel categórico</b>	<b>106</b>
<b>4.2.4 Prueba de hipótesis entre categorías y municipios</b>	<b>112</b>
<b>Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones</b>	<b>106</b>

<b>5.1 Conclusiones</b>	<b>116</b>
<b>5.2 Recomendaciones</b>	<b>136</b>
<b>Referencias</b>	<b>139</b>
<b>Anexos</b>	<b>151</b>

## Lista de figuras

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Sistema Turístico propuesto por Claude Kaspar (1976)	49
Figura 2. Sistema Turístico propuesto por Neil Leiper (1981)	50
Figura 3. Sistema Turístico propuesto por Boullón (2006a)	51
Figura 4. Sistema Turístico propuesto por la Organización Mundial del Turismo (OMT)	53
Figura 5. Casa de la Cultura del Municipio de Palestina (Caldas)	89
Figura 6. Plan de trabajo de la oficina de turismo en el municipio de Villamaría (Caldas)	90
Figura 7. Análisis de los resultados de las encuestas del municipio de Neira	91
Figura 8. Análisis de los resultados de las encuestas del municipio de Villamaría	93
Figura 9. Análisis de los resultados de las encuestas del municipio de Palestina	94
Figura 10. Análisis de los resultados de las encuestas del municipio de Chinchiná	95
Figura 11. Comparación de los municipios	96

## Lista de tablas

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Descripción de los ejes de desarrollo del municipio de Neira	73
Tabla 2. Productos e indicadores expuestos en el plan de desarrollo municipal de Villamaría (2016-2019)	82
Tabla 3. Apropiación Turística por la comunidad	99
Tabla 4. Turismo y Educación	100
Tabla 5. Turismo y TIC	101
Tabla 6. Planificación e infraestructura turística	102
Tabla 7. Prospectiva política del turismo	103
Tabla 8. Estadísticas de las pruebas	105



## Resumen

El documento presenta una propuesta de guía pedagógica de carácter integrador e intersectorial para las tomas de decisiones de carácter administrativo, desde una investigación cualitativa en torno al proceso del turismo que se implementa en los municipios del Centro Sur del departamento de Caldas (Neira, Chinchiná, Palestina, Villamaría), así como la forma en la cual se relacionan la planificación institucional y territorial con la educación y la implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

Entre los antecedentes de la obra de conocimiento, se reconoció la necesidad de analizar el turismo con una mirada desde la educación, la planificación, la digitalización y las TIC, en donde el lector empezará a relacionar en sentido pedagógico, varias categorías a tener en cuenta para la planificación en responsabilidad de las autoridades municipales y comunidad en general, con el propósito de entender su desarrollo y crecimiento.

Se utilizaron como técnicas de recolección de datos: el análisis documental, seguimiento de los planes de desarrollo municipales, entrevistas y verificación de resultados y conclusiones, para la propuesta de una guía pedagógica orientativa que servirá de insumo para que las autoridades municipales lleven a cabo la correcta planificación turística desde un enfoque interdisciplinar, en el marco de desarrollo de una propuesta de orientación pedagógica para tener en cuenta con los diferentes actores que hacen parte del sector turístico.

**Palabras clave:** turismo, educación, planificación, pedagogía, TIC.

## Introducción

La educación, como apuesta para el desarrollo de la sociedad, se ha convertido en quizás una de las herramientas más valiosas que puede tener un gobierno, esto ha quedado demostrado en los últimos años, justamente por los avances tecnológicos de los cuales el ser humano se ha visto beneficiado en la búsqueda del tan deseado estado de bienestar.

Así mismo, el Turismo es un sector de la economía importante para Colombia, ya que el país posee una alta diversidad en fauna y flora, unas condiciones geográficas y tropicales aptas para realizar actividades turísticas, lo cual permite ser un atractivo importante para visitantes de otros países del mundo. Para el Ministerio de Comercio, industria y Turismo (2022) en 2022 el sector turismo pasara de la reactivación al crecimiento sostenido, ya que a pesar del impacto de la pandemia, el país ha logrado ir superando la crisis y su economía se ha venido estabilizando producto de la reactivación de sectores importantes como en este caso lo es el turismo.

De esta manera, con un turismo en crecimiento, un avance en tecnología y nuevas dinámicas sociales, se hace necesario la vinculación de estrategias educativas que fomenten una actividad económica y recreativa más educativa, así como una planificación acertada y acorde a las condiciones de las comunidades y sus fortalezas. Esto se resalta en la medida en la que se observa necesario articular una educación acertada en el turismo, abandonando la idea de que es una actividad únicamente de ocio bajo un parámetro económica, y trasformando el sector en la apuesta de nuevos horizontes.

Es necesario recalcar que la planificación territorial debe de ser entendida como una estructura compleja que es de carácter transversal e integrador, puesto que debe componerse de diferentes actividades. Es así como el turismo se involucra y debe de dar origen a un territorio

dinámico en su planificación institucional, en sus prácticas culturales y medio ambientales, al igual que en sus herramientas tecnológicas y educativas.

El documento que se aborda presenta como primer paso la investigación que recopila una labor relacionada con el turismo, la educación y las tecnologías de información y comunicación (TIC) a nivel local, regional y nacional, reconociendo investigaciones que entrelazan o permiten la descripción de los problemas sobre planificación turística y modelos de educación que se implementan en el sector, para de esta manera reconocer y consolidar el planteamiento del problema.

Es importante encontrar en qué estado se encuentra la articulación del turismo, la educación y las Tic, ya que como punto de partida dan una mirada de cómo se planea, ejecuta y evalúa las prácticas turísticas, la forma en la cual se pueden crear estrategias que incluyan cada sector (si no se está articulado) y el fortalecimiento en las comunidades a partir de esta práctica.

En la actualidad, el acceso a la información y la comunicación ha tenido grandes avances, el contar con un dispositivo electrónico conectado a una red satelital posibilita la búsqueda de cualquier cosa en cuestión de segundos, más aun cuando el mundo atravesó por una pandemia Mundial que ocasiono que casi todos los tipos de contacto entre dos personas que no estuvieran en el hogar, se realizara de manera virtual, el mundo en si demostró que la tecnología llevo para quedarse, y el uso correcto de las herramientas tecnológicas facilita la realización de actividades cotidianas.

De esta manera, el objetivo general que busca dar respuesta a la pregunta problema que se describe en el documento, se vale en tres objetivos específicos, que se consolidan como la ruta para alcanzar con éxito la investigación, se proyecta la justificación a partir de las contribuciones de la investigación a la planificación del turismo en los municipios en donde se realiza, los

aportes académicos y pedagógicos a la universidad, y la experiencia de aporte particular de cada investigador.

Así mismo, la literatura abordada, se desarrolla bajo las categorías de turismo, educación, planificación, evaluación y TIC, este soporte valida la investigación, ya que se examinaron referentes teóricos que consolidan lo expuesto y garantizan un ejercicio investigativo, haciendo uso de un enfoque metodológico implementado como plan maestro para el desarrollo de los objetivos.

El investigar requiere de una lectura amplia del estado en el que se encuentra la pregunta de investigación, pero a su vez exige el compromiso de buscar minuciosamente características propias del sector en donde se aborda la investigación, para ello, se debe hacer partícipes en la investigación a las comunidades, escuchar y entender lo expresado por ellas, en este caso, el trabajo de campo de la investigación fue importante en la identificación de aspectos que se desconocían, en el apartado de análisis y resultados se verá ampliado el contraste entre la planificación que hacen las entidades gubernamentales con la realidad que se presenta en los territorios.

En el apartado de los resultados y discusión de la investigación, a partir de lo identificado en los planes de desarrollo municipal y lo expuesto en las entrevistas en los municipios, se puede contrastar las respuestas de la comunidad con lo que plantea los gobiernos. A partir de allí, la investigación cuenta con las condiciones necesarias para la construcción de una cartilla educativa que fomente y fortalezca la planificación del turismo en los territorios, por lo cual, el documento tiene un desenlace con la propuesta de cartilla y las recomendaciones que la investigación deja para futuras investigaciones relacionadas con esta temática. Ahora bien, es oportuno reconocer los procesos educativos que se desarrollan en nuestro contexto de estudio del territorio caldense.

El turismo se fundamenta y desarrolla en la educación superior con programas técnicos, tecnológicos y profesionales liderados por la Universidad Católica de Manizales y el SENA, donde se reconocen unos muy interesantes currículos desde un enfoque humanista y laboral, en vista de la necesidad de profesionalizar el sector y procurar por su crecimiento cada vez más competitivo, ante una importante industria de crecimiento global, con cifras de interesantes aportes al Producto Interno Bruto (PIB) nacional.

Con respecto a este punto, es fundamental la relación del turismo con las comunidades, en la necesidad de una mayor identidad de sus territorios con un trabajo articulado desde el sector educativo, con estrategias pedagógicas de impacto que se impulsen desde sus realidades. El territorio caldense es un reconocido destino de turismo de naturaleza, donde encontramos una gran riqueza de biodiversidad y un panorama variado de ofertas de observación del medio natural.

Otra modalidad turística que se encuentra con una importante oferta y con más necesidades de desarrollo es el turismo cultural, en el cual encontramos una gran riqueza y variedad cultural debido a las características de los diferentes municipios.

Contar con un diagnóstico turístico adecuado es una herramienta necesaria para identificar las necesidades que tiene el sector turístico de un municipio, identificar los atractivos y el producto turístico que existe en un territorio. Es de suma importancia tener el inventario turístico de la zona a estudiar y de esta forma identificar el valor patrimonial con el que cuenta.

También, la construcción de una matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) permitirá conocer la dinámica del turismo en ese territorio. Por otro lado, la realización de entrevistas a modo de encuestas dará a conocer la percepción de su comunidad y

de los emprendedores que trabajan en torno al turismo. Un diagnóstico estratégico minucioso sirve de insumo para tomar decisiones acertadas y eficaces.

Es entonces necesario reconocer y realizar un estudio de marketing y el comportamiento del mercado, ya que este permite analizar la viabilidad de un producto turístico. Identificar la estructura turística de la localidad y los elementos que lo componen, funciona de base para proyectar el destino. Es por esto que, cuando un destino turístico no está preparado para atraer turistas y se realiza una campaña de promoción, lo que va a generar es un desorden, debido a que el destino no estaba organizado para recibir un determinado número de personas y los establecimientos como restaurantes, hoteles y el mismo atractivo turístico no darán abasto para atender a los visitantes. Esto determinará el éxito o el fracaso de la ruta establecida y, en este sentido, el estudio de marketing tendrá los resultados esperados.

## **Capítulo I. Antecedentes**

### **1.1 Antecedentes de la investigación**

En la vida institucional de los procesos de planificación del turismo a nivel municipal, las dimensiones relacionadas con la educación y la digitalización carecen de una articulación estratégica que permita la cualificación de dichos procesos; la mayoría de textos académicos analizados sobre el particular se enfocan expresamente en torno a la educación o digitalización de manera aisladas, pues los planificadores locales muchas veces ignoran las potencialidades de dichas relaciones con el turismo.

Así, el propósito de este apartado es dar claridad sobre los antecedentes del problema y la manera como estas relaciones pueden influir en la construcción de estrategias de planificación del turismo a nivel local, de una manera coherente con las demandas de la sociedad actual y el uso de las TIC en la gestión pública local, así como los procesos educativos que acompañan estas nuevas perspectivas interdisciplinarias en la obra de conocimiento, desde la consideración de que es muy importante hacer un recuento de cómo se ha involucrado cada una de ellas en el turismo desde la delimitación de la investigación.

#### ***1.1.1 El turismo con una mirada desde la Educación***

La educación, en conjunto con la investigación educativa, como cuestión pública posibilita la obtención de nuevas formas de aprendizaje e innovación en la sociedad, fruto de la

vida activa e interrelaciones de las personas en la cotidianidad, más allá de los escenarios formales.

De esta manera, es importante mencionar que la educación no solo se encuentra inmersa en salones o aulas de clase, ni mucho menos dentro de laboratorios de investigación, debido a que el mundo en sí es el laboratorio perfecto para la educación; los procesos educativos transcurren cotidianamente, a partir de allí se consolidan las teorías del aprendizaje significativo. A este propósito, el reconocimiento de los territorios, el aprender desde la cotidianidad y desde los entornos locales, permiten adelantar procesos educativos, ya que involucran escenarios de aprendizaje fuera de lo común que dan lugar a obtener quizás resultados más favorables.

Para lo cual, la cultura, las diferentes expresiones artísticas, los diversos ambientes sociales, la naturaleza, la geografía física, entre otros escenarios, son fuentes de nuevos aprendizajes; así, cada una de las actividades que el ser humano realiza diariamente le posibilita la creación de aprendizaje, de hecho, las relaciones sociales en los últimos años son fruto de los avances en las comunicaciones que han cambiado, pues las personas se comunican cada vez más fácil y rápido y aprenden mediante escenarios tecnológicos.

Se comprende que el turismo se observa como una fuente potencial de aprendizaje, “cuando un viajero elige un destino cultural tiene una clara intención de aprender de esta experiencia” (Orduna y Urpi, 2010, p. 26). Por lo cual, mediante la actividad del turismo no solamente se observa una actividad de ocio y recreación, sino que, detrás de esta misma hay todo un proceso educativo que incorpora no solamente a quien participa de ella, también conduce a que se eleve este proceso educativo y junto con ello a las poblaciones que habitan los entornos en donde se realiza el proceso turístico.



Las formas en las cuales el ser humano ha disfrutado de su tiempo de ocio o recreación han cambiado. En los últimos cuarenta años la sociedad ha venido transformando el concepto de turismo, se han cambiado las dinámicas sociales y ha impactado la forma en la cual las personas se desplazan hacia otros lugares, ha crecido exponencialmente los viajes de ciudadanos y se ha generado una dinámica importante a examinar desde la educación.

Por otra parte,

Se dieron entonces las condiciones económicas, tecnológicas y sociales necesarias para que, por primera vez en la historia de la humanidad, la gente comenzará masivamente a desplazarse, no motivados por las guerras, el trabajo o la fe, sino por placer (Ascanio, 2003, p. 13).

No obstante, esto ha generado que los procesos de turismo se centren en espacios de ocio y esparcimiento, y la manera en la cual el turismo pueda aportar en beneficio educativo no ha tenido mayor trascendencia.

De cierta manera, los esfuerzos por buscar que se pueda realizar un proceso que articule educación, medio ambiente, turismo y TIC no son mayores, o por lo menos en el caso colombiano, las pocas investigaciones que relacionan el turismo con la educación están limitadas a la educación formal, escasean los documentos que validen la existencia de procesos de turismo enfocados hacia la educación. Esto no quiere decir que no existan en Colombia planes y proyectos de turismo educativo, de hecho, puede que sean bastantes, el problema es que investigaciones de este tipo son muy escasas y hacen que exista un desconocimiento o no se preste la importancia que esta tiene.

En el apartado anterior, se hacía mención también al medio ambiente, justamente porque con el desarrollo del ser humano, el medio ambiente ha tenido serias afectaciones, por sus altos

índices de contaminación y deforestación, que con el transcurrir de los años viene empeorando y ante lo cual un proceso de educación y turismo pueden contribuir a combatir este complicado panorama. “La mejora en los sistemas de transporte y telecomunicaciones acelera los procesos asociados al turismo y beneficia procesos de cambios en materia ambiental” (Ramos Guzmán y Fernández, 2013, p. 300).

Es necesario recalcar que la idea de consolidar al turismo como una fuente educativa es una necesidad evidente, y aunque resulte paradójico que en un país tan rico en fauna y flora los esfuerzos por consolidar un paraíso turístico educativo sean tan pocos, y que, al contrario, casos de inseguridad, poca cultura ciudadana y precios demasiado altos son muy frecuentes en el país, lo que arriesga la posibilidad de mayor cantidad de visitantes en las diferentes regiones.

Sin embargo, Silva (2013) proyecta una investigación sobre turismo educativo enfocada en el departamento de Nariño, cuyo propósito “se centra en la necesidad de desarrollar una cultura de turismo entre los habitantes del departamento de Nariño, liderada desde la academia” (p. 227), con el fin de mostrar las capacidades, fortalezas del departamento y proyectarla externamente.

Esta investigación se ha centrado en el análisis de la formación para el turismo en Nariño y se presentarán algunos de los esfuerzos y contribuciones realizados por las diversas instancias para contribuir con el turismo desde los procesos de formación y educación, pues ya que a pesar de contar con grandes riquezas paisajísticas, no se ha logrado el desarrollo turístico de las mismas por diversos motivos, especialmente por la falta de una conciencia y cultura de turismo, es por ello fundamental la formación en este aspecto. (Silva, 2013, p. 227)

Se comprende que, el incorporar la formación desde un aspecto social en el turismo resulta ser un instrumento muy importante, más en Colombia en donde al departamento de Nariño se le suman el resto, cada uno con culturas, costumbres y paisajes admirados por quienes los visitan. Sumado a esto, la reactivación económica es uno de los puntos más destacables, ya que el turismo aporta a la consolidación de una economía más próspera.

Así mismo, al crear un mecanismo de articulación entre los tres aspectos (ambiental, educativo y turístico) se puede llegar a realizar un proceso de educación social, “La educación es el mecanismo esencial para la socialización del individuo y esta es inseparable del proceso de individualización” (Solórzano y de Armas, 2019, p. 233). Por lo tanto, al realizar turismo educativo, se incorpora no solamente a población escolar, sino que abre una posibilidad de realizar proyectos educativos con poblaciones vulnerables alejadas y poco tenidas en cuenta, esta incorporación crea escenarios de enseñanza- aprendizaje y permite resultados para quien investiga y para la sociedad en general que hace parte de ello.

Por consiguiente, los factores sociales, al igual que la cultura predominante de los territorios y la educación, conducen a que el turismo sea visto como un proceso de educación social, porque adopta las realidades de los territorios y, a su vez, incorpora sujetos que quieren ser parte de dichos procesos, “el desarrollo de los diversos tipos de turismo y el interés de las comunidades por dar a conocer su cultura han suscitado de forma paralela procesos de aprendizaje en torno a la actividad turística” (Silva, 2013, p. 227). De tal forma que se refleje una enseñanza de manera directa por medio de herramientas de aprendizaje, y de forma indirecta a partir de sus contextos.

Así, el turismo se puede observar como un mecanismo alternativo de enseñanza, que incorpora la cotidianidad de las personas, la identificación de la cultura y el territorio desde una

manera geográfica, la historia que cada uno de los pueblos tiene, posibilitando un entrelazo que contribuya a que el turismo sea visto como una manera más de aprender.

Entonces, podemos agregar que se puede crear a partir de la investigación nuevas formas de hacer turismo, figuras novedosas que puedan posibilitar y reemplazar a modelos tradicionales sobre la base que se desarrolla el turismo, empleando herramientas de información y comunicación que posibiliten mejores resultados.

El Turismo Educativo involucra planificación y programación en un marco didáctico y metodológico definido, como se hace en la docencia, creando con ello nuevos procesos educativos que vienen a favorecer la educación: facilitar la construcción de nuevos escenarios educativos y pedagógicos. (Sandí Delgado y Hidalgo Arias, s.f., pp. 430-431)

Esto precisamente permite dar claridad de la flexibilidad que el turismo educativo tiene tanto en espacios curriculares como extracurriculares, integrando diferentes modelos y estrategias, pero siempre con el fin de generar aprendizaje de manera directa e indirecta.

Por otro lado, no podemos desconocer los procesos educativos que incorporan al medio ambiente, debido a que estos favorecen la conservación de los ecosistemas; sin embargo, resulta primordial realizar la diferencia entre ecoturismo y turismo educativo, ya que el ecoturismo se centra más en la naturaleza y en el desarrollo sustentable, mientras que el turismo educativo va más allá, articulando herramientas y estrategias que permiten realizar procesos de enseñanza, abriendo paso a un escenario en donde se pueda tener contacto directo con el territorio, las especies que lo habitan y las sociedades que hacen parte de ellas.

Para lo cual, Neiman et al. (2012) presentan una investigación sobre la educación ambiental a través de las actividades de turismo educativo en la enseñanza superior, específicamente, a través de visitas técnicas a una unidad de conservación, el Parque Estadual da

Serra do Mar - Núcleo Picinguaba, las ciudades de Curitiba (PR), Morretes (PR) e Iguape (SP). Estas visitas se dieron por parte de estudiantes de bachillerato en turismo, licenciatura en ciencias biológicas e ingeniería forestal, el objeto de estudio se centró en los conocimientos previos y posteriores al trabajo de campo. La investigación evidencia una transformación en los saberes que los estudiantes tienen antes de realizar procesos de turismo educativo, ya que el estar en los territorios y conocerlos, permite que se generen nuevas formas de aprendizaje y, por ende, los conocimientos no solo se memoricen, sino que se interioricen.

En relación con las dinámicas actuales, encontramos algunos criterios educativos y pedagógicos como escenarios de aprendizaje que pueden ser un potencial social desde las iniciativas desarrolladas por los actores que fomentan este sector. Una de estas es la educación y conciencia ambiental,

La educación ambiental es un proceso de formación que permite la toma de conciencia de la importancia del medio ambiente, promueve en la ciudadanía el desarrollo de valores y nuevas actitudes que contribuyan al uso racional de los recursos naturales (...) (Aguilera Peña, 2018)

Al respecto, conviene decir que existen vacíos pedagógicos de cara a la formulación de políticas o el desarrollo e implementación de la misma a nivel local. Hemos visto que la pedagogía, para este análisis, es una ciencia que se desarrolla no solamente desde el sector educativo, sino a nivel social. Es una necesidad el que las comunidades están cada vez más preparadas para aportar a su crecimiento, desde la toma de decisiones y el desarrollo de competencias que respondan a las necesidades actuales.

Por otra parte,

De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la política turística de Colombia tiene como objetivo mejorar la competitividad de los destinos y los productos, incrementar la participación de la comunidad en la prestación de los servicios turísticos. (Aguilera-Díaz et al., 2006, p. 11)

A partir de allí, se busca hacer un llamado para crear una participación activa de la comunidad en el ámbito turístico, a prestar sus servicios, incentivar y atraer a visitantes de distintas partes del país.

De esta forma, se puede concebir el turismo desde dos ámbitos: el económico y el cultural. El primero beneficia a las comunidades que prestan sus servicios a cambio de una remuneración económica; y el segundo, el reconocimiento cultural, permite adelantar justamente procesos educativos en donde el visitante no solo haga uso del turismo como uso recreacional o de ocio, sino que adicional, aprenda de las distintas culturas de las poblaciones a las que visita.

Tanto la pedagogía social como la educación social, más que dirigir sus miradas hacia contenidos o saberes disciplinares fijan su atención en la dimensión social, cultural, política, cívica entre otras, de quién y con quién actúa, dónde, por qué y para qué lo hacen; es decir, de los contextos y de quienes los protagonizan como sujetos o agentes de una determinada práctica educativa, sin que ello suponga, necesariamente, que sean catalogados como alumnos, estudiantes, destinatarios, usuarios, beneficiarios o clientes, etc. (Caride et al., 2015, p. 7).

Por lo tanto, es fundamental que en el turismo se involucre a la educación, para que las personas adquieran nuevos espacios que les permita ser partícipes de los procesos sin sentirse discriminados o vulnerados, lo cual favorece a que se puedan llevar a cabo más y mejores proyectos educativos en regiones poco accesibles o carentes de recursos, pero que sin lugar a

duda cuentan con riquezas culturales, ambientales y sociales que permiten desarrollar procesos de enseñanza- aprendizaje.

La pedagogía social se identifica en la relación directa entre la educación y la sociedad, Luzuriaga (1968) destaca que la pedagogía social tiene por objeto de estudio la educación en sus relaciones con la sociedad, es decir, la acción de los grupos sociales en la formación del hombre y la influencia de la educación en la sociedad humana. (Rodríguez Sedano, 2006, p. 135)

De esta manera, al abordar la pedagogía social se realiza un procedimiento de manera colectiva. En la pedagogía social se reconoce dos dimensiones: la primera, la dimensión subjetiva (sociabilidad), en el cual la educación es entendida como un factor dinámico que influye sobre la sociedad dinamizando y transformándola; y la segunda, la dimensión objetiva (socialización), influjo que recibe de la sociedad una de la otra (de una parte, el influjo que recibe de la sociedad (socialización), de otra, la educación actúa como factor dinámico que influye sobre la sociedad dinamizando y transformándola (sociabilidad)).

En cierto sentido, “cuando se postula que la pedagogía social debe contribuir a generar procesos de cambio y transformación social, el sustrato ideológico y político en el quehacer socioeducativo no puede ser soslayado, sea cual sea el marco pragmático” (Caride et al., 2015, p. 39). De tal forma que la pedagogía social centra su estudio en la educación social desde unos principios de intervención sobre el ser humano en su ámbito socioeducativo.

### ***1.1.2 El turismo con una mirada desde la digitalización***

Dentro de estos procesos, el contexto social actual nos muestra las necesidades a la cuales nos debemos ir adaptando y cómo el mundo de las TIC va transformando los diferentes sectores. En el apartado anterior se hacía mención a la importancia de la educación en el turismo, así como en el desarrollo y conectividad de las distintas comunidades.

Según la Real Academia Española, la pedagogía es definida como la ciencia que estudia la educación y la enseñanza, y busca proporcionar el contenido suficiente para poder planificar, evaluar y ejecutar los procesos de enseñanza con el fin de obtener resultados favorables, haciendo uso de otras ciencias.

Para cumplir con el propósito de la pedagogía, es muy importante el análisis del contexto actual y las necesidades educativas que se reconocen como un posible aporte en el ejercicio pedagógico desde lo social a la transversalidad entre las ciencias de la educación, de tal forma que se generen relaciones sociales que se representan en situaciones culturales.

A modo de ejemplo, y para refrendar nuestros propósitos, podemos afirmar, sin duda, que la educación se instrumentaliza para solucionar situaciones específicamente turísticas (caso de la formación profesional); por otra parte, al referimos a dos fenómenos cuya idiosincrasia humana, social y cultural es común, no nos debe extrañar que coincidan en cuestiones muy próximas, tales como puedan ser el ocio, el tiempo libre, la animación sociocultural, etc., por lo que se abre un campo interdisciplinar de gran contenido pedagógico. (Colom Cañellas y Brown González, 1993, p. 58)

Las últimas iniciativas gubernamentales para el crecimiento del sector turístico del país están contempladas en el actual Plan Sectorial Turismo (2018-2022), seis líneas estratégicas de



trabajo, las cuales conducen a mejorar las condiciones para el mejoramiento del turismo en el país. La primera busca la generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo; la segunda precisa la gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país; la tercera línea busca mayor inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo; como cuarta línea se busca la innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo; la quinta línea, el fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo y, por último, la promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad.

Por lo tanto, las líneas estratégicas propuestas en el plan sectorial del turismo indican la necesidad de fomentar la educación y el uso de TIC. Desde la educación y la pedagogía, se puede aportar en relación social a las distintas comunidades y los diversos territorios del departamento de Caldas, debido a que Caldas es una zona del país reconocida en el contexto nacional e internacional como “Paisaje Cultural Cafetero” por la UNESCO, donde se reconoce todo este territorio como la adaptación de la comunidad en las diferentes condiciones geográficas de los territorios y el impacto de la agricultura de la siembra del café.

El paisaje como patrimonio no se puede desligar de sus habitantes y sus quehaceres. Por ello, es importante tener que solo en la medida en que este territorio transformado en paisaje es percibido y valorado por sus habitantes y visitantes se vuelve patrimonio. Esto, sumado a la valoración de sus recursos como base del producto lo convierten en destino turístico. (Duis, 2011, p. 89)

Según Orduna y Urpí (2010), es importante analizar los diferentes actores turísticos que se encuentran en la comunidad desde las actividades de ocio creativo para la población local y una posible oferta a mostrar ante los visitantes.

Para ello, la comunidad es la anfitriona de desarrollo local, por lo que es muy importante que se apropie de las características del territorio, bien sea desde la contribución en la protección y conservación de los recursos patrimoniales, como de la conservación cultural, en lo que se refleja la relevancia de la participación ciudadana en la conciencia de la toma de decisiones a nivel administrativo y político.

De lo anterior podemos entender la relación entre pedagogía y turismo desde un punto de vista social, en el cual existe una relación cultural, económica y multidisciplinar, en donde una de las acciones más importantes es el trabajo social con un enfoque de reconocimiento cultural, ante las necesidades de las distintas comunidades y la concientización hacia el desarrollo y protección de sus territorios. Entre lo cual, es necesario fortalecer el uso de herramientas tecnológicas para la divulgación de procesos turísticos con el fin de fomentar e involucrar a las comunidades de manera más abierta y fácil.

Cabe entonces preguntarse cómo se relacionan el turismo, la educación y las TIC, en donde encontramos interesantes acciones en la labor de indagación del visitante o turista en cuanto al conocimiento, referenciación y exploración sobre aspectos variados como los paisajes, las costumbres, formas de vida, etc. Todo este proceso viene acompañado de un conjunto de emociones que se dan en el ejercicio práctico del turista al entrar en ejercicio vivencial.

El turismo visto desde una perspectiva de desarrollo económico empieza a demandar la puesta en marcha de otro tipo de competencias que aporten a la competitividad, la relación con las TIC, se convierten en otra fuente de análisis y estudio donde encontramos relaciones y necesidades para las mismas comunidades.

Para ilustrar mejor, Colom Cañellas y Brown González (1993) reconocen varias vertientes educativas del turismo, que no solamente se dan en la escuela y el desarrollo de los perfiles de los

profesionales del turismo, sino para una comunidad en general. Estas vertientes vistas como áreas de la pedagogía turística son: educación para la comprensión internacional, la paz y la solidaridad. Entendiendo esta como un importante punto de análisis ante las realidades del contexto y la memoria histórica.

Así mismo, la educación para el interculturalismo, aprovechando la variedad de culturas que encontramos en el territorio Caldense es propicio tanto por la cultura que la región tiene, así como su paisaje cafetero. La Educación para el tiempo libre, el ocio y la animación sociocultural requieren que las autoridades municipales y departamentales incluyan temas de desarrollo social y enfoque humanista para el beneficio y crecimiento de las comunidades, para este fin es importante que se adapten herramientas tecnológicas propicias para el fomento del desarrollo del turismo.

