

Turismo de naturaleza en Quindío (Colombia): hacia una gobernanza para su desarrollo

Nature tourism in Quindío (Colombia): towards governance for its development

Turismo de natureza em Quindío (Colômbia): rumo à governança para seu desenvolvimento

Edwin Tarapuez-Chamorro; Beatriz Elena Guzmán-Díaz; Ramiro Parra-Hernández

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Profesor titular del programa de Contaduría Pública, Universidad del Quindío. ORCID: 0000-0003-1668-0840. E-mail: eitarapuez@uniquindio.edu.co, Armenia, Colombia.

Magíster en Administración de Empresas, Universidad Externado de Colombia. Profesora asociada del Programa de Administración de Negocios, Universidad del Quindío. ORCID 0000-0002-9943-3548. E-mail: beguzman@uniquindio.edu.co, Armenia, Colombia.

Magíster en Gerencia del Talento Humano, Universidad de Manizales, Colombia. Profesor asociado del programa de Administración de Negocios, Universidad del Quindío. ORCID 0000-0003-4685-6130. E-mail: rparra@uniquindio.edu.co, Armenia, Colombia.

Recibido: 23 de junio de 2025

Aceptado: 26 de septiembre de 2025

DOI: <https://doi.org/10.22267/rtend.262701.291>

Cómo citar este artículo: Tarapuez, E., Guzmán, B. y Parra, R. (2025). Turismo de naturaleza en Quindío (Colombia): hacia una gobernanza para su desarrollo. *Tendencias*, 27(1), 178-206. <https://doi.org/10.22267/rtend.262701.291>

Resumen

Introducción: El turismo de naturaleza ha surgido como una alternativa clave para el desarrollo en regiones con gran riqueza ecológica y cultural, como el Quindío, Colombia, conocido por su Paisaje Cultural Cafetero. **Objetivo:** Identificar los retos del turismo de naturaleza desde la dimensión económica y proponer elementos de gobernanza para su desarrollo. **Metodología:** Se utilizó un enfoque cualitativo mediante talleres y grupos focales con actores de los ámbitos académico, empresarial, gubernamental y de la sociedad civil. Se exploraron barreras como la insuficiencia de infraestructura física y digital, la desarticulación institucional y la baja apropiación normativa. **Resultados:** Se propone fortalecer la gobernanza con mecanismos de coordinación interinstitucional, participación ciudadana y modelos multiactor; actualizar los instrumentos de planificación territorial; fomentar innovación en productos turísticos diferenciados y mejorar la vinculación entre actores públicos, privados y comunitarios. **Discusión:** La brecha digital rural y la fragmentación político-institucional limitan el acceso a los mercados, la coordinación y la captura de valor, en línea con evidencia nacional e internacional. **Conclusión:** El desarrollo del turismo de naturaleza en el Quindío, requiere gobernanza participativa e integral que articule sostenibilidad ambiental, cohesión social e inversión estructural, alineada con el Paisaje Cultural Cafetero y fortalezca capacidades locales y seguimiento participativo.

Palabras clave: desarrollo comunitario; desarrollo económico y social; desarrollo regional; gobernanza; participación comunitaria.

JEL: L83; O18; Q26; Q56; R11; Z32.

Abstract

Introduction: Nature tourism has emerged as a key alternative for the development in regions with significant ecological and cultural wealth, such as Quindío, Colombia, known for its coffee cultural landscape. **Objective:** To identify the challenges of nature tourism from an economic perspective, and propose governance strategies for its development. **Methodology:** A qualitative approach was used through workshops and focus groups with actors from the academic, business, government, and civil society sectors. Barriers such as insufficient physical and digital infrastructure, institutional fragmentation, and low normative appropriation were explored. **Results:** It is proposed to strengthen governance with inter-institutional coordination mechanisms, citizen participation, and multi-actor models; update territorial planning instruments; promote innovation in differentiated tourism products; and to improve the link between public, private, and community actors. **Discussion:** The rural digital divide and political-institutional fragmentation limit access to markets, coordination, and value capture, consistent with national and international evidence. **Conclusion:** The development of nature tourism in Quindío, requires participatory and comprehensive governance that integrates environmental sustainability, social cohesion, and structural investment, aligned with the cultural coffee landscape, and the strengthens local capabilities with participatory monitoring.

Keywords: community development; social and economic development; regional development; governance; community participation.

JEL: L83; O18; Q26; Q56; R11; Z32.

Resumo

Introducción: El turismo de naturaleza ha surgido como una alternativa clave para el desarrollo en regiones con gran riqueza ecológica y cultural, como el Quindío, Colombia, conocido por su Paisaje Cultural Cafetero. **Objetivo:** Identificar los retos del turismo de naturaleza desde la dimensión económica y proponer elementos de gobernanza para su desarrollo. **Metodología:** Se utilizó un enfoque cualitativo mediante talleres y grupos focales con actores de los ámbitos académico, empresarial, gubernamental y de la sociedad civil. Se exploraron barreras como la insuficiencia de infraestructura física y digital, la desarticulación institucional y la baja apropiación normativa. **Resultados:** Se propone fortalecer la gobernanza con mecanismos de coordinación interinstitucional, participación ciudadana y modelos multiactor; actualizar los instrumentos de planificación territorial; fomentar innovación en productos turísticos diferenciados y mejorar la vinculación entre actores públicos, privados y comunitarios. **Discusión:** La brecha digital rural y la fragmentación político-institucional limitan el acceso a los mercados, la coordinación y la captura de valor, en línea con evidencia nacional e internacional. **Conclusión:** El desarrollo del turismo de naturaleza en el Quindío, requiere gobernanza participativa e integral que articule sostenibilidad ambiental, cohesión social e inversión estructural, alineada con el Paisaje Cultural Cafetero y fortalezca capacidades locales y seguimiento participativo.

Palabras clave: desarrollo comunitario; desarrollo económico y social; desarrollo regional; gobernanza; participación comunitaria.

JEL: L83; O18; Q26; Q56; R11; Z32.

Introducción

Durante el siglo XX, la vocación productiva del Eje Cafetero colombiano (Caldas, Risaralda, Quindío y norte del Valle) giró principalmente en torno al cultivo de café y, en menor medida, a productos como yuca, plátano y cítricos. Esta tradición agrícola les otorgó reconocimiento a nivel nacional e internacional como la región cafetera de Colombia. Sin embargo, a raíz de la crisis provocada por el rompimiento del Pacto Cafetero en el año 1989, en el Quindío surgió la necesidad de buscar nuevas fuentes de ingreso para los productores del grano. Por tal motivo, aprovechando las condiciones naturales del territorio y la presencia de gran cantidad de fincas cafeteras, se impulsó la oferta creciente de hospedajes rurales por parte de sus propietarios, en los cuales los visitantes podían experimentar de cerca algunas de las características más representativas de la cultura de la región. Otro factor determinante fue el terremoto de 1999, que afectó gravemente a la zona cafetera; este evento catastrófico actuó como detonante de un plan de reconstrucción integral que transformó radicalmente la región y la fortaleció como atractivo turístico. Los factores clave para tal efecto fueron: inversión en infraestructura y servicios, renovación del sector hotelero y de otros servicios, formación de talento humano en servicios técnicos turísticos, visibilidad nacional e internacional, entre otros.

En la actualidad, el turismo en el Quindío ha consolidado un flujo sostenido de visitantes de aproximadamente 2 millones de turistas al año, convirtiéndose en un motor clave de la economía local (Gobernación del Quindío, 2022). La composición de la demanda es mayoritariamente nacional, pues alrededor del 92% de los visitantes son colombianos y 8% extranjeros (Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2025a). Respecto a la oferta, en 2024 se reportaron en el Registro Nacional de Turismo 2.325 establecimientos de alojamiento y 1.826 viviendas turísticas (Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2025c). El Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (CPTUR, 2024) ubica la competitividad turística del Quindío en el puesto 17 entre 32 departamentos y Bogotá, con una calificación de 4,89 sobre 10, lo cual implica un amplio margen de aspectos por mejorar. Se resalta que el turismo es responsable del 8,63% del PIB del Quindío (La República, 2025) y que 11 de sus 12 municipios

forman parte del Paisaje Cultural Cafetero, declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO en 2011, aspecto que añade valor cultural y turístico al territorio.

