



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

Importancia del Direccionamiento Estratégico, como Herramienta de Crecimiento para el Turismo en Colombia en el año 2023

Corporación Universitaria Remington.
Ciencias Administrativas
Administración de Negocios Internacionales

Luz Andrea Castaño Marín CC 34.065.257 y Julián Jairo Pulgarín Chavarro CC 10.198.330

Tutor Trabajo de grado: César Augusto García Mosquera. Magíster en Administración Económica y Financiera.

Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.
2023.

Contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	4
1.Pregunta orientadora de la búsqueda	5
2.Metodología de búsqueda de la información.....	6
3.Sustentación teórica de la pregunta.....	7
3.1 Introducción:	7
3.2 Generalidades del sector turismo sostenible en Colombia	9
3.3 Direccionamiento estratégico.	10
3.4 Planeación estratégica	11
3.5 Estrategias	11
3.6 Importancia de las redes sociales en el turismo	12
3.7 Importancia del Marketing en el turismo	14
3.8 Toma de decisiones	15
3.9 Turismo post COVID 19 en Colombia	15
3.10 Habilidades Gerenciales.	16
3.11 Gestión del cambio.	17
3.12 Discusiones	17
4. Conclusiones y anotaciones finales:	18
5. Lista de Referencias.	21

Resumen

El informe que se muestra a continuación busca resaltar y reconocer la importancia del Direccionamiento estratégico, como herramienta de crecimiento para el sector del turismo en Colombia, el texto aborda la metodología de búsqueda de información y la sustentación teórica de la pregunta, centrándose en el turismo sostenible en Colombia, destacando la importancia del sector turístico en la economía, la responsabilidad social empresarial, y las políticas para promover la competitividad y el desarrollo social. Este informe busca impulsar la implementación efectiva de herramientas en las organizaciones para fortalecer sus modelos de negocio. Se analizan generalidades del turismo sostenible en Colombia, la generación de empleo, la proyección estratégica al 2030, y los desafíos del sector turismo, incluyendo el impacto del COVID-19. Se discuten temas como la planeación estratégica, la importancia de las redes sociales y el marketing en el turismo, así como las habilidades gerenciales y la gestión del cambio, también se destaca o resalta la adaptabilidad y la innovación como clave para sobresalir en un entorno turístico cambiante. A pesar de los desafíos, se proyecta un futuro positivo para el turismo en Colombia post-COVID-19, destacando la importancia de estrategias sostenibles para el desarrollo económico y social del país y de las familias que viven de este sector económico.

Palabras clave:

Alianzas sectoriales, Competitividad, Desarrollo de infraestructuras, Dirección estratégica
Estrategia turística, Innovación turística, Marketing estratégico, Planificación estratégica,
Turismo sostenible.

1. Pregunta orientadora de la búsqueda

¿Cuál es el alcance del direccionamiento estratégico, como herramienta de crecimiento, para el turismo sostenible en Colombia?

2. Metodología de búsqueda de la información

Se realizó una búsqueda exhaustiva de información como parte fundamental para el informe, utilizando un método de revisión documental que abarcó diversas fuentes bibliográficas a nivel global, regional y local.

La información recolectada fue sometida a un análisis en profundidad, utilizando un enfoque que pueda ser comprendido e interpretado, con el propósito de abordar de manera integral la temática.

Además, se usó herramientas de búsqueda como Google Académico, configurando la búsqueda con palabras clave para facilitar la comprensión y agilizar la obtención de información. Se tuvo especial cuidado en respetar las diversas fuentes de apoyo y sus autores, evitando cualquier forma de suplantación de la información.

Una vez que se contó con toda la información bibliográfica como fundamento para el informe, se procedió a llevar a cabo las discusiones y conclusiones, en esta fase, se emitieron los puntos finales del informe, logrando así alcanzar el objetivo planteado para el mismo.