En este orden de ideas, es importante mencionar los aportes sociológicos en cuanto al mundo conectado que nos presenta Manuel Castells con el concepto de “Sociedad Red, aquella cuya estructura social está compuesta por redes potenciadas por tecnologías de la información y de la comunicación” (Castells, 2000, p. 27). Castells nos muestra el panorama actual del internet y la conectividad, en el que un gran porcentaje de las sociedades están conectadas mediante herramientas digitales, las cuales son de gran ayuda y aprovechamiento para muchas comunidades.

El mundo de las TIC está en constante evolución y el sector turístico debe responder a estos cambios, lo que conlleva estar a la vanguardia y a las tendencias digitales que trae el mundo globalizado. Con el desarrollo del internet, el turista actual se mueve entre la oferta y los destinos los indagan mediante búsquedas en páginas web.

El turista busca estar conectado en todo momento a la información disponible de su destino, empieza un proceso de indagación sobre los sitios a visitar, esto genera una oportunidad para el reconocimiento de las comunidades, en la medida en que las características de los territorios y su cultura se convierten en un proceso importante que busca conocer el visitante.

Actualmente, el turismo ha alcanzado un reconocimiento potencial debido a su crecimiento, especialmente en algunas zonas características del territorio colombiano. En este caso, el Departamento de Caldas viene desarrollando un trabajo en conjunto desde diferentes sectores para el reconocimiento y visualización como destino turístico mundial debido a las características naturales de su territorio, la topografía, la diversidad en especies de flora y fauna, las diferentes culturas que convergen en él, la calidad de su gente y el agradable clima entre las montañas cafeteras reconocidas también desde el Paisaje Cultural Cafetero declarado como patrimonio mundial desde el año 2011 por la UNESCO.

De esta manera, es necesario comprender las relaciones administrativas con los diferentes sectores económicos, sociales y políticos, además, de conocer cómo las tecnologías han avanzado y cómo la planificación territorial debe hacer parte de esa evolución.

Por ejemplo, en Colombia el Ministerio de Comunicaciones dio un paso importante en la consolidación del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el 30 de julio de 2009. La nueva Ley 1341 expresó la creación de un marco normativo para el desarrollo del sector y para la promoción del acceso y uso de las TIC a través de la masificación, el impulso a la libre competencia, el uso eficiente de la infraestructura y el fortalecimiento de la protección de los derechos de los usuarios.

Durante los periodos de gobierno del expresidente Juan Manuel Santos y desde el año 2010, el Ministerio de las TIC empieza a desarrollar un programa conocido como “Plan Vive Digital”, que busca la masificación del internet en todo el país. Un proceso relativamente joven que ha tenido interesantes impactos en cuanto a la accesibilidad a la información, pero también evidencia varias oportunidades de mejora teniendo en cuenta las diferentes regiones del país y los sectores rurales donde aún es evidente la necesidad de desarrollo no solo en TIC, sino también en tejido social e infraestructura.

Cierto es que los gobiernos están en la necesidad de invertir en el desarrollo y actualización de las TIC, pero también podemos identificar la existencia de brechas digitales. De acuerdo con Druetta (2002), en la brecha digital se reconocen al menos tres dimensiones que son: dimensión tecnológica, la cual se relaciona con la importancia de la infraestructura suficiente para los canales de comunicación; dimensión del conocimiento, donde se reconoce la apropiación de la información y los términos de su uso y aplicabilidad; y la dimensión participativa, donde están los medios para su empleabilidad desde un contexto ciudadano y comunitario.

Si bien, se necesita todo un trabajo articulado para un mejor aprovechamiento de los territorios en relación con el desarrollo turístico, es importante iniciar por los planes y proyectos desde la función pública, con el fin de diagnosticar el aporte en materia de uso de herramientas tecnológicas para su implementación. El actual plan de gobierno departamental de Caldas y los planes de desarrollo municipales hablan del manejo y la necesidad de inversión en el sector turístico. Se reconoce la destinación de recursos para el sector turístico y los proyectos ambientales que van de la mano entre los sectores.

El contexto actual y el rápido desarrollo de la tecnología nos impulsan a innovar en varios sectores en un mundo cada vez más competitivo. El turista actual se mueve en el mundo de la

conectividad, los recursos online, las redes sociales y la digitalización de los destinos turísticos con información a la mano, son el presente y futuro del sector turístico. Tenemos muy claro todo el potencial turístico que poseemos y que se puede explotar, pero aún es necesario y evidente una actualización de la información y una toma responsable de las funciones administrativas de los diferentes territorios.

De forma habitual se distinguen cuatro estrategias competitivas principales para las empresas turísticas: la orientación al servicio centrado en la calidad y en la formación de los recursos humanos; la mayor consideración del rol de los turistas y de sus crecientes niveles de exigencia; De la Ballina (2018) menciona que “la utilización de las tecnologías de la información como factor de valor, y el fortalecimiento de la posición estratégica de la empresa dentro de la cadena de valor” (p. 83).

Cabe resaltar que la función social del sector es una importante materia de análisis y estudio frente a lo que las comunidades conocen e interactúan con el turismo. La formación humana y la labor educativa ante la formación ciudadana van estrechamente relacionadas con el desarrollo contextual del turismo.

La inversión de recursos para el desarrollo de las telecomunicaciones debe ser un punto de conocimiento general para las poblaciones, pero esto solo es posible con apropiamiento cultural y educativo de los habitantes de los territorios.

Así mismo, no se cuenta actualmente con un panorama claro de conectividad y accesos a las TIC para el sector rural, si bien existen algunos, en los territorios estos no son reconocidos y apoyados por parte del ministerio de las TIC, por lo tanto, aún se carecen de instrumentos propios para su aporte, todo depende de la voluntad política de quien en el momento tome las decisiones.

Es así como la información que requiere de actualización cultural y tecnológica se está quedando en la memoria colectiva de los habitantes mayores de las zonas rurales, de tal manera que no se está formulando proyectos que permitan adquirir cierta información y almacenarla, con el fin de aportar a la historia de los territorios. Es muy importante reconocer que, desde una perspectiva de desarrollo actual, el acceso a internet y la conectividad implican un factor de desarrollo socioeconómico (Merinero Rodríguez, 2010).

De esta forma, es claro que Colombia cuenta con una alta riqueza natural en las zonas rurales y lo cual produciría un gran potencial turístico que se puede desarrollar en los territorios, pero poco hemos avanzado en la digitalización y actualización de los diferentes destinos.

Avanzamos en estudios turísticos y profesionalización del sector, pero el talento humano no ha logrado incursionar en la verdadera toma de decisiones del sector en cuanto a lo administrativo, económico, social e informático. Los avances de un territorio están estrechamente relacionados con las transformaciones sociales, vistas estas como elementos dinámicos de constante evolución en la que en los últimos años la conectividad al internet es muy importante (Infantas Barbachan, 2009).

Según datos del último Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018), la Organización Mundial de Turismo (OMT) reconoce el crecimiento y potencial turístico de Colombia y sus diferentes regiones geográficas con múltiples paisajes naturales, culturales e históricos. Donde se pueden generar variedades de actividades para los turistas. El Turismo también es reconocido como una de las principales actividades económicas globales que representa el 10 % del PIB mundial.

En los municipios rurales se reconocen varias necesidades y oportunidades de mejora que aún siguen siendo un reto desde la parte gubernamental y la inversión equitativa para las

comunidades. Son evidentes las dificultades demográficas y las necesidades en materia de inversión social, infraestructura y el desarrollo de proyectos de innovación con estrecha relación comunitaria, donde se reconozca el liderazgo social y la dotación de equipos de TIC para una mayor conectividad, entre otros.

El turismo es una actividad económica que genera desarrollo y, por tanto, el turismo desarrollado en las zonas rurales debe estar compuesto por una oferta integrada y variada que se reconozca por el contacto con el entorno natural y facilite la interacción con la sociedad local. En el contexto rural del norte de Caldas se evidencian varios destinos potenciales para el turista, que aún son materia de mejora, desde todos los sectores en mención; no obstante, la información sobre estos sitios, puntos de información y rutas turísticas no se encuentra consolidada en plataformas web que posibiliten que los turistas accedan y se animen en ir a visitar esos lugares.

La relación entre el turismo y las TIC es fundamental para que un turista empiece a reconocer sus posibles destinos a visitar. El uso de las plataformas web es una constante para todos los sectores y tiende a seguir evolucionando.

Para Rodríguez Cortes et al. (2015), la digitalización de la información es una importante acción de mejora para la organización y consolidación de un modelo web como plataforma centralizada de información, promoción y distribución de servicios turísticos, lo cual es necesario recalcar que para una buena relación entre el turista y las TIC se debe empezar a trabajar en diseñar más acciones que incorporen el uso de las redes o medios sociales dentro de los diferentes destinos, con objetivos definidos mediante guías que logren tener una verdadera relación coherente comunicativa y organizativa.

Cierto es que las TIC se reconocen como una importante herramienta de uso global que están en constante evolución, y la manera en la cual el turista las utiliza es fundamental.



Encontramos en estos contextos un nuevo turista que está en constante conexión, en la cual pasó de ser un actor en algunos casos pasivo, a ser un proactivo productor y recopilador de información, un turista conectado a través de diferentes plataformas y redes sociales donde se brinda una información multidireccional de los distintos destinos.

Aparte de la oferta turística, es muy necesario dar respuesta a las necesidades identificadas como retos en búsqueda del crecimiento del sector turístico. Sin duda alguna, la infraestructura y la conectividad para el turismo que se reconoce desde el último plan sectorial de turismo 2018-2020 es uno de los principales puntos por los que debe trabajar la institucionalidad del sector.

Un turista con acceso a la información de los distintos destinos es una necesidad para el crecimiento de la oferta y la demanda. Para Beltrán López (2019), hay una seria necesidad de analizar el desarrollo del turismo en las zonas rurales, “los espacios rurales siguen siendo los que menos cobertura y velocidad tienen, lo que supone una limitación muy importante en su desarrollo y en su capacidad para comunicarse con el turista online” (p. 29). Por ello, las redes sociales, plataformas web y sitios de interés generan la posibilidad de comprender y diseñar rutas turísticas, por lo tanto, se garantiza que realmente se desplacen a los lugares con la comodidad y confianza suficientes.

Así mismo, para Beltrán López (2019), el nuevo turista rural, aunque no prescinde del espacio físico, también incluye el espacio online; una relación que requiere el análisis de los vínculos entre los turistas digitales y los destinos, los cuales se dan en el world wide web, por ello las redes sociales, plataformas web y sitios de interés generan la posibilidad de comprender y diseñar rutas turísticas, por lo tanto, se garantiza que realmente se desplacen a los lugares, con la comodidad y confianza suficientes.

Los municipios rurales se caracterizan por tener problemas demográficos, dificultades de comunicación y falta de apoyo o trabajo en conjunto con sus comunidades para la identificación de las necesidades de desarrollo, los insuficientes procesos de liderazgo local, el déficit de dotación de determinados equipamientos a los habitantes y la poca eficiencia de modelos de compensación territorial.

A este propósito, podemos entender el cómo se ve implicado tanto a nivel público como privado, el avance de nuevas herramientas en tecnologías realistas y futuristas que permiten el desarrollo territorial en una sinergia entre las TIC, turismo, planificación y administración pública.

### ***1.1.3 El turismo con una mirada a la planificación territorial***

La administración pública juega un rol importante para el desarrollo y la planificación territorial del turismo, es por esto que se analizarán los conceptos de algunos autores para conocer el método de trabajo que realizan en el momento de planificar el turismo en un territorio, y, de esta forma, validar la metodología empleada en este proyecto de investigación para la consolidación del modelo de planificación territorial del turismo en algunos municipios del Departamento de Caldas.

La planificación territorial del turismo requiere del estudio de la Ley General del Turismo en Colombia, Ley 300 de 1996, y las leyes 1101 del 2006, 1558 del 2012 y 2069 del 2020, las cuales buscan fortalecer el sector turístico a través de las políticas consignadas en cada uno de los artículos, además del estudio de una serie de estrategias y acciones que permiten obtener un desarrollo para la región. Sin embargo, esta planificación se ha visto afectada por la falta de

estudios investigativos en el área del turismo y especialmente en la planificación territorial del turismo.

Es por esto que es necesario tener presente estos procesos, de lo contrario, puede que no se llegue a efectuar de manera completa el desarrollo potencial del turismo, puesto que la planificación y la implementación de las estrategias no se direccionan en forma correcta y se enfoca a lo superficial del turismo y no a su estructura organizativa.

Un caso podría ser el siguiente: si un director de turismo de algún municipio no tiene estudios relacionados con el turismo, o si bien los tiene y no cuenta con el conocimiento de cómo diseñar el producto turístico del territorio, destinará sus esfuerzos en la organización de eventos, tales como fiestas y ferias. Por el contrario, si esta persona tiene un conocimiento estructural en temas relacionados con diagnóstico organizacional, creación de estudios de marketing y una visión del producto turístico, dará como resultado un trabajo con proyección y sostenibilidad en el tiempo. Puesto que el turismo es un sector que crece rápidamente, y que, con una planificación adecuada, puede traer impactos positivos en los municipios.

Por otro lado, la planificación territorial del turismo conlleva la adopción de los parámetros que establecen en la Ley General de Turismo, la cual tiene por objeto, el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de algunas actividades turísticas, a través de “mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores públicos y privados en la actividad” (Ley 1558 de 2020, p. 1). La planificación del turismo debe estar adscrita a las finalidades de la normativa del turismo para que haya un desarrollo con un objetivo en común.

Del mismo modo, la planificación del turismo algunas veces se remite a empresas consultoras que cuentan con la experiencia y el conocimiento para realizar dichos proyectos que permiten fortalecer el turismo en los territorios.

Así entonces, la consolidación del producto turístico es el resultado del análisis del diagnóstico y del estudio de mercado. Allí se definen los atractivos turísticos con mayor potencial y los recorridos que se pueden realizar en torno a este.

La planificación del turismo se enmarca en el recorrido que se realiza en un lugar y cuenta con las facilidades y accesos que complementa la ruta y genera un desarrollo local en el territorio. Por otro lado, las facilidades en el turismo trabajan en función del atractivo turístico, en donde estas empresas o personas, como lo son los hoteles, agencias de viajes, restaurantes, guías turísticos, artesanías, arrendadoras de autos, aerolíneas, puntos de información, entre otros prestadores de servicios y organizaciones de otros rubros comerciales se ven beneficiados del reconocimiento que adquiere esta planificación.

La articulación entre turismo, educación y TIC da cuenta del beneficio que se puede tener no solamente para turistas y visitantes, sino también para la población que habita los territorios, la cual es una parte principal de los procesos turísticos y a su vez de la educación social.

De esta manera, el modelo de planificación se observa como una fuente potencial de aprendizaje y de organización, permite el reconocimiento de los territorios, estructura de una manera veraz la información, permitiendo que se generen mayores opciones de turismo en algunos municipios de Caldas.

Al desarrollar un modelo de planificación, este se convierte en una base consolidada que permite la implementación no solamente en otras zonas del departamento de Caldas, sino a su vez un proceso nacional, que inmiscuye diferentes departamentos y permite de manera organizada y

asequible que se desarrolle el turismo desde una mirada educativa y social, siendo así este, un proyecto investigativo como referente para el inicio de nuevos procesos en el sector del turismo para el país.

## **1.2 Descripción del problema**

Ante la necesidad de implementar procesos de calidad en la planificación del turismo a nivel local, es necesario incorporar referentes educativos, pedagógicos y las TIC como herramientas de desarrollo turístico en los municipios de Caldas.

Según la norma vigente, las características de Ley General del Turismo identifican en el país las regulaciones para el sector turístico, sin embargo, se observa en las leyes la eventual escasez de modelos pedagógicos públicos, que posibiliten el desarrollo de un proceso educativo en el sector del turismo.

La manera como sucede el desarrollo territorial del turismo parte de la necesidad de profundizar en formación a través de un modelo educativo que ayudará a la debida planificación turística del territorio de Caldas, con un enfoque hacia las nuevas TIC que posibilite generar un mayor impacto social, económico y pedagógico en beneficio de la comunidad.

Es importante mencionar que el espacio en donde se hace más notable la problemática es en las instituciones públicas encargadas de orientar, promover y desarrollar las políticas públicas de turismo a nivel nacional y local, secretarías de las administraciones municipales que tienen a su cargo el área del turismo, el cual involucra no solamente a la administración municipal, sino a su vez a actores políticos, la comunidad en general y las empresas del sector turístico.

La iniciativa de trabajar e investigar sobre este tema se identificó a partir de la importancia y aportes del sector turístico a la economía regional, la necesidad de una mejor planeación desde la poca relación que se ve hasta ahora con el sector educativo, mediante procesos pedagógicos que hacen partícipes a la comunidad, y las necesidades de articularse a las TIC.

Para esta investigación se propone trabajar con encargados y directores del turismo de las administraciones municipales, agencias de servicios turísticos, casas de la cultura a nivel local y comunidad, entre otros, que deseen implementar el desarrollo del turismo en sus comunidades, ya sea por el beneficio económico que este produce o por las estrategias pedagógicas que se plantean implementar.

La planificación territorial del turismo tiene como objeto construir un desarrollo sostenible, económico y cultural, equilibrado en los distintos municipios. El responsable de que esto se cumpla es el director de turismo, o si bien, el secretario de despacho a cargo de esta área, quienes, a través de su vínculo directo con la administración municipal, promueven estrategias para fortalecer el sector.

Por otro lado, el turismo es un sector que crece rápidamente, y que, con una planificación adecuada, puede traer impactos positivos en los municipios. Sin embargo, el desconocimiento en algunos procesos que se requieren en el turismo y la falta de idoneidad por parte de los encargados, conlleva al surgimiento de una serie de problemáticas relacionadas con la planificación y organización de las políticas turísticas en los municipios, así como su ejecución.

De esta manera, se generó un atraso o no ejecución de proyectos encaminados al mejoramiento del sector turístico y su impacto en la comunidad, en los cuales se encontraron factores relacionados con la planificación, algunos de ellos fueron los siguientes:

- Asignación del cargo de director o coordinador de turismo; a diferencia de otras dependencias en la administración pública, las personas a cargo del sector del turismo no requieren de un estudio que tenga un enfoque turístico, por tal motivo, cualquier persona puede hacer parte de las dependencias del turismo, esto no significa que las personas que tengan a su cargo esta labor no promuevan acciones para fortalecer el turismo, muchas veces lo hacen a partir de su formación y conocimiento, sin embargo, estas no generan un impacto directo y prolongado que permita resultados favorables para los territorios y sus comunidades en particular. Según lo evidenciado en los municipios, hace falta conocimiento del sector en aquellas personas que son designadas como directores del turismo, en la toma de decisiones y en el diseño e implementación de proyectos de acuerdo con criterios de pertinencia de política pública a nivel municipal.

- Otro factor influyente está relacionado con la dirección de turismo, la cual se reduce a un gestor de turismo y no a un planificador de turismo. No obstante, si bien la labor del gestor turístico es importante, para un cargo directivo no es suficiente, dado que el turismo como fenómeno cultural, social y económico implica otro tipo de habilidades y conocimientos, que se relacionen con la planificación pública y que incorporen elementos teóricos, metodológicos, tecnológicos y educativos, los cuales se requieren para que haya un turismo responsable, sustentable y sostenible.

- Hay prevalencia o una mirada sobre el turismo muy reducida sólo a eventos de carácter cultural. Como es natural, las fiestas y eventos municipales recogen una variedad de actividades, las cuales llaman la atención para propios y visitantes. Por tal motivo, las administraciones municipales han hecho que estas acciones se relacionen con el sector del turismo, precisamente por el flujo de turistas que pueden acudir a ellas y por el rubro presupuestal

que pueden dirigir hacia el desarrollo de las actividades dentro de estos eventos. De tal forma, los rubros destinados para el sector del turismo pueden verse reflejados en la toma de decisiones que conlleven al desarrollo de la planificación de productos turísticos que tengan un impacto positivo a nivel educativo, social y económico para las comunidades y visitantes.

- Baja relación entre los prestadores turísticos con el gobierno. Es necesario considerar que muchos de los prestadores de servicios turísticos que existen, no sienten un acompañamiento por parte de los gobiernos, desde la órbita municipal hasta nacional.

Por tal razón, esto genera aumento en la informalidad, que carece de concertación, coordinación, descentralización, fomento, facilitación, desarrollo social, económico y cultural, desarrollo sostenible, calidad, competitividad, accesibilidad, entre otros principios rectores de la actividad turística (Ley 1558 de 2012). Debido a esto, es fundamental un acompañamiento directo por parte del gobierno que garantice la implementación y puesta en marcha de las políticas públicas del turismo, de tal manera que los prestadores de servicios cumplan con lo estipulado en ello y no ocasionen alguna afectación directa en los consumidores o aquellos que realizan actividades de turismo en el país.

- Falta de actualización e implementación de leyes sobre el turismo. La industria turística de Colombia cuenta con una Ley General de Turismo y desde el gobierno central han tratado de generar algunos beneficios para los prestadores del sector turístico, creando nuevas leyes que de cierta forma ayudan al sector, tal como lo es la ley de financiamiento, Ley 1943 de 2018, que tiene un capítulo especial de incentivos tributarios, como ofrecer beneficios fiscales por el establecimiento de hoteles nuevos y/o su remodelación, así como por la construcción de parques temáticos y muelles náuticos.



También se presentarán beneficios para operadores de agroturismo y ecoturismo. Sin embargo, desde el MinCIT se deben generar mejores prebendas para los empresarios y empleadores que trabajan en torno al turismo, ya que existe una gran informalidad y una poca remuneración a los que trabajan en torno a ello. No obstante, la retribución puede traer grandes frutos si se hace de forma planificada y regulada desde los territorios.

- La gestión pública se evalúa a través del cumplimiento de indicadores que se trazan desde los planes de desarrollo municipal. Algunas veces, surgen muchas confusiones de quiénes son los encargados de medir estas evaluaciones, y la relevancia que tiene el cumplimiento de estas líneas estratégicas en el impacto de la planificación territorial de turismo.

- Contribución parafiscal del turismo para reinvertir en la planificación territorial del turismo. Estos recursos están destinados para infraestructura turística, promoción y competitividad turística, cuya entidad encargada de recaudar, administrar y ejecutar estos recursos se llama FONTUR. Esta contribución parafiscal la realizan los prestadores de servicios turísticos legalmente constituidos, gracias a esto existen unos recursos importantes para inversión en los municipios por medio del Banco de Proyectos Turísticos. Muchas veces no se gestionan por el desconocimiento del programa y su cantidad de condiciones que posiblemente solo las conozcan quienes hayan trabajado en el sector o quien sea inquieto por recaudar información y averiguar en las plataformas digitales, los pasos a seguir.

- Por otro lado, la educación desde sus inicios ha estado involucrada en dar respuesta a las problemáticas sociales, tanto de manera formal como informal; la educación ha sido una de las herramientas más valiosas para el desarrollo del ser humano, no obstante, aunque el turismo sólo ha tenido una relevancia en el último siglo, este ha demostrado su importancia en la transformación social, económica y ambiental para el ser humano, es por ello que se busca

crear un vínculo que permita que la educación, el turismo y los avances tecnológicos puedan favorecer tanto de manera económica, como social, política y educativa al ser humano.

De acuerdo con lo anterior, los factores expuestos dan cuenta de la necesidad de examinar cómo se viene planificando el turismo, las tomas de decisiones por parte de los encargados, la falta de incorporar la educación y las herramientas tecnológicas a los servicios turísticos, así como la función que desempeña el Director de Turismo en los diferentes municipios.

Se hace necesario no solamente repensar la función de la planificación, sino también, repensar la metodología de la elaboración de los atractivos turísticos, en tanto estos deberían estar articulados y gestionados desde un modelo de planificación territorial turística, que permite desde una manera más clara y congruente pensar el turismo más allá de la gestión y la planificación fiscal. En consecuencia, la presente propuesta tiene como finalidad generar un modelo de planificación turística, que incorpore la educación y las tecnologías.

### ***1.2.1 Pregunta problema***

¿Cuáles son los elementos articuladores de la planificación del turismo en los municipios de Neira, Villamaría, Chinchiná y Palestina?

### **1.3. Objetivos**

#### ***1.3.1 Objetivo general***

Elaborar una propuesta orientativa para la planificación turística articulada con las tecnologías de la información y comunicación, y el ámbito educativo en los municipios de Neira, Villamaría, Chinchiná y Palestina.

#### ***1.3.2 Objetivos específicos***

- Caracterizar la planificación turística en los municipios de Neira, Chinchiná, Palestina y Villamaría del Departamento de Caldas durante el periodo 2016- 2019.
- Reconocer los procesos de participación comunitaria en la planificación del turismo a nivel local en los municipios de Neira, Chinchiná, Palestina y Villamaría.
- Articular la planificación del turismo con las perspectivas pedagógicas, las tecnologías de la información y comunicación y la educación.

#### **1.4. Justificación**

La Ley general del Turismo en Colombia, en el capítulo II, parágrafo 2, reconoce el Consejo Consultivo de la Industria Turística como órgano asesor en materia gubernamental, departamental, distrital y municipal:

Los gobernadores y los alcaldes propiciarán la creación de consejos departamentales, municipales o distritales de turismo, que cumplirán las mismas funciones del Consejo Consultivo de Turismo en el ámbito de sus competencias territoriales. Dichos Consejos deberán incorporar como mínimo tres representantes de los prestadores de servicios turísticos del Departamento, del Distrito o del Municipio, y los demás que se establezcan en el mecanismo de su creación.

En el anterior sentido, entra la función educativa, tecnológica y administrativa para reconocer las necesidades respecto al crecimiento, articulación y avance del sector turístico a nivel territorial y la organización entre los diferentes sectores, analizar los procesos de administración del turismo y la funcionalidad de las leyes en relación con el conocimiento y trabajo con las comunidades que lo desarrollan.

Según el último y actual Plan Sectorial Turismo (PST 2018-2022), se busca fomentar estrategias para el trabajo articulado y la toma de decisiones entre las entidades nacionales y territoriales en relación con el MinCIT como rector de la política turística, la modernización del marco regulatorio en respuesta a las realidades y necesidades de los diferentes contextos de vocación turística. En efecto, se hace necesario analizar y hacer seguimiento al desarrollo

territorial de las propuestas políticas, el avance en materia de planeación y planificación turística en los municipios del departamento de Caldas.

Actualmente, se evidencia poca respuesta ante las propuestas de los entes reguladores del sector turístico y la carencia de modelos que articulen el trabajo intersectorial ante las necesidades de crecimiento y desarrollo de los diferentes actores que se ven involucrados.

Lo anterior permite pensar en la necesidad de trabajar y proponer un modelo de planificación turística con posibilidades de aplicación y desarrollo contextual, involucrando al sector educativo y el sector de las tecnologías de la información y comunicación con las propuestas de planificación departamental, regional y municipal del departamento de Caldas ante el seguimiento y evaluación de la gestión administrativa turística.

La planificación territorial del turismo requiere del fortalecimiento administrativo con un conocimiento pleno desde la toma de decisiones de quienes lo administran, es por esto que las personas encargadas del manejo del sector turístico deben responder al desarrollo sostenible, económico y cultural equilibrado en los distintos municipios.

En los planes de desarrollo departamental y municipal se dialoga y proyecta el trabajo para el crecimiento del sector turístico, al cual entra en materia de discusión, el presupuesto y las metas reales a las cuales se pretende llegar.

Sigue siendo necesario la relación y conocimiento de las diferentes comunidades frente a la participación y aprobación de proyectos para su propio desarrollo, con estrategias de respuesta económica ante un sector que le apuesta al crecimiento,

Deben existir objetivos y acciones concretas que permitan conocer las metas que se proponen alcanzar en un plazo determinado. Un ensayo sobre la situación del turismo en un espacio y una declaración de intenciones no son una política turística. Una propuesta

de ideas vagas y objetivos generales no permitirá la posterior implantación de programas, ni ningún tipo de evaluación de lo realizado. (Velasco González, 2011, p. 959)

Es por esto que esta obra de conocimiento busca dar respuesta a la necesaria relación intersectorial desde el punto de vista educativo y pedagógico en concordancia con los recursos TIC y la correcta orientación administrativa desde la planificación de los entes territoriales, acompañados del seguimiento evaluativo, al cual deben estar apropiadas las comunidades y los diferentes actores que intervienen, aportan y hacen parte del sector.

## Capítulo II. Referentes teóricos

El turismo en Colombia es reciente, desde el año de 1996, donde se promueve la ley general de turismo, se comienza a pensar en este sector, como fuente de desarrollo del territorio. Por lo anterior, la investigación que se han desarrollado son pocas en Colombia y necesariamente se tienen que remitir a países con mayor evolución en el campo como la España y México. Encontrando que los documentos que eran de utilidad para esta investigación, se remitían a años anteriores. Para Faria (2016), el turismo como actividad socio- económica es importante estrategia para los territorios, por lo cual es menester el estudio de mecanismos y acciones oportunos de mejora que contribuyan al fortalecimiento de las comunidades (341).

Además, en el desarrollo de este capítulo se desarrolla una conceptualización de las categorías claves que se abordaron en varios momentos de la obra de conocimiento. Las corrientes que definen el turismo, se pueden contextualizar en el territorio de estudio y desde la misma propuesta pedagógica, reconociendo las fortalezas y oportunidades de mejora. Según Feijoó, & Palazzolo (2016) el turismo debe estar establecido por políticas de diferenciación y posicionamiento, estableciendo dinámicas de comunicación que permitan una mayor divulgación en el mercado que favorezca la oferta y la demanda de la actividad (p. 193).

Las diferentes escuelas que definen el turismo, expresan la concepción epistémica de autores en varios procesos de conocimiento del sector. “El turismo es fascinante debido a su versátil ámbito de comprensión y desarrollo. Es dinámico por sus múltiples ópticas sus formas de tratamiento y porque se desarrolla en un marco de interacción siempre cambiante” (Guerrero & Ramos 2015, p.4).

Así mismo, Se resalta la normatividad del sector y la relación ausente con otros sectores, que podrían generar mayor crecimiento de los mismos, al trabajar de manera articulada. Los modelos de sistemas turísticos para su planificación, también pueden ser una importante fuente de discusión académica al empezarlas a relacionarse con los que se proponen y se trabaja desde los planes de desarrollo, tanto departamental como municipal y el plan sectorial del turismo 2014 - 2018 como fuente de estudio.