La caficultura, por su parte, mantiene un papel central en la economía y la identidad del Quindío. Se estima que en 2024 en el departamento se produjeron 18 millones de kilos de café valuados en USD 71,6 millones y gracias a que dicha producción fue transformada, su valor se incrementó en cerca de 18,8 millones de dólares, dando como resultado un valor total de 90,4 millones aproximadamente, es decir, cerca de un 26% adicional (Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2025b). Se calcula que en el Quindío hay cerca de 18 mil hectáreas sembradas de café; sin embargo, el Comité de Cafeteros del Quindío ha promovido la siembra de nuevas áreas para garantizar la sostenibilidad del sector, con el fin de contrarrestar la pérdida de área cultivada debido a la expansión de algunas carreteras y la diversificación de cultivos (Castillo, 2025; Crónica del Quindío, 2025).

El Quindío posee un área dentro de la frontera agrícola de 96.198 hectáreas, que corresponden al 49,8% de su extensión; los principales productos agrícolas son: plátano (37,4%), café (25,9%), aguacate (12,9%), naranja (6,4%) y banano (5,6%). Las exportaciones agropecuarias y agroindustriales más representativas del departamento son café, hortalizas y frutos conservados, y aguacate. En el año 2022, la participación en el valor agregado bruto del sector de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca en el departamento fue del 22,7% (Unidad de Planificación Rural Agropecuaria, 2024).

Las exportaciones del Quindío en 2024 se ubicaron en USD 289,7 millones, es decir, 9,5% por debajo de la cifra del año anterior. Se presentó una reducción del 14% en las exportaciones de café; no obstante, se incrementaron las ventas hacia el exterior de aguacate Hass en un 57,8% y de limón Tahití en un 68% (Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2025c).

A pesar de lo anterior, y al carecer de una planificación adecuada, la actividad turística se desarrolló de manera empírica y desorganizada, situación que motivó a comienzos del presente siglo a la generación de procesos de articulación entre actores públicos y privados para su fortalecimiento. Dichos esfuerzos permitieron ciertos avances en la definición de apuestas productivas, destacándose el turismo como eje estratégico, particularmente en modalidades como el turismo rural, paisajístico y cultural. Pese a ello, la consolidación de estas

líneas ha enfrentado serias dificultades en años recientes, debido a limitaciones de orden político, económico, sociocultural, tecnológico, organizacional y ambiental; sin embargo, las condiciones naturales del Quindío continúan posicionándolo como un destino atractivo para turistas nacionales y extranjeros, quienes valoran aspectos como su biodiversidad, riqueza cultural, arquitectura colonial de algunos municipios y su belleza paisajística, entre otros. Aun así, la falta de políticas públicas claras, la desarticulación institucional, el débil liderazgo y la escasa asociatividad de los actores del sector, han contribuido al deterioro progresivo de los recursos naturales y de la amplia identidad cultural, lo cual pone en riesgo la viabilidad de un desarrollo turístico sostenible.

De otra parte, la pandemia del COVID-19 afectó profundamente la actividad turística a nivel mundial y ralentizó su desarrollo. Este evento global permitió configurar posteriormente una oportunidad alineada con las tendencias señaladas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), que prioriza destinos tranquilos, verdes y con riqueza natural y cultural, donde los visitantes tengan experiencias significativas. Desde esta perspectiva, el fortalecimiento del turismo de naturaleza en el departamento del Quindío se plantea como un desafío fundamental que requiere equilibrar las dimensiones económica, social y ambiental, con un enfoque claro en la sostenibilidad. En consecuencia, avanzar hacia un modelo de sostenibilidad territorial exige una comprensión detallada de los fenómenos que afectan a las regiones y que son determinantes para su desarrollo socioeconómico. Solo así será posible identificar y aprovechar las potencialidades del turismo de naturaleza, mitigar sus amenazas y fomentar una articulación eficaz entre los actores vinculados a este subsector. Esto permitirá formular iniciativas concretas que puedan implementarse en el corto, mediano y largo plazo, con el propósito de consolidar un modelo turístico más equilibrado, competitivo y sostenible.

El turismo de naturaleza

El turismo de naturaleza se enfoca en la visita y disfrute de entornos naturales para apreciar su biodiversidad, paisajes y culturas locales. Esta clase de turismo ha cobrado importancia a lo largo de cuatro momentos históricos clave, a saber: el origen de los parques nacionales a finales del siglo XIX, el movimiento ambientalista de la década de los años 70, la aparición del término ecoturismo a principios de los años 80 y el año internacional del ecoturismo en 2002.

A finales del siglo XIX, en Estados Unidos se crearon algunos parques nacionales como

Yellowstone (1872) y Yosemite (1890); este hecho marcó el inicio formal de destinos protegidos para el disfrute del público. Las compañías de ferrocarril promocionaron estos viajes que vinculaban directamente a la naturaleza como un nuevo producto turístico, aspecto que dio inicio a actividades turísticas en áreas silvestres con propósitos recreativos y educativos (Dilsaver, 2024). Posteriormente, en la década de 1970, surgió el auge del movimiento ambientalista, ante una naciente conciencia del ser humano para conservar el medio ambiente y los efectos nocivos del turismo masivo, que llevó a un segmento de la población a buscar experiencias más respetuosas con la naturaleza. Este hito dio origen al surgimiento incipiente de circuitos especializados para personas interesadas en el avistamiento de aves, safaris fotográficos y senderismo, que se salían del modelo urbano tradicional de turismo de playa y sol.

En este sentido, la gobernanza del turismo de naturaleza puede entenderse como el conjunto de mecanismos institucionales, tanto explícitos (leyes, planes de manejo, instrumentos de gestión y financiación) como implícitos (normas sociales, acuerdos informales, redes de trabajo y prácticas culturales), que estructuran la toma de decisiones y coordinan a actores públicos, privados y comunitarios para orientar la actividad turística hacia objetivos simultáneos de conservación y desarrollo. De esta manera, la gobernanza constituye un marco regulatorio que incluye procesos de deliberación, asignación de incentivos y sistemas de rendición de cuentas que permiten gestionar tensiones entre uso público y protección del capital natural. Cuando esos mecanismos funcionan de forma integrada, facilitan roles claros (por ejemplo, gestión de reservas naturales, concesiones comunitarias y esquemas de pago por servicios ambientales) y reducen externalidades negativas sobre ecosistemas frágiles (Bhuiyan et al., 2023).

Para lograr un desarrollo armónico del turismo de naturaleza, la gobernanza requiere, además, capacidades adaptativas y caminos formales para la cooperación multiescalar, como protocolos para respuesta ante las crisis, mecanismos participativos para incorporar conocimientos locales y criterios explícitos de priorización que alineen incentivos económicos con metas de conservación.

La literatura reciente muestra que las estrategias de gobernanza que fortalecen la resiliencia, los marcos que integran planificación de riesgos, el financiamiento contingente y las redes de colaboración público-comunitaria, aumentan la capacidad de recuperación y la

sostenibilidad del sector turístico tras eventos extremos, lo cual es crucial en contextos de cambio climático y presiones crecientes sobre áreas naturales (Zhang et al., 2024). En esta medida, la Figura 1 indica los diferentes subproductos, actividades turísticas y productos complementarios del turismo de naturaleza.

Figura 1

Turismo de naturaleza y sus componentes



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012).

De otro lado, a principios de la década de 1980 surge el término ecoturismo en cabeza del arquitecto mexicano Héctor Ceballos, quien acuñó este vocablo para describir el turismo sostenible, con bajo impacto sobre el medio ambiente y generación de beneficios sociales y económicos para las comunidades arraigadas en estos destinos. Esta definición de ecoturismo le dio visibilidad global al segmento y, a la vez, promovió la creación de entidades especializadas y certificaciones específicas. Otro aspecto trascendental fue la declaración del 2002 como el Año Internacional del Ecoturismo por parte de la ONU, entidad que subrayó la importancia de desarrollar nuevos marcos normativos que maximizaran los beneficios ambientales y sociales, y minimizaran los impactos negativos de esta nueva clase de turismo. Este hecho permitió que el ecoturismo se consolidara como una estrategia clave para promover

el desarrollo sostenible en los países del tercer mundo (Weaver, 2021).

