

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS				   		
	CARTA DE AUTORIZACIÓN						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 1

Neiva, 18 de enero de 2022

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Yenifer Andrea Lara Mosquera, con C.C. No. 1.075.239.050,

Sergio Felipe Nuñez Ramirez, con C.C. No. 1.075.264.754.

Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado Prospectiva del turismo sostenible en el desierto de la Tatacoa para el año 2032, presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar al título de Maestría en Administración de Empresas;

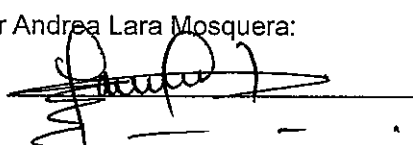
Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores” , los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Yenifer Andrea Lara Mosquera:

Firma:



Sergio Felipe Nuñez Ramirez:

Firma:



Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS					   	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 3

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: Prospectiva del turismo sostenible en el desierto de la Tatacoa para el año 2032

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Lara Mosquera	Yenifer Andrea
Núñez Ramirez	Sergio Felipe

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Andrade Navia	Juan Manuel

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Magister en Administración de Empresas

FACULTAD: Economía y Administración

PROGRAMA O POSGRADO: Maestría en Administración de Empresas

CIUDAD: Neiva

AÑO DE PRESENTACIÓN: 2021

NÚMERO DE PÁGINAS: 172

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas___ Fotografías___ Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general___ Grabados___
Láminas___ Litografías___ Mapas___ Música impresa___ Planos___ Retratos___ Sin ilustraciones___ Tablas
o Cuadros X

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento:

MATERIAL ANEXO:

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS					
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO				PÁGINA 2 de 3	
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria): No aplica

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

Español

inglés

- | | |
|----------------------------------|----------------------------|
| 1. <u>Prospectiva</u> | <u>Prospective</u> |
| 2. <u>Turismo sostenible</u> | <u>Sustainable tourism</u> |
| 3. <u>Desierto de la Tatacoa</u> | <u>Tatacoa desert</u> |
| 4. <u>Estrategias</u> | <u>Strategies</u> |
| 5. <u>Tendencias</u> | <u>Trends</u> |

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

El presente proyecto es un estudio para la identificación del escenario apuesta deseado del turismo sostenible del desierto de la Tatacoa para el año 2032, donde se concretó la situación del turismo informal sin generar un proceso sostenible equilibrado aunado a unos aspectos en desventaja como la del corredor vial, la baja calidad en servicios, inseguridad, entre otros aspectos que sustenta la carencia de planificación. Así, la metodología se basó en el estudio de la prospectiva de Mojica, el cual comprende la identificación de fuentes secundarias, la identificación de los factores de cambio temidos, presentidos y anhelados en el futuro, la priorización de las variables estratégicas, el juego de los actores, la construcción de los escenarios posibles, probables y deseados para el diseño de las estrategias a partir de un plan prospectivo y estratégico que permitirá construir el escenario apuesta. Bajo éste modelo se aplicaron de manera integrada las herramientas prospectivas como el ábaco de Régner, MicMac, Mactor, Smic Prob y matriz importancia y gobernabilidad, lo cual, posibilitó construir cuatro escenarios futuros y proponer las estrategias para el escenario apuesta deseado.

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

The present project is a study for the identification of the desired scenario of sustainable tourism in the Tatacoa desert for the year 2032, where the situation of informal tourism was specified without generating a balanced sustainable process coupled with disadvantaged aspects such as that of the corridor. road, low quality services, insecurity, among other aspects that support the lack of planning. Thus, the methodology was based on the prospective study of Mojica, which includes the identification of secondary sources, the identification of feared, anticipated and longed-for change factors in the future, the

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS					   			
DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO									
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	3 de 3		

prioritization of strategic variables, the game of the actors, the construction of the possible, probable and desired scenarios for the design of the strategies based on a prospective and strategic plan that will allow the construction of the bet scenario. Under this model, prospective tools such as Régnier's abacus, MicMac, Mactor, Smic Prob and importance and governance matrix were applied in an integrated manner, which made it possible to build four future scenarios and propose strategies for the desired bet scenario.

APROBACION DE LA TESIS

Nombre Presidente Jurado: ELÍAS RAMÍREZ PLAZAS

Firma:



Nombre Jurado: Sergio Santos Sánchez

Firma:



Nombre Jurado: Francisco Bernal Cerquera

Firma:



**Prospectiva del turismo sostenible en el desierto de la Tatacoa para el año
2032**

Yenifer Andrea Lara Mosquera

Sergio Felipe Núñez Ramírez

Facultad de Economía y Administración, Universidad Surcolombiana

Maestría en Administración

Mag. Juan Manuel Andrade Navia

Enero, 2022

Tabla de Contenido

Resumen	
Capítulo I. Generalidades	9
1.1 Descripción del problema	9
1.2 Justificación	11
1.3 Amplitud y delimitación del problema	12
1.4 Preguntas de investigación	14
1.4.1. Pregunta general	14
1.4.2. Preguntas específicas	14
1.5 Objetivos	14
1.5.1. Objetivo general	14
1.5.2. Objetivos específicos	14
1.6 La revisión de la literatura y estado del arte	15
1.7 Marco Teórico	17
1.8 Marco conceptual	30
1.8.1 Turismo	30
1.8.2 Tipos de turismo	32
1.9 Marco Contextual	40
1.10 Marco legal	40
1.11 Matriz de Análisis Teórico	42
1.12 Metodología	44
1.13 Prospectiva	45
1.14 Método de investigación	46
1.14.1 Método deductivo	46
1.14.2 Tipo de Investigación	46
1.14.3 Técnicas cuantitativas y cualitativas	46
1.14.4 Población y muestra	47
1.15 Análisis de contenido de documentos	48
1.15.1 Observación directa y participante	48
1.15.2 Entrevistas a los expertos	48
1.16.3 Herramientas de la Prospectiva	48

1.16.4 Validez de la investigación	49
Capítulo II. Análisis de tendencias globales, nacionales y locales del turismo	52
2.1 Diagnóstico de la situación actual del desierto	52
2.2 Bibliometría	60
2.3 Marco Referencial	60
2.5 Análisis de documentos institucionales	72
2.5.1 Tendencias internacionales	73
2.5.2 Tendencias Nacionales	79
2.5.3 Tendencias locales	85
Capítulo III. Factores de Cambio y Variables Estratégicas	92
3.1 Matriz de Cambio	92
3.2 Ábaco de Régnier	96
3.3 Posición de actores	110
3.4 Matriz de Influencia Directa	118
3.5 Informe de Fuerzas MIDI	120
Capítulo IV. Análisis morfológico y escenarios	127
4.1 Hipótesis	127
Análisis morfológico.	132
Capítulo V. Estrategias y conclusiones	154
5.1 Estrategias	154
5.2 Conclusiones	161
Bibliografía	163

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz de Análisis Teórico	42
Tabla 2. Validez de la investigación.....	49
Tabla 3. Comparativo número de visitantes a los atractivos turísticos del Huila Años 2017-2018	52
Tabla 4. Bienes Turísticos zona urbana	54
Tabla 5. Hoteles zona urbana	55
Tabla 6. Inventario Bienes Turísticos zona rural	56
Tabla 7. Hoteles dentro del desierto	56
Tabla 8. Agencias de turismo en la Tatacoa	57
Tabla 9. Cantidad de visitantes al desierto de la Tatacoa entre los años 2016 - 2019	57
Tabla 10. Ocupación hotelera	58
Tabla 11. Cantidad de Visitantes al Museo Paleontológico entre los años 2014-2020	59
Tabla 12. Visitantes Observatorio desierto de la Tatacoa Año 2018-2020	59
Tabla 13. Tendencias	87
Tabla 14. Matriz de cambio	92
Tabla 15. Referencia puntos de calificación	96
Tabla 16. Ábaco de Régnier	97
Tabla 17. Matriz de impacto cruzado	101
Tabla 18. Conciliación de Resultados del MICMAC Vs Abaco Régnier	109
Tabla 19. Actores.....	110
Tabla 20. Objetivos 2032.....	115
Tabla 21. Criterios de valoración	118
Tabla 22. Análisis morfológico.....	133
Tabla 23. Escenario 1: Tendencial. “Despacio sin afán”	135
Tabla 24. Escenario 2: alternativo “Sin prisa pero sin pausa”	138
Tabla 25. Escenario 3: alternativo “Poco a poco se llena la vasija”	140
Tabla 26. Escenario Apuesta “Si se pudo”	143
Tabla 27. Probabilidades simples	150
Tabla 28. Probabilidad condicional si realización	151
Tabla 29. Probabilidad condicional si no realización.....	152
Tabla 30. Clúster turístico	154
Tabla 31. Ordenamiento territorial del desierto de la Tatacoa	155
Tabla 32. Turismo de naturaleza.....	156
Tabla 33. Turismo personalizado.....	157
Tabla 34. Turismo nacional de lujo.....	159
Tabla 35. Turismo internacional.....	160

Índice de Figuras

Figura 1. Cinco elementos de la Actitud Prospectiva de Godet.....	18
Figura 2. Triángulo griego de Michel Godet	24
Figura 3. Modelo de mayor complejidad de la prospectiva estratégica	25
Figura 4. Matriz de cambio	27
Figura 5. El Árbol de competencias de Marc Giget	27
Figura 6. Plano de motricidad-dependencia	28
Figura 7. Diagrama IGO	29
Figura 8. Ubicación de La Tatacoa	53
Figura 9. Documentos por año.....	65
Figura 10. Fuentes claves de divulgación de conocimiento	66
Figura 11. Documentos por autor	67
Figura 12. Recuento de documentos.....	68
Figura 13. Documentos por patrocinador	69
Figura 14. Mapa de influencia-dependencia directa.....	102
Figura 15. Mapa de influencia indirecta	103
Figura 16. Gráfico influencias directas	104
Figura 17. Gráfico influencias indirectas	108
Figura 18. Plano de Influencia y dependencia entre actores.....	119
Figura 19. Histograma de relaciones de Fuerzas MIDI.....	120
Figura 20. Histograma 3 MAO	122
Figura 21. Balance de posiciones.....	123
Figura 22. Balance de posiciones.....	124
Figura 23. Balance de posiciones.....	124
Figura 24. Balance de posiciones.....	125
Figura 25. Balance de posiciones.....	126
Figura 26. Balance de posiciones.....	126
Figura 27. Estructuración de variables	132
Figura 28. Histograma probabilidad de escenarios (conjunto de expertos) .	153

Índice de Anexos

Anexos 1. Matriz de impacto cruzado	171
Anexos 2. Matriz de influencia directa	172

Resumen

El desierto de la Tatacoa es un ecosistema que no solo tiene su importancia ambiental, sino que se ha convertido en un destino relevante a nivel regional y nacional para la actividad turística. Esta función del desierto convierte al destino en un dinamizador de la economía regional generando oportunidades de empleo y generación de riqueza por medio de la actividad turística. En esta coyuntura es importante definir políticas para impulsar el turismo en el desierto, siendo el modelo de prospectiva estratégica avanzada que es planteado por Francisco José Mojica una herramienta para definir estrategias y acciones para fomentar el turismo.