La categoría de TIC y Turismo reflejó un panorama muy joven aún, en la relación intersectorial que debe de ser tenida en cuenta, pero que también debe ser vista con conocimiento genérico por parte de las comunidades, sobre la correcta toma de decisiones para su crecimiento e inversión, donde sea notable una articulación pedagógica que permita conocimiento y generación de proyectos desde los territorios en respuesta a la gestión pública.

## **2.1 Revisión de la literatura**

Las corrientes que definen el turismo, se pueden contextualizar en el territorio de estudio y desde la misma propuesta pedagógica, reconociendo las fortalezas y oportunidades de mejora. Las diferentes escuelas que definen el turismo, expresan la concepción epistémica de algunos autores en varios procesos de conocimiento del sector, tomada esta desde los referentes históricos que pueden ampliar una discusión académica desde lo que se tiene, y desde las categorías propuestas para una mejor toma de decisiones administrativas que inician en la planificación y ejecución de proyectos en los municipios.

Se resaltó también la normatividad del sector y la relación ausente con otros sectores, que podrían generar mayor crecimiento de los mismos, al trabajar de manera articulada. Los modelos de sistemas turísticos para su planificación, también pueden ser una importante fuente de



discusión académica al empezarlas a relacionarse con los que se propone y se trabaja desde los planes de desarrollo, tanto departamental como municipal y el plan sectorial del turismo 2014 - 2018 como fuente de estudio.

La categoría de TIC y Turismo reflejó un panorama muy joven aún, en la relación intersectorial que debe de ser tomada en cuenta, pero que también debe ser vista con conocimiento genérico por parte de las comunidades, sobre la correcta toma de decisiones para su crecimiento e inversión, donde sea notable una articulación pedagógica que permita conocimiento y generación de proyectos desde los territorios en respuesta a la gestión pública.

Aunque desde diferentes aristas se ha abordado el estudio de la planificación territorial del turismo, la educación y las TIC, primero se hace necesario realizar una conceptualización acerca de las categorías claves en el tema para aproximarnos a una comprensión más amplia y adecuada.

### **2.1.1 Turismo**

Ardila (2015), en *Turismo, los orígenes y significados*, hace un recorrido por el origen de la palabra “Turismo”:

el turismo llegó a este nombre a partir de una actividad humana (los viajes), para luego pasar a una expresión oral y finalmente a la lengua escrita. Se origina en *turn* (dar vueltas), palabra de origen inglés que tiene sus primeros registros en el siglo XII. Esta, a su vez, deviene de *tornare* (girar, redondear) o *tornus* (torno), que llevan “la idea de giro, de viaje circular, de vuelta al punto de partida” (Fernández Fúster, 1973, p. 21).

Al respecto, Guerrero González y Ramos Mendoza (2015), dicen que:

El turismo es uno de los ámbitos donde el futuro de algunas de nuestras sociedades podría encontrar su pleno desarrollo. Es un fenómeno actual que contiene líneas y perspectivas que son trascendentes y ha transformado a múltiples regiones y economías. (p. 5)

Así mismo, dentro de los objetivos del turismo se recalca su trascendencia y aporte a la sociedad, “No hay duda que no existiría turismo si no está presente la comunidad receptora o de acogida, es decir: el anfitrión, actor muy pocas veces nombrado en la mayoría de los esfuerzos por discutir el objeto del turismo” (Ascanio, 2010, p. 638).

#### **2.1.1.1. Corrientes que definen el turismo.**

**Corriente Económica:** en esta corriente se le da valor al turismo, gracias a la riqueza natural y cultural que tienen los bienes de un territorio; donde las mismas características del entorno permiten sacar provecho de este, a través del aumento económico que se desarrolla en la localidad.

**Corriente Cinética:** establece que el desplazamiento de los turistas de su lugar habitual a otro destino permite que el alma y el cuerpo puedan trascender a un estado de relajación, tranquilidad, motivación y efervescencia en su vida, generando sensaciones de bienestar y emoción.

**Corriente Psicosocial:** da cuenta de la necesidad que tiene el ser humano de intercambiar saberes y conocer nuevas culturas, y obtener así, nuevas experiencias.

**2.1.1.2 Escuelas que definen el turismo.** El turismo ha sido una actividad que se desarrolla desde hace varios años; académicamente, científicos, escritores, economistas, entre

otros han mencionado esta actividad bajo diferentes escuelas, esto con el fin de indicar que el turismo puede verse desde varios aspectos sociales, entre estas se destacan las siguientes:

Escuela Humanística, basa sus referencias en la importancia que tiene la hospitalidad en el sector turístico, donde prima el ser humano, con sus creencias y costumbres, sin importar los valores económicos que tenga que pagar en el turismo. Lo importante es recibir una excelente atención.

La Escuela Sociológica del Turismo, la cual nos da cuenta de cómo el hombre en sociedad debe pensar de manera holística el desarrollo del turismo, donde se debe interponer la necesidad de vivir en un territorio con principios ambientales, culturales y cívicos acordes con sus costumbres, ética y valores.

La Escuela Latina, representada por autores en los que se destacan Luis Fernández Fuster, Marc Boyer, Armando Herreras y Luis Baldión, afirma que el turismo se ha presentado paralelamente al pensamiento y la actividad humana, y que se inicia con la expresión gráfica o dibujo: grafos, luego se convierte en fonos (sonidos), y con el desarrollo del hombre y su cognición, se vuelve más complejo a través de logos (palabra).

Según Sarmiento Iglesias (2012), para la escuela semítica, cuyo exponente máximo es Arthur Houlot (1961), el término turismo no deriva de la lengua latina, sino del arameo antiguo. Según este autor, en este idioma se utilizaba el término Tur para los viajes, la exploración y el traslado de personas. (p. 21)

Escuela Semítica o Hebrea: representada por Arthur Haulot, quien afirma que la palabra turismo procede del hebreo antiguo. Existió la palabra TUR que significa viajes- movimiento de personas en el mundo que lo rodea. De acuerdo con Haulot, la prueba del hecho se encuentra en la Biblia en el libro de los Números, capítulo 13, versículo 17, que describe la expedición de

Moisés a la tierra prometida de Canaán, dicha raíz fue variando en las lenguas inglesa, francesa y castellana.

Escuela Onomástica: representada por Neil Leiper, quien afirma que el turismo proviene de un tratado que el Duque de Bourgundy, posteriormente Carlos V, firmó con los países bajos, en 1516, con el que consolidaba su imperio con Europa continental, esto le permitió entregar en concesión del transporte a la noble familia De La Tour, que organizaba los viajes de los comerciantes ingleses al continente durante los siglos XVI y XVII, así el término TOUR, se hizo popular en toda Europa y se convirtió en el más apropiado para designar un viaje de placer.

Las anteriores concluyen en la idea de que el turismo es un acto de desplazamiento de un punto sobre sí mismo a otro, el cual aporta de manera particular un placer, gozo o relajación en el cerebro, y el cuerpo del ser humano.

**2.1.1.3 Planificación territorial del turismo.** La planificación territorial y el turismo son dos disciplinas que requieren una amplia comprensión para que tenga algún efecto positivo en la comunidad, “La ordenación del territorio va más allá de la mera delimitación de zonas y representa en la actualidad una opción indispensable de consenso social y económico, y un modelo para la armonización territorial y la legibilidad espacial” (Antón y González, 2005, p. 15). Es por esto que el Estado tiene una gran importancia en el desarrollo de los procesos turísticos del territorio.

Según Razquin (2002), la función de intervención administrativa a través de la cual las administraciones públicas regulan una determinada área de actividad con un cierto carácter de globalidad y marcan las políticas públicas a desarrollar dentro de dichas áreas, a la vez que determina el marco jurídico de su desarrollo. (p. 111)

Por otro lado, en la normativa turística colombiana se evidencia la carencia de programas y planes que incentiven de la forma adecuada el turismo en el territorio; de hecho, las referencias que hacen van dirigidas a programas de promoción y fomento, y no a programas de planificación integral. Es por lo anterior que la planificación territorial del turismo fue vista como un proceso espontáneo y no planificado como su amplio concepto puede ser entendido, un proceso consciente, con lógica, con acciones claras y determinadas.

En todo caso, la planificación puede ser entendida como una política del Estado para conseguir un desarrollo turístico sostenible o bien como un modelo metodológico, de uso público o privado para alcanzar objetivos turísticos a través de un proceso estructurado de medidas.

**2.1.1.4 El sistema turístico en la planificación territorial del turismo.** El concepto de sistema se ha entendido como el conjunto de recursos que interactúan entre sí y este lleva a un objetivo, que es comprender los elementos esenciales que necesita una comunidad para desarrollar el turismo, como lo pueden ser: lugares de hospedaje, servicios de alimentación, accesibilidad, medios de transporte, personas conocedoras de la historia del territorio, agua potable, entre otros factores que se pueden controlar. Además, de conocer la dinámica, social, económica, educativa, tecnológica, medio ambiental, político, entre otros aspectos extrínsecos que no se pueden controlar, pero que se viven en la comunidad, y que se deben tener en cuenta para una adecuada planificación.

#### **2.1.1.5 Modelos de sistemas turísticos para la planificación territorial del turismo.**

La importancia de los modelos de sistemas turísticos para la planificación es importante, según lo propuesto por Kaspar (1976), quien fue el pionero en el tema, se trata de integrar de

manera armónica todos los componentes del turismo y su interacción, ya fuera de carácter interno o externo; el autor realiza un ejercicio en el que propone un modelo totalmente integral y multidisciplinario.

El turismo es en la práctica, una actividad de servicios personales, motivados por conocer territorios distintos a los de nuestro lugar habitual de vida que ofertan servicios de alojamiento, alimentación, animación y transporte tan variado como el gusto del consumidor. (Fuentes, 2016, p. 106)

No obstante, esto no indica el único significado o descripción del turismo, ya que el turismo tiene como característica su constante transformación y variación en su definición.

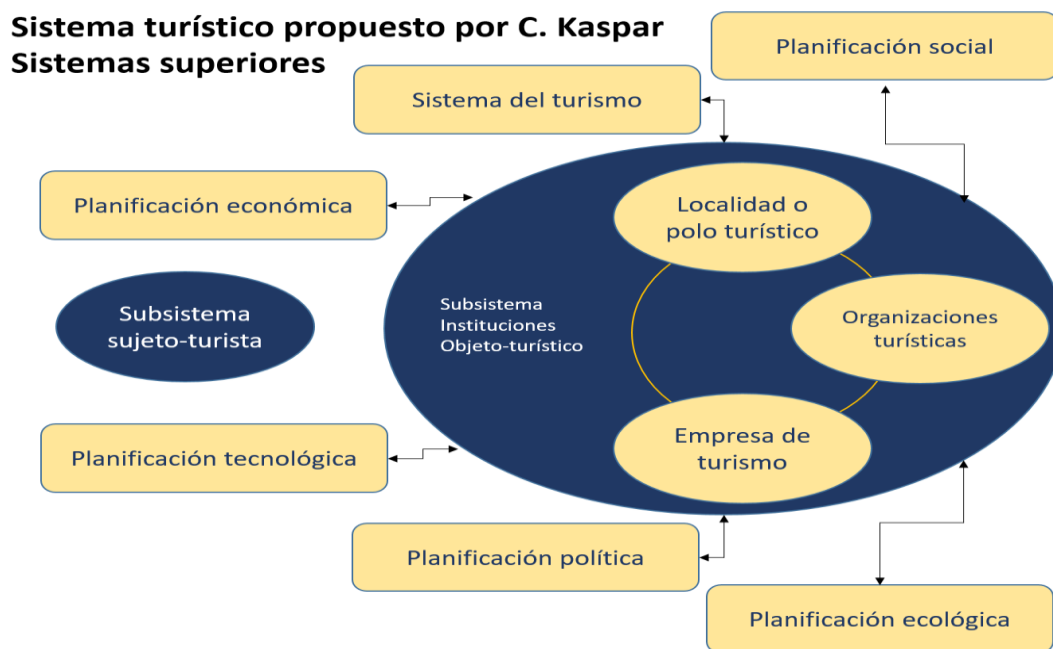
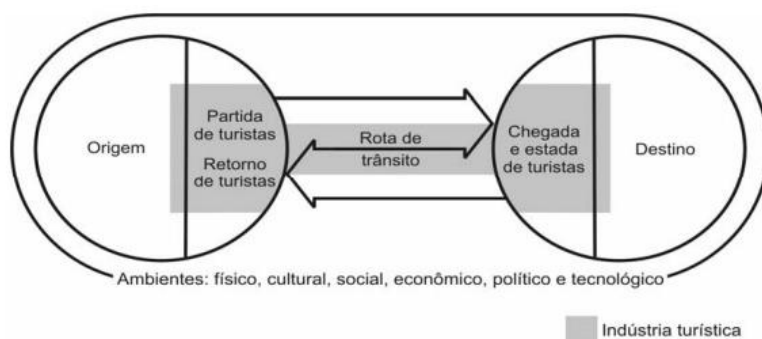


Figura 1. Sistema Turístico propuesto por Claude Kaspar (1976)

El modelo sistémico de Kaspar nos revela la importancia de la planificación en todos los ámbitos para el correcto desarrollo de la actividad turística, así cuenta con que la planificación

económica y social tiene una importancia mayúscula para el turismo; de igual manera, la tecnología, la política y la ecología, todas interrelacionadas con el sistema turístico, porque este se ve afectado por la planificación que se hace desde cualquiera de los temas mencionados. No deja de lado al sujeto turista, quien es protagonista de la actividad turística, ni el objeto turístico (empresas y organizaciones turísticas), así como las rutas turísticas como medio para desarrollar la actividad.



*Figura 2.* Sistema Turístico propuesto por Neil Leiper (1981). Fuente: de Oliveira Santos, 2007, p. 101.

Los elementos básicos para el sistema turístico propuesto por Leiper (1981, como se citó en de Oliveira Santos, 2007) son: turistas, como actores principales y fundamentales, tomando en cuenta que el turismo es ante todo una actividad humana. Y los elementos geográficos, donde define y diferencia:

- Región de origen: que es considerada como mercado para la actividad turística, por ello es necesario motivar y estimular al viajero.
- Región de destino: es aquella donde se encuentra la materia y componentes esenciales del turismo.

- Región de tránsito o ruta: es el espacio por donde se da lugar al desplazamiento de los turistas, entre la región de origen y la región de destino.

Para Leiper, el sistema turístico no se circunscribe únicamente a la región de origen y de destino, para él, la región de tránsito o de ruta es tan importante como las dos anteriores debido a que en ella también se pueden apreciar el ambiente sociocultural, económico, humano, tecnológico del entorno. Como se aprecia en la figura 2.

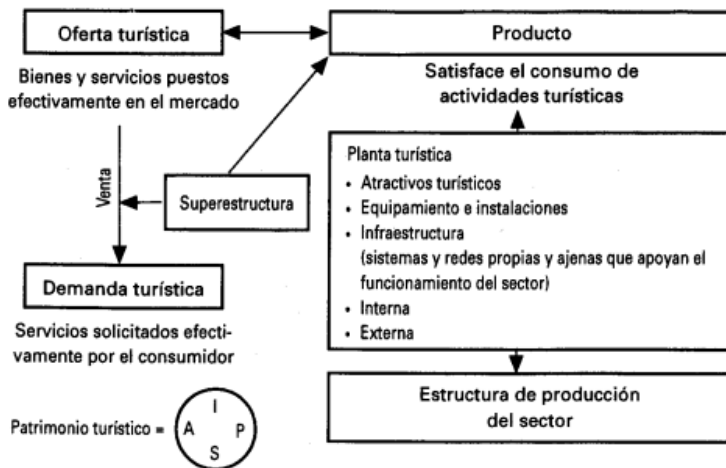


Figura 3. Sistema Turístico propuesto por Boullón (2006b, p. 32)

El modelo de sistema turístico propuesto por Roberto Boullón (2006) cuenta con los siguientes componentes:

- Demanda: es el componente más dinámico e implica al grupo de turistas actuales y potenciales, que viajan y hacen uso de las instalaciones, creadas para su descanso y recreación. La demanda está determinada por la capacidad de ingresos, nivel educativo, deseo de salir de la rutina, la demanda se produce una vez se han cubierto las necesidades básicas.



- Oferta: está compuesta por aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas.
- Recursos y atractivos turísticos: son los elementos que motivan el desplazamiento de los turistas a un lugar determinado.
- Planta Turística: está constituida por todas las empresas que facilitan la permanencia del turista en el destino (hoteles, restaurantes, bares, museos, parques, sitios históricos, etc.).
- Infraestructura: compuesta por todos los elementos no necesariamente turísticos que buscan la satisfacción de la población local, pero sin los cuales el funcionamiento de los servicios turísticos resultaría imposible: por ejemplo, aeropuertos, carreteras, ferrocarriles, empresas de aseo, energía, agua y comunicaciones.
- Superestructura o Institucionalidad: conjunto de normas, leyes y reglas que mantienen el equilibrio del sistema turístico, y también se entiende como todas las acciones que desarrollan los entes públicos para apoyar al turismo.
- Interacciones: Boullón (2006a) afirma que es conjunto de relaciones que se presentan entre los componentes de demanda y oferta, que pueden ser positivos o negativos como experiencia turística.

Se advierte en este sistema, a diferencia del propuesto por Leiper, que Boullón trata de hacer una integración de los elementos y actores protagonistas de la actividad turística y es más específico en cuanto al contenido de cada elemento.

Boullón entiende la superestructura como un componente primordial del sistema, que regula la oferta y la demanda turística y que soporta la infraestructura y los atractivos, es importante que se conecten todos los aspectos de forma proporcional, en donde todos juegan un papel importante.

## Sistema turístico propuesto por la Organización mundial del turismo



Figura 4. Sistema Turístico propuesto por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

La OMT no cuenta con una figura que exponga los elementos que ellos mencionan sobre lo que debe componer un sistema turístico. A partir de lo estudiado en los documentos, creamos la figura 4, donde se ha consolidado la información que ellos plantean. Cabe mencionar que se puede entender este sistema como compilador de elementos que componen el turismo y que se pueden definir de la siguiente manera:

- La oferta turística (productos, servicios y organizaciones involucrados en la experiencia turística).
- La demanda turística (el conjunto de consumidores: reales o potenciales de los bienes y servicios turísticos)
- El espacio geográfico (el lugar donde se conjuga la oferta y la demanda y donde se sitúa la población residente).
- Los operadores de mercado (quienes facilitan la integración entre la oferta y la demanda).

A pesar de existir un movimiento de los elementos, la OMT no los considera un todo, sino que el turismo es una unión de ellos. En la propuesta de la OMT, se evidencia la visión del turismo que tiene el ente que rige los destinos turísticos en el mundo.

Existen otros modelos de sistemas turísticos, sin embargo, se tomaron en cuenta los precedentes porque históricamente se han considerado los más completos.

En el caso de la OMT, al ser el ente rector en materia turística, permite identificar la orientación que se le pretende dar al turismo en términos generales, ya que tiene en cuenta a los consumidores como demanda turística y obviamente aquí entran todas las personas que han viajado o que piensan hacerlo, es decir, que es atractivo.

Los operadores del sistema son las agencias de viajes y las empresas de transportes que son intermediarias entre el turista y su destino, y aunque hoy, las agencias de viajes no se limitan a sus tareas de ventas de paquetes y tiquetes, sino que van más allá adecuándose a los cambios que les generó la incursión de la internet en la vida de todos los ciudadanos, es bien importante su papel como asesoras.

Por otra parte, los medios de comunicación y vías de transporte marcan diferencias sustanciales en términos de precios debido a la competencia, ofreciendo una gama infinita de posibilidades, que además el cliente estructura desde la comodidad de su hogar. La oferta está determinada por los servicios que se presentan al turista para su elección y los servicios y organizaciones turísticas que acompañan y complementan toda la actividad.

Quizás el aporte más importante de este sistema turístico propuesto por la OMT, es que le da gran importancia al espacio geográfico como lugar donde se desarrolla la interacción con la población residente, ya que la interacción no hace referencia únicamente a la relación entre

personas, sino que además incluye por antonomasia el entorno. Es válido afirmar que sin este ingrediente el turismo como sistema no estaría completo.

**2.1.1.6 TIC y Turismo.** Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) juegan un papel muy importante en todos los campos educativos, pedagógicos, laborales, administrativos y comunitarios, entre otros. Para el sector turístico se convierte en una necesidad actual, en cuanto a sus relaciones y complementos para su crecimiento y digitalización.

El rápido uso y crecimiento de las redes sociales nos convierte en consumidores de información de otras personas que en muchas ocasiones no conocemos y que nos comparten, por medio de fotos y experiencias de lugares visitados, lugares que podemos contemplar como posibles destinos.

Con la aparición de las TIC, el volumen de información que manejan los destinos ha aumentado, al contrario que el control de las organizaciones turísticas sobre la misma. “Los clientes pueden obtener mayor información sobre el producto o servicio en el que están interesados, y las empresas pueden conocer mejor cuáles son sus necesidades para así poder adaptar el producto a sus gustos”. (Giner, 2018, p. 13). El conocer el destino y tener información a la mano permite la toma de decisiones desde otros lugares, un servicio que es resultado de las TIC y sus constantes avances.

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO, 2021), las TIC son un complemento transformador de la educación frente a las necesidades y servicios actuales en los diferentes territorios, tienen como función impactar en el desarrollo sostenible de los países en cuanto a la pertinencia, integración y administración.

Dentro de los nuevos avances, el surgimiento y desarrollo de Internet ha tenido un impacto tremendo en el actual negocio de los viajes y turismo. La industria de viajes y turismo está fragmentada y orientada a la información, hecho que la hace receptiva a los beneficios que Internet ofrece. De este modo, esta industria se ha situado entre las tres primeras categorías en comercialización de servicios y productos vía Internet. (Garrigós Simón y Narangajavana, 2006, p. 31)

De lo anterior, podemos entender cómo para las comunidades y el sector turístico, el internet se ha convertido en una necesidad de comunicación y de desarrollo no como un servicio más, sino como una competencia ante el crecimiento acelerado en relación con la oferta y la demanda.

Se reconocen avances en el sector turístico, los cuales las comunidades y actores locales que intervienen en el manejo administrativo del sector deben conocer y adaptarse para su aprovechamiento. Actualmente, el turista se mueve en un mundo social donde busca una interacción directa con las comunidades, en la búsqueda de un diálogo intercultural y el intercambio de experiencias vivenciales.

En el análisis para identificar las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación con aplicación en el desarrollo del sector turístico, empezamos a ver un amplio panorama que nos muestra el acelerado avance del siglo XXI con todo lo que tiene ver con la tecnología. La pandemia vivida durante los años 2020 y 2021 es un claro ejemplo de cómo actualmente la conectividad se volvió una necesidad y un servicio más que requiere la humanidad.

De esta manera, empezaremos por abordar qué se necesita en cuestiones de TIC, para enfrentar los cambios y las transformaciones que debe tener en cuenta el sector turístico para su

crecimiento, reconociendo que el turista actual presenta otro tipo de demandas y necesidades, que son fruto también del contexto global actual, donde aparece el turismo tecnológico como respuesta a la búsqueda de las actuales tendencias en avances tecnológicos.

El uso de la tecnología en el turismo empieza a ser consciente desde las mismas comunidades en la búsqueda de nuevas estrategias que impacten en las cifras de ocupación, de visitantes y nuevas posibilidades de mercadeo de clientes que cada vez van a estar más pendientes al mundo digital.

El Eje Cafetero y el territorio de estudio, con una tipología turística fuerte en lo cultural y natural, se convierten en un escenario ideal para un desarrollo de la relación entre Turismo, Educación y TIC, recordemos también la importancia del patrimonio mundial de la humanidad, el Paisaje Cultural Cafetero como uno de las más grandes fortalezas turísticas de todo el territorio nacional.

En la actualidad, las TIC son un elemento casi que obligatorio para el conocimiento del patrimonio cultural, ya que se han vivido unos acelerados procesos que llevan a la actualización. Hoy se evidencian herramientas y canales web, en gran parte desde las redes sociales y otros aspectos como la realidad aumentada, vitales para su conocimiento e interés como destino también, estableciendo marketing.

La forma de hacer turismo debe adaptarse a las innovaciones necesarias para su crecimiento y competitividad, entre las cuales se reconocen alternativas innovadoras. La realidad aumentada (RA) es una tecnología en desarrollo que se ha empezado a vincular al sector turístico. Esta tecnología permite que el mundo real visualizado por la cámara de un dispositivo, sea fruto de una vivencia no presencial, pero sí emocional al integrar la tecnología con el destino a través de una cámara visual (Goh et al., 2010).

En el contexto colombiano ya hemos mencionado la importancia de que se sigan promoviendo espacios de tecnología para la comunidad, que tienen una oportunidad de mejora en los contextos rurales y aún en algunos urbanos con los ya mencionados puntos Vive Digital. El MinTIC viene realizando una tarea importante para el aprovechamiento de la tecnología en beneficio del turismo, donde también se reconoce el trabajo de Cotelco y Anato, empresas en las que se promueven aplicaciones que aportan al crecimiento del sector turístico.

A este propósito es importante mencionar la normativa actual para el desarrollo de contenidos digitales, y tenerla en cuenta a la hora de producir cualquier elemento tecnológico para su distribución e información. La Ley 1887 del 2018 da pautas sobre la creación de diferentes plataformas web, los derechos y deberes de quienes fomentan este tipo de contenidos a través de las TIC.

El proyecto Apps.co es una importante estrategia para promover a través del emprendimiento las diferentes ideas de negocio turístico que se convierten en un referente para las comunidades de este estudio y para las administraciones municipales. Plataformas de turismo inteligente en Colombia encontramos los siguientes: turkiis.com, un emprendimiento local que invita a los viajeros a vivir las experiencias propias de lo que se observa, donde también se integran varios operadores turísticos para hacer marketing digital y donde se crea un enlace directo con el proveedor.

La búsqueda de los destinos sale propiamente de las experiencias de otros turistas. La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo- ANATO reconoce la importancia de las TIC para asesorar al viajero que cada vez es más conocedor de sus destinos, más del 86 % de las agencias de viajes asociadas tiene un portal web y más del 50 % venden a través de las páginas web, portales y aerolíneas.

Otro ejemplo de emprendimiento turístico asociado a las TIC lo encontramos con el proyecto de turismo de naturaleza en Florencia (departamento de Caquetá), “Caquetá aventurístico”, como el diseño de articulación de los diferentes operadores turísticos del departamento. El turista descarga una app llamada Caquetá travel donde están todos los destinos naturales del departamento, lo que genera visibilidad e integración departamental en la web y en las redes sociales. Un ejemplo de gestión administrativa para potencializar el territorio, la biodiversidad y la riqueza cultural de lo que hasta hace poco era zona de conflicto.

Colombia travel es otra aplicación muy utilizada en el sector turístico para conocer los diferentes destinos turísticos de territorio nacional. Esta aplicación contiene información de diferentes destinos, naturales, de aventura y sitios de referencia, donde también se encuentra georreferenciación. Otro recurso digital que nos sirve de referente, es Seecolombia.travel/blog, un sitio que informa de una manera lúdica y participativa a través de la experiencia, los principales sitios turísticos de Colombia.

Como se indicó, la era digital demanda para las empresas turísticas una necesidad de actualización constante para la demanda y el mercado, pero de la misma forma el territorio y a su vez su administración y planificación deben ir conectados con varias herramientas para su comprensión y constante evolución.

Aparece entonces el destino turístico como un conjunto de espacios inteligentes al servicio de los turistas o visitantes de un territorio,

Este modo de entender y de percibir la realidad turística hace que, en la consideración de un destino turístico inteligente se deba tener en cuenta desde un principio que el mismo supondrá un territorio y un sistema turístico, ambos inteligentes lo que, en última instancia, permitirá desarrollar un espacio con un uso turístico correctamente gestionado,



forma muy básica de resumir lo que puede entenderse como un “Smart tourism destination”. (Luque Gil et al., 2015, p. 4)

### ***2.1.2 Pedagogía Social***

Quintana (1994) hace mención a la educación social mediante dos tipos: el primero se centra en incorporar al sujeto a la vida social, a las normas, al comportamiento y relación con su entorno y con los demás sujetos que lo rodean; y el segundo, a partir de un modelo de educación alejada del sistema educativo, centrándolo en un modelo de bienestar social, en donde justamente mediante actividades libres pero coordinadas se incorpore un proceso de enseñanza.

La educación ha dejado de ser un tema solamente de las instituciones educativas, es un elemento social importante de cada comunidad que, a través de relaciones, descubrimientos e interrogantes, genera educación y al mismo tiempo la transmite generación tras generación. Por lo tanto, hacer mención a la pedagogía social en una investigación alejada del aula de la escuela es importante, permite comprender las formas en las cuales proyectos de investigación transversales transmiten conocimiento y posibilitan la participación activa de la comunidad en diferentes escenarios sociales.

**2.1.2.1 Definición de pedagogía social.** La pedagogía social se enmarca como un proceso educativo fuera de la escuela, “La Pedagogía Social hace referencia a la ayuda para remediar los problemas y necesidades humanas creadas por la sociedad industrial y la marginación” (Pérez Serrano, 2002, p. 216).

Por otra parte, Fermoso Estébanez (2003) indica que la pedagogía social nace como ciencia de la educación no formal, sin embargo, considera necesario que sea denominada Ciencia de la educación social, ya que posibilita una aceptación a manera científica como educación social, como asignatura o disciplina académica y como praxis o actividad profesional.

**2.1.2.2 Historia de la pedagogía social.** El término de pedagogía social, según Caride (como se citó en Caride et al., 2015), data sus inicios en el siglo XX, justo cuando se hace necesario incluir la educación en todos los procesos de vida. Para ello, es fundamental incorporar la educación en la cotidianidad de cada persona, posibilitando una participación plena en la sociedad.

Identificar el origen y evolución de una disciplina no es tarea fácil; tampoco lo es contextualizar el complejo ámbito de la Pedagogía Social. Si nos preguntamos qué es, no podemos contestar con una respuesta única. Son diversos los caminos que se han seguido para intentar construirla con coherencia y credibilidad. (Pérez Serrano, 2002, p.194).

De esta forma, la pedagogía social nace como una forma de intervención educativa sobre la sociedad, sobre las acciones que el ser humano realiza, el cual al mismo tiempo se transforma e incorpora nuevas herramientas y transforma los escenarios según su necesidad. “Para aproximarse al estudio de la pedagogía social se pueden seguir vías diversas. Es muy frecuente como ciencia, como ciencia social” (Serrano, 2003, p. 19).