De esta forma, surge una diferencia fundamental entre turismo de naturaleza y ecoturismo. El primero aglutina una amplia variedad de actividades turísticas que se realizan en entornos naturales, tales como áreas silvestres, parques nacionales, reservas y humedales, entre otros, sin que necesariamente se dé un compromiso explícito con su conservación o con la promoción de las comunidades locales. Se enfoca principalmente en la experiencia recreativa que se genera a través del contacto con la naturaleza, y que incluye opciones como senderismo, avistamiento de aves y de ballenas, camping, entre otros. El ecoturismo, por su parte, es un subconjunto del turismo de naturaleza que prioriza la conservación del entorno natural visitado; busca generar beneficios socioeconómicos directos para las comunidades locales; promueve la gestión participativa y equitativa de los recursos naturales; y vincula un componente educativo en el que se interpreta la biodiversidad y los ecosistemas. Así, el ecoturismo está basado en la naturaleza, pero no todo el turismo de naturaleza cumple con los principios de sostenibilidad y responsabilidad social del ecoturismo (Buckley, 2013).

El turismo de aventura, por su parte, es una modalidad de turismo de naturaleza que incluye visitas a entornos naturales para realizar actividades que requieren esfuerzo físico, cierto grado de riesgo y habilidades específicas. Esta clase de turismo también fomenta la inmersión cultural y el contacto directo de las personas con el entorno (Mawarni et al., 2022; Ministry of Tourism, 2022). El turismo de aventura vincula actividades como senderismo o *trekking*, escalada en roca, rafting y kayak en rápidos, ciclismo de montaña, parapente, espeleología y buceo en entornos silvestres. Este tipo de turismo suele desarrollarse en lugares de elevada conservación, lo que contribuye a la generación de empleo y a la sensibilización ambiental de los visitantes. Este tipo de turismo tiene un fuerte vínculo experiencial y de descubrimiento, a la vez que promueve la contratación de personas locales certificadas que orientan las actividades turísticas bajo los principios de seguridad y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. De igual manera, la práctica del turismo de aventura impulsa infraestructuras de bajo impacto, como senderos demarcados y campamentos ecológicos que favorecen la conservación de hábitats. Resulta especialmente atractivo para viajeros jóvenes y conscientes, que valoran el desafío individual y la responsabilidad social y ambiental asociada con estas experiencias turísticas.

De otro lado, el turismo rural es una modalidad que se realiza en espacios no urbanos, caracterizados por baja densidad poblacional, paisajes agrícolas o naturales y comunidades locales ricas en prácticas tradicionales (World Tourism Organization, 2021). Esta clase de turismo incluye actividades como el agroturismo (visitas a fincas y participación en cosechas), el ecoturismo (senderismo, avistamiento de aves y exploración de ecosistemas), experiencias culturales (talleres de artesanía, gastronomía local y festivales campesinos), alojamientos en casas rurales o posadas familiares, recorridos en bicicleta por caminos rurales y pesca deportiva o recreativa en ríos y lagunas (Polukhina et al., 2021). Además, suele abarcar propuestas de turismo vivencial, tales como estancias de voluntariado rural y escuelas de campo, que promueven el aprendizaje intercultural y el desarrollo comunitario.

Experiencias internacionales, nacionales y locales

En los últimos años, el turismo de naturaleza se ha convertido en una tendencia mundial en la que se valoran experiencias significativas como la observación y apreciación de la naturaleza y se resaltan las expresiones culturales que caracterizan a las regiones, aspectos que se convierten en factores diferenciadores de los territorios. Desde esta perspectiva, las riquezas natural y cultural representan un verdadero potencial para el crecimiento y desarrollo socioeconómico con criterios relacionados con la sostenibilidad en la medida en que se alcance la convergencia entre los actores involucrados a través de la generación de mecanismos de asociatividad, liderazgo institucional y voluntad política.

Sobre el tema, hay diversas investigaciones en distintos contextos a nivel global. En México se cuenta con varias experiencias documentadas; por ejemplo, en Jalisco se elaboró un plan de prospectiva del turismo de naturaleza, a partir del reconocimiento de que esta actividad económica no se había consolidado como una estrategia exitosa para la región (Cornejo et al., 2019). En Veracruz, se realizó un estudio para reconocer los emprendimientos, atractivos y recursos del turismo rural y de naturaleza en la región de las grandes montañas, encontrando que estos se encuentran en diferentes etapas de desarrollo y la participación de las autoridades turísticas es limitada, pese a su enorme potencial (Carrillo et al., 2021).

En Nuevo Nayarit, las prácticas sustentables en el sector hotelero han favorecido el crecimiento económico más responsable a través del manejo eficiente de recursos, la reutilización de materiales y la incorporación de energías renovables, aspectos que han mejorado la competitividad y rentabilidad del destino (Hernández et al., 2023). Paralelamente,

la conservación de las mariposas monarca, que migran desde Canadá y Estados Unidos para resguardarse del invierno en los bosques de Michoacán y el Estado de México, fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2008, lo cual ha generado una economía basada en el ecoturismo y ha beneficiado a comunidades receptoras por medio de puestos de trabajo en actividades de guianza, hospedaje, apicultura y producción forestal certificada (Lemelin & Jaramillo, 2020).

El programa Pueblos Mágicos de México es una política pública para valorizar recursos culturales y naturales de localidades pequeñas y así diversificar la oferta turística interior, promover la generación de empleo local y mejorar la competitividad de destinos rurales. Estudios recientes sobre este programa señalan que, cuando se integran inversiones en infraestructura, accesibilidad, servicios complementarios y estrategias de promoción, las localidades pueden ampliar su contribución al turismo regional y crear efectos indirectos favorables sobre el comercio y los servicios locales, aunque el impacto depende de la calidad de la implementación y de la capacidad de los actores locales para articular las cadenas de valor turísticas (Pérez et al., 2024).

En Argentina, el programa Pueblos Auténticos ha impulsado el desarrollo económico de pequeñas localidades al potenciar su identidad cultural como atractivo turístico. Esto ha mejorado el empleo y la infraestructura, a la vez que ha fortalecido el consumo de productos locales en destinos como Moisés Ville o Camarones (Albarrán y Pinassi, 2022). En el nordeste de Brasil, la población de Jericoacoara ha renovado la calidad de sus servicios turísticos mediante inversión en infraestructura, seguridad y gastronomía, atrayendo visitantes internacionales con elevado poder adquisitivo, aspecto que ha beneficiado la economía regional (Anjos et al., 2017). Por su lado, en Holguín (Cuba), se analizaron las posibilidades de futuro para el turismo rural, buscando nuevos escenarios para su desarrollo y una mejor gestión (Díaz et al., 2020). En Ecuador, la comunidad de Fakcha Llakta ha desarrollado un modelo de turismo comunitario que protege el conocimiento ancestral, genera ingresos alternativos y promueve la conservación ambiental (Lomas & Trujillo, 2018).

En Sudáfrica, el modelo WOWZULU, impulsado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), es una destacada iniciativa de turismo comunitario sostenible que promueve el desarrollo de destinos gestionados por comunidades locales bajo principios de comercio justo, equidad y conservación. La iniciativa se ha implementado en siete

regiones estratégicas y busca conectar a los turistas con experiencias auténticas, a la vez que les permite la venta directa de productos artesanales y fortalece la participación activa de los residentes (UN Environment Programme, 2019). WOWZULU ha generado impactos económicos y sociales relevantes, como el aumento de ingresos sostenibles, la inclusión de mujeres y personas jóvenes en la cadena de valor turística y la reducción de la dependencia de actividades informales. Además, ha fortalecido capacidades en gestión y comercialización, incrementando la autonomía local. Este enfoque ha mejorado las condiciones de vida mediante el acceso a educación, empleo formal y protección ambiental, consolidando un equilibrio entre desarrollo económico, justicia social y sostenibilidad ecológica.

Finalmente, en Sapphaya, localidad rural de la provincia de Chai Nat (Tailandia), se ha consolidado un modelo de turismo comunitario que integra sostenibilidad ambiental, preservación cultural y desarrollo económico local. A través de actividades como recorridos en bicicleta, pesca en ríos y talleres de cocina tradicional, los visitantes se sumergen en la vida cotidiana de la comunidad, lo cual les permite generar ingresos directos para las familias e impulsa la participación activa de mujeres y jóvenes en los servicios turísticos. Este modelo ha permitido diversificar la economía, revitalizar saberes ancestrales y proteger los ecosistemas del río Chao Phraya, demostrando cómo el turismo de naturaleza puede fortalecer la gobernanza local y consolidar territorios resilientes y sostenibles (Yang & Chuanchen, 2024).