Así las cosas, éste trabajo contiene en un primer capítulo generalidades que tienen que ver con la formulación del problema de investigación, y el diseño de unas preguntas de investigación que conducen al objetivo general de diseñar el escenario apuesta del turismo sostenible del desierto de la Tatacoa para el año 2032 y para lo cual se despliegan seis objetivos específicos. Asimismo, en el primer capítulo se hace un recorrido teórico, del estado del arte y el diseño metodológico.

En un segundo capítulo se describe tanto el diagnóstico, el ejercicio bibliométrico y tendencias identificadas en el análisis documental. Asimismo, en el tercer capítulo se aplicó la herramienta matriz de Cambio de Godet, el Abaco de Rénier y el Mic-Mac para identificar las variables estratégicas.

En el tercer capítulo se utilizó el Mactor como herramienta para identificar la posición de los actores frente a las variables estratégicas. En el cuarto capítulo se acudió a la Matriz de Impacto Cruzado-SMIC- con la cual se identificaron las probabilidades

de ocurrencia de los escenarios identificados, entre los cuales se encuentra el escenario apuesta. En el quinto capítulo para identificar las estrategias para cumplir el escenario apuesta se aplicó la Matriz de Importancia y Gobernabilidad (IGO) y, por último, se presentan las conclusiones.

Palabras Clave: Prospectiva, Turismo Sostenible, Desierto de la Tatacoa.

Capítulo I. Generalidades

1.1 Descripción del problema

El desierto de la Tatacoa está ubicado en el municipio de Villavieja, al norte del departamento del Huila, y se caracteriza como un “desierto” bosque muy seco tropical, cuyas condiciones de temperatura en el día oscilan entre los 40 y 43°C.

Sobresale por sus biomas, su bosque de colores rojizos y grisáceos; así como de la acumulación de fósiles que ha despertado el interés de turistas, de paleontólogos, y científicos; a ello se suma los elementos como el cielo despejado en las noches llegando a visualizarse un compendio de estrellas bajo un horizonte lumínico, esto haciéndolo distinguir a nivel de los sitios ecoturísticos de Colombia. Su apertura al público fue en el año 2000 (EFE, 2018) y fue declarado como Distrito de Manejo Especial por la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena (CAM) mediante Acuerdo 008 del año 2014, en jurisdicción de los municipios de Villavieja y Baraya, se constituye respecto a otros sitios turísticos del departamento.

El turismo en el desierto de la Tatacoa se ha venido desarrollando de manera informal, sin una planificación que garantice la sostenibilidad en esa región, máxime cuando se suman situaciones en desventaja como la del corredor vial que conduce al desierto, la baja calidad en los servicios y problemas de inseguridad, entre otros, que sustentan la falta de una planificación que garantice la sostenibilidad del turismo en la región. Por otro lado, se identifican zonas de protección, que podría permitir ejecutar acciones conjuntas con los actores sociales e institucionales que tienen influencia en la zona para fomentar el conocimiento, así

como la actividad de conservación y, por consiguiente, la protección de bosque muy seco tropical y la biodiversidad, garantizando el equilibrio ecosistémico.

De acuerdo con los boletines estadísticos de la Gobernación del Huila, reportado por el Sistema de Información Turística y Cultural, en la vigencia 2018, se destaca que el desierto de la Tatacoa recibió 335.020 visitantes con un crecimiento del 21% comparado con los registrados en 2017 que fue de 275.836 (ver Tabla 1).

Durante el año 2019, de los 1.436.612 viajeros que visitaron los diferentes sitios turísticos del departamento del Huila, el desierto de la Tatacoa registró 405.006 visitas; seguido del Museo Paleontológico de Villavieja (17.532) y el observatorio astronómico de La Tatacoa con 7.808 turistas.

En el 2020, es importante precisar que a pesar de la pandemia por Covid-19 derivada de la enfermedad ocasionada por el virus SARS-CoV-2 se alcanzaron 7.173 visitas al Museo Paleontológico de Villavieja y 3.365 visitas al Observatorio Astronómico; por lo que se considera este lugar turístico es de gran interés para los turistas.

A partir de lo anterior, se puede inferir que la región cuenta con unas ventajas comparativas y una alta demanda de turistas no solo del orden nacional sino extranjeros, por su potencial natural del ecosistema, el valor paisajístico y paleontológico, entre otros, que lo identifican como una alternativa diferencial y atractiva; sin embargo, en lo competitivo no está tan desarrollado por lo que es trascendental planificar el turismo a largo plazo afianzando el clúster turístico, la oferta de hospedaje y otros atractivos bajo una manejo integral que le permitirá la

sostenibilidad del turismo en la zona, proporcionando un mejor bienestar a sus visitantes.

Por lo anteriormente mencionado, se plantea la pregunta de investigación:

¿Cuál es el escenario apuesta deseado del turismo sostenible del desierto de la Tatacoa para el año 2032?

1.2 Justificación

El trabajo de investigación centra su justificación en que el turismo del desierto de la Tatacoa se ha desarrollado de una manera desorganizada, sin planificación, que no lo hacen sostenible a largo plazo, proporcionando un turismo informal desde la prestación de los servicios que desembocan en una mala imagen para el desarrollo de esto y reflejados en los altos costos que el turista debe pagar como consecuencia.

Por consiguiente, se hace necesario tener una visión prospectiva en diferentes escenarios para el futuro del turismo en ese punto del norte del departamento del Huila, considerándose que es la segunda zona árida más extensa de Colombia después de la Península de la Guajira, con atractivos naturales, con un rico yacimiento de fósiles que lo destaca como un gran destino turístico por esas bondades; por lo que proporcionará a la región posibles escenarios para ir a la vanguardia del turismo y lograr su sostenibilidad que contribuya al bienestar de la región con un enfoque del turismo sostenible, inclusivo, resiliente y la generación de empleo en la región.

En ese orden, la disciplina prospectiva es pertinente para brindar herramientas que apoyen la construcción de alternativas de desarrollo que permitan salir de ese adormecimiento en los niveles gerenciales, del conformismo ante el éxito del presente sin visión de futuro y, por el contrario; incursionar en la planificación del futuro como una necesidad constante para asegurar su posicionamiento a largo plazo.

La importancia radica en la prospectiva turística sostenible para el departamento, para el municipio de Villavieja y para el desierto de la Tatacoa que permitirá disminuir la incertidumbre hacia el futuro.

El beneficio es para la sociedad, con un impacto en la generación de ingresos, el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes y de los turistas, la mejora en la satisfacción al cliente (turista) y el reconocimiento a nivel regional y nacional del potencial natural, histórico y cultural.

1.3 Amplitud y delimitación del problema

En el marco de la amplitud y delimitación de esta investigación, se hace a partir de los criterios de tiempo, espacio y población, los cuales se desagregan:

Tiempo: El estudio prospectivo está definido para el año 2032, es decir, el horizonte es al 2032 y se deberá analizar los antecedentes, la situación actual del turismo del desierto de la Tatacoa, las tendencias nacionales y mundiales del sector turístico.

Espacio: El estudio se desarrollará en el espacio geográfico del desierto de la Tatacoa, en un área ubicada en la margen derecha del río Magdalena, principalmente en el centro y el oriente del municipio de Villavieja, a 40 Km al norte de Neiva. Sus límites más reconocibles son las inspecciones de Potosí y San Alfonso al norte; el río Magdalena en el occidente; cuenca de la quebrada Las Lajas al sur; y en el oriente algunas zonas del municipio de Baraya, que se pueden limitar por la vía Baraya-Colombia hasta el río Cabrera y por el cauce de éste hasta su confluencia con el Magdalena.

Población: Este aspecto guarda relación con la actividad turística, es decir, vista desde la oferta turística (distribución de sitios turísticos) y la demanda turística en el desierto (visitantes extranjeros y nacionales), así como el criterio de turismo sostenible que deberá ser compatible con el mantenimiento de la biota, buscando una armonía entre el turismo y la conservación del ecosistema, protegiendo el hábitat natural de las especies con restricción a sectores de la Tatacoa (en reserva); con infraestructura hotelera fuera del Distrito Regional de Manejo Integrado para evitar impactos negativos, trabajar con la participación activa de la población local en pro de la conservación y del turismo y capacitándose en diferentes tareas. Así mismo, enriquecer la experiencia recreativa, educativa y cultural que brinda la zona con la oferta natural, arqueológica y cultural combinándola con nuevas iniciativas, con variables estratégicas que permitan formular el escenario del turismo sostenible del desierto de la Tatacoa.

1.4 Preguntas de investigación

1.4.1. Pregunta general

¿Cuál es el escenario apuesta deseado del turismo sostenible del desierto de la Tatacoa para el año 2032?

1.4.2. Preguntas específicas

¿Cuáles son las tendencias globales, nacionales y locales del turismo?

¿Cuáles son los factores de cambio temidos, presentidos y anhelados en el futuro?

¿Cuáles son las variables estratégicas priorizadas para la construcción del futuro del desierto de la Tatacoa?

¿Cuáles son las posiciones de los actores frente a las alternativas de futuro del desierto de la Tatacoa?

¿Cuáles son los escenarios posibles, probables y deseados del turismo en el desierto de la Tatacoa al 2032?

¿Cuáles son las estrategias que permiten alcanzar el escenario apuesta del turismo sostenible?

1.5 Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Diseñar el escenario apuesta deseado del turismo sostenible del desierto de la Tatacoa para el año 2032.

1.5.2. Objetivos específicos

- Analizar las tendencias globales, nacionales y locales del turismo.

- Identificar los factores de cambio temidos, presentidos y anhelados en el futuro.
- Priorizar las variables estratégicas para la construcción del futuro deseado del desierto de la Tatacoa.
- Definir los actores frente a las alternativas de futuro del desierto
- Construir los escenarios posibles, probables y deseados del turismo en el desierto de la Tatacoa al 2032.
- Diseñar las estrategias que permiten alcanzar el escenario apuesta del turismo sostenible en el desierto de la Tatacoa.

1.6 La revisión de la literatura y estado del arte

Respecto a la revisión de la literatura relacionada con el turismo en el desierto de la Tatacoa, no se evidencia un estudio detallado ni trabajos relacionados que permitan vislumbrar el turismo en el departamento del Huila. Sin embargo, se encontraron trabajos y proyectos realizados relacionados con el turismo el desierto de la Tatacoa, que son de gran utilidad pues permiten establecer parámetros teóricos y metodológicos para el desarrollo del nuestro proyecto de investigación.