Por lo cual, los estudios sobre la pedagogía social nacen desde los procesos de industrialización en gran parte por las transformaciones a nivel económico, político y social que condujeron a centrar el estudio del ser humano y su educación desde una mirada social. En consecuencia, los procesos de industrialización y desplazamiento masivo hacia las grandes

ciudades ocasionaron serios problemas económicos y sociales en gran parte de la población, por lo cual Serrano (2003) manifiesta que de allí derivan los primeros inicios de la pedagogía social.

De igual manera, Serrano (2003) identifica cuatro etapas de la pedagogía social que datan desde los inicios en 1850 hasta 1920. En la primera etapa, se identifican dos tipos de pedagogía social (idealista y empirista), la primera bajo una línea filosófica encaminada por la Escuela de Marburgo, con un método apriorístico- deductivo, y la segunda representada por Bergermann y Bart, inspirada en los métodos de la sociología científica.

La segunda etapa es la tradición historicista y hermenéutica (1920- 1933) representada por Hermann Nohl, cuyo estudio se centró en las nuevas condiciones sociales y económicas de la población fruto de la explosión de la primera guerra mundial y su repercusión en los jóvenes, la clase obrera y los migrantes.

La tercera etapa (1933- 1949) se caracteriza por la utilización de la pedagogía social para la propaganda política. Tiene relación con el nacionalsocialismo, debido a la corriente liderada por Hitler en 1933, la pedagogía social tuvo cierto receso, precisamente por los aspectos que en la época se vivían en relación con la ideología racista y la censura.

La cuarta etapa desde 1949. Tras los impactos de la Segunda Guerra Mundial, bajo la necesidad de una reconstrucción social y las necesidades educativas que emergen para la fecha, además de las frecuentes necesidades a nivel económico, político y social que la población afrontaba y las cuales necesitaban de proyectos socioeducativos que fortalecieron la sociedad en general.

### ***2.1.3 Evaluación y gestión pública***

El concepto de evaluación, según la Real Academia Española, se deriva del término evaluar, el cual significa darle valor a algo o si bien estimar algunos conocimientos y aptitudes según el ámbito de la aplicación del término.

Para este caso, se va a configurar este concepto con la gestión pública, según el CONPES (2004), la evaluación se define como una “valoración exhaustiva de la causalidad entre una intervención del Estado y sus efectos para determinar su relevancia, eficiencia, efectividad, impacto y sostenibilidad” (p. 11), a partir de allí, se comprende que la evaluación busca darle la legitimidad a las instituciones a través del seguimiento y cumplimiento de los indicadores consolidados en los objetivos y planes planteados por las entidades estatales. Estas entidades son evaluadas a través de resultados, los cuales deben ser verificables, medibles y con impacto.

Por lo tanto, los procesos que se realizan como evaluación resultan fundamentales en todo ejercicio humano, “El propósito más importante de la evaluación no es demostrar, sino perfeccionar” (Stufflebeam, como se citó en Córdoba Gómez, 2006, p. 5). Para ello, la evaluación se presenta como una fuente de retroalimentación, permite que se comprendan los errores que se cometieron, pero, a su vez, también que se corrijan en miras de obtener mejores resultados.

De igual manera, el MIPG (Modelo Integrado de Planeación y Gestión) toma como eje de la gestión pública las necesidades del ciudadano, con el objetivo de mejorar los resultados de los bienes y servicios públicos que requieren los ciudadanos a través de un excelente direccionamiento estratégico y de planeación. También, permitirá realizar una caracterización de los usuarios, analizar el contexto y la capacidad institucional, además de establecer una programación presupuestal.

Por otra parte, para la función pública los procesos de evaluación e interventoría por parte de los entes de control estatal y la misma ciudadanía, se realizan en pro de identificar tanto el destino de los recursos económicos, como su intervención en el diseño y ejecución de planes y proyectos en beneficio de la comunidad.

En este caso, en el momento en que la evaluación se implementa configura un alto grado de importancia en las entidades, el cual permite identificar los aciertos y desaciertos con base a lo estipulado en las planeaciones anuales. En este sentido, la evaluación hace parte crucial en el proceso de hallar el porcentaje de aplicabilidad.

Sin embargo, la evaluación no siempre es de carácter cuantitativo, ya que al momento de realizar dicho proceso se generan las condiciones acertadas que permiten mejorar cada uno de los procesos que se realizan, esto con el fin de generar estrategias nuevas o mejorar las que ya se implementan para obtener mejores resultados.

La capacidad del Estado para garantizar derechos ciudadanos, no depende solamente de la formulación e implementación de determinadas políticas públicas, sino de la percepción que los ciudadanos tengan del cumplimiento estatal de esta responsabilidad. La evaluación adecuada de las políticas públicas ofrecerá información determinante en la construcción de estas percepciones ciudadanas (Torres-Melo y Santander, 2013, p. 156)

En cierto sentido, la evaluación es un proceso constante, donde es importante hacer una evaluación general en un momento dado; para ello, la mayoría de las empresas y entidades estatales realizan anualmente una evaluación de sus planes y proyectos ya ejecutados, y a partir de allí diseñan la nueva ruta metodológica que van a implementar en el siguiente año, involucrando tanto al personal que labora, como también a otros entes del Estado que le permiten hacer un control y evaluación más exacto.

## Capítulo III. Metodología de la investigación

### 3.1 Diseño metodológico

La presente propuesta se abordó desde un enfoque cualitativo, para lo cual se aplicó un diseño de etnografía educativa, considerando que en el tema de investigación se utilizó información proveniente del trabajo de campo, conducente a nuevas construcciones conceptuales del turismo, con lo cual se procedió a realizar una investigación de tipo descriptiva para conocer la forma como la institucionalidad turística, las empresas turísticas y la comunidad van configurando una red de interpretaciones socioculturales alrededor de la imagen del turismo, desde una perspectiva pedagógica. “El estudio descriptivo cualitativo es el método que se puede elegir cuando se deseen descripciones rigurosas de los fenómenos. Tal estudio es especialmente útil para investigadores que busquen saber el quién, qué y dónde de los eventos” (Aguirre y Jaramillo, 2015, p. 181).

Hernández et al. (2014) reconocen que “el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevos interrogantes en el proceso de interpretación” (p. 7). En este sentido, para la recolección de datos se utilizó la herramienta de la entrevista, dirigida a cuatro grupos poblacionales femeninos y masculinos: menos de 18 años, entre 19 a 25 años, entre 26 a 50 años y más de 50 años.

### **3.2 Entrevistas, encuestas y recolección de datos**

Las entrevistas fueron realizadas a los coordinadores turísticos de los municipios trabajados, administradores comerciales, administradores turísticos, personal administrativo de las alcaldías municipales, establecimientos comerciales de comidas y bebidas, líderes veredales, casas de la cultura, personal de bibliotecas municipales, secretarios de gobierno, personal de los puntos Vive Digital y comunidad en general.

Para el proceso de encuestas se procedió a formular un total de 58 preguntas relacionadas con el conocimiento que tienen sobre la educación en el turismo de su municipio, el uso de las herramientas tecnológicas en el turismo de su municipio, la planificación, divulgación y estrategias de turismo en su municipio. En cada uno de los cuatro municipios del centro sur de Caldas (Neira, Villamaría, Chinchiná, Palestina) se realizaron 10 entrevistas, para un total de 40, esta información se analizó mediante el uso del software IBM SPSS, al igual que se relaciona lo expuesto por los autores abordados en el marco teórico de manera que pudiera ser comprendido con mayor facilidad lo hallado.

Para Falcón y Herrera (2005), la técnica de recolección de datos es el “el procedimiento o forma particular de obtener datos o información. La aplicación de una técnica conduce a la obtención de información, la cual debe ser resguardada mediante un instrumento de recolección de datos” (p. 12). Esta investigación permitió entender cómo el territorio está turísticamente y qué se debería implementar allí, para que exista una planificación adecuada del turismo.

Es por lo anterior que las técnicas de recolección de datos que se utilizaron en la presente investigación fueron: la revisión de registros documentales y la entrevista. La revisión documental realizada a los planes de gobierno entre los años 2016-2019 de los municipios de

Villamaría, Neira, Palestina y Chinchiná fue mediante acceso público vía internet, debido a que son documentos puestos en conocimiento por la ciudadanía en general.

Las entrevistas realizadas a modo de encuesta fueron primero explicadas e informadas a cada una de las personas con motivo académico e investigativo. Cada una de las encuestas tuvo una duración aproximada de 20 minutos, donde se buscó una interacción y diálogo directo con cada uno de los encuestados, en sus sitios de trabajo, residencia y sitios de referencia municipal.

Otra definición que se plantea sobre investigación cualitativa es que es una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y vídeo cassettes, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos. (LeCompte, 1995, p. 3)

### **3.3 Etnografía**

Eslie Rockwell (1980) menciona que “la etnografía propone una nueva mirada, define nuevos objetos de estudio y elabora conceptos pertinentes a la escala estudiada. La búsqueda teórica conlleva a la vez una adecuación metodológica de la etnografía a los nuevos problemas y contextos” (p. 7). Y Apud (2020) afirma que “(...) la etnografía no implicaría negar la importancia de la observación participante y el enfoque cualitativo en el trabajo de campo, sino concebir el diseño de investigación etnográfico evitando discriminaciones y exclusiones de una falsa dicotomía” (p. 221).

Por lo anterior, el diseño etnográfico permitió en esta investigación, tener en cuenta las nuevas miradas interdisciplinarias que se logran relacionar en el cómo se planifica y ejecuta el



turismo en los municipios de sexta categoría del Departamento de Caldas, teniendo como prioridad la vinculación de actores importantes como lo son la administración local, la comunidad, los comerciantes y las instituciones educativas, entre otros, a través de un ejercicio directamente en campo al interior de las comunidades, en los sitios donde se desarrolla la actividad turística, en las alcaldías municipales y con todo actor que hace parte de la cadena de desarrollo de la labor turística.

Hernández et al. (2014) mencionan que cuando un método es empleado en una investigación y es de tipo cualitativo debe de comprenderse desde un punto de vista holístico. Las investigaciones de este tipo se encargan de recolectar datos sin medición numérica para descubrir o aportar preguntas investigativas donde se puede aprobar o derogar una o más hipótesis en su interpretación.

### **3.4 Recolección de datos**

La muestra es definida por Hernández et al. (2014) como “un subgrupo de la población y puede ser probabilística o no probabilística” (p. 224). En esta investigación, se utilizó el método de muestreo no probabilístico, porque el propósito es identificar los elementos y experiencias, comprensiones, valores, dinámicas propias y significado de los grupos poblacionales para el análisis de las medidas que se deben optar en el sector turístico, para su desarrollo intersectorial y administrativo. Además, se tomaron las opiniones de las personas disponibles de la comunidad.

Dentro de la estrategia de recolección de datos se identificó un grupo poblacional con experiencia relacionada con la administración y toma de decisiones específicas para el sector turístico en los territorios. De esta forma, la información que se recolectó y los planteamientos

que se generaron durante las encuestas mostraron un contraste de lo que se plantea en los planes de desarrollo municipal, con la realidad que viven en su municipio.

Esta técnica permitió una articulación de los diferentes actores que ayudarán a generar una mayor comprensión sobre las dinámicas que tiene el turismo, además de conocer el impacto y la manera en cómo se puede mejorar.

De esta forma, la información que se recolectó y los planteamientos que se generaron se pudieron contrastar con la realidad que viven en su municipio. Esta técnica permitió una articulación de los diferentes actores que ayudaron a generar una mayor comprensión sobre las dinámicas que tiene el turismo, además de conocer el impacto y la manera en cómo se puede mejorar.

En la revisión de registros documentales, se pudo analizar la relación y modo de desarrollo de las políticas públicas actuales y la normatividad que rige el sector turístico y como desde los municipios trabajados se entienden estas.

Para Gómez Bastar (2012) los registros documentales son una de las herramientas más importantes para almacenar, registrar y analizar las distintas fuentes de información que se recopilan durante la investigación, de manera que, cuando se necesite consultar los datos, se pueda acudir de manera ágil obteniendo insumos importantes para la investigación.

En esta investigación, se dará prioridad a esta técnica, debido que los insumos documentales que hay en torno al turismo, en cuanto al diseño del producto turístico, la normatividad turística, los planes de desarrollo de algunos municipios de sexta categoría de Caldas, entre otros documentos vinculados a la educación y las herramientas tecnológicas, no permitirán generar el modelo adecuado de planificación turística para el fortalecimiento del sector.

Cabe señalar que estos documentos pueden ser de naturaleza diversa: personales, institucionales o grupales, formales o informales. A través de ellos es posible obtener información valiosa para lograr la descentralización de los procesos turísticos y fortalecer las articulaciones desde diferentes perspectivas que se pueden dar en la planificación turística.

## **Capítulo IV. Descripción y análisis**

### **Identificación de planes de desarrollo municipal en los municipios del centro sur de Caldas**

El presente capítulo se desarrollará en dos momentos. El primero, presenta la descripción de los modelos de planificación turística de los municipios del centro sur del departamento de Caldas (Manizales, Villamaría, Chinchiná y Palestina) propuestos en los periodos de gobierno transcurridos entre los años 2016 - 2019.

Un segundo momento aborda el análisis documental de los planes de desarrollo mencionados, en relación con el estudio descriptivo cualitativo con el ejercicio de las encuestas a modo de entrevistas, realizadas a los diferentes actores que hicieron parte del ejercicio investigativo y etnográfico. Se evidencian los resultados de la investigación dando también respuesta a los objetivos planteados, donde se observarán las categorías y descripciones fruto de los participantes, las experiencias y reflexiones esenciales para el surgimiento de hipótesis y teorías para el producto final.

#### **4.1 Descripción de los Modelos de Planificación Turística en los municipios del centro sur del departamento de Caldas.**

Para identificar el compromiso de las administraciones con el turismo, fue necesario la indagación de los planes de desarrollo municipal de los municipios del centro sur de Caldas (Neira, Villamaría, Palestina, Chinchiná) del 2016 al 2019, esto permitió identificar algunos

aspectos claves en la planeación e implementación de los planes y proyectos enfocados en los sectores del turismo y la educación.

Todo espacio geográfico que posea un potencial interés para el desarrollo de la actividad turística ha de estar sujeto a una adecuada política que permita ordenar, regular desarrollar, promocionar y controlar las distintas actividades y transformaciones del espacio orientadas al uso y explotación turísticas. (Rivas García, 2017, p. 15)

De esta forma, tanto el turismo, como la educación están sujetos a proyectos encaminados al mejoramiento de cada sector, el compromiso que las administraciones municipales asumen con las poblaciones es de incentivar y fortalecer mediante una adecuada planificación las actividades que se realizan, de tal forma que el municipio se desarrolle en materia social, educativa y económica. Para ello, el documento que recopila las acciones que cada gabinete realizará es el plan de desarrollo municipal, en el cual se resalta en este apartado los sectores de la educación y el turismo de cada uno de los municipios objetos de estudio.

#### ***4.1.1 Municipio de Neira***

El desarrollo de las ciudades, pueblos o municipios, está ligado a las acciones que se planean y ejecutan, para lo cual, la planificación acertada y a tiempo contribuyen a obtener resultados exitosos, “De forma muy general podemos afirmar que la planificación favorece la optimización de los beneficios de la puesta en marcha de una actividad económica, así como nos permite prever los posibles perjuicios” (Antón y González, 2005, p. 16).

Dentro del plan de desarrollo 2016 – 2019 del municipio de Neira (Caldas) se observaron tres dimensiones: social, ambiental y económica. Ppor el lado de la social, se encontró el eje

estratégico de “La Educación pertinente para la inclusión y el progreso”; el segundo eje ambiental no se analizó; el tercero, cuyo factor principal es el económico, se denomina “En el Turismo estoy incluido y progreso”. A partir de cada eje estratégico se despliega un cuadro en el cual se vincula el nombre del programa, los objetivos del programa, productos asociados e influencia geográfica de todo el programa, como se puede apreciar en la siguiente tabla.

**Tabla 1.**

**Descripción de los ejes de desarrollo del municipio de Neira**

<b>NOMBRE DEL PROGRAMA</b>	<b>OBJETIVOS DEL PROGRAMA</b>	<b>PRODUCTOS ASOCIADOS AL PROGRAMA</b>	<b>INFLUENCIA GEOGRÁFICA DEL PROGRAMA</b>
Paisaje Cultural Cafetero.	La declaratoria del paisaje cultural cafetero está protegida y se aprovecha la oferta cultural y turística.	Asociatividad Institucional para la protección y promoción.	Todo el municipio
		Oferta cultural cafetera neirana	Todo el municipio
El arte y la cultura como tradición y costumbre.	Las expresiones artísticas y culturales autóctonas del municipio se fomentan y promocionan globalmente.	Del "Paisaje del Arte"	Todo el municipio
		Cinema a la Plaza y Mi Vereda	Todo el municipio
La identidad cultural de Neira.	Neira se ha posicionado como municipio verde,	Radiodifusión cultural y educativa	Todo el municipio

Fuente: Alcaldía de Neira.

En el eje estratégico “En el turismo estoy incluido y progreso” se observaron varios programas enfocados en la institucionalidad para el fomento al turismo, donde el Paisaje Cultural Cafetero es el eje fundamental, esto con el fin de consolidar la oferta turística del municipio y la identidad de Neira como fortaleza del sector, cuyos objetivos se encaminan en el fomento al turismo ecológico cultural del municipio. Dentro de algunos de los productos asociados al programa se destacan:

- La creación y operación del Concejo Municipal de fomento al turismo.
- Fortalecimiento de la Asociación de Municipios pertenecientes al Paisaje Cultural Cafetero.
- Creación y operación de un organismo público que regente el tema de fomento al turismo.
- Formulación del portafolio turístico de Neira.

Para Rivas García (2017), el sentido de la planificación turística permite que se establezcan los objetivos y las políticas para el desarrollo del turismo, así mismo garantiza la conservación y el uso de los recursos turísticos y la distribución social de los beneficios derivados de la actividad del turismo en cada territorio. Por esto, los entes administrativos dirigen sus políticas en base a alcanzar los objetivos y metas, los cuales deben ser adaptados y relacionados con la realidad de cada territorio.

La influencia geográfica del programa se expande hasta todo el municipio, cabe resaltar que dentro de la planeación se encuentra un programa de institucionalidad para el fomento al turismo, esto debido a que como meta del resultado se proyecta que estén dos entidades públicas y privadas actuando para el fomento del turismo.

Se observa, como un segundo programa: “Consolidación de la oferta Turística de Neira” , la meta de resultado es promocionar por 4 de los medios más importantes la oferta turística del municipio, dentro de los productos asociados al programa se encuentra los convenios interinstitucionales para la conformación de la oferta turística ecológica y cultural, formulación del portafolio turístico de Neira, el sector de la competencia es la promoción del desarrollo y el empleo, y como meta del producto se expresan la conformación de los convenios y la elaboración y aprobación del portafolio turístico.

Según Jiménez Bulla (2013), “en la planificación turística los objetivos y las políticas no son solo turísticos, ya que engloba otros diversos, como los económicos, ambientales o sociales” (p. 136). Por tal motivo, la integración del turismo a políticas de desarrollo socioeconómico posibilita que las comunidades que hacen parte se vean favorecidas en el factor económico y la calidad de vida frente al desarrollo social.

Por otra parte, como tercer y último programa de turismo en el municipio de Neira, se encuentra la identidad turística de Neira, cuyo identificador de resultado es la encuesta de percepción de la identidad turística de Neira, como meta de resultado se expresa: 2 encuestas de percepción al año para medir el grado de posicionamiento de la identidad turística de Neira, los productos asociados al programa son dos: difusión masiva del portafolio turístico de Neira y el marketing digital para el fomento al turismo, el sector de competencia es la promoción al desarrollo y el empleo, así mismo, como meta de producto está la difusión de la oferta y el portafolio turístico de Neira en uno de los canales masivos de comunicación, segundo redes sociales y marketing operando los doce meses del año.

En este orden de ideas, en la tabla 1 se observó el eje estratégico sobre turismo en el municipio de Neira, las actividades y propuestas en beneficio del sector para lograr su crecimiento, la difusión y puesta en marcha de un portafolio turístico es uno de los principales objetivos del plan de gobierno en materia de turismo, para esto, se requiere de un compromiso con otros sectores, el cual posibilite un auge y una eventual competitividad en la región, ya que como característica principal presenta el reconocimiento del municipio mediante la ya declaración de paisaje cultural cafetero por la UNESCO.

Por otra parte, los programas de Paisaje Cultural Cafetero y oferta cultural, en los cuales se reconocen programas y metas de cultura en los que es evidente una relación con el turismo,



pero se encuentra de manera desarticulada. Sin embargo, se destacan eventos culturales en los que se visiona el Paisaje Cultural Cafetero como estrategia para atraer turistas internacionales, en el programa dos: el arte, y la cultura como tradición y costumbre, el indicador de resultado es la exportación de la imagen arriera y campesina, como meta de resultado se proyecta por lo menos dos eventos de arte y cultura, que exaltan la tradición y las costumbres, hacen parte de la oferta nacional turística.

Los discursos oficiales sobre el turismo sostienen que una de las ventajas de esta experiencia es el encuentro entre modos de vida y cosmovisiones diferentes. La interacción entre personas distintas y la supuesta predisposición del turista a “acomodarse” a otros estilos de vida serían oportunidades para ampliar los horizontes mentales y propiciar el entendimiento entre los pueblos. (Fuller, 2013, p. 57)

De esta manera, propiciar el turismo como un encuentro intercultural es muy acertado, por lo cual sector de competencia es la cultura, el indicador de producto es una imagen que caracteriza al paisaje y el promedio de asistentes. La meta del producto es: 300 de los participantes adopten imagen que le da carácter al paisaje del arte y mantener un promedio de 300 asistentes al mes a cine a la plaza y a mi vereda.

Por tanto, así como la conservación de la cultura arquitectónica e historia de municipios que incentive el turismo en el municipio son claves, en Neira, los productos asociados al programa son la preservación de sitios y edificaciones históricas, culturales y arquitectónicas, tanto como la difusión de la belleza arquitectónica del municipio. La meta del producto es mantener las condiciones de belleza, dignidad y seguridad al 80 % de los sitios y edificaciones históricas, culturales y arquitectónicas e incorporar en la oferta turística del municipio la inclusión de la belleza arquitectónica de alguna de sus edificaciones.

Por otra parte, dentro del plan de desarrollo municipal 2016- 2019 del municipio de Neira proyecta a nivel educativo, desde la dimensión social el eje estratégico 1: Educación pertinente para la inclusión y el progreso, en el cual se encuentran los programas de cobertura educativa.

El objetivo del programa es: los niños y adolescentes se han incorporado y permanecido en el sistema educativo ampliando la cobertura en educación inicial, básica y media progresivamente para el cierre de las brechas identificadas, para ello, dentro de los productos asociados se encuentra el transporte escolar, alimentación escolar, canasta educativa, servicios públicos y domiciliarios, y la influencia geográfica es en la zona rural y en todo el municipio.

La calidad educativa también hace parte de uno de los programas, el objetivo del programa es: los procesos de renovación pedagógica se han implementado impulsando la calidad educativa hacia los estándares internacionales y cierre de las brechas; los productos asociados al programa son dos: formador de formadores e innovaciones pedagógicas, la influencia geográfica es en todo el municipio. Cuando hablamos de calidad decimos que queremos un individuo con capacidad de razonamiento abstracto, “capaz de responder a los desafíos de la automatización; queremos un individuo con la capacidad de juicio crítico, para entender y actuar en el campo social” (Palladino, 2005, p. 41).

Así mismo, en el documento se observa la educación secundaria con vocación, en indicador de resultado se encuentra: estudiantes universitarios en carreras de vocación agrícola y ambiental, cuya meta de resultado es que 50 estudiantes universitarios se encuentren en carreras de vocación agrícola y ambiental, para ello, los productos asociados al programa son: Ser Pilo Paga y oferta universitaria; el sector de competencia es la educación y la meta del producto es otorgar ocho becas en el cuatrienio para estudios universitarios de estudiantes destacados y establecer en el municipio un programa universitario en carrera de vocación agrícola y ambiental.

Pensamos al respecto que, como mencionan Pié Balaguer y Solé Blanch (2014), “es necesario transmitir que es lo que sucede en la vida de los sujetos, que es lo que sucede en las instituciones, que es lo que sucede en los distintos roles, poderes y saberes que atraviesa la educación social” (p. 16).

Dentro del plan de desarrollo municipal el sector educativo se enfoca en la formación disciplinar, no se observan programas o proyectos encaminados hacia la educación social, ni tampoco proyectos de extensión que incorporen a otras oficinas o entidades territoriales, lo cual es preocupante, ya que se desconocen de los beneficios que ofrece la educación fuera de las aulas para la población del municipio, y los programas que pueden desarrollarse si se incursiona en otras dependencias fuera de la educativa como lo puede ser el turismo, identificando el alto potencial que el municipio tiene en materia de este.

#### ***4.1.2 Municipio de Chinchiná***

El segundo municipio al cual se identifica el plan de desarrollo municipal 2016- 2019 es Chinchiná, también ubicado en el centro sur del departamento de Caldas. En el documento, el municipio menciona al turismo

como eje turístico cafetero a nivel nacional e internacional, el objetivo del sector es aprovechar el potencial turístico del municipio teniendo en cuenta la fortaleza que posee con la declaratoria de Paisaje Cultural Cafetero de Colombia - PCCC, al mismo tiempo que se realicen acciones de alto impacto en cuanto al posicionamiento como eje turístico cafetero a nivel nacional e internacional.

El municipio de Chinchiná presenta características culturales variadas, así como una alta incidencia en el sector del café, lo cual lo posiciona como uno de los líderes del departamento; así mismo, hay una variedad de prestadores de servicios turísticos tales como: hoteles, alojamientos rurales, agencias operadoras de viajes y turismo, asesores turísticos y atractivos turísticos, lo cual hace del municipio más competitivo. La planificación y la gestión de un espacio apropiado son esenciales si se quiere desarrollar una actividad turística. Se debe integrar el turismo en la economía, la sociedad, la cultura, y el medio ambiente del destino (Nieto et al., 2018).

Dentro del plan de desarrollo se encuentra que el municipio no cuenta con la información oficial de cómo se ha fortalecido el sector turístico una vez dada la declaratoria mundial por parte de la UNESCO; sin embargo, se resalta la necesidad de que la administración inicie un proceso de consolidación de atractivos y rutas turísticas, como también de estrategias de posicionamiento, recuperación arquitectónica, preservación de las tradiciones culturales y gastronómicas, lo cual permitirá un aporte a que el municipio se convierta en un atractivo para visitar y vivir.

Esta actividad planificadora turística nada tiene que ver con los instrumentos de planificación que se desarrollan en otros ámbitos administrativos, aunque los mismos se integran y deben coordinarse necesariamente con la actividad administrativa turística y por ello sea preciso adaptarlos y relacionarlos con los planes resultado de otras competencias administrativas como son la urbanística o la medio- ambiental (Rivas García, 2017, p. 17)

Dentro de las dificultades que el municipio plantea en materia de turismo, en su plan de desarrollo se expresa la falta de planificación, lo cual ha limitado los procesos de expansión y potencialización del sector, mientras que la oferta natural diversa se expresa como una de las fortalezas del municipio, la declaratoria de paisaje cultural cafetero se convierte en una de las

principales fuentes para nuevos turistas, por lo tanto, el municipio busca de la creación de convenios con entidades gubernamentales que le ayuden a planificar y proyectar el municipio hacia un destino turístico amplio.

El programa que se presenta es: “Chinchiná destino turístico del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano PCCC, con infraestructura fortalecida, eje del desarrollo municipal para formar turísticamente la Chinchiná que soñamos”. Cuenta con dos objetivos, el primero es Chinchiná con pilares fuertes de planificación y posicionamiento turístico de acuerdo a la amplia oferta natural y cafetera atractiva del municipio, lo que permite consolidarlo como eje turístico cafetero central del país; y el segundo es Infraestructura de los sitios turísticos del municipio mejorado para brindar experiencias positivas a los visitantes.

Las metas del resultado son ejecutar un plan de turismo en un 50 % y realizar un inventario del 100 % en la oferta turística. Como metas del producto se destacan los siguientes: 1- Formular un plan de turismo estratégico municipal, 2- Establecer cuatro alianzas o convenios entre las agencias operadoras de turismo de viaje y turismo, 3- establecer cuatro alianzas o convenios entre los prestadores de servicios turísticos, la cámara de comercio y la administración municipal, 4- realizar cuatro capacitaciones entre los prestadores de servicios turísticos en temas como calidad, atención al usuario, sostenibilidad ambiental, 5- ofertar cuatro capacitaciones en torno a PCC través de educación no formal. Este último es importante destacar ya que se propone la capacitación mediante educación no formal, lo cual es garantía de procesos de educación claves en el turismo.

Es importante destacar el compromiso por la visibilización del sector a nivel regional y nacional, mediante el inventario turístico, el municipio plantea reconocer los atractivos que destacan al municipio, este como razón para atraer a más turistas y visitantes.

El espacio turístico no es un espacio convencional, sino que presenta una serie de singularidades (la concentración, la importancia de la imagen, la fragmentación del espacio, la relación entre espacio de atracción, y espacio complementario, etc.) que deben ser incorporados en la planificación de dicho espacio turístico. (Antón y González, 2005, p. 144)

En referencia al sector educativo, dentro del plan de desarrollo municipal se denomina “Educando ganamos, paz y más oportunidades para todos”. El objetivo que se plantea es: garantizar a todos y todas, el acceso a una educación con calidad que les permita a los niños, niñas, adolescentes y jóvenes desarrollar competencias básicas para un buen desempeño en el ámbito laboral y productivo, asumiendo un rol de ciudadanos éticos y responsables.

Dentro de los retos que se plantea está la promoción a la permanencia de los adolescentes en el sistema educativo, lo cual según el plan de desarrollo la solución son estrategias de desarrollo de competencias en matemáticas, y disminución del alfabetismo, de esta manera se garantiza mayores y mejores resultados.

El nombre del programa es: “Juntos por la educación que soñamos, incluyente, con calidad, competitiva y equitativa”, los objetivos del programa están dirigidos a que niños, niñas y adolescentes accedan y permanezcan en el sistema educativo, instituciones educativas cualificadas y con condiciones de infraestructura mejoradas, proyectos de alfabetismo en todo el municipio y un pacto social por la educación superior pertinente y productiva.