En el contexto nacional, se destaca un análisis sobre la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia, en el cual se evidencia que para ser competitivos en el sector se deben incorporar factores de sostenibilidad y calidad del servicio, por mencionar algunos aspectos (Serrano et al., 2018). Entre otras iniciativas, se resalta el estudio prospectivo al año 2032 realizado en Santa Rosa de Cabal (Risaralda), con la apuesta denominada “Un destino auténtico, un negocio exitoso”. En este estudio sobresalen el reconocimiento, respeto, valoración y cuidado de los recursos naturales y culturales, teniendo en cuenta además que este municipio está incluido en la Declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (Plata, 2013). Por su parte, en el departamento del Caquetá se ejecutó un análisis sobre el turismo de naturaleza enfocado en la educación ambiental y los beneficios tributarios, identificando que este subsector se visualiza como un eje dinamizador de la economía en la región a través de la generación de cambios en el modelo de desarrollo local para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes (García et al., 2020). De otro lado, en Chinácota (Norte de Santander), se identificaron estrategias para fomentar el turismo sostenible a partir de la gestión pública,

encontrando deficiencias de tipo organizacional, cultural y personal que limitan su desarrollo (Leguizamón et al., 2020).

En el departamento del Quindío se adelantó un estudio prospectivo al año 2020 sobre turismo rural, asociado al paisaje y cultura del departamento. En este documento se evidenció que el Quindío debía apostarle al fortalecimiento de los procesos de asociatividad (Guzmán y Galarza, 2010). En el 2022 se realizó un ejercicio de prospectiva al año 2035 sobre turismo de naturaleza en el Quindío y se determinó que la gestión pública privada se ha convertido en uno de los principales direccionadores de futuro para el desarrollo del sector (Guzmán et al., 2022).

A pesar de las investigaciones realizadas en el sector turístico en el departamento del Quindío, se requiere mayor especialización y profundización en las diferentes líneas propuestas. En lo que atañe al turismo de naturaleza, es posible evidenciar la carencia de estudios específicos que permitan determinar una ruta clara para lograr un alineamiento y compromiso de los actores en la realización de planes, programas y proyectos. En consecuencia, el objetivo de este trabajo es identificar retos y desafíos del turismo de naturaleza en el Quindío desde la dimensión económica y proponer elementos de gobernanza para su desarrollo.

No obstante, a pesar de los efectos benéficos sobre la economía y las comunidades vinculadas, la literatura también documenta impactos adversos derivados de estas prácticas y programas turísticos, tales como presiones sobre la vivienda y los precios del suelo, estacionalidad en el empleo, pérdida de autenticidad cultural por mercantilización, congestión y degradación ambiental en sitios frágiles, además de tensiones sociales entre residentes y nuevos actores económicos. Estudios de casos recientes en Pueblos Mágicos muestran, por ejemplo, que, sin mecanismos de gobernanza inclusiva y planificación de capacidad de carga, la mejora en indicadores turísticos no siempre se traduce en un aumento sostenido de la calidad de vida de la población local, aspecto que puede incluso agravar algunas vulnerabilidades sociales y ambientales (Peña et al., 2024).

Metodología

La investigación se enmarca en un diseño cualitativo, exploratorio y descriptivo. Se aplicó un enfoque empírico basado en la técnica de grupos focales para recoger percepciones especializadas y propuestas de actores clave del territorio.

Definición y clasificación de los aspectos económicos de interés

Antes del trabajo de campo, se definieron, con base en la revisión documental y el marco teórico, las categorías económicas sobre las que se solicitó opinión a los participantes. Estas categorías se construyeron de forma deductiva a partir de la literatura y del diagnóstico del turismo de naturaleza en el Quindío, y luego se dejaron abiertas a emergencias inductivas durante el análisis.

Las principales dimensiones analíticas fueron: a) Infraestructura y servicios de soporte (vialidad, señalización, servicios básicos, conectividad digital, salud y seguridad); b) Innovación y oferta turística (diferenciación del producto, formación técnica, clústeres y adopción tecnológica); c) Territorio y marca territorial (posicionamiento, coordinación intermunicipal, estudios de mercado); y d) Normatividad, regulación y sostenibilidad financiera (conocimiento y aplicación de normas, incentivos, mecanismos de financiamiento y gobernanza). Estas dimensiones sirvieron como ejes guía para construir el guion semiestructurado y la matriz de codificación utilizada en el análisis.

Selección de participantes y criterios

La muestra fue intencional y dirigida a actores locales con conocimiento y responsabilidad en temas turísticos del Quindío. Los criterios de inclusión fueron: a) Pertenecer a uno de los cuatro estamentos considerados relevantes para la gobernanza del turismo (universidad, empresa, Estado y sociedad); b) Experiencia profesional o académica comprobable en actividades relacionadas con turismo o desarrollo territorial (gestión de destinos, emprendimientos turísticos, planeación territorial, investigación, asociaciones comunitarias, etc.); y c) Disponibilidad y aceptación informada para participar en el taller (consentimiento informado).

A partir de entrevistas previas y listado de actores locales, se invitó a 32 personas, de las cuales 26 aceptaron y asistieron al taller del día 14 de noviembre de 2024, realizado en la Universidad del Quindío.

Conformación y dinámica de los tres grupos focales

Para propiciar el diálogo intersectorial, se formaron tres grupos focales, distribuyendo a los 26 participantes, de modo que cada grupo fuese heterogéneo en composición institucional (universidad–empresa–Estado–sociedad). La distribución fue así: grupos 1 y 2 (9 participantes cada uno) y grupo 3 (8 participantes). La lógica de asignación buscó maximizar la heterogeneidad (perspectivas y funciones diferentes) para enriquecer el debate y facilitar la emergencia de tensiones y convergencias entre actores. Cada grupo trabajó en una mesa con un moderador, una persona que registraba los principales aportes y otra que grababa las sesiones en audio.

Formato semiestructurado y guía utilizada

Se empleó una entrevista grupal semiestructurada (guion abierto con preguntas guía y de sondeo sobre la temática de las mesas) que permitió a los participantes exponer experiencias, necesidades y propuestas. El formato incluyó preguntas generales derivadas del documento base del proyecto y orientadas a las cuatro dimensiones económicas definidas. Cada pregunta incluía aspectos puntuales para profundizar y solicitar ejemplos o evidencia práctica. Los moderadores se instruyeron para permitir que todos los asistentes participaran y así evitar dominancia de unos pocos.

Procedimiento de recolección

Para el registro se recogieron datos mediante grabación de audio (con consentimiento), toma de notas por un registrador y reproducción fotográfica de los grupos. Las sesiones focales tuvieron una duración aproximada de 75 a 90 minutos con trabajo simultáneo de los diferentes grupos; al final hubo una plenaria de socialización (30 a 40 minutos) en la que los equipos expusieron sus contribuciones principales. En cuanto al consentimiento informado y manejo ético de la información, antes de iniciar se informó a los participantes sobre el objetivo, uso de datos, voluntariedad, anonimato y conservación segura de la información; se solicitó y registró el consentimiento informado por escrito antes del inicio de la sesión.