3.Sustentación teórica de la pregunta

3.1. Introducción.

El ámbito turístico adquiere una destacada importancia en la economía de un país, ya que alberga empresas que ofrecen servicios y productos, generando ingresos significativos para economías sostenibles. Dentro del sector turístico, se identifican elementos cruciales como la responsabilidad social empresarial, la cual se fundamenta principalmente en las acciones emprendidas por las empresas con el propósito de atender las necesidades de sus grupos de interés. (Telenchana 2021)

El turismo sostenible hoy en día, también hace parte de la responsabilidad social empresarial como papel importante que llama mucho la atención a nivel mundial y aunque son utilizados por los stakerholders y muchas empresas de todo el planeta de forma ineludible, estos tienen sus recompensas. (Lalangui, 2017)

En un homenaje a los recursos y la naturaleza que nos reúne en un país que es tan rico en Biodiversidad, paisajes, recursos naturales y ecosistemas, se busca que Colombia se convierta en el centro para el desarrollo del turismo sostenible y sustentable, por esto se han llevado a cabo políticas de turismo que permitan tener una mejor competitividad, desarrollo social y cultural a nivel nacional e internacional, integrando aspectos fundamentales para los negocios turísticos entre los cuales se encuentran temas como: Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, Gestión eficiente de energía y la inversión en fuentes de energías renovables y no convencionales, Ahorro y uso eficiente del agua, Manejo responsable de los residuos sólidos, Tratamiento adecuado de las aguas residuales, protección de la biodiversidad y los ecosistemas de un país, en la cual articularan diferentes empresas actores de este sector en Colombia, logrando así una mejor proyección de imagen a nivel nacional e internacional.

Por otra parte, se busca poder mejorar en el desarrollo vial, en la cual se están ejecutando obras viales de vías 4G y 5G y remodelaciones de aeropuertos que permitirán más itinerarios de vuelos nacionales e internacionales, esto para fomentar el crecimiento turístico y económico del

país articulando entidades privadas y públicas para estas inversiones, lo cual hará de Colombia un País reconocido turísticamente por sus lugares urbanos y zonas rurales.

Los servicios turísticos en Colombia se dividen en tres grandes grupos de servicios: hospedaje, alimentación y transporte, también existe el servicio de las agencias de viajes que colaboran a los viajeros a organizar y contratar todos o sólo algunos de esos servicios. Entre las empresas vinculadas en la industria turística colombiana más importantes están: Avianca, Latam Airlines, Viva air, Wingo, Satena, American Airlines, Hoteles Decamerón, Hoteles Estelar, hoteles adscritos a la cadena hotelera GHL, entre otros. Siendo todos estos sectores vinculados a FONTUR.

En la proyección del Plan estratégico al año 2030 el cual se denomina la “hoja de ruta” por un turismo sostenible en Colombia donde se redactan seis estrategias, entre las que están: la sostenibilidad en la cadena de turismo, inversión e innovación para agregar valor al turismo sostenible; también 14 programas, 32 proyectos y 14 acciones indicativos de política.

En este contexto, el propósito fundamental de este informe es promover que las organizaciones implementen de manera efectiva herramientas que les sirvan de respaldo en la concepción de modelos de negocio dentro de su enfoque estratégico. Esto tiene como fin potenciar el éxito de estas organizaciones en sus planes de expansión e innovación.

3.2 Generalidades del sector turismo sostenible en Colombia

El turismo no solo es fundamental para la economía colombiana al generar ingresos significativos a través de servicios y productos, sino que también destaca la importancia de la responsabilidad social empresarial, que evoluciona hacia la inclusión del turismo sostenible a nivel global. Colombia, con su abundante biodiversidad y recursos naturales, busca convertirse en líder del desarrollo del turismo sostenible en la cual se han implementado políticas que promueven la competitividad y el desarrollo social, abordando aspectos clave como la reducción de emisiones, eficiencia energética, manejo responsable de residuos y protección de la biodiversidad, además, proyectos de infraestructura como las vías 4G y 5G y la modernización de aeropuertos están destinados a impulsar el crecimiento turístico y económico, consolidando a Colombia como un destino reconocido internacionalmente.

En cuanto a la generación de empleo, a través del turismo sostenible se han creado numerosos empleos en sectores como la hotelería, la gastronomía y los servicios turísticos, contribuyendo al crecimiento económico y la reducción de la pobreza, ha impulsado la diversificación de la economía colombiana, disminuyendo la dependencia de sectores tradicionales y generando ingresos adicionales, el desarrollo de infraestructuras turísticas en regiones previamente marginadas ha mejorado la calidad de vida de las comunidades, promoviendo la inversión y el desarrollo local.