Las metas del resultado que se destacan son aumentar a un 85 % la cobertura neta de la educación, reducir al 4,9 % la deserción escolar, aumentar el promedio en pruebas estandarizadas, reducción de las tasas de analfabetismo, y en las metas del producto se destacan, fortalecer siete (7) instituciones educativas con PEI y con proyectos de inclusión (discapacidad,

género, libertad religiosa) al año, capacitar siete (7) instituciones educativas en la realización de acciones para reforzar los procesos educativos de los niños con dificultades de aprendizaje, garantizar el 100% de cobertura en: dotación de paquete escolar, seguro estudiantil, pago de servicios públicos en las Instituciones públicas del municipio.

#### **4.1.3 Municipio de Villamaría**

Dentro del plan de desarrollo municipal del municipio de Villamaría, el sector del turismo se menciona como “Villamaría Turismo de Naturaleza”, las metas e indicadores están enfocados en los diferentes productos y programas de gobierno encaminados hacia la comunidad, el resultado esperado para el sector es alcanzar un 30 % en la ejecución de la política pública del sector turístico, se anexa en igual medida el indicador de producto, la línea base y la meta del producto como se expresa a continuación.

**Tabla 2.**

**Productos e indicadores expuestos en el plan de desarrollo municipal de Villamaría (2016 – 2019)**

Producto Asociado - programa de gobierno	Indicador de producto	meta del producto
Formulación del plan de turismo	Número de planes de turismo formulados	1
Diseño de un programa para el establecimiento de las rutas turísticas del municipio	Número de programas para establecer rutas turísticas	1

Implementación de una estrategia para la conservación y sostenibilidad de los parques como oportunidad para el desarrollo ecoturístico	Número de estrategias para la conservación y sostenibilidad de los parques	1
Diseño del producto turístico del municipio	Número de diseños del producto turístico del municipio	1
Creación de la secretaría de turismo	Número de estudios de factibilidad para la puesta en marcha de la secretaría de turismo.	1

Fuente: Alcaldía de Villamaría.

Dentro de los puntos que se observan en la tabla 2, está la implementación de planes y estrategias encaminadas hacia la promoción y divulgación del turismo en el municipio. La formulación del plan de turismo es el primer programa de gobierno que se proyecta, así como el diseño de estrategias de capacitación de recursos humanos para el fortalecimiento del sector, hasta la creación de la secretaría de turismo.

En los indicadores de producto se plantean el número de planes de turismo formulados, número de programas para establecer rutas turísticas, número de estrategias para la conservación de los parques, número de estrategias para la legalización, así como estrategias para promover acceso a empleo en temas turísticos y número de estrategias de convenios y alianzas en beneficio del Paisaje Cultural Cafetero. Adicionalmente, cada una de los anteriores programas cuenta con una meta de producto.

Por otra parte, en relación con el sector educativo, el objetivo es promover la articulación de los diferentes actores locales, departamentales y nacionales con el fin de convertir la educación en un asunto de todos y para todos; de esta manera, desde el Plan de Desarrollo



Municipal, se menciona la importancia de seguir impulsando en la población la educación como eje transversal para la superación de la pobreza y desde allí, aunar esfuerzos para mejorar la calidad y dignificación de la vida de las personas.

Así mismo, el municipio busca ser certificado en educación, lo que implicaría que se presenten cambios administrativos en gestión de recursos y ampliación en cobertura y calidad. En la actualidad, Villamaría cuenta con un total de 9 instituciones educativas (oficiales), 4 ubicadas en la zona urbana y 5 en el área rural; además de contar con 12 instituciones de carácter privado, para un total de 21 instituciones educativas.

#### ***4.1.4 Municipio de Palestina***

Aunque el plan de desarrollo municipal tuvo algunas variaciones debido a problemas administrativos y gerenciales, se presentó el programa “Trabajando por Palestina”, dentro de este, el sector turístico se articula al eje de trabajando por un buen gobierno. El primer programa que se presenta es: “Trabajando por Palestina, Arauca y sus Veredas”, la meta de resultado es la creación de la secretaría de desarrollo económico y turístico, la formulación del plan estratégico turístico del municipio de Palestina, y la divulgación mediante los medios del municipio. Las metas del producto son una secretaría creada, una política pública adoptada y un portafolio de promoción del turismo implementado.

Se observa el eje “Trabajando por lo social”, el sector es el de la cultura, el primer programa es proteger y promover el patrimonio de la diversidad cultural, cuyas metas de resultado son: desarrollo de eventos artísticos y programas de lectura y escritura, la meta del producto es 8 eventos apoyados en el bienio y 1000 jóvenes beneficiados.

El segundo programa es “Trabajando por la institucionalidad cultural y la participación ciudadana”, las metas de resultado son: estrategias de circulación y contenidos culturales, formación y cualificación de creadores y gestores culturales, el fortalecimiento a organizaciones culturales como vigías del patrimonio cultural, y la recuperación de la tradicional fiesta del recuerdo.

Como meta del producto se destaca: estrategias del bienio, procesos de formación implementados, festivales apoyados y fortalecidos y programas de promoción del museo establecido.

El último programa pertenece al eje “Trabajando por el desarrollo y la planeación” el sector es: trabajando por una mejor vivienda y equipamiento, cuenta con dos metas de resultado, la primera es recuperación de las fachadas tradicionales de las viviendas de la zona integrante del paisaje cultural cafetero y del corregimiento de Arauca, y la segunda es la adecuación de la infraestructura casa de la cultura del corregimiento de Arauca. La meta producto también son dos, la primera es el proyecto formulado para la recuperación de fachadas tradicionales y la segunda, infraestructuras culturales con adecuaciones que permitan su normal funcionamiento.

En materia de educación, el eje es “Trabajando por lo Social”, el primer programa es: “Educando con Acceso y Permanencia”, dentro de las metas de resultado se encuentra la garantía del servicio de transporte escolar gratuito de 850 estudiantes en el año, mejorar los niveles de acceso y permanencia de los educandos, el pago de la póliza de seguro estudiantil al 100 %, y la dotación de materiales y mobiliaria académica. La meta del producto es: 1700 estudiantes beneficiados, 5.000 estudiantes beneficiados de preescolar y básica, pago del 100 % de las pólizas de seguro estudiantil del municipio al 100 % de los estudiantes, y 3 instituciones educativas dotadas.

El segundo programa, “Educando para la vida”, tiene como resultados: la creación de una posada universitaria para beneficiar a la población universitaria de Palestina, instituciones educativas con proyectos de articulación entre la educación media y la educación superior, instituciones educativas beneficiadas con capacitaciones para los educandos en pruebas Saber, apoyo con material pedagógico a los jóvenes que ingresen al programa “Ser pilo paga”, y facilitar la implementación de una estrategia que promueva el bilingüismo en el Municipio. Así mismo, las metas de resultado son: 120 estudiantes universitarios con apoyo para manutención y sostenimiento, 100 estudiantes beneficiados, 200 estudiantes capacitados para las pruebas Saber, entrega de beneficios a estudiantes que ingresen al programa Ser pilo paga, 100 jóvenes beneficiados.

## **4.2 Análisis**

La información anterior sobre cada uno de los planes de desarrollo municipal, aporta de manera significativa a la investigación. Primero, permite identificar de qué manera está planeada y proyectada los sectores de la educación y el turismo desde las administraciones municipales, analizar si hay alguna propuesta de trabajo o relación con el sector de las TIC, así como el desarrollo e impacto de las encuestas realizadas a manera de entrevista a la comunidad. Así mismo, posibilita hacer una triangulación entre lo expuesto en los planes de desarrollo municipal, por los encargados de turismo y lo evidenciado en las encuestas.

Por consiguiente, se dará respuesta a los objetivos planteados en el apartado protocolar de la presente investigación. Inicialmente y en coherencia con el primer objetivo específico, se hará una descripción de las cinco categorías que sirvieron de guía en el recabado de la información.

Dicha descripción se hizo de manera discriminada por cada uno de los municipios en los que se recogió la información. Este primer apartado terminará con un análisis comparativo del comportamiento observado en los cuatro municipios.

Una vez generada la caracterización, se procederá a un análisis de cruce de variables a través de la técnica de asociación o tablas de contingencia. Este análisis se realizó con el fin de buscar asociaciones significativas a nivel estadístico entre cada una de las cinco categorías y los municipios.

Para dicho análisis, la asociación se estimará con la prueba de “Chi cuadrado de Pearson”. Posterior al cruce de variables, se estimó la correlación entre variables, esto con el fin de establecer si existían relaciones bilaterales que resultaron significativas a nivel estadístico entre las categorías del estudio. Con el análisis de correlación, se buscó establecer si existían relaciones o no entre las categorías que pudieran llevar a considerar una posible dependencia de una variable sobre la otra con relación a los municipios en los cuales se realizó el estudio.

Finalmente, se procedió a un análisis de hipótesis a través de la técnica de Kruskal Wallis, con la cual se buscaba establecer si existían diferencias entre los municipios con relación a las categorías que orientaron el estudio.

Inicialmente, se partirá con una breve caracterización de la población participante de manera general para los cuatro municipios que se incluyeron en el estudio.

A partir del estudio sobre la planificación territorial del turismo en los diferentes municipios, se realizaron hallazgos como la baja implementación de los uso de las herramientas

de las TIC's debido a que la mayoría de personas, han planteado que los municipios no cuentan con plataformas digitales que les permita un fácil acceso a la información de los municipios.

También se identificó que los municipios de Villamaria y Chinchiná, cuenta con puntos de información, con poca publicidad de la localidad. Las personas que llegan a conocer estos destinos, muchas veces no tienen la información suficiente de lo que en realidad son los sitios de interés turístico y los lugares que ofrecen.

Dando cuenta de la importancia que tiene la información digital, para un acceso práctico y a tiempo, en estos lugares de gran riqueza turística para propios y visitantes. Cabe destacar que también, se identificó que los municipios de Neira y Palestina, no cuentan con puntos de información turística y se remiten a los visitantes, a los historiadores, secretarios de cultura, bibliotecarios de la zona o habitantes que tengan conocimiento del lugar.

Lo anterior, es un indicador determinante de la necesidad que requieren los municipios, de implementar plataformas digitales, para el desarrollo del turismo en su localidad, en vista de que no hay puntos de información turística.

El uso de las TIC, es una forma de promocionar los destinos y tener un acompañamiento constante a los emprendedores de la zona, mostrando la especialidad de sus negocios; además, les enseña a los turistas los planes que se pueden desarrollar en el lugar y los costos que deben asumir, información determinante en el momento de incentivar un viaje familiar, de amigos, individual o de negocios.

La recomendación es que los municipios, no se pueden confiar, solamente en la implementación de mercadeo de su territorio en el uso de Facebook, debido que las páginas de las alcaldías, son muy dinámicas en mostrar las actividades que desarrollan en las instituciones e

información relevante hacia el turismo se va desplazando en su muro hasta tener difícil acceso a la información.

Otra forma que utiliza los territorios para hablar de turismo, es su página web, en la que se publica información turística de los municipios, información que se encuentra desactualizada y requiere de subir contenido constantemente, tanto de los prestadores turísticos de la zona, como de los atractivos turísticos más llamativos.

Por lo anterior, el acceso a las redes de internet, deben de ser constantes y requieren de preparación informativa de las personas para un adecuado uso, lastimosamente los programas de vive digital en los municipios, se acabaron y como consecuencia de esto, se perdió de una herramienta valiosa para la cualificación de los habitantes y el mejoramiento de la competitividad de los territorios en esta área de las TIC.

Podemos afirmar que en nuestra sociedad, las tecnologías que utilizan los medios electrónicos y la digitalización desempeñan un papel primordial en nuestra forma de entender la vida y son ya parámetros que sirven para medir la exclusión social de los individuos y, por tanto de las sociedades (García, 2012, p. 14).

En esta medida, los municipios deben estar comprometidos con el uso de tecnologías de información y comunicación, esto le permite avanzar en el suministro de información veraz y a tiempo, y su vez generar una mayor intención de visitantes para que conozcan sus territorios. No obstante se requiere de una articulación con otros sectores como lo es el educativo, lo cual pueda permitir un desarrollo y aprendizaje de nuevos idiomas en programación desde los colegios que permita que los estudiantes puedan crear paginas atractivas sobre sus municipios.

Así mismo, es fundamental que dentro del turismo se implementen programas de acceso a internet abierto y gratuito, que les permita a los visitantes poder ingresar a internet de

manera fácil, más aun cuando algunos visitantes son extranjeros y el acceso a internet lo tienen mediante redes WIFI, y si este es brindado por los municipios se hace más llamativo.

En las áreas rurales donde se potencializa el turismo de naturaleza, ecoturismo y turismo ecológico, es fundamental contar con buena infraestructura desde las carreteras hasta las redes de comunicación que permitan más cobertura y acceso a las TIC. Esto motiva a las comunidades a hacer parte de un sistema cada vez más interconectado, muy necesario para la generación de diferentes proyectos de carácter pedagógico que beneficien al sector.

#### ***4.2.1 Análisis descriptivo de la población participante***

El estudio contó con la participación de (N=40) personas habitantes recurrentes de los municipios en los cuales se llevó a cabo la recogida de los datos. El rango de edad observado en los participantes fue entre 19 a 50 años, observándose una prevalencia del rango de edad entre los 26 a 49 años (55 %), seguido del rango de edad de 19 a 25 años (35 %) y en el rango de más de 50 años, se observó un porcentaje bajo con relación al resto de rangos de edad de la población participante (10 %). En cuanto al sexo, se observó una prevalencia mayor en número de hombres (57,5 %) en comparación al número de mujeres (42,5 %).

#### ***4.2.2 Análisis descriptivo sobre las categorías del estudio***

Los análisis que se presentan a continuación corresponden al segundo objetivo específico con el cual se buscaba “Reconocer los procesos de participación comunitaria en la planificación del turismo a nivel local en los municipios de Neira, Chinchiná, Palestina y Villamaría”; los resultados obtenidos en el desarrollo de este objetivo permitieron comprender la percepción de los participantes de los cuatro municipios en relación con la planificación del turismo y sus relaciones con diferentes aspectos, tales como la apropiación que presenta la comunidad respecto



a la planificación territorial del turismo, las tecnologías de la información, la educación, la planificación e infraestructura, así como con la prospectiva de política pública del turismo.



*Figura 5. Casa de la Cultura del municipio de Palestina (Caldas).*

El acercamiento a los municipios de Chinchiná, Palestina, Neira y Villamaría estuvo marcado por el conocer nuevas rutas de llegada. El pasar de Chinchiná a Palestina por una trocha destapada, permitió descubrir accesos de trochas a los municipios que hacen difícil la accesibilidad de visitantes a los municipios, así mismo, el parquear dentro de la zona urbana es casi una odisea para cualquier visitante que llegue hasta el municipio de Palestina, esto ocasiona

que directamente se duda en volver al municipio, ya que un tema importante como la distribución espacial pareciera no ser un tema importante para esta zona.

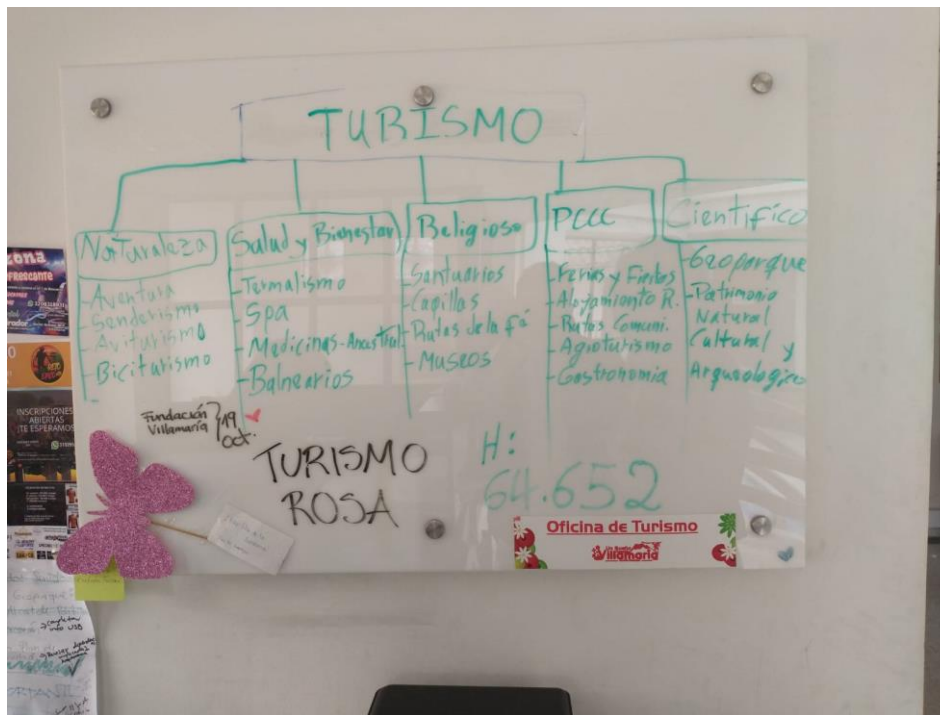


Figura 6. Plan de trabajo de la oficina del turismo en el municipio de Villamaría (Caldas).

No obstante, descubrir iniciativas como en el municipio de Villamaría con el “Turismo rosa”, que pretende que en establecimientos del municipio se pongan imágenes que indican que allí cualquier persona es libre de expresarse sin importar su condición sexual, raza o género, se comprende un poco lo que se buscaba en la investigación y era encontrar esa relación entre educación y turismo, y se considera esta estrategia como una muy importante en manera de educación social mediante el turismo.

De esta manera, el trabajo de campo no solamente fue un proceso de ir a hacer entrevistas, llenar encuestas y salir, al contrario, se convirtió en un espacio propicio para aprender, para

probar una taza de café, tener una conversación con el tendero, el mesero, la vendedora y escuchar realmente desde la ciudadanía las acciones que tejen la educación, el turismo y las TIC. Más allá de todo el trámite administrativo y planeación de los encargados de turismo está la ciudadanía que es la cara directa con los visitantes, que es la que enseña sobre cada municipio a los turistas que llegan a comprar, preguntar por una dirección o pedir un baño alquilado; sin embargo, con preocupación y a partir de los resultados obtenidos se observa una desarticulación de la comunidad con las oficinas de turismo.

Partiendo con el análisis de los datos obtenidos en el municipio de Neira, se pudo observar que de las cinco categorías indagadas se obtuvo que los participantes cuentan con una apropiación alta del turismo (11,2 %), seguido de su percepción sobre la planificación e infraestructura (3,9 %) y turismo y relación con la educación (2,3 %). Observándose un menor conocimiento percibido sobre la prospectiva política del turismo y el turismo (1,7 %) y la tecnología (1,6 %).

Los resultados se muestran en las siguientes figuras.

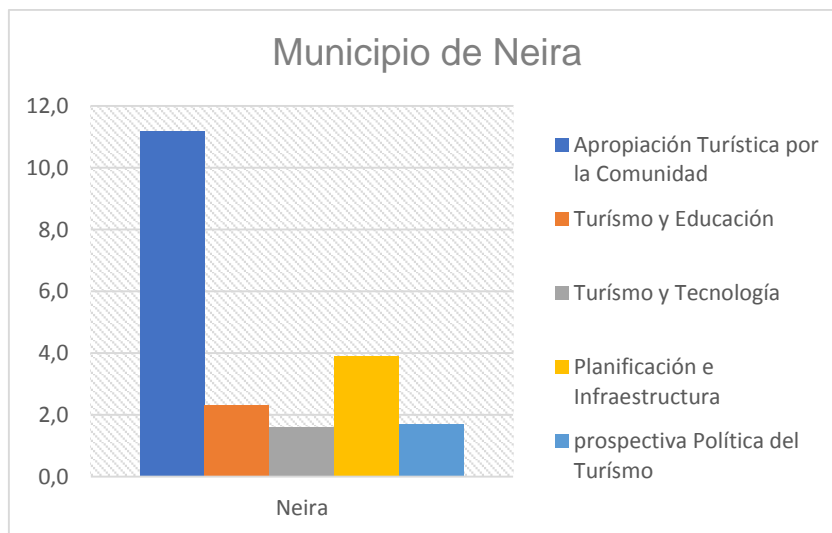


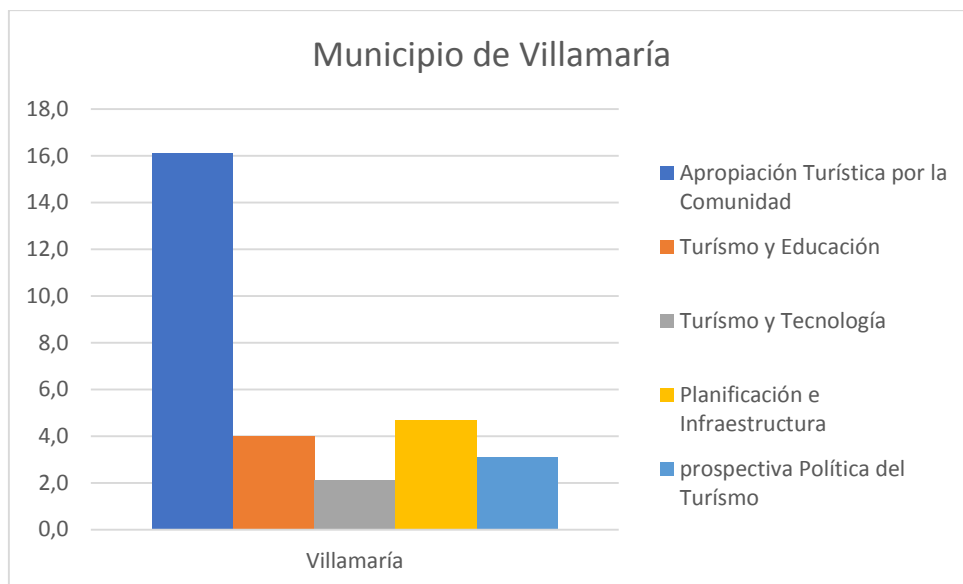
Figura 7. Análisis de los resultados de las encuestas del municipio de Neira.

Los resultados antes descritos permiten advertir que, en temas de apropiación, la comunidad está enterada de los procesos turísticos que adelanta la administración municipal. La empresa consultora del sector turístico Aviaexport (2015) menciona que la comunidad es vital en el proceso de desarrollo turístico debido a que son los protagonistas de este.

Se considera importante a la comunidad en todo sentido, ya que las experiencias turísticas que se les ofrece a los turistas y visitantes requieren de atención, por consiguiente, el factor humano es importante y la apropiación turística por la comunidad es lo ideal para el desarrollo del turismo.

Así como lo establece la política de turismo comunitario (2012): “El destino turístico se caracteriza por la presencia de atractivos, infraestructura básica, planta turística, superestructura y demanda, ofrecida por diversos grupos humanos entre los cuales se encuentra la comunidad local” (p. 17). Por lo anterior, podemos establecer que, en el municipio de Neira, la planificación del turismo es incluyente, debido a la aceptación de la comunidad en general, ante la apropiación e importancia que tiene los atractivos turísticos de esta localidad.

En cuanto al municipio de Villamaría, se observó al igual que en el municipio de Neira, una prevalencia de la categoría “apropiación del turismo por parte de la comunidad” (11,2 %), seguida de la planificación e infraestructura (3,9 %) y turismo y educación (2,3%). Notándose al igual que en el municipio de Neira bajas proporciones para las categorías de prospectiva política del turismo (3,1 %) y turismo y tecnología (2,1 %).



*Figura 8.* Análisis de los resultados de las encuestas del municipio de Villamaría.

Observamos cómo los resultados permiten advertir que la apropiación social enmarca de manera importante el desarrollo de las encuestas, es de vital importancia que la comunidad reconozca en su territorio el patrimonio cultural y natural que hace parte de su localidad. Sin embargo, encontramos un resultado menor en la categoría turismo y tecnologías.

Beltrán López (2019) menciona que es necesario valorar las tendencias tecnológicas actuales como competencia que desarrolla todo el sector. En este caso aplicado al turismo, encontramos que a partir del COVID-19, las personas han visto en las plataformas digitales la importancia de ofrecer sus servicios.

Continuando con el análisis, pasamos al municipio de Palestina. En este municipio se observó al igual que los otros dos municipios analizados, de nuevo un alto porcentaje en la categoría apropiación turística por la comunidad (13,4 %), seguido de la categoría de turismo y educación (3,2 %) y planificación e infraestructura (3,0 %). Observándose en los últimos lugares la categoría de prospectiva política del turismo (2,1 %) y turismo y tecnología (1,9 %).

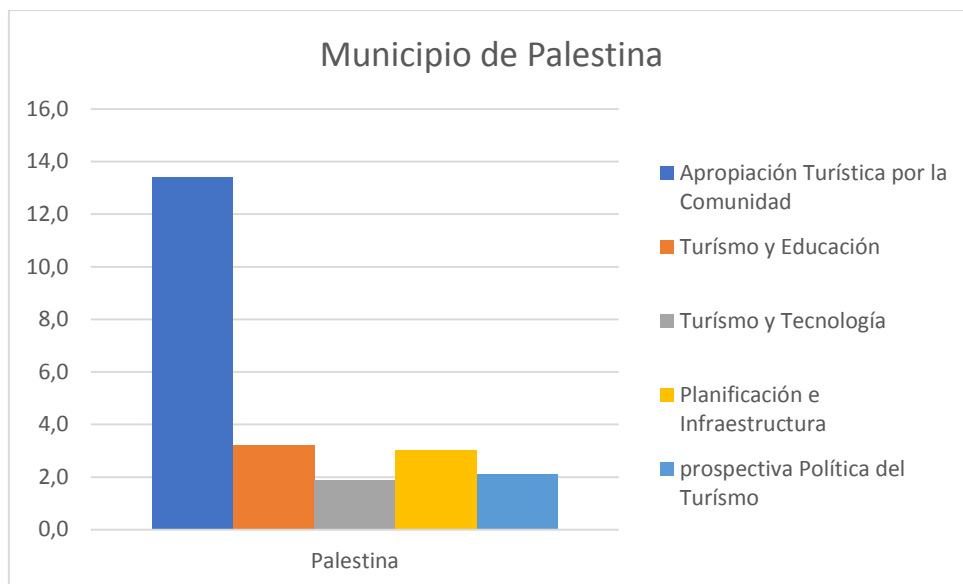


Figura 9. Análisis de los resultados de las encuestas del municipio de Palestina.

Podemos observar cómo este municipio sigue la tendencia donde la apropiación turística es reconocida como un elemento que se enmarca entre todas las áreas. Esto da cuenta de que los municipios se están preparando para recibir y orientar de la mejor forma a turistas y visitantes.

Por el contrario, las otras categorías establecen unos porcentajes menores, que implica que en temas de educación, TIC, planificación e infraestructura y prospectiva política del turismo, están muy quedados.

Finalmente, para el municipio de Chinchiná, se observó ya como constante una prevalencia de la categoría apropiación turística de la comunidad (12,9 %), seguida de la categoría de turismo y educación (4,0 %) y planificación e infraestructura (3,2 %). Al igual que en el municipio de Palestina, se observó que las categorías menos frecuentes fueron la prospectiva política del turismo (2,2 %) y turismo y tecnología (2,0 %).

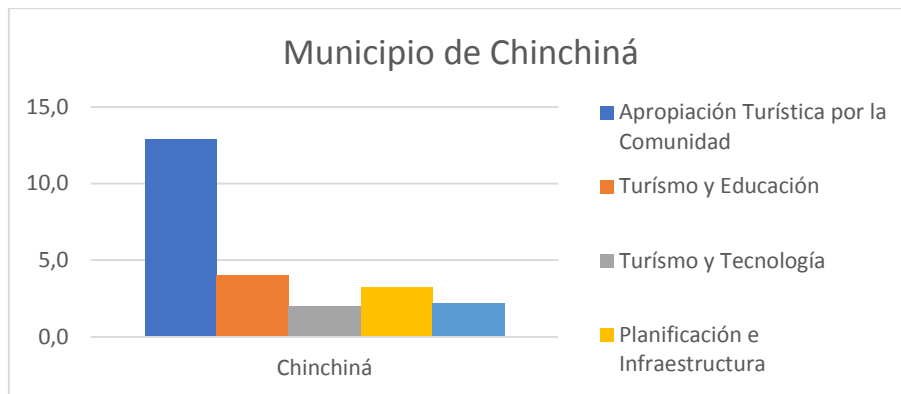
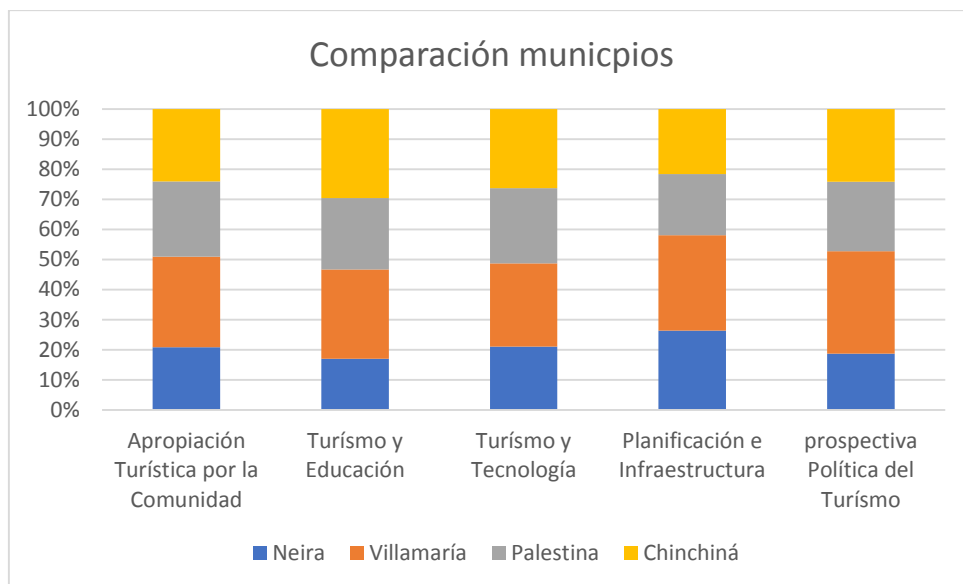


Figura 10. Análisis de resultados de las encuestas del municipio de Chinchiná.