Procesamiento y análisis de la información

En cuanto a la transcripción de las grabaciones, se reprodujeron literalmente y se complementaron con las notas de campo y materiales visuales. Se aplicó un análisis temático en fases (familiarización, codificación inicial, búsqueda y revisión de temas, definición y elaboración de reporte), siguiendo enfoques reconocidos en investigación cualitativa. Se

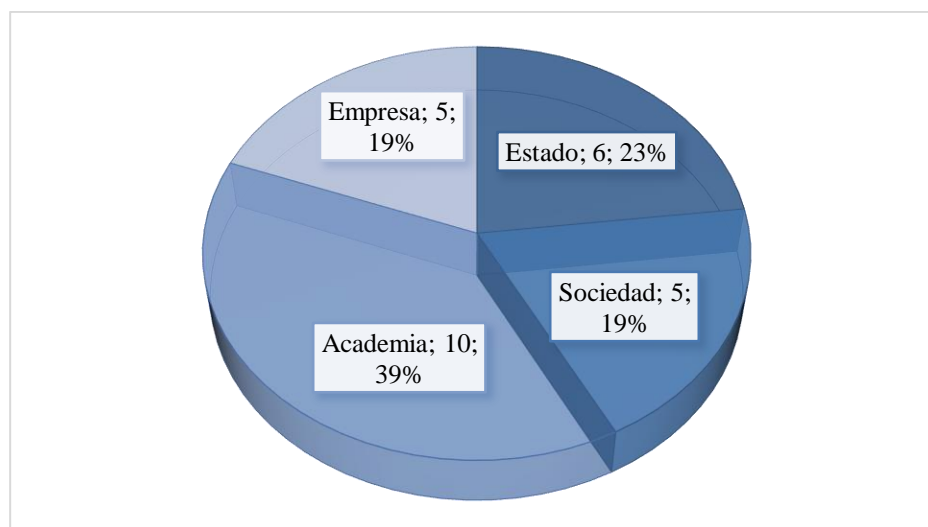
empleó una matriz de codificación construida a partir de las cuatro dimensiones deductivas. Sobre el rigor y triangulación, dos investigadores codificaron de forma independiente una porción de la información recopilada y discutieron discrepancias hasta llegar a consenso; además, se trianguló la información de grupos focales con la revisión documental (artículos, informes y normativa consultada) para validar interpretaciones. La sistematización de los hallazgos se estructuró en tablas y matrices que cruzaron dimensiones, barreras detectadas, propuestas y actores responsables, lo que facilitó la elaboración de las recomendaciones.

Resultados

Para la conformación de los grupos focales se tuvo la participación de 26 representantes del sector empresarial, la sociedad civil, entidades del Estado y la academia. La Figura 2, muestra la distribución de los participantes por sectores.

Figura 2

Distribución de los participantes por sectores



Fuente: Elaboración propia.

Los aportes de los participantes permitieron identificar diferentes falencias y propuestas en torno a las variables y estrategias abordadas en el taller. En relación con la dimensión económica, es importante mencionar aspectos como la competitividad y la calidad, que se definen por un marco normativo, organizativo y logístico favorable y claro; la diferenciación de la oferta, que reposa sobre la innovación de productos y servicios; la gobernanza, que

articula a los distintos actores alrededor de una marca territorial y políticas sectoriales que buscan favorecer el desarrollo del turismo de naturaleza en el Quindío.

Este apartado presenta los hallazgos más relevantes en lo relacionado con los aspectos económicos del proyecto de investigación titulado “Retos y desafíos para el desarrollo del turismo de naturaleza en el Quindío con criterios de sostenibilidad”. El estudio se desarrolló a partir de sesiones con grupos focales y talleres participativos en los que se reunieron actores del sector turístico, representantes institucionales, académicos y comunidades locales. A través de una metodología cualitativa, se identificaron percepciones, necesidades y propuestas que permiten comprender los factores económicos que inciden en el desarrollo del turismo de naturaleza en el departamento cafetero. Los resultados se agruparon en cuatro grandes dimensiones claramente identificadas, a saber: a) infraestructura turística y de soporte, b) innovación y oferta turística, c) territorio turístico y marca territorial, y d) normatividad aplicada y sostenibilidad. Cada una de estas áreas agrupa problemáticas comunes y propuestas de acción orientadas a fortalecer el turismo de naturaleza como una estrategia de desarrollo regional. En la Tabla 1 se indican los principales hallazgos y propuestas en las dimensiones mencionadas.

Tabla 1

Principales hallazgos y propuestas por dimensión

Dimensión	Principales hallazgos	Acciones propuestas
Infraestructura turística y de soporte	Déficit de señalización, mal estado de senderos, carencia de servicios públicos en zonas rurales, escasa cobertura de conectividad digital y aérea, y baja presencia de centros de salud en destinos naturales.	Inversión pública sectorial, mejora de centros de interpretación, implementación de infraestructura verde, alianzas público-privadas y planeación vial turística.
Innovación y oferta turística	Falta de asociatividad empresarial, débil integración tecnológica, escasa diferenciación del producto turístico, desconocimiento del turismo regenerativo y baja formación técnica.	Diseño de rutas patrimoniales, fortalecimiento de clústeres turísticos, adopción de tecnologías (IA, big data) y programas de formación orientados a tendencias del mercado.
Territorio turístico y marca territorial	Identidad fragmentada entre municipios, individualismo político, cambios constantes en campañas de promoción y débil posicionamiento de la marca Quindío.	Unificación de marca territorial, articulación entre municipios y gremios, campañas regionales coherentes y participación comunitaria en la estrategia de imagen.

Normatividad aplicada y sostenibilidad	Escaso conocimiento de las normas NTS-TS, baja implementación de buenas prácticas, debilidad institucional en seguimiento normativo y desactualización de los Planes de Ordenamiento Territorial (POT).	Capacitaciones, actualización normativa con enfoque sostenible, monitoreo participativo de impactos y articulación universidad-empresa-Estado.
--	---	--

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presentan los resultados más detallados en las dimensiones identificadas.

Infraestructura turística y de soporte

La infraestructura turística y de soporte surge como un factor fundamental para el desarrollo sostenible del turismo de naturaleza en el Quindío. Los expertos participantes en el taller coinciden en que se requiere una red de senderos adecuadamente señalizados, accesos viales apropiados y puntos de auxilio estratégicamente distribuidos, pues los visitantes se enfrentan a riesgos de seguridad y dificultades de desplazamiento. Adicionalmente, la carencia de señalización interpretativa limita la comprensión del valor ecológico y cultural de los lugares, reduciendo la experiencia de inmersión en el paisaje natural. En contraste, se evidencia que los espacios con infraestructura adecuada fomentan la confianza de los turistas, a la vez que prolongan y mejoran su estadía, impactando positivamente algunos indicadores relacionados con pernoctación y nivel de gasto.

En el ámbito tecnológico, la brecha digital en zonas rurales se traduce en una separación entre la oferta y la demanda. Para muchos emprendedores locales, la falta de cobertura de internet móvil y la ausencia de plataformas digitales de reserva o información en el sitio, representan barreras de acceso a mercados más amplios. La implementación de aplicaciones móviles que permitan geolocalizar rutas, consultar condiciones meteorológicas y compartir contenido en tiempo real se vislumbra como una estrategia de bajo costo y elevado impacto, capaz de dinamizar el flujo de visitantes y optimizar la gestión de los diversos destinos turísticos. En la Tabla 2, se describen las categorías identificadas en el ítem de Infraestructura turística y de soporte.

Tabla 2

Categorías de infraestructura turística y de soporte

Categoría	Descripción
Infraestructura física	Senderos señalizados, caminos habilitados, puntos de auxilio y mobiliario de interpretación.
Infraestructura tecnológica	Conectividad a internet, aplicaciones móviles, sistemas de información geográfica y plataformas de reserva.
Articulación institucional	Coordinación para planificación y mantenimiento entre Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, gobernación, alcaldías y sector privado.

Fuente: Elaboración propia.

De igual manera, la articulación de las instituciones entre sí, surge como un componente crítico. La fragmentación de competencias entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Gobernación del Quindío, las alcaldías municipales y el sector académico, ha generado esfuerzos parciales que infortunadamente carecen de sinergia. La falta de una visión estratégica formulada en consenso impide la asignación eficiente de recursos y la priorización de proyectos de infraestructura. Se requiere, por tanto, instaurar marcos claros de gobernanza, con mesas de trabajo periódicas y planes de mantenimiento multianuales que vinculen a todos los actores involucrados, incluidos los pequeños operadores turísticos y las comunidades rurales, para asegurar la sostenibilidad y resiliencia de las diferentes infraestructuras.

Innovación y oferta turística

La innovación en la oferta turística se ha reconocido como un mecanismo clave para diferenciar al Quindío en un mercado cada vez más diverso y competitivo. Los participantes en el taller señalaron que la creación de clústeres y redes temáticas alrededor del aviturismo, las rutas de café y los circuitos de bienestar, favorecería la cooperación entre pequeños y medianos operadores, optimizando costos y ampliando las posibilidades de promoción conjunta. Estos modelos organizativos facilitan la gestión de recursos, la estandarización de experiencias y la accesibilidad a segmentos especializados de mercado.