Dentro de los documentos a nivel local, se destaca el artículo titulado Motivación, Satisfacción y Perfil Sociodemográfico del turista que visita el desierto de la Tatacoa de Juan José Sánchez Liévano y Sergio Ramírez Rodríguez en el que analizaron varias dimensiones de la “motivación” en la que existen dos grandes factores que influyen en las personas para realizar la actividad turística: de empuje y de atracción: El primero, se define como la fuerzas internas que predisponen al individuo a tomar la decisión de viajar (Dann, 1977, 1981; Baloglu y

Uysal, 1996); el segundo, se relaciona con los aspectos externos y cognitivos que previamente pueda tener el visitante respecto al sitio turístico. Con base en lo anterior, durante la investigación se evidenció que el factor de empuje presenta una mayor fuerza motivante en el turista que visita el desierto de la Tatacoa (4.40), frente al factor de atracción (3.99).

Los aspectos examinados a lo largo de esta investigación arrojaron líneas claras de trabajo en donde la administración pública (nacional, departamental y municipal) y empresas del sector turístico (hotelería, transporte, guías y profesionales del turismo) deben sincronizar sus esfuerzos para motivar a los turistas (nacionales y extranjeros) a través de los factores estudiados y, a su vez, incrementar el grado de satisfacción del mismo, ya que esto se considera como un elemento esencial para fomentar la demanda turística en el desierto de la Tatacoa y municipio de Villavieja (Sánchez y Ramírez, 2019).

Otro artículo encontrado fue la propuesta de Ruiz, Giraldo Sánchez (2020) que presentaron la propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en el desierto de la Tatacoa Huila Colombia. Agudelo afirman a partir de un diseño de indicadores ambientales para que el turismo sea sostenible en el desierto de la Tatacoa, a través del cual ha sido posible cuantificar y plasmar parte de los efectos causados por esta actividad.

1.7 Marco Teórico

Es importante para la investigación vincular el concepto de prospectiva definido por diferentes autores en materia de prospectiva, que aporten elementos fuertes y que consoliden las bases teóricas del tema a investigar.

Godet, (2005), uno de los teóricos más importantes de la disciplina, define la prospectiva como “una anticipación (preactiva y proactiva) para aclarar la acción presente a la luz de los futuros posibles y deseables”. Pero, además continúa sosteniendo que “la prospectiva, se enfoca en el presente dando significado a la acción, pero acción sin meta no tiene sentido”.

Godet asegura que la meta no lo es todo; ir juntos en el proceso es lo importante, vivir el proceso, (Baena Paz, 2015, citando a Godet, 1993).

La actitud prospectiva contempla una serie de elementos a la hora de abordar cualquier pregunta de investigación y que tenga como método el análisis y las herramientas prospectivas, para ello Godet (1993), expone con claridad cinco elementos referenciados (ver Figura 1).

Figura 1. Cinco elementos de la Actitud Prospectiva de Godet



Fuente. Elaboración propia a partir de Baena Paz (2015).

Y adicionalmente, después, considera necesario la inclusión de tres factores importantes a saber: 1. “Ver diferente. Pensar fuera de la caja, cuidar de los clichés y desarrollar miradas colectivas”, 2. “Ver juntos. No es el “príncipe” el que debe tomar las decisiones, ni tampoco la élite de intelectuales, políticos o empresarios” y 3. “Tener el rigor de una no-disciplina intelectual”. Todo lo anteriormente planteado por Godet, tendrá unos fines a la hora de analizar y construir el futuro de cualquier organización, pues esto derivará en flexibilidad estratégica, capacidad de respuesta estratégica, capacidades dinámicas, competencias dinámicas.

Complementando esta definición, Medina (2013) afirma que es una disciplina para el análisis de sistemas sociales que permite conocer mejor la situación

presente, identificar las tendencias futuras y observar el impacto del desarrollo científico y tecnológico en la sociedad.

Según Mojica (2010):

La prospectiva estratégica es una disciplina que permite analizar el futuro para poder obrar con mayor seguridad en el presente y, empleando una metáfora, se podría decir que esta disciplina ayuda a iluminar el presente con la luz del futuro. Si la empresa pone en práctica este propósito va a ser más competitiva porque será capaz de adelantarse en el tiempo a los eventos del presente y podrá ganar la delantera mucho antes que otras organizaciones acostumbradas a vivir en el día a día y a transitar despreocupadas por lo que pueda acontecer más adelante.

Así pues, el objeto de estudio de la prospectiva es el futuro. “El futuro es un tiempo al que no hemos llegado todavía” dice el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2021). La experiencia señala que se vive en el presente, la vida transcurre en el presente, se tiene memoria del pasado el cual se puede evocar, pero se espera a otro momento, más adelante, que se llama el futuro. Esta diferencia es clara en las diferentes lenguas que existen o que han existido sobre la faz del planeta.

Todos los seres humanos ponemos en práctica nuestro pensamiento por medio de una “lengua” o “idioma”. Así lo demostró Ferdinand de Saussure, considerado el padre de la lingüística, en su obra famosa “Curso de Lingüística General”.

Saussure hace diferencia entre lenguaje y lengua. El lenguaje es la facultad de pensar, que si se quiere poner en práctica se necesita de una lengua (Saussure, 1962). Pues bien, aun cuando todas las lenguas tienen diferentes maneras de

recortar la realidad, todas coinciden en oponer semánticamente la realidad de hoy, diferenciándola de la realidad de ayer y ambas de la realidad de mañana.

La relación pasado – presente – futuro es fundamental para entender el papel de la prospectiva ya que entre estos tres tiempos ocurre una relación de causalidad. Así pues, el presente se explica por el pasado o, dicho de otra forma, el pasado es la causa del presente. Esta afirmación se puede constatar advirtiendo las situaciones de la vida, de una organización, de una empresa, incluso del país, porque lo bueno o malo que acontece o lo que sucede a la empresa, a la organización, a la ciudad, al país, se explica por las decisiones afortunadas o desafortunadas que se tomaron en el pasado. De igual manera, cuando se está en el futuro, lo que se vive en ese momento, bueno o malo, se podrá explicar por las decisiones, acertadas o desacertadas que se han tomado. Esto quiere decir que lo que vaya a ocurrir en el futuro, dentro de diez, quince o más años, se está decidiendo en el momento actual.

El papel de la prospectiva es ayudar eficazmente a conseguir ese futuro de modo que se elija inteligentemente la opción más conveniente.

Por su parte Schwartz (2004) establece los escenarios prospectivos como una técnica utilizada para reducir y trabajar las incertidumbres futuras con la planeación de las estrategias de escenarios y su relación a los procesos actuales, comprendiendo los efectos en el futuro, por lo tanto, esta técnica funciona como una herramienta orientada a la percepción de las personas sobre los ambientes futuros en los cuales las consecuencias de sus decisiones tienen relevancia, cabe mencionar, que estudios de futuros es el término más general e inclusivo, pero

prospectiva es la que goza de mayor reconocimiento mundial y la más ampliamente aceptada en América Latina (Masini, 2012).

En cuanto a la construcción de escenarios, el modelo prospectivo y exploratorio de Godet (1993) propone que “una prospectiva exploratoria en un panorama de los futuros posibles (futuribles), esto son los escenarios no improbables, hay que tener en cuenta el peso de las condiciones del pasado y la confrontación de los proyectos de los actores”, donde cada escenario juega una hipótesis coherente que puede ser objeto de una apreciación o una previsión.

La metodología general para llevar a cabo un estudio de prospectiva, de acuerdo con Godet (1995), está basada en las siguientes actividades desarrolladas en varias etapas:

- Delimitar el problema, etapa que puede ser apoyada por el análisis morfológico de las disciplinas, temas y áreas de interés implicadas en la problemática.
- Llevar a cabo el análisis de variables clave, que permite apuntar las áreas donde habrá que poner más interés en los problemas y problemática en general.
- Llevar a cabo el análisis de los actores, que permite señalar los aspectos donde se pueden presentar los momentos clave, bifurcaciones o puntos de inflexión en el desarrollo de los comportamientos sociales.
- Elaborar escenarios, a partir de la selección de aquellas variables y actores que están vinculados a la expectativa o a nuestra perspectiva y análisis sobre el futuro. Aquí se aplican las estrategias para cada escenario y se consolida una prospectiva estratégica.

La información de fuentes secundarias el autor la denomina el “Estado del Arte” y la “vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva”, asimismo las fuentes primarias son las personas que intervienen en la vida de la organización o de la empresa, directa o indirectamente. Supuestamente son los conocedores del tema y por esta razón los denomina expertos (Mojica, 2008).

Asimismo, Betancourt (2015) presenta los instrumentos metodológicos a aplicar a lo largo del proceso prospectivo. Esta metodología propone el desarrollo de la investigación en “dos fases: la primera, diagnóstica y la segunda, prospectiva estratégica. En las dos fases se utilizaron herramientas de gestión estratégica y herramientas y métodos prospectivos”.

Como una recomendación fundamental para los procesos de prospección Espinosa (2008) plantea:

Los fundamentos del proceso se sitúan en el campo de la creación de condiciones y en la comprensión clara de los alcances de la técnica, pudiéndose agregar, entre las características comunes, el aprendizaje. Los principios y contenidos generales ponen de presente la importancia de la creación de condiciones institucionales y políticas, y la comprensión integral de los procesos de desarrollo. Se resalta igualmente el cuidado en la planificación de los eventos o actividades que se realicen, previendo siempre la disponibilidad de una buena capacidad conceptual y metodológica, una apropiada convocatoria y una estrategia de comunicación (p.312).

Estudios del futuro

La escuela determinista. Su origen se dio en los Estados Unidos donde dio su primer enfoque de la prospectiva se asume que si existen unos comportamientos tendenciales. Esta perspectiva se basa en la inclinación de reconocer el comportamiento tendencial de los fenómenos que se estudian, si ciertos fenómenos muestran tendencias fuertes, estos serían capas de interponerse de las decisiones humanas (Mojica, 2010).

Esta afirmación del autor hace relación a las tendencias tecnológicas que evolucionan por sí solas. Estas tendencias son las llamadas megatendencias en donde la capacidad y la voluntad humana es nula para poder hacer los cambios, ejemplo la globalización, la información y el conocimiento (Mojica, 2010).

La escuela Voluntarista. Está hace parte de la prospectiva estratégica; para esta escuela Mojica (2010) propone que, el futuro no es único ni lineal y menos probable, sino múltiples e inciertos, demuestran que existen varios futuros probables que se denominan futuribles. En esta corriente la acción del ser humano es más relevante para modificar o incidir en las tendencias.

Para Godet (1993), la labor y el tránsito entre la reflexión (diseño del futuro) y la acción (construcción real) tiene un paso obligado por la etapa de apropiación por parte de las comunidades y organizaciones. Cada uno debe comprender el sentido de sus acciones individuales para resituirlas en un proyecto colectivo y global en el cual se encuentran incluidas a continuación:

Figura 2. Triángulo griego de Michel Godet



Fuente. Godet (1993)

La información proveniente de las fuentes secundarias se concentra en lo que se denomina “estado del arte” y en la “vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva”, dado que se recogen principalmente de documentos institucionales, públicos y de libre acceso, que han tenido algún manejo previo.