Otro de los temas generales de turismo en Colombia, es el turismo de salud el cual no ha madurado mucho, pero está en progreso y se proyecta como uno de los nichos más atractivos por población joven y adulta. Este sector particularmente se caracteriza por priorizar sus grupos de interés buscando potenciarlos a un nivel competitivo y relacionarlo con el estado en cuando a su transformación lucrativa. (Ortiz, 2013)

3.3 Direccionamiento estratégico.

Las deliberaciones frente al plan sectorial del Turismo en Colombia 2018-2022 se realizan cálculos sobre sus necesidades y actuaciones que ayudan a los líderes a través de ese análisis contemplar cual es la mejor solución. En el turismo las informaciones fiables financieras nos permiten analizar y a actuar bajo un plan de acción encaminado a utilizar variables confiables para la economía como el empleo y el Producto Interno Bruto (PIB). (Chaverra 2019)

Se espera que el direccionamiento estratégico en el sector turismo en Colombia permita un incremento significativo de la competitividad y la sostenibilidad del sector, así como el fortalecimiento de la promoción turística y el aumento del número de turistas extranjeros en el país. Esto contribuirá al desarrollo económico y social del país, generando empleo y mejorando la calidad de vida de las comunidades locales.

Por otra parte los objetivos de la direccionamiento estratégico busca, Primero: Ofrecer fortalecimiento y promoción del turismo a través de estrategias de mercadeo que ayuden al posicionamiento del turismo colombiano en los mercados internacionales y así poder atraer más inversión extranjera, segundo: incrementar la competitividad del sector a través de la mejora de infraestructura, calidad y productividad, tercero: mejorar la eficiencia y calidad en la prestación del servicio a través de programas de capacitación para el personal y empresas prestantes de los servicios turísticos, cuarto: a través de estrategias para la promoción y el desarrollo del turismo sostenible que permita realizar una actividad más responsable que contribuya a la conservación de los recursos naturales y a la sostenibilidad del desarrollo económico y social de las comunidades prestadoras del servicio.

Si bien Colombia ha tenido importantes cambios y crecimiento en los últimos cinco años, para el logro de estos objetivos se ha enfrentado a muchos desafíos y obstáculos que limitan su potencial y desarrollo, entre los cuales se destacan la falta de una estrategia que integre todo el desarrollo del sector, la baja productividad y eficiencia empresarial en algunos sectores del país,

la baja competitividad internacional debido a los aspectos de orden público y la baja calidad en la prestación de los servicios turísticos.

3.4 Planeación estratégica

En Colombia se realizó un análisis DOFA de esos insumos turísticos buscando concretar un plan estratégico usando el modelo del plan de perfilamiento City Marketing para efectuar un proyecto turístico sostenible, comunitario y ecoturismo entre otros. (Colpas, 2020). En el sector del turismo en Colombia la planeación estratégica surge como una herramienta esencial para impulsar su crecimiento, las empresas del sector turístico afrontan desafíos constantes y esa planificación estratégica lidera ese medio fundamental para prever, anticipar recoger réditos en ese ambiente dinámico y competitivo. En consecuencia, al acoger enfoques estratégicos, las empresas pueden alinear todo su aparato logístico en recursos, objetivos y acciones, permitiendo esto un desarrollo relacionado y sostenible en el tiempo. La planificación estratégica en el sector turismo no solo implica la identificación de metas a corto y largo plazo, sino también la adaptabilidad para enfrentar cambios en las tendencias del mercado y las preferencias de los turistas. En Colombia esta planificación estratégica permite identificar esos nichos de mercado la optimización de la oferta turística y la creación de propuestas de valor diferenciadas que atraen a un espectro más amplio de visitantes.

3.5 Estrategias

Para el desarrollo del plan estratégico, se está llevando a cabo estrategias que impactan de manera directa los diferentes sectores turísticos y prestadores del servicio en Colombia, entre ellas hace parte el Fortalecimiento del Turismo Sostenible, en el cual se quiere fomentar el turismo Rural que pueda contribuir al Desarrollo social y económico de comunidades colombianas, el turismo de Naturaleza aprovechando la riqueza de los recursos naturales, permitiendo explorar destinos de alta calidad que favorezcan el desarrollo sostenible y el turismo

Cultural que sin duda es un contribuyente de la economía para comunidades locales, que permiten su crecimiento y desarrollo, mostrando la diversidad del patrimonio cultural de Colombia.