El diseño de experiencias integrales, que mezcla elementos de patrimonio cultural, gastronomía local y actividades al aire libre, responde a una demanda creciente del turismo vivencial. La unión de talleres artesanales, degustaciones de productos regionales y rutas guiadas por expertos en historia y ecología, puede generar un valor agregado mediante la estrategia de diferenciación que justifica tarifas más elevadas y aumenta la percepción de autenticidad y valor. Además, estos productos favorecen la apertura a otras fuentes de ingreso

de las comunidades locales involucradas, al tiempo que generan empleo calificado y contribuyen a la preservación de las tradiciones de la región. En la Tabla 3, se resumen los ejes de innovación en la oferta turística.

Tabla 3

Ejes de innovación en la oferta turística

Eje	Descripción
Clústeres y redes	Cooperativas y alianzas temáticas en aviturismo, rutas cafeteras y turismo de bienestar.
Experiencias integrales	Programas de integración del patrimonio cultural, gastronomía local y actividades de naturaleza.
Formación y datos	Aplicación de IA, big data y cátedras especializadas para optimizar la oferta de productos.

Fuente: Elaboración propia.

El uso estratégico de datos y tecnologías emergentes, entre ellas la inteligencia artificial y los sistemas de información geográfica, permite segmentar la demanda y personalizar la oferta. A través de análisis de patrones de comportamiento y pronósticos de flujo de visitantes, los operadores pueden anticipar picos de demanda, optimizar la asignación de recursos y diseñar promociones específicas para diferentes perfiles de turistas. Esta orientación guiada con base en el análisis de datos se vislumbra como el fundamento en la construcción de ventaja competitiva sostenible a mediano y largo plazo.

Territorio turístico estratégico y marca territorial

El concepto de territorio turístico estratégico y atractivo se fundamenta en el propósito de construir una marca relacionada que refleje la identidad del departamento del Quindío, a pesar de que se cuenta con la marca Quindío Corazón de Colombia, que no ha sido apropiada de manera masiva por los distintos actores, debido, entre otros aspectos, a la pugna política de parte de los mandatarios locales que buscan ligar el lema de su plan de gobierno departamental con el posicionamiento de la marca territorial.

En el taller se destacó la problemática de la fragmentación política entre municipios, aspecto que dificulta la creación de una oferta articulada y una comunicación uniforme de identidad local a los visitantes. De otro lado, la falta de estudios de mercado internacionales reduce la capacidad de posicionamiento y ofrecimiento de productos de alto valor económico a segmentos de turistas con elevada capacidad de pago.

Para enfrentar estos retos, se propone realizar estudios de posicionamiento de marca que incluyan diagnósticos de percepción en mercados emisores clave, así como campañas de promoción y posicionamiento en ferias internacionales especializadas y plataformas digitales. La definición de una narrativa territorial, basada en la historia cafetera y la riqueza natural, podría contribuir a diferenciar la experiencia Quindío frente a otros destinos similares. En la Tabla 4, se resumen los principales retos y acciones para la marca territorial del Quindío.

Tabla 4

Retos y acciones para la marca territorial del Quindío

Aspecto	Descripción
Retos	Desigualdad en políticas públicas, alta rotación administrativa y barreras de coordinación.
Acciones	Diseño de marca única, incentivos fiscales, hoja de ruta con plazos y responsables definidos.

Fuente: Elaboración propia.

La implementación de una hoja de ruta estratégica con fases claramente definidas, que incluya períodos de investigación, diseño, ejecución y evaluación, es un mecanismo que puede permitir asignar responsabilidades en plazos definidos a instituciones específicas. Este enfoque facilita el seguimiento de avances, la rendición de cuentas y la adaptación dinámica de los actores y sus acciones ante cambios en el entorno económico, ambiental, social y político.

Normatividad, estandarización y sostenibilidad de la oferta turística

Los participantes en los talleres reconocieron la normatividad y estandarización como elementos indispensables para la sostenibilidad del turismo de naturaleza en el departamento. Enfatizaron en la necesidad de difundir las normas técnicas sectoriales y los protocolos ambientales a través de programas de capacitación y portales informativos accesibles para los diferentes actores.

El establecimiento de sanciones proporcionales y transparentes, acompañado de un sistema de monitoreo continuo, asegura el cumplimiento de estándares y promueve la responsabilidad de los diversos actores involucrados. La integración de indicadores ambientales y sociales en la evaluación de proyectos turísticos facilita la identificación temprana de impactos de diversa clase y la toma de diferentes correctivos. En la Tabla 5, se indica un consolidado de los aspectos relacionados con normatividad y sostenibilidad.

Tabla 5

Normatividad y sostenibilidad

Mecanismo	Descripción
Difusión	Programas de capacitación, portales web y materiales informativos sobre la norma técnica NTS-TS, entre otros temas.
Sanciones	Protocolos de supervisión y penalidades para el incumplimiento de las normas establecidas.
Monitoreo	Sistemas de indicadores ambientales y sociales de seguimiento y control.
Articulación	Mesas de diálogo permanentes con academia, empresas, autoridades estatales y comunidad.

Fuente: Elaboración propia.

De igual forma, la conformación de mesas de trabajo intersectoriales, que reúnan a representantes de la academia, el sector privado, el Estado y las comunidades locales, ofrece un espacio de diálogo permanente para actualizar los lineamientos y garantizar la inclusión de perspectivas diversas en la toma de decisiones.

Discusión

Los resultados relacionados con la infraestructura turística y de soporte, revelan una brecha digital importante en las zonas rurales del Quindío, aspecto que limita el acceso de visitantes y operadores a plataformas de reserva y promoción. Hallazgos similares han sido reportados por Leguizamón et al. (2020) en el contexto colombiano, donde la falta de conectividad reduce el flujo de turistas y la generación de ingresos. En estudios internacionales, Corbos et al. (2024) evidencian que las inversiones en infraestructura son fundamentales para atraer y retener a los turistas; este estudio destaca cómo diversas formas de infraestructura, como el transporte, el alojamiento y las instalaciones de recreación, influyen tanto en la experiencia turística como en el desarrollo económico local. Además, Lemelin y Jaramillo (2020) subrayan la necesidad de sinergias público-privadas para financiar infraestructura básica en zonas remotas, lo que coincide con la propuesta de este estudio para articular instituciones locales.

En cuanto a la innovación y oferta turística, los participantes del grupo focal valoraron positivamente el uso de tecnologías emergentes para diseñar experiencias integrales, como recorridos con realidad aumentada; Weaver (2021) enfatiza que la adopción de herramientas

digitales incrementa la satisfacción de los visitantes a los parques nacionales, en tanto que Buckley (2021) muestra cómo los operadores que implementan modelos de economía colaborativa diversifican sus ingresos. De igual modo, trabajos como el de Andrade-Cunha et al. (2025) señalan que ha existido una falta de conocimiento sobre las experiencias turísticas y cómo estas se interrelacionan con el proceso de cocreación, a la vez que enfatizan que este proceso se ha enfocado especialmente en el punto de vista del turista, dejando de lado aportes de otros actores relevantes. Por su parte, Fredman et al. (2024) identifican la innovación como un mecanismo que se puede utilizar poderosamente para atraer turistas de elevado poder adquisitivo.

El análisis del territorio turístico y la marca territorial muestra desafíos de fragmentación política y dificultades para posicionar al Quindío como un destino unificado. Yang y Chuanchen (2024) evidencian en China que una estrategia de marca regional mejora la recordación de destino, a la vez que Beevor et al. (2022) enfatizan en cómo la estrategia de storytelling patrimonial, fortalece la imagen de marca en entornos rurales. En Colombia, Guzmán et al. (2022), por su parte, propusieron la creación de una hoja de ruta estratégica con fases claras para cohesionar actores y productos, coincidiendo con la necesidad de un plan maestro de marca.

Respecto a la normatividad aplicada y sostenibilidad, en el grupo focal, los participantes señalaron que la multiplicidad de normas genera confusión y retrasa procesos de certificación. Kong et al. (2024) y Khater y Faik (2025) resaltan el potencial transformador del turismo, con el cual las comunidades pueden reforzar su resiliencia, garantizando la sostenibilidad a largo plazo y la adaptabilidad en un mundo cambiante. Estas comparaciones validan la propuesta de establecer sanciones proporcionales y portales informativos accesibles.