Etapas de la Metodología Prospectiva

La teoría Goetheana ha pasado por las condiciones propias del entorno colombiano y latinoamericano y, así las cosas, se puede hablar de un modelo (básico) y otro más completo y profundo – Avanzado (Mojica, 2008). Se suele emplear el primero en el análisis de pequeñas empresas, organizaciones y entes territoriales, o cuando las instituciones no disponen de mucho tiempo, pero frente a situaciones que demandan mayor profundidad y con organizaciones que no están coartadas por el calendario es muy agradable tomarse su tiempo y servirse de la panoplia que contempla la “Caja de Herramientas” de Godet.

De todas maneras, sea el modelo básico o el complejo lo fundamental de cualquier estudio prospectivo es su capacidad de señalar rupturas con respecto al presente y de permitir la construcción colectiva del futuro.

La metodología general para llevar a cabo un estudio de prospectiva, de acuerdo con Godet (1995) para la investigación se hará uso, entonces, del modelo Avanzado.

Figura 3. Modelo de mayor complejidad de la prospectiva estratégica



Fuente. Mojica (2008).

La diferencia con el modelo “básico” está en la introducción del juego de actores, sin embargo, internamente este modelo supone el empleo de herramientas más complejas y, por ende, más precisas.

La aplicación avanzada de la prospectiva estratégica consiste en trabajar las fases anteriores a mayor profundidad, lo cual da lugar a un modelo que tiene dos fuentes de exploración: secundarias y primarias. La información proveniente de fuentes secundarias se puede llamar el “estado del arte” y la “vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva”, a su vez, las fuentes primarias son las personas que

intervienen en la vida de la organización o de la empresa, directa o indirectamente. Supuestamente son los conocedores del tema y, por esta razón, los denominan “expertos” (Mojica, 2008).

Es menester, aportar una visión de los elementos que comprenden el gráfico anterior, tal y como se puede observar a través de Mojica (2008) y que comprende, como primera medida:

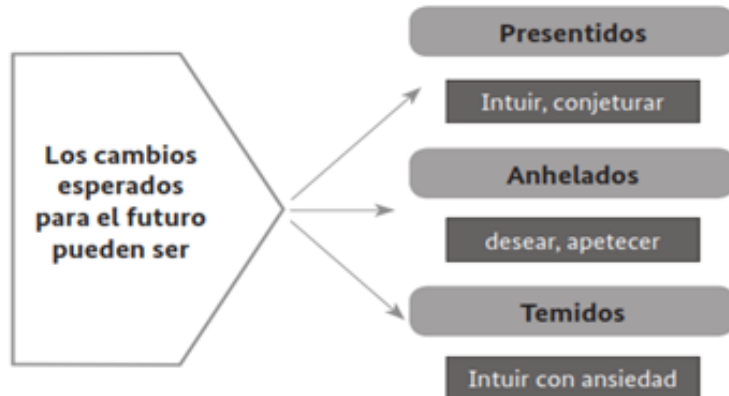
1. Revisión fuentes secundarias, es decir, un estado del arte que se enfoque en detallar el objeto de estudio, con una visión presente y pasada para retomar un análisis futuro del sector turismo del desierto de la Tatacoa, esta etapa se complementa con un estudio de vigilancia e inteligencia tecnológica en aras de reconocer las tendencias mundiales, especialmente tecnológicas, pero en general, las mejores prácticas mundiales (Mojica, 2010).

2. Factores de cambio, se expresan en fenómenos económicos, sociales, culturales, tecnológicos, políticos, ambientales y educativos, entre otros. Se puede dar apoyo a la matriz de cambio de Godet (2007) que identifica los cambios temidos, presentidos y anhelados en el futuro (Ver Figura 3).

El Árbol de competencias de Giget “es un instrumento de análisis y evaluación del conjunto de cualidades tecnológicas, industriales y comerciales de una empresa” (Godet, 1993, p. 31).

En síntesis, la fuerza de la herramienta consiste en diseñar el árbol del presente –de la organización–, compararlo con el árbol del pasado –en x número de años– y con el árbol del futuro –en x número de años– (Mojica, 2010).

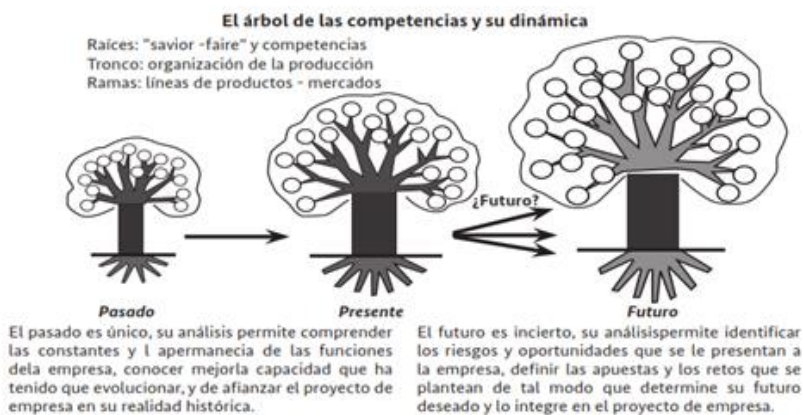
Figura 4. Matriz de cambio



Fuente. Mojica (2014)

La Matriz de cambio permite interrogar a los “expertos” acerca de los cambios de la organización y proyecta tres tipos de cambios: los esperados, los temidos y los anhelados (Mojica, 2010).

Figura 5. El Árbol de competencias de Marc Giget



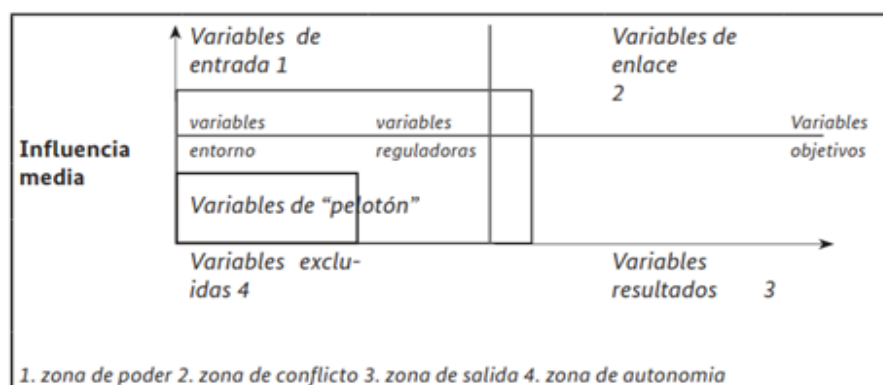
Fuente. Godet (1988)

3. Selección de las variables estratégicas, se prioriza y selecciona a partir de la identificación de factores de cambio, se puede llevar a cabo con el método de (Godet, 2007) Mic-Mac y es un aporte a la “Caja de herramientas”.

Las variables estratégicas, se constituye en un filtro que permite establecer qué factores del conjunto son lo suficientemente relevantes para ser identificados como variables estratégicas o variables claves (Mojica, 2010). Para el análisis estructural se utiliza el Mic-Mac cuyo objetivo es poner de relieve la estructura de las relaciones e interconexiones entre las variables cualitativas y cuantitativas que caracterizan el sistema (Godet, 1993).

El instrumento está basado en una matriz de doble entrada que permite enfrentar los factores tanto por filas como por columnas. Los expertos deben calificar los impactos de unos sobre otros. Finalmente, los resultados se interpretan sobre un plano cartesiano (ver Figura 6), en el que se determina los más influyentes y los más dependientes (Mojica, 2010).

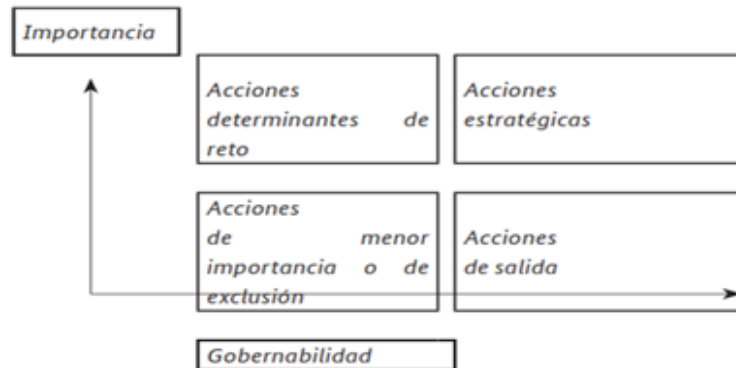
Figura 6. Plano de motricidad-dependencia



Fuente. Godet (1993)

Por otro lado, el IGO (Importancia y Gobernabilidad (ver Figura 7) como variables estratégicas las que obtengan la calificación más alta de importancia, las cuales se pueden clasificar igualmente en varias categorías de gobernabilidad o control que los actores sociales posean sobre ellas (Mojica, 2010).

Figura 7. Diagrama IGO



Fuente. DPN / Universidad Nacional de Colombia (2013)

4. Juego de actores, se estudia el comportamiento de los actores y se correlacionan con las variables estrategias priorizadas, aportando de esta manera los retos, los conflictos y las posibles jugadas que se deben estructurar en el escenario apuesta.

5. Construcción de escenarios, se aplica la técnica de Schwartz (1991), con la cual se plantean los escenarios posibles, tendenciales, exploratorios y de apuesta, y se hace una explicación de cada uno de ellos, lo que permitirá la elección de un “escenario apuesta”.

6. Estrategias, se definen las estrategias que se desarrollará a partir de un plan prospectivo y estratégico permitan alcanzar el escenario apuesta a través del análisis morfológico, donde la fuente será el grupo focal.

1.8 Marco conceptual

El marco conceptual de este estudio está enmarcado en el glosario de los conceptos principales, que son utilizados en la presente investigación y que guarda coherencia y es complementario al marco teórico.

El concepto de mayor relevancia es el turismo, para lo cual es necesario tener en cuenta el concepto emitido por la Organización Mundial de Turismo-OMT (1994).

1.8.1 Turismo

Según la OMT (1994)

El Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos turísticos (p.1).

De esta definición se despliegan las características más importantes del turismo:

- Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, “ocio, negocio, otros”
- Acotación temporal del período por un año, período realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos –tres meses– o con la personificación prevista por algunas legislaciones para la delimitación de lo que se considera residencia habitual –seis meses–.

- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia.
- Localización de la actividad turística como la actividad realizada “fuera del entorno habitual”.

Sobre esta última característica, la OMT (1995) precisa que se entiende por entorno habitual, “El entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente” (p. 3).