Podemos evidenciar en estos resultados que la apropiación turística por la comunidad es la más relevante y las otras áreas tienen unos porcentajes muy bajos, siendo Chinchiná uno de los municipios de esta encuesta con menor número de puntuación, al encontrar vacíos de planificación, debido a que no se entiende el turismo como un fenómeno que se debe “abordar desde la interdisciplinaridad, abarcando diferentes áreas del conocimiento” (Damm, 1998, p. 3).

Por consiguiente, el conocimiento hacia el turismo se debe mirar de adentro hacia afuera, es decir, conociéndolo teóricamente y desde su raíz el turismo, pero también, entendiéndolo como un factor transversal a las diferentes que le aporta, como son las tecnologías, la misma educación y las áreas que se enfocan en el desarrollo humano, pero también en la planta e infraestructura física.

Para entender mejor, en la siguiente figura se puede observar de manera comparada las categorías analizadas de manera discriminada en las figuras anteriores.



*Figura 11* Comparación de los municipios.

Estos resultados permitieron advertir que los municipios abarcan una similitud en las cifras, en comparación. Por lo anterior, se puede establecer que, en temas de apropiación turística, el municipio de Villamaría tiene el mayor rango; en temas de turismo y educación, los municipios que más abarca este eje son Villamaría y Chinchiná. Con respecto a turismo y tecnologías, el municipio predominante es el de Villamaría; y en temas de prospectiva política del turismo, también el municipio de Villamaría es el que lleva la delantera.

Es así como se puede determinar que el municipio de Villamaría viene desarrollado los procesos turísticos a nivel territorial. La aceptación de los participantes en esta encuesta permitió conocer que, a pesar de que hay que mejorar algunos procesos, se ha venido desarrollando de forma activa todo lo pertinente con respecto al turismo.

El siguiente municipio con mejor aceptación es el de Neira, según la figura anterior, continúa con el municipio de Palestina y por último el municipio de Chinchiná. Esto nos da a entender que en los procesos de planificación turística hay una clara proyección de trabajo desde



las autoridades municipales, donde la comunidad ha conocido algunos de los programas proyectados y desarrollados en los territorios, pero se desconoce el cumplimiento de las demás propuestas en las que la participación comunitaria debe estar articulada a la importancia de las TIC con el sector y, a su vez, con una pedagogía clara hacia el establecimiento de un modelo de articulación intersectorial.

El desarrollo turístico debe entenderse como todo un sistema articulado, donde aparte de la oferta, se debe tener una claridad con los recursos, los tipos de atractivos, la infraestructura y el acceso a la misma, reconociendo las características propias del territorio frente a la demanda de los servicios, donde sin duda alguna los operadores turísticos deben estar al frente desde un ejercicio pedagógico.

Boullón (2006b) afirma “La sola presencia de atractivos no es suficiente, porque para el lugar que los contiene, pueda operar turísticamente, hay que dotarlo de todos los elementos, que facilitan la llegada, desplazamiento y permanencia de los visitantes en el espacio analizado” (p. 19).

Esto nos da a entender que es necesaria la aplicación y desarrollo de modelos de gestión turística, donde se deben articular las demandas sociales actuales, teniendo claro que las TIC se convierten en una pieza clave. En los municipios trabajados se observó una ausencia frente a la relación con la planificación, la pedagogía y la educación de las comunidades para la mayor comprensión de los territorios. “Por todo lo anterior, los destinos turísticos se enfrentan a un contexto en el que la innovación y la tecnología se sitúan entre los principales ejes sobre los que se sustenta su mejora competitiva” (Giner Sánchez, 2017, p. 25).

### ***4.2.3 Cruce de variables a nivel categórico***

Los resultados que se presentan a continuación, obedecen al análisis resultante del segundo objetivo específico, con el cual se buscó conocer los procesos de participación comunitaria en la planificación del turismo a nivel local en los municipios de Neira, Chinchiná, Palestina y Villamaría. Con el análisis de cruce de variables se buscó encontrar asociaciones significativas a nivel estadístico entre los municipios y las categorías que sirvieron de guía al estudio.

Poder encontrar asociaciones significativas permitirá encontrar relaciones entre el municipio y el nivel de percepción favorable o no que las personas reportaron durante el proceso de recolección de los datos. Para establecer el nivel de percepción final para cada una de las cinco categorías, se estimó un estándar de tres niveles (baja, media y alta). Estos niveles permiten observar el comportamiento de los participantes con relación a cada una de las categorías orientadoras del estudio.

En la tabla 3 se muestran las asociaciones entre el nivel de apropiación de la categoría apropiación turística de la comunidad y los participantes de los diferentes municipios. El análisis realizado a través de la prueba Chi cuadrado de Pearson, permitió observar una asociación significativa a nivel estadístico ( $P_v=,014$ ), en la cual, los municipios de Neira, Palestina y Chinchiná presentaron el mayor peso de asociación en el nivel medio en comparación con el municipio de Villamaría en el que se observó que el peso se concentró de manera específica en el nivel alto.

**Tabla 3.**  
**Apropiación Turística por la comunidad.**

			Municipio				Total
			Neira	Villama ría	Palesti na	Chinchin á	
Apropiación Turística por la Comunidad	Baja	Recuen to	3	1	0	1	5
		% del total	7,5%	2,5%	0,0%	2,5%	12,5%
	Medi a	Recuen to	7	3	9	7	26
		% del total	17,5%	7,5%	22,5%	17,5%	65,0%
	Alta	Recuen to	0	6	1	2	9
		% del total	0,0%	15,0%	2,5%	5,0%	22,5%
Total		Recuen to	10	10	10	10	40
		% del total	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	100,0 %

Los resultados permiten advertir que presentan una relación media en la percepción que tienen sobre esta categoría en su municipio. Para el caso de la asociación entre la categoría turismo y educación, se encontró una asociación significativa arrojada por la prueba de Chi cuadrado de Pearson ( $P_v=,005$ ). Los resultados de la prueba permitieron observar que los cuatro municipios parecen agruparse de manera general en el nivel medio.

**Tabla 4.****Turismo y Educación**

			Municipio				Total	
			Neira	Villama ría	Palesti na	Chinchi ná		
Turismo y Educación	Baja	Recuent o	5	1	0	1	7	
		% del total	12,5 %	2,5%	0,0%	2,5%	17,5%	
	Med ia	Recuent o	5	5	10	6	26	
		% del total	12,5 %	12,5%	25,0%	15,0%	65,0%	
	Alta	Recuent o	0	4	0	3	7	
		% del total	0,0%	10,0%	0,0%	7,5%	17,5%	
	Total		Recuent o	10	10	10	10	40
			% del total	25,0 %	25,0%	25,0%	25,0%	100,0 %

La asociación para la categoría turismo y TIC y los municipios no arrojó asociaciones significativas tras la prueba de Chi cuadrado de Pearson ( $P_v=,324$ ). Esto implica que no existe evidencia de que haya una perspectiva particular en el nivel generado para esta categoría que permita advertir un determinado comportamiento o percepción de los entrevistados. Los resultados se muestran en la tabla 5.

**Tabla 5.**

**Turismo y TIC.**

Tabla cruzada							
			Municipio				Total
			Neira	Villamaría	Palestina	Chinchiná	
Turismo y Tecnología	Baja	Recuento	4	2	2	1	9
		% del total	10,0%	5,0%	5,0%	2,5%	22,5%
	Media	Recuento	6	5	5	8	24
		% del total	15,0%	12,5%	12,5%	20,0%	60,0%
	Alta	Recuento	0	3	3	1	7
		% del total	0,0%	7,5%	7,5%	2,5%	17,5%
Total		Recuento	10	10	10	10	40
		% del total	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	100,0%

Para la categoría de planificación e infraestructura se observó, una asociación significativa en la prueba Chi cuadrado ( $P_v=,047$ ). Las asociaciones se observaron así: En los municipios de Neira y Villamaría la percepción de las personas se ubica en el nivel medio, mientras para los municipios de Palestina y Chinchiná, la percepción sobre esta categoría se ubica de manera desfavorable en el nivel bajo. Los resultados se presentan en la tabla 6.

**Tabla 6.****Planificación e infraestructura turística.**

<b>Tabla cruzada</b>								
			Municipio				Total	
			Neira	Villamaría	Palestina	Chinchín		
Planificación e Infraestructura	Baja	Recuento	3	1	6	7	17	
		% del total	7,5%	2,5%	15,0%	17,5%	42,5%	
	media	Recuento	6	6	4	3	19	
		% del total	15,0%	15,0%	10,0%	7,5%	47,5%	
	Alta	Recuento	1	3	0	0	4	
		% del total	2,5%	7,5%	0,0%	0,0%	10,0%	
Total		Recuento	10	10	10	10	40	
		% del total	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	100,0%	

Finalmente, para la asociación entre la categoría prospectiva política del turismo y los municipios, la prueba Chi cuadrado no arrojó valores de asociación significativo ( $P_v=,225$ ). Este resultado permite advertir una opinión generalizada indistinta entre los entrevistados acerca de las condiciones o proyectos que desde la alcaldía se generan hacia la proyección y apoyo del turismo. Los resultados se muestran en la tabla 7.

**Tabla 7.****Prospectiva política del turismo**

<b>Tabla cruzada</b>							
			Municipio				Total
			Neira	Villamaría	Palestina	Chinchná	
Prospectiva Política del Turismo	Baja	Recuento	4	1	4	3	12
		% del total	10,0%	2,5%	10,0%	7,5%	30,0%
	Media	Recuento	6	5	5	6	22
		% del total	15,0%	12,5%	12,5%	15,0%	55,0%
	Alta	Recuento	0	4	1	1	6
		% del total	0,0%	10,0%	2,5%	2,5%	15,0%
Total		Recuento	10	10	10	10	40
		% del total	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	100,0%

Los resultados antes descritos permiten advertir que los municipios deben realizar un trabajo de articulación con las políticas del turismo para el desarrollo correcto del turismo, tener una prospectiva política de turismo permitirá el desarrollo y la inversión correcta en este sector, que requiere una atención especial, debido al impacto que genera en el desarrollo social y económico de los territorios.

Por lo anterior, si los municipios no tienen una implicación con la transformación del turismo con un enfoque en las tecnologías, y la prospectiva política, es muy difícil generar un

cambio significativo, en cuanto a las demás categorías, parece existir una asociación significativa con la educación.

#### ***4.2.4 Prueba de hipótesis entre categorías y municipios***

Finalmente, como parte de los análisis declarados en la presente investigación, se generó una prueba de hipótesis para establecer si existieron o no diferencias entre los municipios con relación a las categorías objeto del presente estudio. Con la prueba de hipótesis, además, se quiso identificar las categorías en la que hubo diferencia entre los municipios y en las que la opinión o percepción parece generalizada. Para testar la prueba de hipótesis se implementó la prueba de Kruskal Wallis, la cual se usa cuando se desea establecer la existencia de diferencias entre más de dos grupos.

Los resultados de las pruebas permitieron verificar que, en las categorías de apropiación turística por la comunidad, turismo y educación y planificación e infraestructura, sí existen diferencias significativas entre los municipios, lo cual lleva a considerar la existencia de otros factores que pueden estar generando esas diferencias y que podrían estar influyendo en la buena o mala percepción que se tenga sobre el turismo en cada uno de estos municipios.

Así mismo, para las categorías de turismo y tecnología y prospectiva política del turismo, no se encontraron diferencias significativas, lo cual lleva a considerar que entre los municipios la mirada es general y similar. Los resultados de la prueba de hipótesis se muestran en la siguiente tabla.



**Tabla 8.****Estadísticas de las pruebas.**

<b>Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup></b>					
	Apropiación Turística por la Comunidad	Turismo y Educación	Turismo y Tecnología	Planificación e Infraestructura	prospectiva Política del Turismo
H de Kruskal-Wallis	9,509	10,586	4,119	11,411	6,218
G1	3	3	3	3	3
Sig. Asintótica	,023	,014	,249	,010	,101
a. Prueba de Kruskal Wallis. b. Variable de agrupación: Municipio					

El proceso de investigación paso por varios momentos, los cuales permitieron que como investigadores se aprendieran nuevos conceptos, se identificaran factores y protagonistas en cada uno de los municipios del centro sur de Caldas, con el fin de consolidar de manera clara y acertada el documento orientativo como producto final de la investigación.

El primer paso fue investigar sobre el estado que en el que se encontraba el turismo y la relación existente con la educación y TIC, este primer insumo permite ir creando la forma en la cual se puede llegar al lector o interesado en temas de turismo, educación y tic de manera clara, fácil y ágil. En este paso se identificó una baja relación entre los sectores, lo cual permite que la investigación se proponga un horizonte claro en crear un documento orientativo, el interrogante siguiente era como, para que, que iba a contener y de qué manera se iba a realizar, por lo tanto se proyecta una ruta pedagógica que permitiera llegar a dar respuestas a los interrogantes planteados, de esta manera la ruta que se siguió fue la siguiente:

El primer acercamiento sobre la forma en la cual se planifica el turismo y la educación en los municipios se encuentra en los planes de desarrollo municipal, para lo cual se debía llegar a estos y resaltar los ítems de interés que en este caso fueron turismo y Educación, con la implementación de un cuadro Excel, en el cual se hiciera un contraste y división de cada uno de los municipios, abordando proyecciones, aportes de la comunidad, vinculación de la comunidad con las actividades, recursos entre otros, adquiriendo una información importante para de alguna manera evaluar, contrastar y verificar, el siguiente paso era como hacerlo.

Para ello, se proyectaron 58 preguntas abiertas divididas en tres categorías, turismo, tic y educación, cada una de las preguntas trataba de abordar a fondo sobre lo que conocía la población en temas de turismo, así como lo que ellos han percibido durante los últimos años en sus municipios, esta información con la que se contaba era de suma utilidad para ser contrastado con lo que se escribe en los planes de desarrollo municipal y las respuestas obtenidas.

Posterior, gracias a un análisis cualitativo se clarificó las respuestas y se adquirieron nuevas categorías e información pertinente para la elaboración del documento orientativo el cual se espera permita ser un insumo educativo para el fortalecimiento del turismo en los municipios. El trabajo pedagógico que se propone desde esta obra de conocimiento, implica la necesaria relación intersectorial que se debe establecer para el crecimiento del sector desde las categorías trabajadas y la toma de decisiones de carácter administrativo y político.

La propuesta final del "Documento orientativo para la planificación del turismo en los municipios de Neira, Villamaria, Chinchina y Palestina, desde las tecnologías de información y el ámbito educativo" muestra un paso a paso de los puntos a tener en cuenta para la formulación de un producto turístico integrador.

En el capítulo V de conclusiones y recomendaciones se expresan varias propuestas y formas de trabajo a partir del estudio descriptivo de la recolección de datos a través de las encuestas, la etnografía y la revisión de los registros documentales de las administraciones trabajadas.

## Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones

### 5.1 Conclusiones

La planificación del turismo es un término que no suele escucharse en los territorios implicados en esta investigación. De hecho, en la entrevista con los habitantes, empresas del medio y coordinadores de turismo, al mencionarles sobre la planificación del turismo, se limitaban en responder sobre la conservación de sus atractivos turísticos y las festividades patronales que se realizan allí, excepto el municipio de Villamaría, quien tiene a su cargo de coordinador de turismo un profesional en el área de la administración turística.

Las personas entrevistadas en su gran mayoría coinciden en que existe una desarticulación entre el turismo, la educación y las Tic, más aun cuando en cada uno de los municipios la planificación no se realiza de manera adecuada, al contrario los procesos que se adelantan parecen beneficiar a particulares y no van dirigidos al bienestar y fortalecimiento del sector en la comunidad. Conviene distinguir la importancia de que en las diferentes administraciones se desarrollen programas y proyectos que se conserven en el tiempo para un mejor impacto, siempre y cuando beneficien el crecimiento del sector y sus diferentes actores.

Lo anterior ha generado la percepción de que la epistemología del turismo y la planificación territorial se han desarrollado desarticuladamente; en donde el turismo ha emergido de forma espontánea, mas no por un proceso pensado y planificado, y una de las posibles causas de lo mencionado es que los cambios administrativos de las alcaldías están sujetos a las

voluntades de querer invertir en los procesos turísticos y contratar a las personas idóneas para el cargo.

En la caracterización de la planificación turística en los municipios trabajados, se pudo evidenciar el no cumplimiento de varias propuestas de crecimiento del sector en los territorios desde los planes de desarrollo. A pesar de que se hacen propuestas de articulación entre diferentes sectores, estas no alcanzan a ser ejecutadas y en muchas ocasiones no hay un seguimiento objetivo por parte de la comunidad y de las personas que hacen parte del sector, para permitir un mejor desarrollo del mismo. Esto genera la necesidad de crear una cultura de seguimiento y control a las propuestas territoriales de los gobiernos de turno, a través de la pedagogía, la educación, las TIC y el conocimiento de las estrategias de planificación.

Los entrevistados afirman que los recursos que se invierten no corresponden a una correcta planificación, lo cual deduce que las falencias que se evidencian en el sector son fruto de la baja inversión económica y la no adecuada apropiación cultural que las secretarías tienen con el turismo. La planeación que se desarrolla en los municipios de Neira, Chinchiná, Palestina y Villamaría, corresponde a un compromiso de las administraciones en el mejoramiento del sector del turismo en cada municipio lo cual lamentablemente hasta la fecha de realización de las entrevistas no se realizaba adecuadamente.

En cada uno de los planes de gobierno se identificaron estrategias y acciones acertadas; no obstante, en el proceso de trabajo de campo se observó un panorama totalmente diferente a lo planificado, ya que, a pesar de que entra una nueva administración, lo planeado en las administraciones pasadas no se cumplió, esto se verificó con cada una de las respuestas que las

personas dieron en relación con los factores que se plantean en el documento orientativo para la planificación del turismo.

Los factores que se emplean para realizar una evaluación sobre el estado del turismo en cada uno de los municipios analizados se basan en una matriz DOFA; con la identificación de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que cada municipio tiene, se puede ejecutar lo planificado por cada administración siempre a la mejora del sector, buscando una relación más directa entre la educación, el turismo y las TIC.

Así mismo, la comunidad no tiene mucho conocimiento sobre la forma en que se debe planificar el turismo y los operadores de servicios turísticos de los municipios, aunque participan en las actividades que se desarrollan desde la gobernación o la alcaldía, no les interesa proponer ideas que generen desarrollo, debido a la falta de escucha por las entidades que invierten recursos en el sector.

Es oportuno ahora mencionar una generalidad en el ejercicio de encuestas a modo de entrevistas, donde la mayoría de las personas encuestadas reconocen la necesidad de guías o documentos orientativos para promocionar de manera articulada el turismo en los territorios caldenses, así como la promoción de eventos o actividades de carácter pedagógico y cultural son necesarias para que el municipio se destaque y atraiga nuevos visitantes.

El reconocimiento de los procesos de participación comunitaria no se adelantó únicamente mediante las respuestas obtenidas en las encuestas, esta validación se realizó a partir de los diálogos previos y posteriores a cada de unas las mismas, allí es justamente donde la comunidad reconoce falencias en la forma como se ejecutan planes y proyectos desde la administración,

enfocados al sector turístico, se desconoce que es precisamente cada una de las personas que habitan los municipios quienes posibilitan que el turismo se pueda desarrollar con éxito.

Cuando un turista llega a un territorio nuevo, se dirige a las zonas centrales de cada espacio, entra a restaurantes o negocios que allí se encuentran, solicita acceso a un baño, pide ayuda con una dirección, accede a los hoteles, entre otras acciones. En cada una de las actividades que realiza tiene un encuentro con la población, son esas personas las que le ayudan y guían durante su estadía en dichos territorios, en muy pocos casos el turista se acerca ante los organismos encargados del direccionamiento turístico, lo cual indica que el papel de la comunidad resulta siendo el factor más importante para que se desarrolle el turismo.

Lo anterior crea la necesidad de involucrar en los procesos de planeación a la comunidad, ya sea al tendero, el vendedor ambulante, el dueño de un sitio hotelero, el mesero, entre otros, escuchando propuestas, debatiendo ideas y aportando de manera conjunta herramientas que posibiliten el crecimiento del turismo en los municipios.

Este tipo de implicaciones requieren de una gestión territorial decisiva con una mirada global del territorio, y una perspectiva amplia del turismo, utilizando las técnicas adecuadas y una visión objetiva de las acciones a emprender para la planificación del turismo.

Por lo anterior, reconocer la importancia que esta conlleva ayudará a: incrementar la oferta turística de los territorios, mejorar la calidad de vida de los habitantes, crear mayores planes turísticos, implementar manuales de salvaguardia y protección del patrimonio, conocer la dimensión social, cultural, política, laboral, jurídica que tiene el turismo entre otras.

Ahora bien, el sector educativo es una de las oportunidades que tiene el turismo para ser más competitivo. Durante la investigación se identificó la poca presencia y relación que tiene la

educación en la planeación del turismo. Se desconocen las acciones e implicaciones que la educación tendría en el turismo si se relaciona más directamente con acciones pedagógicas.

También, a comprender las tendencias en el sector turístico acorde con las dinámicas de estos tiempos globalizados, donde las exigencias de calidad cada vez son más altas, a convertir una debilidad en el ámbito turístico en fortaleza acompañado de una iniciativa investigativa.

Reconocer la importancia del sector en el marco de la planificación territorial, ayuda a conocer la superestructura del turismo y su metodología de trabajo, de esta forma acceder a beneficios que esta tiene será más sencillo y accesible.

Ahora bien, la planificación territorial del turismo no se debe ver con una mirada solamente hacia lo territorial. El reto de articular de manera intersectorial la planificación municipal del turismo en la zona centro sur del Departamento de Caldas, es implementar estrategias que favorezcan la cualificación de los procesos de desarrollo, que involucren a la comunidad, la educación y las TIC.

Con todo y lo anterior, se da respuesta al tercer objetivo específico, consolidando el camino hacia el objetivo general con una propuesta pedagógica de modelo de planificación turística articulado con las TIC y el ámbito educativo en los municipios que se vienen trabajado; un documento orientativo que tiene como base conocimientos sobre el turismo, su inmersión en el mundo educativo y de las TIC y las formas en que se estructura la planificación territorial de este.

Entendiendo la dinámica, esto permitiría generar la proyección de posibles fuentes de empleo, talento humano calificado y capacitado; a la vez que daría paso a generar productos y



servicios acordes a los estándares de calidad que se tiene a nivel internacional, impulsando un mayor desarrollo de los territorios para el sector y la demanda de visitantes.

Los municipios de la zona centro sur del Departamento de Caldas son muy ricos en historia, cultura y biodiversidad, por lo tanto, esto genera atracción turística que permite fortalecer la oferta de producto y favorece el incremento del número de turistas, siempre y cuando se utilicen, por ejemplo, campañas y el marketing adecuado, de acuerdo a las nuevas tendencias de las TIC.

Podemos constatar que, a partir del diseño etnográfico, esta investigación pudo dar a conocer desde una forma epistemológica, cómo se ve implicado el turismo en el territorio y cómo los actores son fundamentales para el desarrollo del mismo. Esto se realizó a través de la observación, identificando señales, detalles, indicios, evidencias, respecto de los esquemas en construcción que se han desarrollado a partir de la planificación turística y sus propósitos en el futuro.

Por lo anterior, es muy importante analizar las realidades de desarrollo de los municipios en relación con vías de acceso, hoteles, prestadores de servicios, entre otros.

Otros aspectos que se pueden concluir son que los municipios deben implementar con urgencia un plan turístico, organizado, innovador, acorde a las tendencias de la globalización. Esto permitirá generar un valor importante en los procesos turísticos para superar los retos que tiene la planificación del turismo a nivel local.

Es en este punto donde entra la importancia de la evaluación y seguimiento a los planes de desarrollo, en los que se puede evidenciar las iniciativas por su integración e implementación, pero no se alcanzan a desarrollar. Ejemplo de esto es la baja percepción y conocimientos de las

comunidades y los diferentes actores que hacen parte del sector turístico con las categorías de turismo y educación, turismo y TIC, planificación e infraestructura.

A este propósito, es importante resaltar el proceso de organización gubernamental que se viene desarrollando por la Asociación de Municipios de la Subregión Centro Sur de Caldas, donde las administraciones municipales a cargo de las alcaldías integran esfuerzos y políticas, para un mejor desarrollo del territorio con proyectos relacionados con el turismo y la riqueza que este ofrece para sus visitantes.

Como resultados de la investigación del proyecto, encontramos, en primera instancia, la expresión de la integración y los diferentes proyectos de los municipios, a través de la red social Facebook, donde la comunidad en general puede informarse, proyectarse y conocer todo lo que se desarrolla en el territorio en términos de política y turismo por medio de las TIC.

Resaltamos los aportes que ha realizado la Asociación de Municipios de la Subregión del Centro Sur de Caldas en el desarrollo del turismo, como la creación del primer portafolio y plataforma turística - cultural con el proyecto “MINE PUES”, que según los entrevistados cuenta con una página web (<https://minepues.com/>) disponible, como una revista donde detallan las bondades de los atractivos turísticos, la historia, gastronomía, fauna, flora y cultura de estos municipios.

Los logros de este proyecto gubernamental pueden ser el inicio integrador de lo que se viene expresando en esta obra de conocimiento, donde sería muy importante articular a los prestadores turísticos, las rutas disponibles, las características geográficas, costos y servicios generales que se ofrecen en diferentes puntos a cargo de las comunidades. Siendo un proyecto necesario para fortalecer la gestión de la planificación del turismo.

Cabe señalar la importancia del conocimiento y seguimiento de la evaluación de las estrategias de planificación turística local, en relación con los planes de desarrollo municipal que realizan las administraciones en la rendición de cuentas de los periodos de gobierno; es necesario retomar esta experiencia investigativa y socializarla para acompañar las próximas agendas de la planificación del turismo y de esta forma analizar los logros obtenidos por esos proyectos, creando la posibilidad de rectificar las acciones y reorientarlas hacia su cumplimiento y desarrollo.

Es por esto que los territorios deben fortalecer los espacios de participación comunitaria; esto es fundamental para el desarrollo y crecimiento del sector, aunar esfuerzos entre comunidad, prestadores de servicios turísticos y el mismo estado, generará mayores fuentes de empleo y una evolución importante del turismo.

De igual forma, es importante generar programas de capacitación y formación en diferentes áreas de desarrollo turístico a nivel local, esfuerzos que deben de ir mancomunados entre el gobierno nacional y departamental. Estos deben ir acompañados de equipos técnicos y de la comunidad, para que permitan apoyo constante en temas de: diseño de producto turístico, investigación de mercados, marketing tecnológico con una relación e integración intersectorial entre otros.

También, es importante apoyar las iniciativas que promuevan la conservación de los valores naturales y culturales del entorno como parte de los procesos de identificación de productos turísticos con posibles potenciales de desarrollo en cada comunidad, por ejemplo, el Paisaje Cultural Cafetero declarado por la UNESCO como patrimonio mundial en el año 2011, por sus valores culturales y naturales (Ley 1913 de 2018).

Por lo anterior, en la relación entre la educación y el turismo, es necesario que se puedan crear capacitaciones con diferentes entidades (SENA, ACOPI, universidades, instituciones acreditadas), que ayuden a mejorar las competencias de quienes trabajan en torno al sector turístico. Este es un llamado para las personas que lideran el área del turismo promuevan programas educativos como guardianes del turismo, vigías del patrimonio, entre otras actividades turísticas del municipio, lo cual ayudará a impulsar el turismo de la zona y generar identidad de una manera pedagógica e integradora.

La importancia de los procesos pedagógicos sociales no es solo la de informar y transmitir conocimientos específicos para el sector turístico, es todo un proceso que invita a varios sectores a entender la integración dinámica de los mismos.

Es por esto que, en las actividades de socialización de un turista con la comunidad, se puede aprender de las características del territorio y los destinos turísticos para aprovechar también los tiempos de ocio en un intercambio socio cultural.

Estar a la vanguardia de las iniciativas que tiene la comunidad en el turismo, es necesario para mostrar la oferta existente que tiene el territorio, es por ello que es fundamental establecer un inventario de planta turística anual, que ayude a realizar un seguimiento a todos los emprendimientos municipales. Además de involucrar a la comunidad en los procesos, para que, de esta forma, pueda fortalecer el sector (en temas de emprendimiento, capacitaciones, creación de rutas de antaño, construcción o actualización del consejo municipal de turismo, apropiación social, entre otros).

En el desarrollo del proyecto de investigación, se logró generar una relación pedagógica con el turismo y las comunidades, mediante el acercamiento investigativo a las nociones educativas y pedagógicas del turismo en el territorio tanto en el casco urbano, como en el sector

rural. El análisis de los programas educativos para la planificación, y el estudio de las diversas alianzas público privadas que hacen presencia en la región como: Universidad en el Campo con la Secretaría de Educación de Caldas, Comité de Cafeteros de Caldas y otras que promueven las Instituciones Educativas públicas y privadas que promueven el acceso a una educación técnica y tecnológica.

Conviene distinguir la invitación a próximas investigaciones, para observar, investigar y analizar el impacto social de estos programas frente a las realidades de los territorios y el sector como tal. Para que el turismo funcione como un sistema integrado a nivel sectorial, se deben tener en cuenta la integración de los mismos a través de la planificación social, tecnológica, política y ecológica. Cuando las administraciones locales y los diferentes actores implicados en el sector turístico entiendan la importancia de la toma de decisiones de manera articulada se tendrán mejores impactos en el sector.

Otra estrategia que contribuye al desarrollo del turismo es involucrar a los estudiantes en todas las actividades que se promuevan en los municipios, todo tipo de eventos, los jóvenes son el presente y futuro de los territorios y es por esto importante involucrarse en actividades para fortalecer el sentido de pertenencia hacia el sector cultural y turístico.

Desde las direcciones de turismo, es necesario tener unas cartillas educativas y pedagógicas que permitan comprender y orientar las finalidades de la planificación del turismo a nivel local, como un instrumento estratégico en el desarrollo regional.

De esta manera, presentamos una cartilla orientativa fruto del trabajo de investigación realizado, la cual puede ser implementada para los interesados en promover el turismo en su municipio.