Conclusiones

Con base en los resultados obtenidos, se concluye que la integralidad de la infraestructura turística y de soporte en el Quindío, depende de un equilibrio entre inversión en vías, señalización y puntos de auxilio, el despliegue de tecnologías de información y la efectiva coordinación institucional. La implementación de un modelo integrador que combine estos tres aspectos es crucial para garantizar la accesibilidad, seguridad y competitividad de los destinos

de naturaleza; sin embargo, su efectividad está condicionada por mecanismos de gobernanza que aseguren cooperación multiescalar, asignación transparente de recursos y seguimiento técnico de las intervenciones.

De igual manera, la adopción de clústeres temáticos, experiencias integrales y soluciones tecnológicas robustas, podría posicionar al Quindío como un destino innovador y competitivo. El éxito de estas iniciativas radica en la articulación público-privada, la renovación continua de productos y en la existencia de arreglos institucionales (formales e informales) que faciliten la co-gestión, incentiven la innovación colaborativa y permitan la retroalimentación sistemática de usuarios y comunidades para ajustar las estrategias en tiempo real.

En este sentido, la creación de una marca territorial única y la implementación de un mapa de ruta estratégico, constituyen pasos fundamentales para convertir al Quindío en un destino coherente y atractivo. La combinación de incentivos fiscales, campañas de posicionamiento y planificación de proyectos, pueden garantizar un desarrollo alineado del turismo de naturaleza con criterios de sostenibilidad cuando estos instrumentos se enmarcan en políticas coordinadas y marcos regulatorios claros que definan responsabilidades, mecanismos de financiamiento y métricas de desempeño.

Igualmente, un marco normativo claro, acompañado de supervisión efectiva y espacios de diálogo permanente, garantizaría la calidad y la sostenibilidad de la oferta de turismo de naturaleza. De manera específica, la gobernanza debe incorporar canales participativos para vincular saberes locales, procedimientos de resolución de conflictos y sistemas de monitoreo ambiental y socioeconómico que permitan adaptar las normas a necesidades emergentes y fortalecer la confianza de comunidades y visitantes en el destino.

Se concluye que el desarrollo del turismo de naturaleza en el Quindío requiere una estrategia integral que articule sostenibilidad ambiental, cohesión social e inversión estructural para lograr una oferta turística competitiva y alineada con los valores del Paisaje Cultural Cafetero. Para que dicha estrategia prospere, es indispensable fortalecer los mecanismos de gobernanza, es decir, planificación multiescalar, claridad en asignación de competencias, instrumentos financieros de apoyo y plataformas de rendición de cuentas que hagan operativa la coordinación entre actores.

La presente investigación resulta fundamental al ofrecer un análisis de las interrelaciones entre las dimensiones estudiadas, a saber, infraestructura turística, procesos de innovación, estrategias de marca territorial y marcos normativos en el contexto del turismo de naturaleza en el Quindío. El trabajo aporta evidencia empírica sobre brechas tecnológicas y la importancia de co-crear experiencias de alto valor; igualmente, pone de relieve que la traducción de estas evidencias en políticas efectivas depende de la capacidad institucional para gobernarlas y monitorearlas.

En cuanto a las implicaciones prácticas, los resultados fundamentan recomendaciones precisas para el diseño de políticas públicas y la articulación de alianzas público-privadas orientadas a optimizar la competitividad regional, siempre en el marco de arreglos de gobernanza inclusivos y adaptativos. Finalmente, las limitaciones metodológicas (el uso predominante de datos cualitativos provenientes de grupos focales) indican la necesidad de estudios complementarios con métodos cuantitativos y series temporales; futuras investigaciones deberían, además, evaluar el papel de la gobernanza en la recuperación post-COVID-19 y en el monitoreo de indicadores de sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo.

Consideraciones éticas

Se proporcionó información clara sobre los objetivos, riesgos, uso de grabaciones y derechos de los participantes, recabando consentimiento informado. Dado el carácter grupal, se destacó que la confidencialidad no puede garantizarse, y se establecieron reglas para mitigar riesgos reputacionales. El equipo moderó la dinámica para evitar presiones indebidas. Los datos fueron anonimizados, almacenados de forma segura y tratados conforme a la normativa colombiana, conservándolos solo el tiempo necesario. El análisis temático incluyó triangulación y codificación independiente, y los resultados se reportaron de manera agregada, protegiendo la identidad de los participantes.

Conflicto de interés

Todos los autores realizaron aportes significativos al documento y declaran que no existe ningún conflicto de interés relacionado con este artículo.

Declaración de contribución de los autores

Edwin Tarapuez Chamorro: Metodología, Análisis Formal, Investigación, Escritura -

Borrador original, Redacción: revisión y edición, Visualización.

Beatriz Elena Guzmán Díaz: Conceptualización, Metodología, Validación, Análisis Formal, Investigación, Recursos, Supervisión, Administración del proyecto, Adquisición de fondos.

Ramiro Parra Hernández: Conceptualización, Validación, Investigación, Redacción: revisión y edición, Visualización.

Fuente de financiación

Artículo resultado del proyecto “Retos y desafíos para el desarrollo del turismo de naturaleza en el departamento del Quindío con criterios de sostenibilidad” financiado por la Universidad del Quindío e identificado con código 1159. Los autores agradecen el apoyo recibido de parte de las directivas universitarias, de la profesora Urte Duis, quien se desempeñó como asesora de la investigación, a los estudiantes investigadores por su apoyo en la realización de este estudio, y a los auxiliares de investigación que brindaron su soporte en la logística de los talleres realizados en la ejecución de esta investigación.

Referencias

- (1) Albarrán, J. y Pinassi, A. (2022). Entre discursos patrimoniales y turísticos. Análisis de los programas “Los pueblos más bonitos de España” y “Pueblos Auténticos” de Argentina. *Investigaciones Turísticas*, (24), 1-22. <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.24.1>
- (2) Andrade-Cunha, M., Irimia-Diéguez, A. & Perea-Khalifi, D. (2025). Co-creation of experiences in tourism: A conceptual perspective through a meta-review and thematic mapping. *Tourism & Management Studies*, 21(2), 29-51. <https://doi.org/10.18089/tms.20250203>
- (3) Anjos, S., Meira, J., Pereira, M. & Limberger, P. (2017). Quality attributes of Jericoacoara, Brazil. *International Journal of Tourism Cities*, 3(2), 196-204. <https://doi.org/10.1108/IJTC-09-2016-0027>
- (4) Beevor, M. C., Campos, A. C. & Guerreiro, M. (2022). Storytelling and experience design in heritage tourism. In A. C. Campos & S. Almeida (Eds.), *Global perspectives on strategic storytelling in destination marketing* (pp. 1–21). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-3436-9.ch001>

- (5) Bhuiyan, M. A., Zhang, Q., Wu, X., Rahman, M. K. & Khare, V. (2023). Does good governance promote sustainable tourism? A systematic review of PESTEL analysis. *Business & Economics*, 3(33). <https://doi.org/10.1007/s43546-022-00408-x>
- (6) Buckley, R. (2013). Defining ecotourism: Consensus on core, disagreement on detail. In R. Ballantyne & J. Packer (Eds.), *International Handbook on Ecotourism* (pp. 9–14). Edward Elgar.
- (7) Buckley, R. (2021). *Ecotourism: Principles and practices (4th ed.)*. CABI.
- (8) Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío. (2025a). *Observatorio de turismo. Temporada diciembre 2024 - enero 2025*. <https://camaraarmenia.org.co/estudios/observatorio-de-turismo-2024-2025/>
- (9) Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío. (2025b). *Informe Observatorio de Café vigencia 2024*. <https://camaraarmenia.org.co/camara-de-comercio-destaca-la-transformacion-del-cafe-como-motor-de-crecimiento-y-rentabilidad-del-sector/>
- (10) Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío. (2025c). *Indicadores económicos 2024*. <https://camaraarmenia.org.co/estudios/boletin-economico-camara-de-comercio-quindio/>
- (11) Carrillo, A. I., Ávalos-De La Cruz, D. A., Juárez-Sánchez, J. P., Aguilar-González, L. A. y García, C. G. (2021). Turismo rural y turismo de naturaleza en la región de las grandes montañas de Veracruz. *Revista Rosa Dos Vientos. Turismo e Hospitalidade*, 13(3). <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/8543>
- (12) Castillo, J. (2025). En Quindío se espera una cosecha de café de 16 millones de kilos en 2025. *La Crónica del Quindío*. <https://cronicadelquindio.com/actualidad/economia/en-quindio-se-espera-una-cosecha-de-cafe-de-16-millones-de-kilos-en-2025/>
- (13) Corbos, R.A., Bunea, O.I. & Moncea, M. I. (2024). A literature review on tourism infrastructure investments and their impact on tourism development. In *Proceedings of the 18th International Management Conference: Management in the Algorithmic Era – Harmonizing AI Mastery and Human Collaboration* (pp.268-278). Bucharest University of Economic Studies. <https://doi.org/10.24818/IMC/2024/03.01>
- (14) Cornejo, J. L., Chávez-Dagostino, R. M. y Espinoza-Sánchez, R. (2019). Prospectiva del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco. *Investigaciones Turísticas*, 17, 189–212. <https://rua.ua.es/server/api/core/bitstreams/b558b1d8-bd27-4993-a280-b00b5d4dbc78/content>
- (15) CPTUR. (2024). Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia. Cotelco-Unicafam. <https://www.cptur.org/>