En efecto, los planteamientos de Castro (2000), advierten cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística desarrollado dentro de un conjunto de interrelaciones que operan en conjunto y en forma sistemática, considerado por la Organización Mundial del Turismo; y que por consiguiente deben ser tenidos en cuenta en el desarrollo de la investigación:

1. La demanda: formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos.
2. La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
3. El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

4. Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

1.8.2 Tipos de turismo

En este sentido, Castro (2000) agrega que la clasificación se destaca por las motivaciones prioritarias que tiene las personas cuando realizan un viaje turístico; en virtud de la motivación que les caracteriza y los distingue.

La tipología es imprescindible para definir de una parte las características y expectativas de los consumidores y por otra, para saber qué ofrecerles. Basado en las motivaciones, se establecen los tipos que pueden a su vez subdividirse en modalidades.

Turismo cultural

Con el deseo de conocer la forma en que viven otros, así como sus costumbres y maneras de expresarse, este tipo de turismo es practicado por quienes viajan motivados por el disfrute y la permanencia en aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos.

Desde este ámbito, la persona que viaja por motivaciones culturales lo hace por conocer, disfrutar o estudiar rasgos específicos o combinados (historia,

arqueología, arquitectura, religión, filosofía, política, etnología, folclor y otros) de un pueblo, país o de ciertas regiones (Servicio Nacional de Turismo, 2014)

Subsegmentos en virtud del objetivo principal del viaje: turismo familiar, turismo religioso, turismo étnico, turismo político, turismo arquitectónico y monumental, turismo gastronómico, turismo folclórico, turismo educativo, Turismo artístico.

Ahora bien para el Organización Mundial del Turismo (2021) el turismo cultural es un producto donde “La motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumirlos atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico” (p. 31).

Turismo deportivo

La motivación está dada por circunstancias como: a) Participar como espectadores de eventos deportivos internacionales; b) Para disfrutar, aprender o practicar alguna actividad deportiva y c) Para participar en competencias deportivas.

Es de mencionar, que cuanto más exclusiva y especiada es la actividad deportiva, así serán los costos para practicarla, dado que se requieren instalaciones, equipo y personal especializado.

Turismo de placer

En esta categoría o modalidad, se indica que existen multitud de intereses que generan los desplazamientos turísticos, pero cuya motivación principal es el deseo de divertirse y disfrutar a plenitud lo que se hace; es un turismo masivo.

Las actividades realizadas son conocer lugares distintos, visitar parques temáticos y de atracciones, jugar, bailar, broncearse, etc., y por consiguiente es la oferta turística es amplia y variada.

Este tipo de turismo se ha mantenido como el tradicional, el más practicado por los turistas (Guerra, 2021).

Turismo de salud

Este tipo de turismo suele llevarse a cabo con fines de salud, para el descanso y la recuperación, o para recibir un tratamiento médico o intervención quirúrgica que mejore las deficiencias físicas, estéticas o de salud en general.

El turismo de descanso puede tomarse también las visitas de lugares “albergues naturalísticos” que brinde servicios especiales como alimentación vegetariana o macrobiótica, masajes y técnicas de meditación y de relación (yoga) e incluso musicoterapia y por ende, es un turismo de perspectiva de crecimiento, en atención a que las personas deprimidas y con padecimientos de conducta crecen día a día y de allí la importancia de este tipo de turismo que brinda tranquilidad de espíritu y la recuperación de energías que buscan.

Turismo de congresos y convenciones

Suele ser el turismo que permite asistir a reuniones de diferente índole (congresos, convenciones), donde está alternando sesiones de trabajo con recorridos turísticos o con las actividades y tours que se ofrecen como opcionales.

Este tipo de turismo es muy rentable y de gran proyección en cuanto a crecimiento, por la importancia de los eventos o encuentros y que proporciona el intercambio de ideas y experiencias con personas provenientes de otros lugares (Dirección de Turismo Sostenible, 2017).

Turismo de negocios

Se entiende esta modalidad de turismo como los viajes emprendidos por las personas a adelantar gestiones o labores propias de la empresa; y se divierten como los demás turistas tradicionales, aunque su motivación principal es el trabajo, no el descanso.

Turismo rural

Para la Organización Mundial del Turismo (2021) el turismo rural es:

El turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés(p. 35)

Este tipo de turismo es importante en la medida que en Colombia existen extensas zonas rurales.

Turismo naturalista

Es el turismo realizado por las personas que se sienten atraídas por conocer, disfrutar o estudiar un recurso natural o característico de un lugar o una región.

Se subdivide en:

-Turismo de naturaleza suave (soft nature):

Turismo practicado por la mayoría de las personas y consiste en los viajes a un lugar característico con atributos especiales, naturales y escénicos; de gran interés y con el fin de disfrutar esos recursos, pero sin realizar estudios o investigaciones.

Se caracteriza el turista naturalista suave, por tener predilección por las áreas silvestres o por los sitios naturales poco degradados o intervenidos por el hombre.

-Turismo de naturaleza fuerte (hard nature):

Turismo practicado a zonas naturales específicas con el objetivo de investigar o ampliar los conocimientos en un ecosistema, hábitat o especie (animal o vegetal) en particular.

Le pueden llamar también turismo científico, cuyos estudiosos viajan para profundizar aún más en el campo de alguna investigación (historia, vulcanología, agronomía, etc.).

Turismo de aventura

En términos conceptuales el turismo de Naturaleza se entiende como

Un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza (p. 36).

Ahora bien, este tipo de turismo puede representar riesgos de accidentes, dado que su práctica requiere de esfuerzo físico en lugares que pueden ser de difícil acceso.

Ecoturismo

El ecoturismo para la Organización Mundial de Turismo (2021) es: es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local (p. 33).

Lo anterior implica una serie de responsabilidades que se deben asumir por parte de los operadores turísticos y visitantes, dado que el ecoturismo es practicado en áreas protegidas (públicas y privadas) y con gran biodiversidad y bastante extensión preservada.

Es un turismo muy bien planificado y a su vez garantiza una experiencia de calidad; esa sí que los servicios y facilidades que se le ofrecen debe tomar en consideración el beneficio de todos los que participan en la conservación (área protegida), el desarrollo (empresas turísticas) y en el disfrute (turistas) de sus recursos.

De esta manera, este tipo de turismo será cada día más importante, porque de acuerdo con el crecimiento de la población urbana y desarrollo de las sociedades, existirá mayor tendencia al descanso y a la búsqueda de sitios naturales como un

“desintoxicante” contra el estrés producido por la sobrepoblación, modernidad y automatización.

Concordante con el objetivo de la presente investigación es importante tomar de referencia el concepto de Prospectiva, como elemento fundamental para evaluar los escenarios de una región teniendo en cuenta los entornos, la percepción de las partes interesadas, las tendencias y la competitividad.

Finalmente, Jiménez (2006), expone que el turismo sostenible “ha pasado por una evolución en cuanto a su conceptualización, sin dejar de lado las tres esferas básicas de la sostenibilidad que lo han acompañado de alguna manera en sus diferentes interpretaciones desde que surgió el primer concepto, estas esferas son:

1. La sostenibilidad económica, ya que al ser un destino con vocación turística se convierte en un producto, con características rentables y viables hacia el futuro, para que todos cuanto dependen de él sigan aprovechándose del mismo, al tiempo que lo preserva y cuida para que sigan usándolo para tales fines y así mantener una economía más consolidada, aportando un desarrollo económico duradero a la comunidad involucrada.

2. La sostenibilidad ambiental, este aspecto fomenta la conservación y cuidado del entorno natural, para que el entorno natural no sufra daños irreversibles, que lleven a deteriorar el destino y productos turísticos dispuestos para la actividad, trayendo como consecuencia el desequilibrio económico de una comunidad dedicada a esta actividad.

3. La sostenibilidad social-cultural, estos dos aspectos son importantes para desarrollar el turismo puesto que los actores involucrados en turismo deberán

aportar sus ideas más alentadoras para hacer de la actividad turística algo duradero, y sobre todo, rentable sin descuidar aspectos fundamentales como el ambiente y la cultura, favoreciendo el acercamiento entre los turistas y la cultura existente en el destino turístico, esto en el marco armonioso de intercambio cultural, donde los habitantes enseñen sus usos y costumbres al turista, por su parte el turista para no impactar de manera negativa solo se llevará la experiencia de conocimiento y retribución económica a los habitantes, impulsando en las comunidades, culturalmente hablando sus valores, costumbres hacer y quehacer cotidiano: sus usos y costumbres.

El turismo sostenible se concibe sí como un modelo de desarrollo con énfasis en la economía, pero que al mismo tiempo está basado en la cultura local, recursos naturales y patrimonio cultural, siendo responsabilidad de la gente receptora de turismo y el turista, quienes son los pilares importantes para el desarrollo del turismo en un lugar con vocación turística, en primer término, los empresarios y la administración pública en sus tres niveles, en segundo término, y todos en conjunto trabajar para formular planes estratégicos bajo un enfoque de desarrollo turístico sostenible, priorizando la creación de códigos de ética o conducta, para cada actor involucrado, tomando en cuenta los intereses en particular de cada uno, así como el segmento de mercado y condiciones del destino turístico al que se aplicará la sostenibilidad”.

1.9 Marco Contextual

De acuerdo con el estudio desarrollado por Núñez y Toro (2017). El desierto de la Tatacoa es la segunda zona árida más extensa de Colombia después de la península de la Guajira. Es un Distrito Regional de Manejo Integrado con una superficie de 330 Km². La tierra se caracteriza por ser de color ocre y gris adornados por los Cactus. Constituye un paisaje geográfico compuesto por formaciones geológicas. La zona está muy erosionada y cruzada por cañones secos que se desarrollan transitoriamente en los meses del invierno. Estas misteriosas formas se crean sobre superficies arcillosas, generando en el paisaje cárcavas laberínticas que pueden alcanzar hasta 20 m de profundidad.

Para Patiño (2001), la Tatacoa, se encuentra representada geológicamente por rocas sedimentarias clásticas de origen continental y de ambientes fluviales y lagunar principalmente, correspondientes estratigráficamente al llamado grupo Honda en su sección medio superior.

Asimismo, la vegetación predominante es del tipo herbáceo y arbustivo. El suelo se caracteriza por ser muy erosionado, con población de vegetación espinosa y cactus. En general el área presenta una vegetación xerófila con suelos en diferentes escalas de degradación (Núñez y Toro, 2017).