También está dentro de las estrategias fomentar el fortalecimiento de la infraestructura turística en cuanto a Hotelería, gastronomía, transporte y atracciones turísticas. En cuanto a hotelería se busca poder aumentar la oferta hotelera y calidad del servicio, desarrollar nuevos proyectos de alcance nacional e internacional. En el ámbito gastronómico se realizará desarrollo y promoción de la gastronomía local que permita tener una amplia oferta turística que contribuya a la economía local. En Transporte se están desarrollando inversiones en vías 4G y 5G, ampliaciones de puertos y creación de rutas aéreas conectoras entre las diferentes ciudades del país, permitiendo tener una mejor accesibilidad entre los lugares turísticos del país y en cuanto a atracciones turísticas el país está invirtiendo en conservación y mantenimiento de las ya existentes y en la creación de nuevas atracciones que conlleven al desarrollo local.

Se espera que, con el desarrollo de estas estrategias, Colombia pueda tener un crecimiento significativo en la competitividad y sostenibilidad que le permita fortalecer la promoción en el sector turístico ya que esto atraerá más turistas tanto extranjeros como locales, contribuyendo así al crecimiento social y económico y a la generación de empleo mejorando la calidad de vida de las comunidades locales.

Otra estrategia en el sector turismo en Colombia, es poder buscar como desarrollo local y social la valorización y participación de la familia con sus recursos productivos como alimentos, artesanías, caminatas llamadas ecológicas y eventos gastronómicos poder comercializarlos en un modelo de turismo rural comunitario, el cual podría ser una opción de reemplazo al turismo masivo. Y, al mejorar la calidad de vida de las familias, creando estrategias que impacten positivamente el desarrollo rural bajo un ecosistema de innovación potenciando el turismo familiar (Jaramillo, 2020).

3.6 Importancia de las redes sociales en el turismo

Se define que las redes sociales son estructuras formadas en sitios de Internet por personas, organizaciones, empresas o grupos que se conectan a partir de beneficios o valores comunes sin importar el idioma o su localización geográfica, entre las más populares se tienen Facebook, WhatsApp y Twitter son las que más usuarios o personas utilizan o tienen. (Medina, 2023)

Las redes sociales han sido importantes con el tiempo, pues han revolucionado la manera de comunicarnos, por eso en el turismo han sido muy relevantes porque han transformado esta industria y se han aprovechado como herramientas poderosas para promover destinos y servicios turísticos, permitiendo conectar a los viajeros con los diferentes sectores, hotelería, gastronomía, transporte y atracciones turísticas y planeando mejor el viajero y compartir sus experiencias en tiempo real.

En esta revolución digital, las redes sociales han permitido abrir las posibilidades de la industria del turismo hacia el mundo ya ahora los viajeros tienen la posibilidad de tener acceso a la información y calificación de destinos, alojamientos, lugares gastronómicos y actividades locales, en las cuales plataformas digitales como Facebook, Booking, Tripadvisor, Instagram, Airbnb, TikTok, YouTube, entre otras, han abierto la ventana a la información, permitiendo compartir imágenes, comentarios y videos que orientan a los viajeros para planificar sus viajes y tener grandes expectativas.

Dentro de los beneficios ofrecen las redes sociales están:

1. Mayor visibilidad a través de plataformas en las que las empresas turísticas estén inscritas y así llegan a un mercado global de forma más rápida.
2. Relacionamiento o interacción directa con el cliente, permitiendo responder inquietudes acerca de sus reservas, para ofrecer productos y servicios, recibir sugerencias, quejas o reclamos, esto hace que se preste un servicio más personalizado.
3. Generación de contenido acerca de experiencias de viajes de los usuarios en sus plataformas, lo que hace que para otros sea el medio o fuente confiable de información.
4. Acercamiento con el usuario a través de ofertas exclusivas para promover y atraer a los turistas.

5. fidelización de clientes y creación de comunidades online que permiten tener un flujo constante de clientes.

Hay que considerar que las redes sociales ofrecen beneficios y oportunidades para la industria turística, pero también pueden plantear retos y precauciones, ya que hay que manejar adecuadamente las críticas y comentarios negativos de los usuarios, por lo que la empresa prestadora del servicio debe prepararse para corregir las situaciones que los pueda calificar de manera baja y tener un buen servicio al cliente.

3.7 Importancia del Marketing en el turismo

La importancia del marketing en el turismo; la información es el activo máspreciado del mercadeo tanto para el vendedor como para el comprador, ya que la internet se ha transformado en la principal fuente de la información de todo el componente Turístico utilizado comercialmente, ya que se presta para cumplir con la característica de ser multifuncional. (García, 2018)

Basados en lo anterior, se puede decir que el Mercadeo o Marketing ocupa un papel muy importante dentro de las organizaciones turísticas, ya que es un mercado muy competitivo y a través de este, se puede atraer una gran cantidad de clientes o turistas, se puede promocionar los destinos, llegar a un target específico, diferenciarse de la competencia y ofrecer diferentes actividades que generarán grandes experiencias a los usuarios.