- (16) Crónica del Quindío. (2025). Derrama económica, sobre los USD 21 millones en temporada turística en el Quindío. *La Crónica*.
<https://archivo.cronicadelquindio.com/noticias/economia/derrama-economica-sobre-los-usd21-millones-en-temporada-turistica-en-el-quindio>
- (17) Díaz, F., Leyva, L., Ortiz, O. y Sierra, Y. (2020). El turismo rural sostenible en Holguín, Estudio prospectivo panorama 2030. *Revista El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, 38, 174-193.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7882165>
- (18) Dilsaver, L. M. (2024). Nine processes that have shaped the U.S. National Park System. *Annals of the American Association of Geographers*, 1–14.
<https://doi.org/10.1080/24694452.2024.2412178>
- (19) Fredman, P., Haukeland, J. V., Tyrväinen, L., Siegrist, D. & Lindberg, K. (2024). Innovation and future pathways in nature-based tourism: The outlook from an international expert panel. *Loisir et Société / Society and Leisure*, 47(3), 563–579.
<https://doi.org/10.1080/07053436.2024.2423305>
- (20) García, D. A., Vargas, H. F. y Restrepo, J. J. (2020). El turismo de naturaleza: Educación ambiental y beneficios tributarios para el desarrollo de Caquetá. *Aglala*, 11(1), 107–132.
<https://revistas.uninunez.edu.co/index.php/aglala/article/view/1568>
- (21) Gobernación del Quindío. (2022). *Con cerca de 2 millones de turistas al año, el Quindío ya no es solo un destino de temporadas*. <https://quindio.gov.co/noticias-2022/noticias-septiembre-2022/el-quindio-ya-no-es-solo-destino-de-temporadas-recibe-cerca-de-2-millones-de-turistas-al-ano>
- (22) Guzmán, B. y Galarza, C. (2010). *Estudio prospectivo del turismo rural asociado al paisaje cultural del departamento del Quindío* [Tesis de maestría, Universidad Externado de Colombia].
- (23) Guzmán, B., Tarapuez, E. y Botero, J. (2022). *Visión prospectiva del turismo de naturaleza: Quindío 2035*. Kinesis. <https://acortar.link/cYKio6>
- (24) Hernández, A., Vargas, E. y Delgado, A. (2023). Eco-innovación en el sector hotelero de Nuevo Nayarit, México. Una perspectiva sustentable. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 13(26), 237-252. <https://doi.org/10.17163/ret.n26.2023.04>
- (25) Khater, M. & Faik, M. (2025). Tourism as a catalyst for resilience: Strategies for building sustainable and adaptive communities. *Community Development*, 56(2), 175–191.
<https://doi.org/10.1080/15575330.2024.2382174>

- (26) Kong, H., Qiu, X., Wang, K., Bu, N., Cheung, C. & Zhang, N. (2024). Exploring Chinese sustainable tourism: a 25-year perspective. *Journal of Sustainable Tourism*. 33(7), 1373–1391. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2347547>
- (27) La República. (2025). *El turismo representa casi 6% del PIB del Eje Cafetero*. <https://www.larepublica.co/especiales/los-avances-del-eje-cafetero/el-turismo-representa-casi-6-del-pib-del-eje-cafetero-4146009>
- (28) Leguizamón, L., Mora, N. L., Pabón, W. O. y Marulanda-Ascanio, C. (2020). Identificación de estrategias de gestión pública para el fomento del turismo sostenible en Chinácota, Norte de Santander. *Reflexiones Contables*, 3(2), 29–39. <https://doi.org/10.22463/26655543.2973>
- (29) Lemelin, H. & Jaramillo, P. (2020). Orange, black, and a little bit of white is the new shade of conservation: the role of tourism in Monarch Butterfly Conservation in Mexico. *Journal of Ecotourism*, 19(4), 291 - 303. <https://doi.org/10.1080/14724049.2019.1656726>
- (30) Lomas, K. & Trujillo, A. (2018). Environmental educational model for community tourism of fakcha llakta community-Ecuador. *International Journal of Professional Business Review*, 3(1), 95–110. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2018.v3i1.38>
- (31) Mawarni, G., Moutinho, N., Fernandes, P.O. & Nunes, A. (2022). Factors Affecting the Adventure Tourism Development Index: A Worldwide Analysis. In: Abreu, A., Liberato, D., Garcia Ojeda, J.C. (Eds) *Advances in Tourism, Technology and Systems. Smart Innovation, Systems and Technologies*, vol 293. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-19-1040-1_32
- (32) Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Política de Turismo de Naturaleza de Colombia*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza.pdf.aspx>
- (33) Ministry of Tourism. (2022). *National strategy for adventure tourism 2022*. Government of India. <https://tourism.gov.in/sites/default/files/2022-09/National%20Strategy%20for%20Adventure%20Tourism%202022.pdf>
- (34) Peña, C. S., Espinoza, R., López, J. A. & Dávalos, A. Y. (2024). Approach to impact of tourism on quality of life: Case study of the Magic Town of San Sebastián del Oeste, Jalisco, México. *Sustainability*, 16(24), 10828. <https://doi.org/10.3390/su162410828>

- (35) Pérez, M. E., Flores, M. B., Álvarez, J. & Alfaro, V. G. (2024). Competitiveness and tourism GDP in magic towns: an analysis based on the theory of forgotten effects. *Quality & Quantity*. 59, 2153–2170. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-01900-2>
- (36) Plata, B. E. (2013). *Santa Rosa de Cabal, Risaralda: Un Modelo Prospectivo Estratégico Territorial para el Sector Turístico*. Universidad Externado de Colombia [Tesis de maestría, Universidad Externado de Colombia]. <https://www.camarasantarosa.org/wp-content/uploads/2018/06/santa-rosa-de-cabal-risaralda-un-modelo-prospectivo-estrategico-territorial-para-el-sector-turismo.pdf>
- (37) Polukhina, A., Sheresheva, M., Efremova, M., Suranova, O., Agalakova, O. & Antonov-Ovseenko, A. (2021). The concept of sustainable rural tourism development in the face of COVID-19 crisis: Evidence from Russia. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(1), 38. <https://doi.org/10.3390/jrfm14010038>
- (38) Serrano, A. M., Montoya, L. A. y Cázares, I. V. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21(1), 99–109. <https://doi.org/10.15446/ga.v21n1.69395>
- (39) UN Environment Programme (2019). Report of the switch Africa Green Regional sector meeting on sustainable tourism. https://www.switchtogreen.eu/wp-content/uploads/2021/04/Sector-report_Sustainable-Tourism.pdf
- (40) Unidad de Planificación Rural Agropecuaria. (2024). *Quindío, Documento Regional*. UPRA. <https://acortar.link/nWWDXE>
- (41) Weaver, D. (2021). *Ecotourism (4th ed.)*. Wiley.
- (42) World Tourism Organization. (2021). *Rural tourism*. <https://www.unwto.org/rural-tourism>
- (43) Yang, W. & Chuanchen, B. (2024). Marketing the community-based eco-tourism for thai and chinese under the new media era for local authorities. *Journal of Ecohumanism*, 3(7), 4481-4496. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4563>
- (44) Zhang, F., Lv, Y. & Sarker, M. N. (2024). Resilience and recovery: A systematic review of tourism governance strategies in disaster-affected regions. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 103, 104350. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2024.104350>