1.10 Marco legal

El marco legal está contenido en los aspectos legales para abordar el presente estudio, en el cual se enmarca el tema de investigación partiendo de la Carta Magna de 1991 en el que establece en su artículo 52, que el turismo es un derecho

social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades y de allí la legislación que se desprende como son:

- La Ley 2068 del 31 de diciembre de 2020, por medio del cual se modifica la Ley General del Turismo y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 434 del 19 de marzo de 2020, por el cual se establecen plazos especiales para la renovación de la matrícula mercantil, el RONEOL y los demás registros que integran el Registro único empresarial y social- RUES.
- Decreto 2119 del 15 de noviembre de 2018, por medio del cual se reglamenta la prestación del servicio de alojamiento turístico.
- Decreto 2063 del 1 de noviembre de 2018, por el cual se modifican artículos del Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto 1074 del 2015.
- Decreto 229 del 14 de febrero de 2017, por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo y se modifican en su integridad las secciones 1,2 y 3 del capítulo 1 del título 4 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1074 de 2015.
- Decreto 1074 de 2015 Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
- Resolución 1236 del 28 de junio de 2017
- Resolución 3860 del 28/12/2015
- Circular Externa No. 002 del 23 de noviembre de 2016.

Como normas transversales que regulan la actividad del Turismo en el país, se identifican las siguientes:

- Ley del Medio Ambiente (Ley 99 de 1993)
- Ley Orgánica del Plan de Desarrollo (Ley 152 de 1994)
- Ley de Desarrollo Territorial (Ley 388 de 1997)
- Ley de Cultura -Ley 397 de 1997
- Ley 679 de 2001. Estatuto para la Prevención del Turismo Sexual con Menores.

1.11 Matriz de Análisis Teórico

Tabla 1. Matriz de Análisis Teórico

Dimensiones	Componentes	Elementos	Preguntas	Fuente
Análisis las tendencias globales, nacionales y locales del turismo	Estudio de vigilancia tecnológica para observar las tendencias mundiales del turismo sostenible	Recolección de información para evidenciar los patrones y las tendencias del turismo sostenible.	¿Qué factores del entorno afectan el futuro del turismo sostenible? ¿Cuáles son las tendencias del turismo sostenible?	Documentos y bases de datos
Identificar los factores de cambio temidos,	Cambios temidos, presentidos y anhelados del	Análisis de los fenómenos sociales, culturales,	¿Cuáles son los cambios temidos del turismo en el desierto de la Tatacoa?	Documentos y Matriz de cambio de Godet.

presentidos y anhelados en el futuro.	turismo sostenible.	tecnológicos, políticos, educativos y ambientales	¿Cuáles son los cambios presentidos del turismo en el desierto de la Tatacoa? ¿Cuáles son los cambios anhelados en el futuro del turismo para el desierto de la Tatacoa?	
Priorizar las variables estratégicas para la construcción del futuro deseado del desierto de la Tatacoa.	Actores principales que intervienen para la construcción del futuro.	Análisis de los fenómenos sociales, culturales, tecnológicos, políticos, educativos y ambientales. Selección de variables estrategias priorizadas	¿Qué variables se deben priorizar para la construcción del futuro? ¿Cuáles son las variables de mayor impacto para la construcción del futuro?	Entrevistas con los expertos Herramienta Mic- Mac
Establecer la posición de los actores frente a las alternativas de futuro del desierto de la Tatacoa. Construir los escenarios	Analizar el comportamiento de los actores. Planteamiento de los escenarios	Identificar los retos, los conflictos y posibles jugadas del escenario apuesta. Construcción de escenarios posibles,	¿Cuál es la posición de los actores frente a las variables, escenarios y alternativas del futuro? ¿Cuál es el mejor escenario apuesta para	Entrevistas con los expertos Herramienta Mactor Análisis morfológico.

posibles, probables y deseados del turismo en el desierto de la Tatacoa al 2032.	para el turismo sostenible en el desierto de la Tatacoa.	probables y deseados para el turismo en el Desierto de la Tatacoa.	el desierto de la Tatacoa?	Ejes de Peter Schwartz.
Diseñar las estrategias que permitan alcanzar el escenario apuesta del turismo sostenible en el desierto de la Tatacoa.	Requerimientos específicos del turismo sostenible.	Definición de estrategias para el escenario apuesta.	¿Cuáles son las estrategias más convenientes para el turismo sostenible del desierto de la Tatacoa?	Grupo Focal. Matriz Importancia Gobernabilidad (IGO)

Nota. Elaboración propia.

1.12 Metodología

El presente estudio contempla una metodología basada en la prospectiva, ceñida a un análisis de escenarios tendenciales, posibles, deseables, y realizables que permitirá a partir de una visión compartida de futuro, diseñar las estrategias para la selección del escenario apuesta del turismo sostenible para el desierto de la Tatacoa al 2032.

1.13 Prospectiva

La investigación se apoya en los estudios prospectivos de Mojica (2005), que comprende:

- La identificación de fuentes secundarias: Se trata de identificar las tendencias y el estado de los factores del turismo.

- La identificación de los factores de cambio temidos, presentidos y anhelados en el futuro: Se determinan los cambios temidos que son circunstancias reales que se pueden presentar, pero que van a perjudicar el turismo, los cambios presentidos o esperados se entiende como las circunstancias reales que pueden ocurrir y que van a favorecer el desempeño del turismo y los cambios anhelados o deseados se entiende como las situaciones que no existen pero que son anheladas, que podrían ocurrir porque van a favorecer el desempeño del turismo.

- Priorización de variables estratégicas: Se seleccionan y se priorizan las variables de mayor impacto para la construcción del futuro.

- Juego de actores: Los actores darán su posición respecto a las variables estratégicas priorizadas.

- Construcción de escenarios que permita la elección del escenario apuesta: Se determinan los escenarios posibles, tendenciales, exploratorios y de apuesta que permita la elección del escenario apuesta.

- Diseño de estrategias a partir de un plan prospectivo y estratégico que permitirá construir el escenario apuesta: Se diseñan las estrategias más convenientes para el turismo sostenible del desierto de la Tatacoa.

1.14 Método de investigación

1.14.1 Método deductivo

Este método consiste en tomar una teoría y analizar un fenómeno desde la teoría; es decir, de lo general a lo particular. Para el estudio del turismo sostenible del desierto de la Tatacoa, la teoría es la prospectiva y de esta forma comprender el fenómeno a partir de una dinámica voluntarista.

1.14.2 Tipo de Investigación

El estudio prospectivo del turismo sostenible del desierto de la Tatacoa es de tipo descriptivo, dado que se busca identificar las características de un fenómeno dado.

1.14.3 Técnicas cuantitativas y cualitativas

El enfoque cuantitativo, se hizo a través de la herramienta Mic-Mac, el Ábaco de Régnier para la identificación de las variables estratégicas, el análisis de motricidad a través de la herramienta Mactor para el análisis de posición de los actores.

También se analizó la probabilidad con el Smic Prob para determinar la probabilidad de ocurrencia de los escenarios, así como la Matriz Importancia y Gobernabilidad (IGO); para el análisis y priorización de estrategias para alcanzar el escenario apuesta.

Por otra parte, el enfoque cualitativo se desarrolló a través de entrevistas a expertos, análisis de documentos, análisis de tendencias, así como el análisis de entornos y construcción de posibles escenarios.

El método de investigación plantea la multicomplementariedad en el conocimiento y la acción, por ende, entre lo cualitativo y lo cuantitativo.

Para la ejecución del estudio prospectivo del desierto de la Tatacoa, se utilizarán las siguientes técnicas de investigación:

- Análisis de contenido de documentos.
- Observación directa y participante.
- Entrevistas a los expertos.
- Herramientas de la prospectiva.

Una vez analizadas, se desarrollarán con el objetivo de identificar un escenario apuesta del turismo sostenible en el desierto de la Tatacoa dentro del periodo 2021 a 2032.

1.14.4 Población y muestra

Para el caso del estudio prospectivo, se establece que la población será los diferentes grupos de interés que tienen una actividad económica o un interés en la actividad turística del desierto de la Tatacoa. La muestra corresponde a los actores establecidos en los anexos.

1.15 Análisis de contenido de documentos

En el estudio prospectivo se evaluó con la información escrita y audiovisual como insumo para identificar las tendencias globales, nacionales y locales del turismo; generando una recolección de información evidenciando los patrones y las tendencias del turismo sostenible. Por otra parte, se determinaron los factores del cambio como fundamento del análisis de los fenómenos sociales, culturales, tecnológicos, políticos, educativos y ambientales.

1.15.1 Observación directa y participante

Se utilizará la metodología de terreno materializadas en las visitas de campo al desierto de la Tatacoa, teniendo siempre como clave el contexto y el objetivo de la investigación.

1.15.2 Entrevistas a los expertos

Esta técnica de recolección de información se aplicó con los expertos para analizar el comportamiento de los actores, identificar los factores de cambio y generar los diferentes escenarios.

1.16.3 Herramientas de la Prospectiva

Se utilizará las herramientas del Abaco de Régnier, Mic-Mac, Mactor, Smic Prob y la Matriz Importancia y Gobernabilidad (IGO) que conduzca a la priorización de variables y estrategias.

1.16.4 Validez de la investigación

La validez de la investigación dispone una serie de criterios como lo son: La credibilidad, la transferibilidad, la fiabilidad, la confirmación, la integridad y la coherencia; que permite tener una visión global de la investigación (Ver Tabla 2):

Tabla 2. Validez de la investigación

Criterio de Validez	Dimensiones	Medidas adoptadas
Credibilidad	Representación adecuada y creíble en la construcción de la investigación.	El estudio prospectivo utilizará revisiones documentales como bases de datos de turismo, normatividad, plan de desarrollo, estadísticas y el uso de métodos prospectivos confiables y demostrables. Así mismo, las fuentes de los datos serán de la aplicación de métodos combinados como análisis documental, observación directa y entrevistas a expertos.
Transferibilidad	Nivel en el que se pueden emplear las teorías elaboradas en otros contextos.	El método prospectivo es una herramienta que es de aplicación a cualquier organización. Con relación al tema de investigación no existe un estudio prospectivo; pero se evidencia el estudio titulado Motivación, Satisfacción y Perfil Sociodemográfico del turista que visita el desierto de la Tatacoa; que se constituye un elemento clave en la

demanda turística para el estudio en desarrollo.

Los resultados obtenidos serán producto de la aplicación de métodos prospectivos fiables para el análisis de escenarios.

Fiabilidad	Resultados coherentes, consistente y fiables.	• El estudio tomará los representantes de los actores con fundamento en los grupos de interés. • Se utilizará la triangulación de métodos entre la revisión de documentos, la observación directa y las entrevistas a expertos.
-------------------	---	--

Confirmación	Construcción de la interpretación.	La confirmación de la información se hará bajo la triangulación de métodos; cuantitativa, cualitativa y observación; en la que se hará verificación y comparación de la información mediante la aplicación de herramientas que utiliza la prospectiva.
---------------------	------------------------------------	--

Integridad	Interpretación disminuida por mentiras y malas representaciones de los informantes.	Para la recolección, manejo y acceso a la información de este estudio, se recurrirá a instrumentos como el consentimiento informado, el habeas data; así como la triangulación de métodos y durante la observación se llevará una bitácora como registro de recolección de información.
-------------------	---	---

Coherencia	Ontológica, epistemológica, metodológica y ética	El presente estudio se desarrollará bajo una metodología en concordancia con el objetivo general, referenciando autores clásicos y modernos de la prospectiva que le dan un
-------------------	--	---

enfoque claro para la recolección y análisis de la información, logrando obtener un producto final coherente, con las necesidades del entorno para alcanzar un turismo sostenible en el área objeto de estudio.