A través del tiempo el marketing ha ido sufriendo unos cambios o evoluciones que brindan más herramientas para impactar los mercados objetivos, es por esto que hoy día se habla de Marketing tradicional y marketing digital. Es importante entender que, en el sector del turismo, el Marketing tradicional ocupa una gran importancia, ya que a través de este se realiza promoción con publicidad impresa, relaciones públicas y eventos sociales, por lo cual lo hace un medio efectivo para crear relaciones y conexiones permanentes, por otra parte, el Marketing digital ha tenido un gran auge ya que ha transformado la manera en que las empresas turísticas llegan a sus clientes objetivos, ya que les brinda la oportunidad de dirigirse de manera rápida y

efectiva a un grupo más global cumpliendo las características del perfil necesario a través de redes sociales, realizar publicaciones en línea que promueven sus destinos.

3.8 Toma de decisiones

La toma de decisiones en el sector del turismo colombiano se asimila como cuando se planifica muy meticulosamente un viaje, un proyecto de trabajo de mucho valor, cada decisión acertada favorece elocuentemente a tener en cuenta a nuestro país como un destino que respeta las leyes de conservación de su medio ambiente. En el entorno del sector turístico, las decisiones adoptan un papel fundamental, guiando hacia el camino más adecuado para asegurar que todos los participantes disfruten de experiencias significativas que ese es el objetivo principal. Las personas que deciden deben ponderar la búsqueda de atracción de destinos turísticos, la oferta de servicios de calidad y, simultáneamente, la preservación y respeto al medio ambiente.

En este contexto también se presentan las compañías de construcción donde toman decisiones para mejorar en todos sus procesos, forjar alianzas, administrar financieramente su contabilidad, disminuyendo los nichos de competencia y aprovechando eso sí las oportunidades del sector turismo, cabe anotar que estas empresas son grandes, medianas y pequeñas para construir infraestructura, malla vial, férrea, puertos y aeropuertos. (Paz Marcano, 2020)

3.9 Turismo post COVID 19 en Colombia

El panorama del turismo en Colombia, considerando los años 2019 y 2021 en el contexto post-COVID-19, ha experimentado un cambio significativo. El año 2019 fue testigo de una emocionante actividad turística, caracterizada por vibrantes y numerosas experiencias. Sin embargo, la llegada de la pandemia en 2020 y su impacto continuo en 2021 transformó profundamente la dinámica turística. La necesidad de adaptarse a nuevas circunstancias y protocolos de seguridad ha redefinido la experiencia de viaje.

De acuerdo al texto anterior el impacto del Covid-19 en la economía del sector turístico es evidente, especialmente en América Latina y El Caribe. Empresas de todos los tamaños, independientemente de su sector económico, han experimentado las consecuencias de la paralización de actividades debido a la rápida propagación del virus, las medidas implementadas por la situación de salud pública nacional incluyen el cierre de aeropuertos, tanto para vuelos nacionales como internacionales, como de restaurantes y medidas para el transporte terrestre. Estos datos reflejan la magnitud del impacto económico en diversos departamentos del país como resultado de estas decisiones (Páez, 2020).

A pesar de los desafíos, desde 2022 se vislumbra un futuro en el que el turismo en Colombia se adapta y florece nuevamente, priorizando la seguridad y bienestar de los viajeros mientras se descubren nuevas e innovadoras maneras de apreciar la riqueza cultural y natural de nuestro país. Este periodo post-COVID-19 se percibe como una fase de reajuste y adaptación, donde la industria turística busca restablecerse y evolucionar hacia nuevas formas de exploración y disfrute, adoptando las tecnologías de la información, como fuentes de promoción de los diferentes destinos turísticos y realizando actividades con responsabilidad social y sostenible.