**DOCUMENTO ORIENTATIVO PARA LA PLANIFICACIÓN  
DEL TURISMO EN LOS MUNICIPIOS DE NEIRA,  
VILLAMARIA, CHINCHINA Y PALESTINA, DESDE LAS  
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y EL ÁMBITO  
EDUCATIVO.**



Elaborado por

- Tania Carolina Corrales
- Sebastian Valero Villa
- Julio Cesar Ruiz

 **Universidad<sup>®</sup>  
Católica  
de Manizales**

**Acreditación de  
Alta Calidad**  
en el camino de la excelencia  
Res. 013600 - 09 dic.2019 - vig. 4 años

VIGILADA MINEDUCACIÓN

# TABLA DE CONTENIDO

4

Presentación

5

El turismo puede comprenderse como

Viajemos al rededor de la Zona centro sur de Caldas

6

Como planificamos el turismo

7

10

Estamos listo para iniciar el diagnostico

14

Planificación a partir de un DOFA

Formulación de un nuevo producto turistico

16

## PRESENTACIÓN

Las actividades recientes de turismo fruto, del desarrollo tecnológico, recreativo y social han posibilitado que este sector se encuentre en constante crecimiento

### Información importante

Las actividades que se desarrollen para el sector, deben de orientarse hacia la planificación, a partir de acciones conjuntas entre entes administrativos y la sociedad en general.

Agrega una foto aquí.



### Dato de interés

El espacio geográfico por lo general cuenta con un potencial interés, para el desarrollo de actividades turísticas, para lo cual es necesario, una política adecuada que permita regular, ordenar, desarrollar y ejecutar actividades orientadas a una correcta ejecución del turismo y una planificación detallada y acertada de este.

4

## EL TURISMO PUEDE COMPRENDERSE COMO:

### Pensemos en el turismo

Completa la frase

1. El turismo es fascinante porque \_\_\_\_\_
2. El turismo es dinamico porque \_\_\_\_\_
3. El turismo es complejo porque \_\_\_\_\_
4. ¿Cómo es el turismo en su territorio?
5. En su territorio se cumple alguno de estos fines turísticos

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

Recreación

Negocios

Conocer

Divertirse

Aprender

Soñar

Motivación

5

## Viajemos alrededor de la zona centro sur del Departamento de Caldas

Parque Principal



Casa de la Cultura



Corporación Casa de la Cultura



Calle Real



Relaciona las Imágenes con los siguientes Municipios:  
Neira, Villamaría, Palestina y Chinchiná

6



# ¿CÓMO PLANIFICAMOS EL TURISMO?

Observemos una propuesta para la planificación turística articulado con las tecnologías de la información y comunicación, y el ámbito educativo en los municipios del centro sur de Caldas (Neira, Villamaría, Chinchiná y Palestina).

La planificación territorial del turismo, requiere de un proceso riguroso, acertado y acorde a los diferentes espacios geográficos en donde se desarrolle.



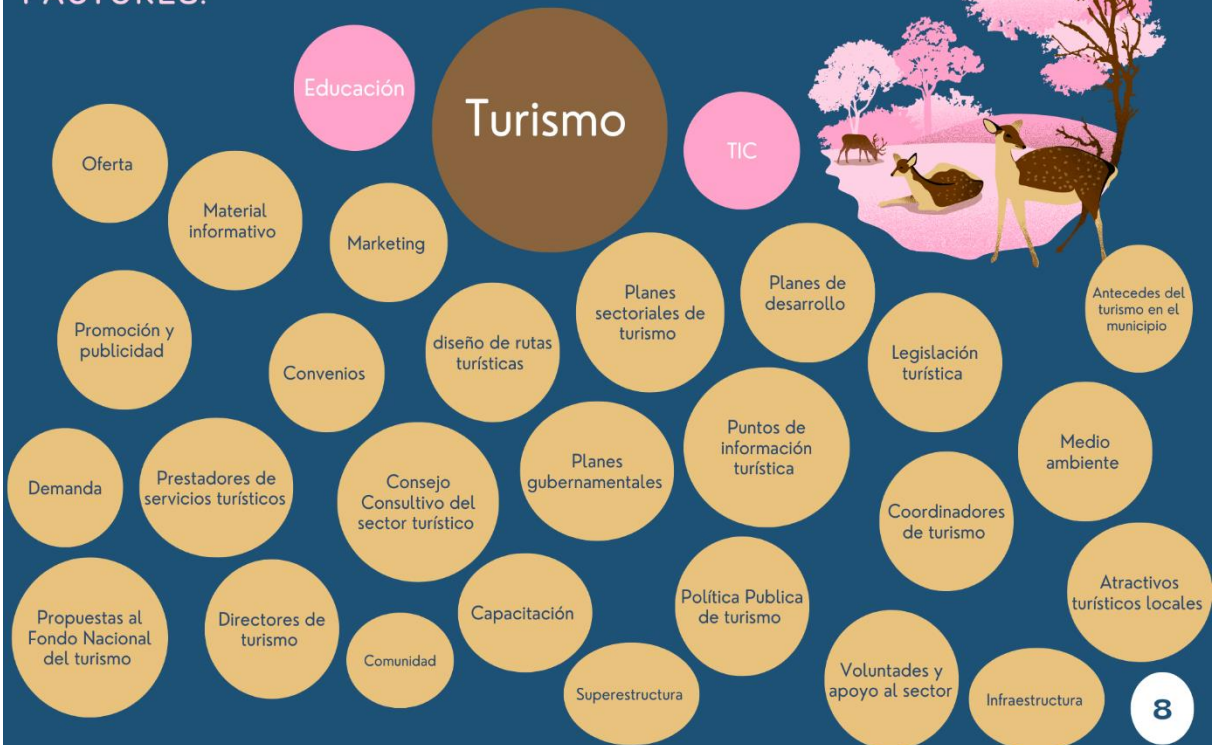
si no se involucran acciones conjuntas entre la comunidad que hace parte de los territorios, los visitantes que llegan a nuevos lugares y los entes administrativos de cada pueblo, ciudad o municipio, puede dejar de ser percibido como un sector importante para el crecimiento económico



El sector educativo no se ha visto inmerso en los procesos del turismo, esto se evidencia en la poca vinculación que se ha realizado, un alto número de visitantes que llegan a lugares nuevos carecen de recursos educativos que le permitan identificar los territorios a nivel geográfico, histórico, cultural y ambiental, el turismo ha alejado la pedagogía como recurso importante para obtener mejores resultados.

7

## EN EL MOMENTO DE PLANIFICAR DEL TURISMO, RECOMENDAMOS INVOLUCRAR LOS SIGUIENTES FACTORES:



8

# CARTOGRAFIA TURÍSTICA DE MI LOCALIDAD

Representaremos en un dibujo, el ahora y el después de la actividad turística de nuestra localidad.



1

Usa la integración de los factores mencionados en la página 8, vas a pensar como se relaciona cada factor con la situación actual y a futuro del turismo en su localidad

2

Utiliza dos hojas de papel, marcadores o colores, y crear el desarrollo turístico de su municipio

9

## ESTAMOS LISTOS PARA INICIAR EL DIAGNOSTICO



El diagnóstico es una herramienta necesaria para planificar el territorio, puesto que se logra identificar los atractivos y el producto turístico que existe en la localidad. Además, que permite dar cuenta como está su superestructura, infraestructura, oferta, demanda y atractivos turísticos.

10

## ¿Cómo realizar el diagnóstico turístico?

Para realizar el diagnóstico turístico en un territorio, es importante iniciar creando un estado del arte, en donde involucre aspectos y acontecimientos históricos que han marcado la localidad, estableciendo datos curiosos, indagando en forma directa con los habitantes, historiadores, libros, bibliotecas, entre otras.

Se deberá realizar la construcción o actualización del inventario de atractivos turísticos que propone el Viceministerio de Turismo de Colombia. Cabe señalar que el inventario es un instrumento de recolección de datos, en donde se tabula y clasifican los bienes materiales e inmateriales y el patrimonio natural.

Es necesario tener conocimiento de las empresas que trabajan en pro del sector turístico, recomendamos leer la ley 1558 del 2012.

Involucrar en esta unidad, los resultados del análisis de los factores de la pagina 8

11



*Un diagnóstico estratégico minucioso, sirve de insumo para tomar decisiones.*

El diagnóstico que se propone en este documento, se desarrolla a partir del análisis y resultado de la actividad de la pagina 9 y 11, con la cartografía social de mi localidad. En donde los participantes con ayuda de esta información, le permitirá la construcción de una matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas).

A continuación se propone el diligenciamiento de la Matriz DOFA, que permitirá evaluar los procesos del turismo en cada municipio, y a su vez, formular respuestas y acciones que favorezcan la planificación territorial del turismo.

12

# DOFA

Diagnostico	Vinculación de las oficinas con las TIC	Participación de la comunidad	Actividades pedagógicas	Divulgación de las estrategias aplicada al turismo	Participación de las IE	Plan de acompañamiento a iniciativas privadas	Formación académica de los encargados	Proyectos de transformación
D Debilidad								
O Oportunidad								
F Fortaleza								
A Amenaza								

13

## Planificación a partir de un DOFA

En la pagina 13 observamos un diagnostico a partir de un DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), ahora a partir de esto vamos a crear herramientas que permitan un mejor desarrollo de la misma.

### Actividad:

1. Relaciona como se involucra la oficina del turismo con las TIC's
2. Analiza la participación de la comunidad en los proyectos
3. propone actividades pedagógicas
4. Realicemos una divulgación de estrategias
5. Participación de las IE
6. Acompañamiento a iniciativas privadas
7. formación académica de los encargados
8. Proyectos de transformación

### Idea principal:

evaluar cada ítem a partir de lo observado en cada municipio

### Descripcion:

en el recuadro de la izquierda se observa 8 ítems, cada uno tiene una afirmación diferente, para lo cual, vamos a evaluar si en cada municipio se observa como debilidad, oportunidad, fortaleza o amenaza.

Posterior, vamos a plantear alguna estrategia que permita disminuir las amenazas, aumentar las oportunidades y fortalezas y mejorar las amenazas.

14

# LA MATRIZ DOFA ME AYUDARÁ A...

Planificar, y diseñar estrategias para el mejoramiento del turismo. Puesto que es un proceso que conlleva la implementación de instrumentos y procedimientos metodológicos claves en el mejoramiento turístico del territorio

## Es hora de proponer un nuevo futuro

Vamos a poner en práctica nuestros conocimientos y desarrollaremos como ejercicio, la creación de un producto turístico.

Pero... ¿Qué elementos debe abordar el diseño del producto turístico?

Canva

15

El diseño del producto turístico, involucra diferentes elementos que sirven de herramientas, para generar productos turísticos.

Para el desarrollo del turismo en un territorio, es necesario realizar el diseño del producto turístico, (teniendo presente que estos términos, "diseño de producto", son alusivos a la realización de estudios, que permiten identificar las rutas turísticas de un territorio con alto potencial). Este, servirá de insumo para atraer visitantes, generar un reconocimiento en la industria y determina la vocación turística del municipio.

## Elementos que componen un producto turístico

### Glosario

1. Los prestadores de servicios turísticos son las empresas que trabajan en el sector.
2. La Demanda: son los clientes que van a consumir el producto turístico.
3. La Oferta: es la experiencia que se les va ofrecer a los visitantes y turistas.
4. La comunidad: son los encargados de darle vida al producto turístico.
5. Servicios: las necesidades que les vamos a satisfacer a los clientes.
6. Accesibilidad: los medios de transporte para llegar al destino
7. Infraestructura: son los inmuebles de carácter comercial que facilitan la estadia de un turista en el destino
8. Recursos turísticos: son aquellos lugares, objetos o tradiciones que tiene un territorio y que se producen de forma natural.
9. Atractivos turísticos: es un lugar de interés que tiene una vocación cultural o natural en un territorio.

Elemento	Porcentaje
Prestadores de servicio turístico	11.1%
Atractivos turísticos	11.1%
Recursos turísticos	11.1%
Infraestructura turística	11.1%
Accesibilidad	11.1%
Servicios	11.1%
Comunidad	11.1%
Oferta	11.1%
Demanda	11.1%

16



## Comencemos a diseñar el producto turístico de nuestra localidad

Esta actividad permite la planeación del destino turístico en los municipios del centro sur de Caldas

**Relacionar cada elemento mencionado en la página 16 con la situación actual de nuestra localidad, escribirlo o dibujarlo en cada recuadro.**

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.

# IMPORTANTE: REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado, permite analizar la viabilidad del producto turístico. Identificar la estructura turística de la localidad y los elementos que lo componen. Estos, funcionan de base, para proyectar el destino.

Por ejemplo, cuando un destino turístico, no está preparado para atraer turistas y se realiza una campaña de promoción, lo que va a generar es un desorden debido a que el destino, no estaba preparado para recibir un gran número de personas y los establecimientos como restaurantes, hoteles y el mismo atractivo turístico, no dará abasto para atender a los visitantes.



Es por esto, que se hace necesario establecer un estudio de mercado, que evalúe de forma interdisciplinaria las características del producto y su valor diferencial el cual determinará el éxito o el fracaso de la ruta.

19

Este es el inicio para planificar territorialmente el turismo en la localidad, no olvides involucrar los factores mencionados al inicio de este documento para que desde una perspectiva integradora, hagamos del turismo, la alternativa económica idónea para nuestro territorio

**¡HAS DE TU TERRITORIO, UN LUGAR TURÍSTICO INCREIBLE!**



## 5.2 Recomendaciones

Entre las recomendaciones, se propone en esta obra de conocimiento la utilización de la guía orientativa y pedagógica para la planificación del turismo que se encontrará en los anexos del presente documento y obtener un panorama general que oriente la organización y el desarrollo de proyectos de turismo a nivel local.

Esto implicaría también estar al tanto de los resultados de impacto de las políticas públicas de las administraciones municipales en beneficio del territorio, las comunidades y el sector turístico a modo de integración intersectorial. Igualmente, servirá de insumo para la toma de decisiones específicas del sector.

Por consiguiente, el empresario y emprendedor Pablo Castaño del municipio de Neira reconoce *“ausentismo institucional para planear de manera conjunta actividades que resalten el paisaje cultural cafetero, el turismo natural y cultural desde una guía orientativa y articuladora que sirva de insumo para reconocer rutas y sitios turísticos”* (Castaño, P., comunicación personal, 15 de octubre de 2021).

Otra de las recomendaciones es proyectar el territorio en función de mejorar la calidad de los servicios turísticos: los municipios deben crear o actualizar el plan sectorial de turismo, que sirva como herramienta para solucionar problemas relacionados con el turismo: identificación de producto turístico, actualización del inventario turístico, talleres de formación y capacitación a la comunidad, funcionarios públicos y todas aquellas personas relacionadas con el sector.

También, es necesario desarrollar un enfoque coherente de la interrelación educación, TIC y Turismo: es importante comprender el turismo y la relevancia que tiene para el crecimiento económico, social, ambiental de las comunidades. Es por esto que la educación tiene que ir de la



mano con la evolución y las tendencias globales que tiene el sector. Por ejemplo, fomentar el conocimiento de la historia de un lugar, permitirá la construcción de guiones turísticos con calidad y con datos importantes del entorno que se van a mantener en el tiempo, la integración con las TIC mediante plataformas de difusión de productos turísticos del territorio.

Es necesario impulsar un modelo de turismo sostenible que cumpla con la demanda: en este momento, el turismo en algunos municipios de la zona centro sur del departamento de Caldas no solo exige brindar servicios de calidad, sino ser un componente que se transforme en función de mitigar los impactos del cambio climático.

Aunque en este proyecto de investigación, no se hizo énfasis en la importancia de la sostenibilidad y protección y cuidado del medio ambiente, como recomendación creemos necesario que se tomen las medidas pertinentes para la conservación del entorno, teniendo como principio velar por el respeto a la naturaleza en el territorio.

Otra recomendación es garantizar información continua del municipio. Por ejemplo, en los municipios consultados en la investigación, los puntos de información se mantienen en gran medida cerrados o no tienen una persona fija en el lugar. Con urgencia se debe disponer de los recursos humanos y materiales necesarios para que exista una información continua. De esta forma mejorará notoriamente el interés de muchos visitantes por realizar recorridos turísticos por los territorios.

Como sugerencia, se debe crear material informativo de forma digital, las tendencias de la globalización han hecho que el acceder a las plataformas digitales esté al alcance de todos. Por lo tanto, pensar en este mecanismo de promoción y publicidad en el territorio, servirá como estrategia de divulgación y accesibilidad a la información de manera práctica, ágil y eficiente.

Se sugiere, además, garantizar un rol más activo del sector público en la creación de la política pública para el sector turístico mediante el desarrollo de proyectos con modalidades innovadoras de gestión y financiamiento. Y, en el mismo sentido, dar a conocer de forma simplificada la normativa turística para hacer la gestión del desarrollo turístico más efectiva. También, se recomienda la creación y actualización de planes sectoriales de turismo y propender por la planificación de proyectos de turismo específicos.

Ante la continuidad y crecimiento de prestadores de servicios turísticos ilegales, se recomienda desarrollar nuevos instrumentos de control, monitoreo y potenciar las estrategias existentes de quienes hagan las veces de este rol.

Aumentar la accesibilidad y la conectividad entre gestores y zonas turísticas, para garantizar un fácil desplazamiento entre los diferentes lugares que ya tienen un producto turístico consolidado.

## Referencias

- Aguilera-Díaz, M. M., Bernal-Mattos, C. y Quintero-Puentes, P. (2006). Turismo y desarrollo en el Caribe colombiano. *Documentos de Trabajo Sobre Economía Regional y Urbana*, (79).  
<https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER-79.pdf>
- Aguilera Peña, R. (2018). La educación ambiental, una estrategia adecuada para el desarrollo sostenible en las comunidades. *Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible*, (31).  
<https://www.eumed.net/rev/delos/31/roberto-aguilera.html#:~:text=La%20Educaci%C3%B3n%20ambiental%20es%20un%20proceso%20de%20formaci%C3%B3n%20que%20permite,ambientales%20que%20enfrentamos%20en%20la>
- Aguirre, J. C. y Jaramillo, L. G. (2015). El papel de la descripción en la investigación cualitativa. *Cinta de moebio*, (53), 175-189. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2015000200006>.
- Alves Ortiz, F. y Correa, C. (2016). Tecnologías de la información y comunicación en el turismo: Análisis de la producción académica en revistas brasileñas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(3), 304-318.  
[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1851-17322016000300004](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1851-17322016000300004)
- Andrade, J. P., Gaona, N.Y. y Ochoa, N. (2016). Actualización de inventarios del departamento de boyacá, provincia de oriente: Municipios Chivor, Guateque, Somondoco, Sutatenza y Tenza. [Trabajo de grado]. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Duitama, Colombia. <https://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/2028>
- Anton, S. y González, F. (Coords.). (2005). *Planificación territorial del turismo*. Editorial UOC.

- Apud, I. (2013). Repensar el método etnográfico: hacia una etnografía multitécnica, reflexiva y abierta al diálogo interdisciplinario. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, (16), 213-235. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1900-54072013000100010](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-54072013000100010)
- Aranda-Camacho, Y. y Cortés-Leal J. A. (2017). Inventario y priorización de recursos específicos para la gestión activa del turismo rural: estudio de caso del corregimiento de Palomino, Dibulla (Colombia). *Ambiente y Desarrollo*, 21(40), 93-109. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.ayd21-40.ipre>
- Ardila, A. (2015). Turismo, los orígenes y significados. *Turismo y Sociedad*, 17, 143-153. <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n17.09>
- Ascanio, A. (2003). Turismo: la reestructuración cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(1), 33-37. <https://www.redalyc.org/pdf/881/88110103.pdf>
- Ascanio, A. (2010). El objeto del turismo. ¿Una posible ciencia social de los viajes? *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4), 633-641. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88115181016>
- Avellaneda Cortes, J. L. (2015). La página Web de un destino turístico: creación de un modelo web como plataforma centralizada de información, promoción y distribución de servicios turísticos. (Trabajo de grado). Universitat Politècnica de València, España. <http://hdl.handle.net/10251/55279>
- Aviaexport, Mayatur s.a y Aviatur. (2014). *Diseño de producto turístico para el municipio de Pasto y sus corregimientos*. FONTUR. [https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/PRODUCTO\\_TURISTICO\\_Y\\_SUSTENTABLE\\_DE\\_PASTO.PDF](https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/PRODUCTO_TURISTICO_Y_SUSTENTABLE_DE_PASTO.PDF)

Aviaexport. (2015). *Diseño de producto turístico patrimonial de Tierradentro Departamento del Cauca*. [https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-](https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/DISENO_DE_PRODUCTO_DE_TIERRADENTRO.PDF)

[12/DISENO\\_DE\\_PRODUCTO\\_DE\\_TIERRADENTRO.PDF](https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/DISENO_DE_PRODUCTO_DE_TIERRADENTRO.PDF)

Bañuls, A. L. (2009). Capital humano y rendimiento educativo en turismo. *Estudios Turísticos*, (179), 7-26.

[https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/107423.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/107423.pdf)

Becerra, M. L. y Becerra, Y. A. (2008). Educando para el Turismo: Universidad Externado de Colombia y su facultad. *Turismo y Sociedad*, (9), 68-93.

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/428>

Beltrán López, G. (2019). *Turismo rural online: Páginas web y redes sociales*. Editorial UOC.

Beltrán, L. G. (2018). *Geomarketing: Geolocalización, redes sociales y turismo*. Bubok.

Bonilla, J. (2013). Nuevas tendencias del turismo y las tecnologías de la información y las comunicaciones. *Turismo y Sociedad*, 14, 33-45.

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3713>

Boullón, R. (2006a). *Espacio Turístico*. Ed. Trillas.

Boullón, R. (2006b). Espacio turístico y desarrollo sustentable. *Aportes y Transferencias*, 10(2),

17-24. <https://www.redalyc.org/pdf/276/27610203.pdf>

Caride, J., Gradaílle, R. y Caballo, M. (2015). De la pedagogía social como educación, a la pedagogía social como Pedagogía. *Perfiles Educativos*, 37(148), 4-11.

Carreño, A. M. (2012). Itinerarios culturales: una herramienta para el desarrollo turístico sostenible. *Revista Turismo y Patrimonio*, (7), 55-66.

- Castells, M. (2000). Internet y la sociedad red. Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento, Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.alfabetizaciondigital.redem.org/wp-content/uploads/2017/05/Internet-y-la-sociedad-red..pdf>
- Cava Mesa, M. J. (Ed.). (2002). *Propuestas alternativas de Investigación sobre Ocio*. Universidad de Deusto. [http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs\\_ocio/ocio20.pdf](http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio20.pdf)
- Colom Cañellas, A. y Brown González, A. (1993). Turismo y educación (bases para una pedagogía del turismo). *Revista Española de Pedagogía*, 51(194), 57-75.
- CONPES 3294 de 2004. Renovación de la administración pública: gestión por resultados y reforma del sistema nacional de evaluación. Bogotá, 28 de junio de 2004.
- Corazón turístico de Boyacá, Duitama. (2015). *Diseño y desarrollo del producto turístico para la ciudad de Duitama, departamento de Boyacá*. FONTUR. [https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/PRODUCTO\\_TURISTICO\\_DUITAMA.PDF](https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/PRODUCTO_TURISTICO_DUITAMA.PDF)
- Córdoba Gómez, F. J. (2006). La evaluación de los estudiantes: una discusión abierta. *Revista Iberoamericana de Educación*, 39(7), 1-9. <https://doi.org/10.35362/rie3972537>
- Crovi Druetta, D. (2002). Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 45(185), 13-33.
- Dachary, A. C. y Arnaiz, F. C. (2016). Educación universitaria y turismo. *Revista Latinoamericana de Turismología*, 2(2), 8-17
- Damm, L. (1998). Educación profesional en turismo. *Gestión turística*, (3), 2.
- De la Ballina, F. (2018). *Marketing turístico aplicado*. ALFAOMEGA ESIC.

De Oliveira Santos, G. E. (2007). Modelos teóricos aplicados al turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(1), 96-108. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713890005>

Decreto 1075 de 1997. Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a a los prestadores de servicios turísticos. D. O. No. 43023. 14 de abril de 1997.

Decreto 1292 de 2015. Por el cual se modifica parcialmente la estructura de la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. D. O. No. 49546. 17 de junio de 2015.

Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación [Colciencias]. (2017). *Proyecto oferta Colciencias “Colombia bio-turismo científico de naturaleza”*. [https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/07-proyecto-oferta-colciencias-turismo-cientifico\\_0.pdf](https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/07-proyecto-oferta-colciencias-turismo-cientifico_0.pdf)

Duis, U. (2011). Caminos e historias de la tierra cafetera – La unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial de turismo cultural. *Turismo y Sociedad*, 12, 83-110.

Falcón, J. y Herrera, R. (2005). *Análisis del dato estadístico. Guía didáctica*. Universidad Bolivariana de Venezuela. <https://pnfa-iuty-yaracuy.webnode.com.ve/files/200000046-c8762c96c2/Analisis%20del%20Dato%20Estadistico.pdf>

Faria Castro, C. D. P. (2016). Planificación estratégica del turismo en la re-activación de áreas rurales.

Feijoó, J. L. & Palazzolo, S. (2016). *La comunicación en turismo*. Ugerman Editor. <https://elibro.net/es/lc/biblioucm/titulos/78919>

- Fermoso Estébanez, P. (2003). ¿Pedagogía social o ciencia de la educación social? *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, (10), 61-48. <http://espacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:revistaPS-2003-10-2030/Documento.pdf>
- FONTUR. (2017). *Invitación privada a presentar propuestas No FNTIP-030-2017*. FONTUR.
- FONTUR. (2018). *Invitación privada a presentar propuestas No. FNTIP 024-2018*. FONTUR.
- FONTUR. (s.f.). *Diseño de producto turístico cultural para la zona sur del departamento de la Guajira alrededor del folclor vallenato*. FONTUR.
- Fuller, N. (2013). *Turismo y cultura: entre el entusiasmo y el recelo*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Fuentes, A. (2016). Aproximación teórica del objeto de estudio del turismo. *Siembra*, 3(1), 105-110.
- García Ponce, F. J. (2012). *Accesibilidad, TIC y educación*. Ministerio de Educación y Formación Profesional de España. <https://elibro.net/es/lc/biblioucm/titulos/49243>
- Garrigós Simón, F. y Narangajavana, Y. (2006). *Capacidades directivas y nuevas tecnologías en el sector turístico*. Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Giner, D. (2018). *Social media marketing en destinos turísticos: Implicaciones y retos de la evolución del entorno online*. Editorial UOC.
- Giner Sánchez, D. (2107). Hacia una nueva gobernanza del destino turístico: el enfoque de los destinos turísticos inteligentes (DTI). *Oikonomics*, (7), 21-27.  
[https://comein.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/recursos/documents/07/04\\_Oikonomics\\_7\\_Giner\\_es\\_2017.pdf](https://comein.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/recursos/documents/07/04_Oikonomics_7_Giner_es_2017.pdf)
- Goh, D., Lee, C. & Ang, R. (2010). Determining services for the mobile tourist. *The Journal of Computer Information Systems*, 51(1), 31-40.



Gómez Bastar, S. (2012). *Metodología de la investigación*.

[https://www.academia.edu/35808506/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_Sergio\\_Gomez\\_Bastar\\_1](https://www.academia.edu/35808506/Metodologia_de_la_investigacion_Sergio_Gomez_Bastar_1)

González, L. P. y Cano, A. F. (2018). Caracterización de los inventarios turísticos en el Municipio de Restrepo. (Trabajo de grado). Universidad Cooperativa de Colombia, Villavicencio, Colombia.

[https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5934/1/2018\\_caracterizacion\\_inventarios\\_turisticos.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5934/1/2018_caracterizacion_inventarios_turisticos.pdf)

González, M. P. (2015). *Gestión de la información y documentación turística local: Uf0081*.

<https://search.proquest.com>

Guerrero González, P. E. y Ramos Mendoza, J. R. (2015). *Introducción al turismo*. Grupo Editorial Patria.

Guevera Plaza, A. (Coord). (2015). *Sistemas informáticos aplicados al turismo*. Pirámide.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ª ed. McGraw-Hill.

Guerrero González, P. E. & Ramos Mendoza, J. R. (2015). *Introducción al turismo*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/lc/biblioucm/titulos/39409>

Hidalgo Arias, K., Sandí Delgado, J. C. y Cruz Sancho, S. (2014). Integración del turismo educativo en la formación de nuevas sociedades ecológicas. Conferencia Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación. Buenos Aires.

Infantas Barbachán, I. (2009). Visión Geográfica del ciberespacio. *Ar@cne: revista electrónica de recursos en internet sobre geografía y ciencias sociales*, (117).

<http://www.ub.edu/geocrit/ aracne/ aracne-117.htm>

Innovative Tourism Advisors (THR) & Índices de Dirección Empresarial. (2014). *Diseño y estructura de los productos turísticos del paisaje cultural cafetero teniendo en cuenta las actividades y experiencias que pongan en valor el patrimonio natural, cultural y cafetero de sus diferentes subregiones*. FONTUR. [https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/PRODUCTO\\_TURISTICO\\_PAISAJE\\_CULTURAL\\_CAFETERO.PDF](https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/PRODUCTO_TURISTICO_PAISAJE_CULTURAL_CAFETERO.PDF)

Ivars-Baidal, J., Solsona Monzonís, F. J. y Giner Sánchez, D. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(2), 327-346.

Jiménez Bulla, L. H. (2013). *Turismo: tendencias globales y planificación estratégica*. Ecoe Ediciones.

Kaspar, C. (1976). El turismo, objeto de estudio científico. *The Tourist Review*, 31(4), 2-5. <https://doi.org/10.1108/eb057735>

Lecompte, M. (1995). Un matrimonio conveniente: diseño de investigación cualitativa y estándares para la evaluación de un programa. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 1(1). [https://personales.unican.es/salvadol/programas/materiales/matriminio\\_conveniente\\_RELIEVEv1n1.pdf](https://personales.unican.es/salvadol/programas/materiales/matriminio_conveniente_RELIEVEv1n1.pdf)

Ley 1101 de 2006. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. D. O. No. 46461. 22 de noviembre de 2006.

Ley 1209 de 2008. Por medio de la cual se establecen normas de seguridad en piscinas. D. O. No. 47058. 14 de julio de 2008.

Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 –Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. D. O. No. 48487. 10 de julio de 2012.