Fuente. Elaboración propia

Capítulo II. Análisis de tendencias globales, nacionales y locales del turismo

2.1 Diagnóstico de la situación actual del desierto

En primera medida ante hacer un acercamiento a la situación actual del desierto de la Tatacoa se tiene presenta el siguiente cuadro comparativo de visitantes a los atractivos turísticos del Departamento del Huila.

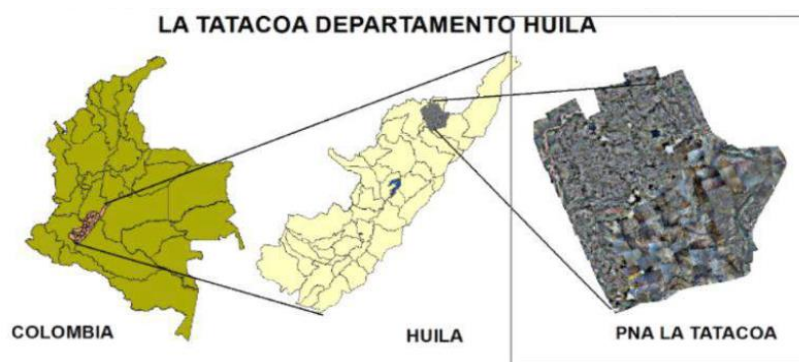
Tabla 3. Comparativo número de visitantes a los atractivos turísticos del Huila Años 2017-2018

Sistema de Información Turística y Cultural “Sityc Huila”			
No.	Atractivo	2017	2018
1.	Parque Arqueológico San Agustín	105.860	134.773
2.	Parque Arqueológico Alto de los Ídolos	33.889	34.898
3.	Desierto de la Tatacoa	275.836	335.020
4.	Observatorio Tatacoa	7.603	11.776
5.	Pesebres Municipio de San Agustín	-	200.000
6.	Museo Paleontológico de Villavieja	6.581	9.243
7.	PNN Cueva de los Guacharos	625	715
8.	Museo del teatro Pedro María de la Plata	-	3.297
9.	Caja de Agua	-	1.979
10.	Ruta Santa Rosalía	-	1.000
	Total	430.394	732.701

Nota. Fuente: Secretaría Departamental de Cultura y Turismo / SITYCHUILA.

El desierto de la Tatacoa es una Área Protegida del SINAP Distrito Regional Manejo Integrado, con una extensión de 35.140 ha, se encuentra ubicado en los Municipios de Villavieja y Baraya en el Departamento del Huila, país Colombia (Corporación Autónoma del Alto Magdalena CAM, 2015).

Figura 8. Ubicación de La Tatacoa



Fuente. Corporación Autónoma del Alto Magdalena CAM (2015)

Dentro de la clasificación de zonas de vida de Holdridge, según Portafolio Verde (2014) el desierto es un Bosque seco Tropical y Bosque muy seco Tropical, predominando mayormente “suelos superficiales, erosionados, con afloramientos de areniscas y abundantes cárcavas y canales laberínticos de arcillas rojizas o grises, sin cobertura vegetal” (p. 8). Lo que lo configura como un espacio natural llamativo dado la concentración de este tipo de características en un solo lugar.

Los destinos que se pueden encontrar en el Distrito Regional de Manejo Integrado, en primera instancia está el Museo Paleontológico, pese a que no se encuentra directamente en el desierto este se constituye para expertos casi en una primera parada obligatoria, pues es el primer espacio que se encuentra en la ruta

hacia el desierto, más exactamente en el centro del casco municipal, y recoge toda una diversidad de riquezas, el museo “tiene como principal objetivo reunir en un solo lugar gran variedad de riquezas paleontológicas, naturales de nuestro municipio, es necesario y se recomienda incluir como primer punto de parada en cualquier programa turístico” (Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila, 2021), así mismo en el centro urbano hay una lista de diferentes bienes culturales y/o turísticos que también pueden entrar en la lista de destinos a visitar (ver Tabla 9).

Tabla 4. Bienes Turísticos zona urbana

N°	Bienes Turísticos	Ubicación
1.	Capilla de Santa Bárbara	Parque Principal Casco Urbano
2.	Casa Cural Antigua	Casco Urbano del Municipio
3.	Templo del Perpetuo Socorro	Casco Urbano del Municipio
4.	Estación del Ferrocarril de Villavieja	Casco Urbano del Municipio
5.	Colegio Gabriel Plazas	Casco Urbano del Municipio
6.	Casa de Francisco de Paula Plazas -La Casona-	Casco Urbano del Municipio

Fuente. Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila (2021)

Frente a lo anterior hay que denotar que en su conjunto en la zona urbana del municipio hay una fuerte red de hoteles, que amplían las opciones de servicios para los turistas de paso, apoyando de alguna forma la red de turismo que concluye en el desierto (ver Tabla 4).

Tabla 5. Hoteles zona urbana

N°	Nombre del Hotel	Ubicación	Rango de precios
1.	Hotel Villa Paraíso	Casco Urbano del Municipio	Menos de \$60.000
2.	Hotel Boutique Yraraca	Casco Urbano del Municipio	Entre \$60.000 y \$100.000
3.	Hotel y piscina Paraíso	Casco Urbano del Municipio	Menos de \$60.000
4.	Flor de Liz Casa Hotel	Casco Urbano del Municipio	Menos de \$60.000
5.	Villa del Sol Hotel y Restaurante	Casco Urbano del Municipio	Entre \$60.000 y \$100.000
6.	Hospedaje Villa Cecilia	Casco Urbano del Municipio	Entre \$60.000 y \$100.000
7.	Hotel Casa del Ángel	Casco Urbano del Municipio	Entre \$60.000 y \$100.000
8.	Hostal el Ruby	Casco Urbano del Municipio	Entre \$60.000 y \$100.000
9.	Hospedaje Merkezi Saray	Casco Urbano del Municipio	Entre \$60.000 y \$100.000

Fuente. Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila (2021).

Sin embargo, la concentración turística se halla primariamente en la zona rural pues es allí donde se encuentra ubicado el desierto, a la fecha en dicha parte de concentración hay presencia de al menos dos observatorios astronómicos que están certificados, y se pueden realizar planes de observación de naturaleza, senderismo a destinos denominados como los Hoyos, Los Xilópalos, Cusco, La Venta y Arcoíris (Portafolio Verde, 2014), igualmente existe otra serie de atractivos bienes culturales ubicados en distintas veredas (ver tabla 6).

Tabla 6. Inventario Bienes Turísticos zona rural

N°	Bienes Turísticos	Ubicación
1.	Hacienda Bateas	Zona Rural/Vereda Bateas
2.	Estación del Ferrocarril de Potosí	Vereda Potosí
3.	Estación del Ferrocarril Golondrinas	Vereda Golondrinas
4.	Puente sobre el Rio Cabrera en San Alfonso	Centro Poblado Potosí

Fuente. Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila (2021).

Aunado a ello, una red de servicios de hotelería, restaurantes y pasa días (ver Tabla 5).

Tabla 7. Hoteles dentro del desierto

N°	Nombre del Hotel	Ubicación	Rango de precios
1.	La Villa de Márquez	Vereda el Cuzco	Menos de \$60.000
2.	Bethel Bio Luxury Hotel	Zona rural/ Palmira de hoyos	Más de \$150.000
3.	Laberintos del Cuzco Alojamiento Rural	Vereda el Cuzco	Menos de \$60.000
4.	Diomatal Eco Resort	Vereda el Líbano	Entre \$100.000 y \$150.000

Fuente. Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila (2021).

A nivel general se puede decir que Villavieja cuenta con otros servicios conexos que transversalmente robustecen el turismo propio del Parque Natural, entre ellos el que ofrece la Biblioteca Pública Municipal de Villavieja ubicada en el casco urbano, con atención de lunes a sábado; además de los servicios de agencias de viajes que ofrecen distintos tipos de paquetes turísticos (ver Tabla 8).

Tabla 8. Agencias de turismo en la Tatacoa

N°	Agencias de Viajes	Servicios
1.	Operador de Turismo Yuma	No registra
2.	Tatacoa Bicitour	Experiencias en bicicleta
3.	Tatacoa Tours Aventura Chopotaxi	No registra
4.	Agencia de Viajes Operadora Tatacoa Verde	No registra
5.	Tatacoa Viajes y Turismo	Especializada en turismo receptivo
6.	Time 2 Travel	Dar a conocer la belleza del desierto
7.	Huilatur Tatacoa Star	No registra
8.	Tocayá Natura	Astroturismo-Ecoturismo-Turismo Urbano

Fuente. Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila (2021).

Estadísticas generales por año de visitas

Frente a las visitas anuales se tienen los datos reportados en los diferentes boletines anuales realizados por la Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila (2021), en este sentido como primera medida se presentan los datos de visitantes al desierto de la Tatacoa.

Tabla 9. Cantidad de visitantes al desierto de la Tatacoa entre los años 2016 - 2019

Año	Total de visitantes
2016	172.148
2017	275.836
2018	335.020
2019	405.006

Fuente. Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila (2021).

En el histórico de registro de visitas se tiene que en el 2016, 172.148 personas hicieron presencia en este destino, paulatinamente en los años siguientes se presenta un aumento significativo, tal como se evidencia en la Tabla 8, teniendo en el 2017, un total de 275.836 visitas; el 2018, 335.020, siendo en el 2019 el pico más alto de visitas con 405.006 (ver Tabla 9).

Tabla 10. Ocupación hotelera

Año	Total ocupación Hotelera
2015	34.52%
2016	36.95%
2017	36.95%
2020	2.00%

Fuente. Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila (2021).

Frente a la ocupación hotelera hay que precisar que el informe del histórico de registros engloba a todo el municipio de Villavieja, en este sentido se puede analizar un comportamiento casi lineal entre los años 2015, con 34.52% de ocupación, 2016 con 36.95%, 2017 con 36.95%, sin embargo el año 2020 tiene una baja significativa en al registrarse solo un 2% de ocupación hotelera, este último comportamiento se atañe a la aparición del SARS-CoV-2 (Covid-19).

Tabla 11. Cantidad de Visitantes al Museo Paleontológico entre los años 2014-2020

Año	Total de visitas
2014	11.996
2015	16.981
2016	10.527
2017	11.924
2018	9.243
2019	17.532
2020	7.171

Fuente. Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila (2021).