3.10 Habilidades Gerenciales.

Las habilidades gerenciales en el sector de turismo en Colombia son cruciales en el éxito de empresas y organizaciones, por eso esa capacidad de los líderes para visionar, alinear recursos y adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado es esencial para dirigir equipos, tomar decisiones estratégicas y adaptarse a un entorno cambiante. Los líderes o gerentes turísticos deben poseer habilidades de comunicación clara, efectiva para interactuar con diversos grupos de interés y promover la colaboración. Es así como la gestión eficiente de recursos y la planificación estratégica son imperativos para afrontar los desafíos específicos del turismo. En este contexto, las habilidades gerenciales no solo impulsan la eficiencia operativa, sino que también contribuyen al desarrollo sostenible y al crecimiento continuo de la industria turística en el país.

Por otro lado, la herramienta de gestión habilidad gerencial se toma como el ingenio, la destreza y la actitud que poseen las personas para la culminación de una acción, también como la

capacidad del individuo en adquirir esos aprendizajes, los cuales son capaces de producir resultados con gran máximo de aceptación, disminuyendo tiempos de entrega, reduciendo costos y buscando ante todo la seguridad. (Niebles, 2020)

3.11 Gestión del cambio.

Dentro de la cultura de la gestión del cambio en el sector turismo en Colombia, surge como un factor clave para enfrentar los desafíos dinámicos. La adaptabilidad y la capacidad de innovar son esenciales para sobresalir en un entorno turístico en constante evolución. La introducción de nuevas tecnologías, tendencias de viaje y demandas del mercado requiere una gestión del cambio ágil. Aquellos en la industria turística colombiana que abrazan proactivamente el cambio no solo mejoran su competitividad, sino que también contribuyen a la transformación positiva y al crecimiento sostenible de la oferta turística del país.

La adaptación de la gestión del cambio de las dinámicas del mercado del sector turismo, reinventarse surge de momentos difíciles y críticos para muchas industrias o empresas de turismo, la resiliencia ganó gran auge entre personas emprendedoras que se adaptaron rápidamente, se ajustaron a nuevas realidades todo en cara de mantener el negocio. (Acero, 2017)

3.12 Discusiones

Dentro de las generalidades que presenta el sector turismo en Colombia, es importante resaltar, que a través de este se produce una gran generación de empleo, ya que incluye sectores como el gastronómico, el hotelero y transporte, generando una sinergia en la que no son excluyentes el uno del otro, esto hace que se trabaje en conjunto por un crecimiento económico y social, lo cual entidades públicas y privadas realizan inversiones en infraestructuras para promover el desarrollo de la economía local.

El sector turístico en Colombia, con un enfoque particular en la sostenibilidad, ha implementado políticas que buscan posicionar al país como líder en turismo sostenible, sin embargo, la pandemia del COVID-19 ha impactado significativamente, llevando a ajustes en la dinámica turística y resaltando la importancia de la gestión del cambio para adaptarse a nuevas circunstancias. A pesar de los desafíos, visualizamos un futuro en el que el turismo en Colombia se recupera, priorizando en la seguridad, el bienestar de los viajeros y explorando formas innovadoras de disfrutar de la riqueza cultural y natural del país, teniendo en cuenta que estrategias como la de invertir en proyectos de infraestructura, como las vías 4G y 5G, para impulsar el crecimiento económico y turístico y desarrollar un programa de turismo sostenible y sustentable, permitirá la recuperación del sector.

En el análisis realizado por la empresa de consultoría McKinsey & Company las organizaciones o empresas que ejecutan una estrategia robusta del direccionamiento estratégico tienen un desempeño económico notablemente superior en contraste con aquellos que no lo logran. Esas investigaciones las cuales también se hicieron en el sector turístico llevaron a que se concluyera que teniendo un horizonte nítido, metas estratégicas específicas y planes de acción detallados ocasionaron un crecimiento sostenido y su competitividad también aumentó. (Hernández, 2023)

4. Conclusiones y anotaciones finales:

Hoy día el turismo sostenible en Colombia, más que una simple actividad económica, se revela como un pilar fundamental para el desarrollo económico del país, al encaminarlo en la preservación de los recursos naturales y la promoción de prácticas responsables, busca no solo generar ingresos, sino también preservar el patrimonio ambiental para las futuras generaciones.

El uso de la aplicación de herramientas de direccionamiento estratégico en el sector turismo de Colombia no solo tiene como objetivo el aumento de la competitividad, sino que se fomenta como un medio para fortalecer la promoción a nivel internacional y atraer inversión extranjera haciendo más atractivo este sector económico. Como se mencionó anteriormente, estas

estrategias son esenciales para lograr un desarrollo sostenible en el tiempo y brindar mejoras a las familias que viven de este (Jaramillo, 2020).