- Ley 1887 de 2018. Por el cual se crea la semana nacional del Blog y otros contenidos creativos digitales y se dictan otras disposiciones. D. O. No. 50573. 23 de abril de 2018.
- Ley 1913 de 2018. Por medio de la cual se crea la Comisión Interseccional como instancia que coordine y promueva programas y actividades que se desarrollen en las zonas de Paisaje Cultural Cafetero (PCCC) y se fortalezcan las estrategias y criterios que la UNESCO definió para inscribirlo en la lista de patrimonio mundial. 11 de julio de 2018.
- Ley 300 de 1996. Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. D. O. No. 42845. 30 de julio de 1996.
- Ley 99 de 1993. Por la cual se crea el Ministerio de Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones. D. O. No. 41146. 22 de diciembre de 1993.
- López, H. (2013). Diseño participativo del producto turístico para la Comunidad Indígena Embera “El Jagua” Río Chorí (Nuquí- Chocó). Consultoría turística.
- López, H. E. (2014). *Diseño del producto turístico de Norte de Santander, Tomo I de II*. FONTUR. [https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/DISENO\\_DE\\_PRODUCTO\\_TURISTICO\\_NORTE\\_DE\\_SANTANDER\\_TOMO\\_I.PDF](https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/DISENO_DE_PRODUCTO_TURISTICO_NORTE_DE_SANTANDER_TOMO_I.PDF)
- Luque Gil, A., Zayas Fernández, B. y Caro Herrero, J. (2015). Los destinos turísticos inteligentes en el marco de la inteligencia territorial: conflictos y oportunidades. *Investigaciones Turísticas*, (10), 1-25. [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/52102/1/Investigaciones\\_Turisticas\\_10\\_01.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/52102/1/Investigaciones_Turisticas_10_01.pdf)

- Merinero Rodríguez, R. (2010). Desarrollo local y análisis de redes sociales: el valor de las relaciones como factor del desarrollo socioeconómico. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 18, 277-304.
- <https://raco.cat/index.php/Redes/article/view/203450>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). *Metodología para la elaboración de inventarios de atractivos turísticos*. <http://www.casadeculturapiedradelsol.gov.co/wp-content/uploads/2014/09/METODOLOGIA-PARA-LA-ELABORACION-DEL-INVENTARIO-DE-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018-2022. Turismo: el propósito que nos une*. <https://mincit.gov.co/mincit/media/PoliticasyPlanSectorial-de-Turismo-2018-2022-dic42020.pdf>
- Montoya, Y. M. y Pérez, D. A. P. (2016). Turismo en Colombia. ¿Es el turismo una alternativa real para enfrentar el déficit externo? *Ploutos*, 6(2), 48-55.
- Neiman, Z., Barbosa, I. y Pereira, J. C. (2012). La educación ambiental a través de las actividades de turismo educativo en la enseñanza superior. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(2), 477-494.
- Nieto Mejía, A., Félix Mendoza, Á. G., León Cárdenas, M. J., Paredes Murcia, A. y Cárdenas Mora, G. (2018). *Planificación turística en territorios campesinos*. Corporación Universitaria Unitec.
- Orduna, G. y Urpí, C. (2010). Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. *Polis*, (26). <https://journals.openedition.org/polis/102#quotation>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2021). *Las TIC en la educación*. <https://es.unesco.org/themes/tic-educacion>

- Ortega, J. C. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. *Tabanque. Revista Pedagógica*, (31), 244-262.
- Palazzolo, S. y Pérez, M. (2016). *La comunicación en turismo*. Ugerman editor.
- Palladino, E. (2005). *Diseños curriculares y calidad educativa*. Espacio Editorial.
- Pérez Serrano, G. (2002). Origen y evolución de la pedagogía social. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, (9), 193-231. <https://www.redalyc.org/pdf/1350/135018332011.pdf>
- Pié Balaguer, A. y Solé Blanch, J. (2014). *Escenas de educación social*. Editorial UOC.
- Quintana, J. M. (1994). *Textos clásicos de pedagogía social*. Nau Llibres.
- Ramos Guzmán, A. y Fernández, G. (2013). La educación ambiental: un instrumento para el turismo sustentable. *Revista Hospitalidade*, 5(2), 296-312.
- Razquin, M. (2002). Planificación turística y planificación territorial: la necesidad de una convergencia. En Blanquer, D. (Dir.). *Ordenación y gestión del territorio turístico*. (pp. 109-147). Tirant lo Blanch.
- Rincón-Martínez, J. M. y Sierra-Vivas, J. C. (2016). Levantamiento del Inventario turístico del Municipio Mesa, Cundinamarca. (Trabajo de grado). Universidad de Cundinamarca, Colombia.
- <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/268/Levantamiento%20del%20Inventario%20Turistico%20del%20Municipio%20de%20la%20Mesa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivas García, J. (2017). *Planificación turística*. Septem Ediciones.
- Rockwell, E. (1980). *Etnografía y teoría de la investigación educativa*.
- <https://cazembes.files.wordpress.com/2016/05/elsie-rockwell-etnograf3ada-y-teorc3ada-de-la-investigac3b3n-educativa6.pdf>

- Rodríguez Cortés, A., Díaz Velasco, É. y Carreño Cardozo, J. (2015). Turismo como agente educativo: un análisis desde las salidas de campo. *Turismo y Sociedad*, 16, 117-130.  
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4438>
- Rodríguez Moreno, D. (2017). Tecnologías de Información y Comunicación para el turismo inclusivo. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 26(1), 125-146.  
<https://doi.org/10.18359/rfce.3142>
- Rodríguez Sedano, A. (2006). Hacia una fundamentación epistemológica de la pedagogía social. *Educación y Educadores*, 9(2), 131-147.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/eded/v9n2/v9n2a10.pdf>
- Sandí Delgado, J. C. e Hidalgo Arias, K. (2012). Turismo educativo: herramienta para facilitar procesos de enseñanza-aprendizaje. Conferencia en XVI Convención Científica de Ingeniería y Arquitectura. La Habana, Cuba.
- Sandí Delgado, J. y Hidalgo Arias, K. (s.f.). construcción de nuevos escenarios educativos y pedagógicos a partir del turismo educativo. Conferencia XIII Jornadas & I Congreso Internacional del Maestro Investigador. <https://core.ac.uk/download/pdf/296379969.pdf>
- Sarmiento Iglesias, M. (2012). Propuesta de promoción del potencial turístico de la parroquia San José de Ancón. (Trabajo de grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/295/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-54.pdf>
- Serrano, G. P. (2003). *Pedagogía social, educación social: construcción científica e intervención práctica*. Narcea Ediciones.  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Sfu9BjiTQWoC&oi=fnd&pg=PA11&dq=p>

[edagog%C3%ADa+social+serrano&ots=JCknNMHRKr&sig=8lpuia76YJ-](#)

[uP4uf5IHQxnL9PKk#v=onpage&q=pedagog%C3%ADa%20social%20serrano&f=false](#)

Silva Calpa, A. C. (2013). Turismo Educativo. *Revista de Investigaciones UNAD*, 12(1), 225-240. <https://doi.org/10.22490/25391887.1170>

Solórzano, M. y de Armas, R. (2019). La educación social y la pedagogía social en la educación de adultos: su contribución al desarrollo social. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(3), 231-245.

Torres-Melo, J. y Santander, J. (2013). *Introducción a las políticas públicas: conceptos y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía*. IEMP Ediciones.


[https://www.funcionpublica.gov.co/eva/admon/files/empresas/ZW1wcmVzYV83Ng==/imgproductos/1450056996\\_ce38e6d218235ac89d6c8a14907a5a9c.pdf](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/admon/files/empresas/ZW1wcmVzYV83Ng==/imgproductos/1450056996_ce38e6d218235ac89d6c8a14907a5a9c.pdf)

Vanegas, J.G., Restrepo, J.A., Arango, A. I., Henao, A. C. y Ortiz, E. (2017). Evaluación multicriterio e inventario de atractivos turísticos: Estudio de caso. *ESPACIOS*, 38(23), 25-31. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n23/a17v38n23p25.pdf>

Velasco González, M. (2011). La política turística. Una arena de acción autónoma. *Cuadernos de Turismo*, (27), 953-969. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39820898050.pdf>

Anexos.

1. La Siguiente es el formato de entrevista realizado a la comunidad en los cuatro municipios del centro sur de Caldas (Chinchina, Villamaria, Neira, Palestina).

	<b>MAESTRIA EN EDUCACIÓN</b> <b>ENCUESTA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b>	 <b>Universidad<sup>®</sup> Católica de Manizales</b>
--	---	--

**Obra de Conocimiento:** *Instrumento Orientativo para la Planificación territorial en Municipios del Centro Sur de Caldas.*

**Investigadores:** Tania Carolina Corrales

Sebastián Valero

Julio Cesar Ruiz

**Fecha** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

**Lugar:** \_\_\_\_\_

**Nombre de la persona que responde la encuesta:** \_\_\_\_\_

**Edad:** Menos de 18 años \_\_\_\_\_ Entre 19 a 25 años \_\_\_\_\_ Entre 26 a 50 años \_\_\_\_\_

Más de 50 años \_\_\_\_\_

1. ¿usted ha hecho o hace parte de algún programa de educación/formación/ participación en su Municipio?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

2. ¿Conoce usted si las oficinas de turismo realizan programas educativos?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿conoce usted de alguna iniciativa de la comunidad para hacer turismo?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

4. ¿Ha pensado en como desde su comunidad pueden participar en el turismo?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

5. ¿Le gustaría hacer parte de algún programa de educación dirigido hacia el turismo?



- Sí\_ No\_ ¿porque? \_\_\_\_\_
6. ¿Hace parte de algún programa de turismo en su municipio?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
7. ¿considera que existe alguna relación entre el turismo y la educación en su municipio?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
8. ¿conoce usted si alguna institución educativa realiza algún proyecto enfocado en el turismo?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
9. ¿Conoce usted si en el municipio los estudiantes participan en las ferias y fiestas que se realizan en su municipio?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
10. ¿conoce usted de alguna cartilla educativa referente al turismo?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
11. ¿Conoce usted si la alcaldía está implementando algún proyecto que incorpore al turismo?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
12. ¿Qué acciones considera usted que deberían realizarse en el municipio para que los jóvenes participen en beneficio del turismo?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
13. ¿cree usted si las personas que están encargados de las oficinas de turismo están capacitados?  
Sí\_ No\_ \_\_\_\_\_
14. ¿Conoce usted si las instituciones participan de algún proyecto turístico en su municipio?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
15. ¿Cree usted que existen falencias en el turismo de su municipio?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
16. ¿Ha sido informado o vinculado a estrategias tecnológicas para promover el turismo municipal?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
17. ¿Considera usted que el municipio ha crecido en materia de competitividad y recursos de TIC para impulsar el Turismo?  
Si\_\_\_ no\_\_\_ ¿Por qué?
18. ¿considera usted alguna relación entre turismo, educación y tecnología?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
19. ¿Conoce alguna guía o acompañamiento para el aprovechamiento de las TIC con el sector turístico?  
Si\_\_\_ No\_\_\_ ¿Le parecería importante? \_\_\_\_\_
20. ¿Qué plataformas tecnológicas o redes sociales considera usted que promueven para impulsar el turismo?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
21. ¿Conoce usted los puntos vive digital en su municipio?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

22. ¿Considera usted que se puede utilizar los puntos vive digital de su municipio en el turismo?
23. ¿Conoce usted en su municipio una secretaría u oficina de turismo?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
24. ¿Conoce usted alguna institución u organización administrativa a nivel Nacional, Departamental o Municipal que realicen acciones en pro del turismo?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
25. ¿Usted en qué invertiría los recursos económicos del turismo en su municipio?  
\_\_\_\_\_

26. ¿Conoce usted si existe en su municipio un plan estratégico de turismo?  
SI\_\_\_ NO\_\_\_

27. ¿Cuáles acciones se deben hacer para hacer un turismo más responsable y sostenible en su municipio?  
\_\_\_\_\_

28. ¿Cómo se puede fortalecer la planificación y ordenamiento territorial del turismo en su municipio?  
\_\_\_\_\_

29. ¿Conoce si en su municipio han desarrollado el diseño de su producto turístico?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

30. ¿Conoce si en su municipio han desarrollado la construcción de nuevas rutas turísticas?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

31. ¿Conoce usted si el municipio ha realizado alianzas con otras instituciones para favorecer los procesos turísticos de la región?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

32. ¿Qué estrategias de seguridad turística implementaría en su municipio?  
\_\_\_\_\_

33. ¿Conoce si en su municipio han construido alguna infraestructura turística?  
Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

34. ¿Conoce usted si alguna (s) organización (as) extranjera (s) ha invertido recursos en el sector turístico de su municipio?

35. ¿Conoce usted a cuánto tiempo está el aeropuerto más cercano a su ciudad?

- a. De 10 minutos a 1 hora
- b. Más de una hora a 2 horas
- c. Más de 2 hora

Nombre de la ciudad más cercana: \_\_\_\_\_

36. ¿Conoce usted a cuánto tiempo está el terminal de transporte más cercano a su ciudad?

- d. De 10 minutos a 1 hora
- e. Más de una hora a 2 horas

f. Más de 2 hora

Nombre de la ciudad más cercana: \_\_\_\_\_

37. ¿Conoce si su municipio muestra su oferta turística en alguna plataforma digital?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

38. ¿Conoce usted si el municipio cuenta con señalización turística alguna?

SI\_\_ NO\_\_ ¿Dónde? \_\_\_\_\_

39. ¿Ha participado en alguna rueda de negocios en el sector turístico?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

40. ¿Conoce de emprendimientos turísticos en su municipio?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

41. ¿Considera que los empleos que ofrece el sector turístico son bien remunerados?

SI\_\_ NO\_\_ ¿Por qué?

42. ¿Qué innovaciones conoce en el sector turístico de su municipio?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

43. ¿Considera que las personas que trabajan en el sector turístico de su municipio están capacitadas?

SI\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

NO\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

44. ¿Cuántos guías turísticos certificados conoce en su municipio?

1\_\_ Entre 2 o 3 \_\_\_\_\_ más de 3 \_\_\_\_\_

45. ¿Conoce los Colegios amigos de turismo?

SI\_\_ NO\_\_

46. ¿Conoce de alguna campaña de promoción del turismo en su municipio?

SI\_\_ NO\_\_ ¿En qué consistía? \_\_\_\_\_

47. ¿Qué acciones usted realizaría para que el turismo de su municipio sea más competitivo?

48. ¿Conoce usted de alguna campaña sobre seguridad turística en su municipio?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

49. ¿Si usted quisiera acceder a información de su municipio, en donde accedería?

50. ¿Conoce usted si su municipio ha realizado algún inventario de atractivos turísticos?

SI\_\_ NO\_\_

51. ¿Conoce usted si su municipio ha realizado algún inventario de planta turística?

SI\_\_ NO\_\_

52. Menciona una o más debilidades del turismo en su municipio.

\_\_\_\_\_

53. Menciona una o más oportunidades del turismo en su municipio.

54. Menciona una o más fortalezas del turismo en su municipio.

55. Menciona una o más amenazas del turismo en su municipio.

56. ¿Conoce usted de que parte son los turistas que llegan a su municipio?

Sí \_\_\_ NO \_\_\_ ¿De dónde?

57. ¿Conoce usted la intención de visita de los turistas que llegan al municipio?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

58. ¿Conoce usted que tipologías de turismo tiene su municipio?

Sí\_ No\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

2. El siguiente documento fue el consentimiento informado el cual firmaron las personas que respondieron a las entrevistas.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	<b>FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b>	
--	---	--

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

Instrumento Orientativo para la planificación territorial en los municipios del centro sur del departamento de caldas.

<b>INVESTIGADORES:</b>	Tania Carolina Corrales Sebastián Valero Julio Cesar Ruiz	<b>CELULAR</b>	31278760 68 31049418 68 31354842 05	<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:Tania.corrales@ucm.edu.co">Tania.corrales@ucm.edu.co</a> <a href="mailto:Sebasvalero11@gmail.com">Sebasvalero11@gmail.com</a> <a href="mailto:julisce.1995@hotmail.com">julisce.1995@hotmail.com</a>
------------------------	---	----------------	--	---------------	--

**LUGAR:**

**CIUDAD:**

**FFEC HA:**

Usted ha sido invitado a participar en un estudio de investigación. Antes de que decida participar en él, lea cuidadosamente este consentimiento. Haga todas las preguntas que tenga, para asegurarse de que entienda los procedimientos del estudio, incluyendo los riesgos y beneficios.

**PROPOSITO DEL ESTUDIO:**

Diseñar un modelo pedagógico orientativo para la planificación turística territorial, con apoyo de tecnologías de información y comunicación, aplicada a los municipios del centro sur del Departamento de Caldas.

**LOS OBJETIVOS DEL ESTUDIO:**

- ✓ Analizar los modelos de planificación turística, y los ejes articuladores de su formulación en los municipios de la zona centro sur del Departamento de Caldas.
- ✓ Categorizar los procesos educativos y pedagógicos que traen consigo los planes de desarrollo territorial y las herramientas tecnológicas con aplicación al turismo.
- ✓ Caracterizar las estrategias de participación comunitaria en la planificación del desarrollo turístico territorial.
- ✓ Definir referentes educativos y pedagógicos, apoyados en Tics como herramientas para la planificación del desarrollo turístico territorial.

**PARTICIPACIÓN EN EL ESTUDIO:**

La participación consistirá en desarrollar los instrumentos necesarios para la obtención de la información relacionada con el interés del proyecto de investigación entre ellos: Encuestas y entrevistas.  
Su Participación es absolutamente voluntaria. Puede retirarse del estudio en cualquier momento. Sin embargo, los datos obtenidos hasta ese momento seguirán formando parte del estudio a menos que usted solicite expresamente que su identificación e información sean borradas de nuestra base de datos. Al retirar su participación debe informar al grupo de investigación si desea que su información y/o respuestas sean eliminados.

**PRIVACIDAD Y CONFIDENCIALIDAD:**

La información que proporcione a los investigadores de este estudio permanecerá en secreto y bajo ninguna circunstancia será entregada a ninguna persona diferente a usted. A los instrumentos, video, encuestas, fotografías y entrevista, se les asignará un código con el fin de que, personas diferentes a los docentes investigadores, no conozcan su identidad.  
Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en diferentes escenarios, pero su identidad nunca será divulgada.

No firme este consentimiento a menos que haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestación satisfactoria para todas ellas.

Si firma aceptando participar en el estudio, recibirá una copia firmada del consentimiento.

**CONSENTIMIENTO**

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_

**FECHA DE LA FIRMA** \_\_\_\_\_

**CÉDULA:** \_\_\_\_\_

**FIRMA** \_\_\_\_\_

3. El siguiente documento es una de las entrevistas respondidas por la comunidad



MAESTRIA EN EDUCACIÓN  
ENCUESTA DE RECOLECCIÓN DE  
INFORMACIÓN



Universidad<sup>®</sup>  
Católica  
de Manizales

**Obra de Conocimiento:** *Instrumento Orientativo para la Planificación territorial en Municipios del Centro Sur de Caldas.*

**Investigadores:** Tania Carolina Corrales

Sebastián Valero

Julio Cesar Ruiz

**Fecha** 30/09/2021

**Lugar:** Neva (Caldas)

**Nombre de la persona que responde la encuesta:** Pablo Castaño

**Edad:** Menos de 18 años \_\_\_\_\_ Entre 19 a 25 años \_\_\_\_\_ Entre 26 a 50 años

Más de 50 años \_\_\_\_\_

1. ¿usted ha hecho o hace parte de algún programa de educación/formación/ participación en su Municipio?  
Sí\_  No\_  ¿Cuál? \_\_\_\_\_
2. ¿Conoce usted si las oficinas de turismo realizan programas educativos?  
Sí\_  No\_  ¿Cuál? \_\_\_\_\_
3. ¿conoce usted de alguna iniciativa de la comunidad para hacer turismo?  
Sí\_  No\_  ¿Cuál? Hospedaje rural - cabalgatas ecológicas - alojamiento artes.
4. ¿Ha pensado en como desde su comunidad pueden participar en el turismo?  
Sí\_  No\_  ¿Cuál? Emprendimiento - capacitaciones - organización.
5. ¿Le gustaría hacer parte de algún programa de educación dirigido hacia el turismo?  
Sí\_  No\_  ¿porqué? es en lo que se ha trabajado.
6. ¿Hace parte de algún programa de turismo en su municipio?  
Sí\_  No\_  ¿Cuál? \_\_\_\_\_
7. ¿considera que existe alguna relación entre el turismo y la educación en su municipio?  
Sí\_  No\_  ¿Cuál? \_\_\_\_\_
8. ¿conoce usted si alguna institución educativa realiza algún proyecto enfocado en el turismo?  
Sí\_  No\_  ¿Cuál? Le fi Roble - Xena
9. ¿Conoce usted si en el municipio los estudiantes participan en las ferias y fiestas que se realizan en su municipio?  
Sí\_  No\_  ¿Cuál? Compras - Banderas
10. ¿conoce usted de alguna cartilla educativa referente al turismo?

Sí  No  ¿Cuál? \_\_\_\_\_

11. ¿Conoce usted si la alcaldía está implementando algún proyecto que incorpore al turismo?

Sí  No  ¿Cuál? Curso conural.

12. ¿Qué acciones considera usted que deberían realizarse en el municipio para que los jóvenes participen en beneficio del turismo?

capacitación y promoción del turismo.  
conocimiento de la historia

13. ¿Cree usted si las personas que están encargados de las oficinas de turismo están capacitados?

Sí  No

14. ¿Conoce usted si las instituciones participan de algún proyecto turístico en su municipio?

Sí  No  ¿Cuál? el club - escuela rurales

15. ¿Cree usted que existen falencias en el turismo de su municipio?

Sí  No  ¿Cuál? Todo - ausencia de la institucionalidad - compromiso

16. ¿Ha sido informado o vinculado a estrategias tecnológicas para promover el turismo municipal?

Sí  No  ¿Cuál? comercio y comercio - cluster turístico caldes.

17. ¿Considera usted que el municipio ha crecido en materia de competitividad y recursos de TIC para impulsar el Turismo?

18. Si  no  ¿Por qué?

19. ¿considera usted alguna relación entre turismo, educación y tecnología?

de no hacerse.

20. ¿Conoce alguna guía o acompañamiento para el aprovechamiento de las TIC con el sector turístico?

Sí  No  ¿Le parecería importante? \_\_\_\_\_

21. ¿Qué plataformas tecnológicas o redes sociales considera usted que promueven para impulsar el turismo?

ninguna

22. ¿Conoce usted los puntos vive digital en su municipio?

Sí  No  ¿Cuál? Centro cultural - alcaldía.

23. ¿Considera usted que se puede utilizar los puntos vive digital de su municipio en el turismo? se debería

24. ¿Conoce usted en su municipio una secretaría u oficina de turismo?

Sí  No  ¿Cuál? \_\_\_\_\_

25. ¿Conoce usted alguna institución u organización administrativa a nivel Nacional, Departamental o Municipal que realicen acciones en pro del turismo?

Sí  No  ¿Cuál? Fórum.

26. ¿Usted en qué invertiría los recursos económicos del turismo en su municipio?

capacitación - publicidad.

27. ¿Conoce usted si existe en su municipio un plan estratégico de turismo?



SI  NO

28. ¿Cuáles acciones se deben hacer para hacer un turismo más responsable y sostenible en su municipio?

Voluntad política - Voluntad social.

29. ¿Cómo se puede fortalecer la planificación y ordenamiento territorial del turismo en su municipio?

Compromiso - Recursos económicos  
Acompañamiento en la elaboración de proyectos

30. ¿Conoce si en su municipio han desarrollado el diseño de su producto turístico?

Sí  No  ¿Cuál? \_\_\_\_\_

31. ¿Conoce si en su municipio han desarrollado la construcción de nuevas rutas turísticas?

Sí  No  ¿Cuál? Rutas privadas - Ruta de carretera

32. ¿Conoce usted si el municipio ha realizado alianzas con otras instituciones para favorecer los procesos turísticos de la región?

Sí  No  ¿Cuál? Fontur y universidades.

33. ¿Qué estrategias de seguridad turística implementaría en su municipio?

Acompañamiento de la policía y adquisición de atención a urgencias.

34. ¿Conoce si en su municipio han construido alguna infraestructura turística?

Sí  No  ¿Cuál? \_\_\_\_\_

35. ¿Conoce usted si alguna (s) organización (as) extranjera (s) ha invertido recursos en el sector turístico de su municipio?

ninguna

36. ¿Conoce usted a cuánto tiempo está el aeropuerto más cercano a su ciudad?

- a. De 10 minutos a 1 hora  
 b. Más de una hora a 2 horas  
 c. Más de 2 hora

Nombre de la ciudad más cercana: manizale

37. ¿Conoce usted a cuánto tiempo está el terminal de transporte más cercano a su ciudad?

- a. De 10 minutos a 1 hora  
 b. Más de una hora a 2 horas  
 c. Más de 2 hora

Nombre de la ciudad más cercana: manizale

38. ¿Conoce si su municipio muestra su oferta turística en alguna plataforma digital?

Sí  No  ¿Cuál? \_\_\_\_\_

39. ¿Conoce usted si el municipio cuenta con señalización turística alguna?

Sí  No  ¿Dónde? \_\_\_\_\_

40. ¿Ha participado en alguna rueda de negocios en el sector turístico?

Sí  No  ¿Cuál? \_\_\_\_\_

41. ¿Conoce de emprendimientos turísticos en su municipio?

- Sí No ¿Cuál? Rutas turísticas - Caminos - Austeramento de  
Artes - la grana - Touring Colash.
42. ¿Considera que los empleos que ofrece el sector turístico son bien remunerados?  
Sí  NO  ¿Por qué? en algunos artes.
43. ¿Qué innovaciones conoce en el sector turístico de su municipio?  
Sí  No  ¿Cuál? \_\_\_\_\_
44. ¿Considera que las personas que trabajan en el sector turístico de su municipio están capacitadas?  
Sí  ¿Por qué? algun-s.  
NO  ¿Por qué? \_\_\_\_\_
45. ¿Cuántos guías turísticos certificados conoce en su municipio?  
1  Entre 2 o 3  más de 3
46. ¿Conoce los Colegios amigos de turismo?  
Sí  NO
47. ¿Conoce de alguna campaña de promoción del turismo en su municipio?  
Sí  NO  ¿En qué consistía? \_\_\_\_\_
48. ¿Qué acciones usted realizaría para que el turismo de su municipio sea más competitivo?  
Actualización - exigencia - comprensión - extensión
49. ¿Conoce usted de alguna campaña sobre seguridad turística en su municipio?  
Sí  No  ¿Cuál? \_\_\_\_\_
50. ¿Si usted quisiera acceder a información de su municipio, en donde accedería?  
alcalde. - biblioteca
51. ¿Conoce usted si su municipio ha realizado algún inventario de atractivos turísticos?  
Sí  NO
52. ¿Conoce usted si su municipio ha realizado algún inventario de planta turística?  
Sí  NO
53. Menciona una o más debilidades del turismo en su municipio.  
No hay turismo o poca capacidad de carga.
54. Menciona una o más oportunidades del turismo en su municipio.  
paisajes
55. Menciona una o más fortalezas del turismo en su municipio.  
posición geográfica.
56. Menciona una o más amenazas del turismo en su municipio.  
resbaldamiento de tierra sobre población.
57. ¿Conoce usted de que parte son los turistas que llegan a su municipio?  
Sí  NO  ¿De dónde? nacional - vecina - Aracataca - extranjeros
58. ¿Conoce usted la intención de visita de los turistas que llegan al municipio?  
Sí  No  ¿Cuál? Sitio de paso.
59. ¿Conoce usted que tipologías de turismo tiene su municipio?  
Sí  No  ¿Cuál? Turismo de aventura.  
Turismo religioso.  
Turismo cultural.  
Vida café.

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

Instrumento Orientativo para la planificación territorial en los municipios del centro sur del departamento de caldas.

**INVESTIGADORES:..**

Tania Carolina Corrales  
Sebastián Valero  
Julio Cesar Ruiz

**CELULAR:** 3127876068  
3104941868  
3135484205

**EMAIL:** [Tania.corrales@ucm.edu.co](mailto:Tania.corrales@ucm.edu.co)  
[Sebasvalero11@gmail.com](mailto:Sebasvalero11@gmail.com)  
[Julisce.1995@hotmail.com](mailto:Julisce.1995@hotmail.com)

**LUGAR:****CIUDAD:****FECHA:**

Usted ha sido invitado a participar en un estudio de investigación. Antes de que decida participar en él, lea cuidadosamente este consentimiento. Haga todas las preguntas que tenga, para asegurarse de que entienda los procedimientos del estudio, incluyendo los riesgos y beneficios.

**PROPOSITO DEL ESTUDIO:** Diseñar un modelo pedagógico orientativo para la planificación turística territorial, con apoyo de tecnologías de información y comunicación, aplicada a los municipios del centro sur del Departamento de Caldas.

**LOS OBJETIVOS DEL ESTUDIO:**

- ✓ Analizar los modelos de planificación turística, y los ejes articuladores de su formulación en los municipios de la zona centro sur del Departamento de Caldas.
- ✓ Categorizar los procesos educativos y pedagógicos que traen consigo los planes de desarrollo territorial y las herramientas tecnológicas con aplicación al turismo.
- ✓ Caracterizar las estrategias de participación comunitaria en la planificación del desarrollo turístico territorial.
- ✓ Definir referentes educativos y pedagógicos, apoyados en Tics como herramientas para la planificación del desarrollo turístico territorial.

**PARTICIPACIÓN EN EL ESTUDIO:**

La participación consistirá en desarrollar los instrumentos necesarios para la obtención de la información relacionada con el interés del proyecto de investigación entre ellos: Encuestas y entrevistas.

Su Participación es absolutamente voluntaria. Puede retirarse del estudio en cualquier momento. Sin embargo, los datos obtenidos hasta ese momento seguirán formando parte del estudio a menos que usted solicite expresamente que su identificación e información sean borradas de nuestra base de datos. Al retirar su participación debe informar al grupo de investigación si desea que su información y/o respuestas sean eliminados.

**PRIVACIDAD Y CONFIDENCIALIDAD:**

La información que proporcione a los investigadores de este estudio permanecerá en secreto y bajo ninguna circunstancia será entregada a ninguna persona diferente a usted. A los instrumentos, video, encuestas, fotografías y entrevista, se les asignará un código con el fin de que, personas diferentes a los docentes investigadores, no conozcan su identidad.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en diferentes escenarios, pero su identidad nunca será divulgada.

No firme este consentimiento a menos que haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestación satisfactoria para todas ellas.

Si firma aceptando participar en el estudio, recibirá una copia firmada del consentimiento.

**CONSENTIMIENTO****NOMBRE:**

Pablo Castaño S.

**FECHA DE LA**

30/9/2021.

**FIRMA****CÉDULA:**

41472804 (CIVICA)

**FIRMA**