En cuanto a los retornos económicos, el impacto positivo del turismo sostenible va más allá, manifestándose en la creación de muchos puestos de mano de obra, especialmente en áreas como el de hotelería, los servicios turísticos y gastronomía y la conservación de los recursos naturales. Este fenómeno contribuye de manera activa al crecimiento económico y al mismo tiempo, reduce los índices de pobreza de las familias que tiene que ver con este sector del turismo que se encuentran a lo largo y ancho de nuestro territorio colombiano.

También se ha reducido la dependencia de esos sectores habituales como enfoque estratégico y diversificación de la economía colombiana y se ha vuelto tangible gracias a la orientación en el turismo sostenible, mientras que las inversiones en infraestructuras en regiones previamente desatendidas han elevado significativamente la calidad de vida local de las familias dedicadas a este tipo de sector turístico.

Por otra parte, la planificación estratégica en el turismo no es simplemente una herramienta de gestión, sino una necesidad imperante para anticipar los desafíos. Al adoptar enfoques estratégicos, las empresas turísticas colombianas no solo identifican metas a corto y largo plazo, sino que también demuestran la adaptabilidad necesaria para enfrentar cambios en las preferencias de los turistas y en las tendencias del mercado.

Utilizar herramientas amigables para poder analizar y tomar decisiones, como el enfoque integral, que incluye proyectos que involucran directamente a las comunidades locales, asegurando que el desarrollo no solo beneficie a los turistas, sino que también contribuya al bienestar y empoderamiento de las poblaciones locales. Las estrategias clave, como el fortalecimiento del turismo sostenible y la mejora de infraestructuras, son fundamentales para un crecimiento sostenible y equitativo del turismo en Colombia.

A pesar de los desafíos provocados por la pandemia, se vislumbra una recuperación del turismo en Colombia en el periodo post-COVID-19. Este renacimiento no solo se centra en la adaptación a nuevas circunstancias y protocolos de seguridad, sino también en la adopción de

enfoques innovadores que garanticen la seguridad y el bienestar de los viajeros, consolidando a Colombia como un destino turístico confiable y responsable. (Páez, 2020)

Lista de referencias.

- Chaverra Márquez, J. E. (2019). Proyecto de investigación: rentabilidad patrimonial y direccionamiento estratégico de las empresas de servicios turísticos en Colombia.
- COLPAS, F. D. J., TARON, A. A., & GONZALEZ, R. E. (2020). Plan estratégico para el desarrollo sostenible del turismo en la ciudad de Cartagena, Colombia. *Revista ESPACIOS. ISSN, 798, 1015.*
- García Ochoa, N. M. (2018). Destination Marketing: posicionamiento del sector turístico.
- Hernández Sánchez, E. J., & Gómez Alonso, L. Formulación del direccionamiento estratégico en Colombia bajo el estudio del caso de organizaciones colombianas (Doctoral dissertation, Universidad Santo Tomás).2023
- Jaramillo, C. A. A., Arciniegas, C. M. A., Sánchez, E. O. P., & Janne, P. C. (2020). Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia, 25(89), 92-104.*
- Lalangui, J., Espinoza Carrión, C. D. R., & Pérez Espinoza, M. J. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Revista Universidad y sociedad, 9(1), 148-153.*
- Medina Morales, L. N., & Marín Vallejo, H. (2023). Incidencia del marketing digital en las campañas publicitarias realizadas en redes sociales en el sector de turismo durante el período 2016-2020.
- Niebles Núñez, L. (2020). Habilidades gerenciales como herramienta para el fortalecimiento del liderazgo transformacional en las mipymes. Editorial Universidad del Atlántico.
- Ortiz, V. V., & Godoy, J. A. R. ESTRUCTURA DE CAPITAL EN EMPRESAS DE TALLA MUNDIAL: CASO DEL SECTOR TURISMO EN COLOMBIA. Agosto 2013

Paz Marcano, A., García Guiliany, J., Suarez Barros, H., & Pinto Aragón, E. (2020). Toma de decisiones gerenciales en Pymes de construcción del distrito especial turístico y cultural de Riohacha.

Telenchana, CL, & Falcón, VV (2021). Modelo estratégico de Responsabilidad Social Empresarial utilizando el Cuadro de Mando Integral en el sector turístico. *RES NON VERBA REVISTA CIENTÍFICA*, 11 (1), 140-150.