Vale la pena resaltar que, dentro de los informes estadísticos presentados por la Gobernación, en lo referente al Turismo del municipio de Villavieja, el Museo Paleontológico precisa ser un lugar altamente frecuentado, así lo detalla la Tabla 11, que además da cuenta de un elevado número de visitas al museo en el año donde inició la pandemia.

Tabla 12. Visitantes Observatorio desierto de la Tatacoa Año 2018-2020

Año	Total de visitas
2018	11.776
2019	7.808
2020	3.365

Fuente. Elaboración propia a partir de: Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila (2021).

Es de destacar que uno de los atractivos turísticos más innovadores que se encuentran en el desierto son sus observatorios astronómicos, dada la ubicación

del Parque este cuenta con las mejores condiciones de la región para hacer observación de astros, en tal sentido se registran un total de visitas para el 2018 de 11.776; para el 2019, 7.808 y para el 2020 de 3.365, esta última con relación al contexto de la Pandemia, puede decirse que presentó un comportamiento significativo.

2.2 Bibliometria

A continuación, se presenta la tendencia de turismo a partir de un primer momento de un proceso de vigilancia científica y tecnológica e inteligencia competitiva, identificándose productos y servicios relacionados directamente con el turismo. Así mismo, dentro del proceso de análisis documental se trae a colación trabajos y/o proyectos institucionales sobre el sector. En este caso se abordaron los documentos internacionales para seguir con trabajos de ámbito nacional y regional.

2.3 Marco Referencial

En este sentido observar las tendencias de turismo permite desarrollar unos fundamentos de estudio que facilitará a quienes les interese tener una mayor profundidad y procesos de gestión en la temática. Con esto, el conocimiento es derivado de la información, así como la información deriva de los datos; existiendo de esta manera una relación directa entre datos e información como producto del ejercicio investigativo y/o natural que conllevan a la transformación del conocimiento. (Davenport y Prusak, 2001).

Igualmente, sobre la inteligencia de negocio es una herramienta pertinente para poder recolectar información, analizarla y transformarla en conocimiento, donde se desarrollan unas ventajas estratégicas que permite la supervivencia y competitividad de las empresas a largo plazo (Larson, 2009).

Así mismo, se puede utilizar una herramienta tecnológica que sirve para realizar análisis automáticos de diversos datos, esto se conoce como “Sistema de Inteligencia Turística, la cual es una herramienta tecnológica que permite cargar, procesar y analizar datos de diferentes fuentes de información, tanto propias como externas, transformando estos datos en conocimiento relevante para la gestión de un destino o una empresa” (Thinktur, 2020).

Para el caso del Huila, realizar un proceso de vigilancia científica y tecnológica puede ser la base para renovar las estrategias de competitividad e innovación orientándolas a un turismo de vanguardia, “la Apuesta Productiva Turística se orienta a la innovación y creatividad de los productos y servicios, desarrollando los potenciales económicos del mercado para estructurar emprendimientos que garantizan el desarrollo en la región” (Cámara de Comercio de Neiva y Gobernación del Huila, 2015).

2.4 Desarrollo Metodológico

La ecuación de búsqueda para el tema del turismo permite procesar la problemática o pregunta de la investigación en conformidad con la programación de las bases de datos, para darle un orden lógico a la recopilación de datos, se

establece una función de búsqueda orientada al sector turístico delimitada a factores claves que son consecuentes a las necesidades de la región.

Para asegurar que la información recolectada responda a las necesidades de búsqueda, utilizando en este caso la base de datos Scopus, se utilizaron palabras o símbolos que permitan conectar de forma lógica conceptos o grupos de términos para así ampliar, limitar o definir las búsquedas, “La lógica Booleana es un sistema de conectores (relaciones lógicas) que se utiliza en los softwares gestores de bases de datos para obtener resultados específicos en la búsqueda de información” (Liberatore, 2008).

Ecuación: Emprendimientos y Entorno Empresarial Turístico

TITLE (ECOTOURISM OR "CULTURAL TOURISM" OR AGROTURISM OR "RURAL TOURISM" OR "ADVENTURE TRAVEL" OR "ACTIVE TOURISM" OR "SCIENTIFIC TOURISM" OR "MEDICAL TOURISM" OR "SPIRITUAL TOURISM" OR "RELIGIOUS TOURISM" OR "SPORTS TOURISM" OR "ECOLOGICAL TOURISM") W/10 (ENTREPRENEURSHIP OR INNOVATION OR MARKETING OR DEVELOPING OR SUSTAINABLE) AND PUBYEAR > 2009 AND PUBYEAR < 2020 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar")).

El objetivo es recolectar datos referentes al entorno empresarial turístico, de acuerdo con el surgimiento e innovación de organizaciones sostenibles enfocadas en la venta de atractivos tecnológicos, naturales y culturales del mundo, presentes en el turismo de la región. La búsqueda de información ha sido estructurada con

los diferentes componentes (palabras claves, operadores y símbolos) que en su conjunto han permitido una construcción refinada y centralizada que responde a las necesidades de búsqueda.

Las palabras claves de la ecuación se organizaron en dos secciones, las que se pueden visualizar en cada paréntesis que las separa, siendo el ecoturismo, turismo cultural, agroturismo, turismo rural, viaje de aventura, turismo activo, turismo científico, turismo espiritual, turismo religioso, turismo deportivo y turismo ecológico, los argumentos principales que influyen en la búsqueda a nivel del título en los artículos objeto de revisión, seguido de los términos relacionados al entorno empresarial turístico, enfocando la búsqueda en temas relacionados a emprendimiento, innovación, marketing, desarrollo o sostenibilidad, complementando el enfoque de la búsqueda, dando como resultado la cantidad de 258 publicaciones relacionadas a artículos.

También se utilizó otros símbolos reservados como las comillas "" en el motor de búsqueda con términos que incorporan más de dos palabras, limitando los resultados en aquellas publicaciones que solo incorporan todo junto el término entre las comillas. Ejemplo: "Cultural Tourism".

También la ecuación de búsqueda se estructuró a partir de diferentes operadores booleanos como OR ubicados dentro del primer y segundo paréntesis, puesto que, se necesita sumar documentos relacionados con los tipos de turismo presentes en la región que aportan información a la búsqueda, y en el segundo caso temas que son llamativos para el sector empresarial turístico. Esto se realizó

con el fin de no perder información debido al fenómeno de la sinonimia del lenguaje humano.

Se colocaron algunas limitaciones en la búsqueda en cuanto los años en que se ha publicado información, que en este caso el límite es publicaciones posteriores al año 2009 hasta el año 2020. De la misma forma, se exigió como tipo de documento “sólo artículos” para refinar la búsqueda.

El W/10 hace referencia a la presencia de términos a una distancia de cómo máximo "N" palabras (W), en este caso permitiendo recuperar registros en los que los términos de la búsqueda aparecen en el documento separados uno de otro por un número de palabras igual o menor a 10 debido a que esto admite que las palabras claves, por ejemplo (Ecotourism y Entrepreneurship) vayan relacionadas enfocando el propósito de estudio.

En esta fase, se construyó y operó la ecuación de búsqueda title:

ECOTOURISM OR title:(CULTURAL TOURISM) OR title: AGROTURISM OR title:(ACTIVE TOURISM) OR title:(ADVENTURE TRAVEL) OR title:(SCIENTIFIC TOURISM) OR abstract: AGROTURISM OR abstract:(CULTURAL TOURISM) OR abstract: ECOTOURISM.

Resultados

2.5 Revisión científica

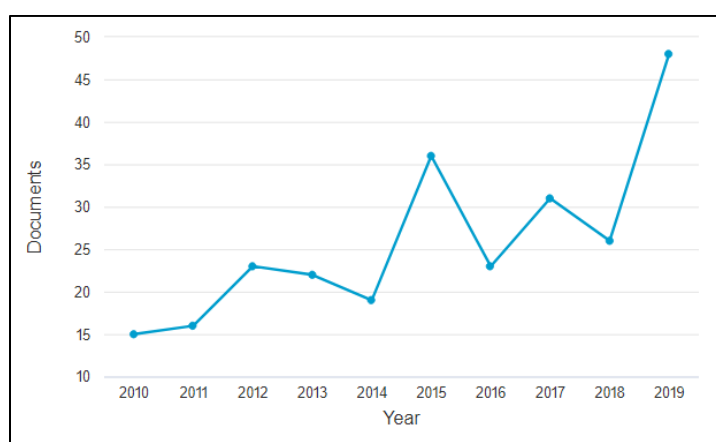
Dinámica de publicaciones

En esta sección se expone la dinámica de las publicaciones relacionadas con el tema objeto de este estudio, en términos de: publicaciones por año, evolución de las temáticas identificadas por año y principales temas de interés.

Publicaciones por año

Con respecto al número de publicaciones por año relacionadas con el tema de estudio como puede evidenciarse en el Figura 10 que, para el periodo de tiempo analizado, se obtuvo que existe una variación constante en cuanto a su porcentaje de participación, durante el último año hubo una tendencia creciente del interés de los investigadores sobre el tema. En ese sentido, más de la mitad de las publicaciones se llevaron a cabo durante los últimos cinco años (entre 2015 y 2019).

Figura 9. Documentos por año

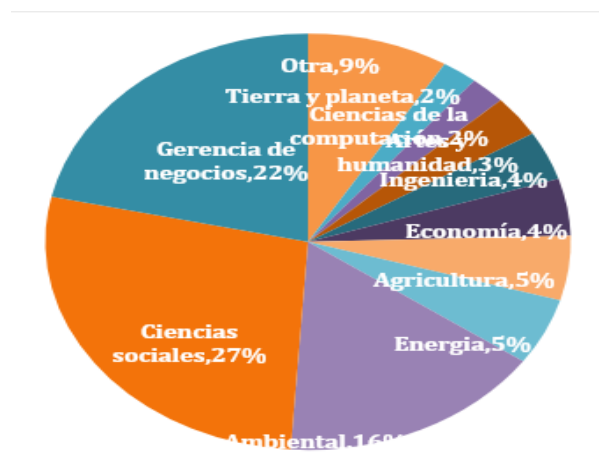


Fuente. Extraído de Scopus

Principales temas de investigación

Como puede verse en la Figura 10 las publicaciones relacionadas en artículos sobre emprendimientos y entorno empresarial turístico durante los años de estudio se desarrollan en uno o más temas por artículo, dentro de los contenidos más relevantes el que más estuvo presente en las publicaciones fueron los referentes surgidos de las ciencias sociales con un (31%) de participación, le siguió Negocios, Gestión y Contabilidad con un (24%), con una importante participación de temas ligados a las Ciencia Medio ambiental, Energía, Ciencias Agropecuarias y Biológicas.

Figura 10. Fuentes claves de divulgación de conocimiento



Fuente. Extraído de Scopus

Actores líderes

En esta sección se presentan los resultados de un ejercicio de identificación de actores clave (investigadores, instituciones y países) para los intereses del estudio.

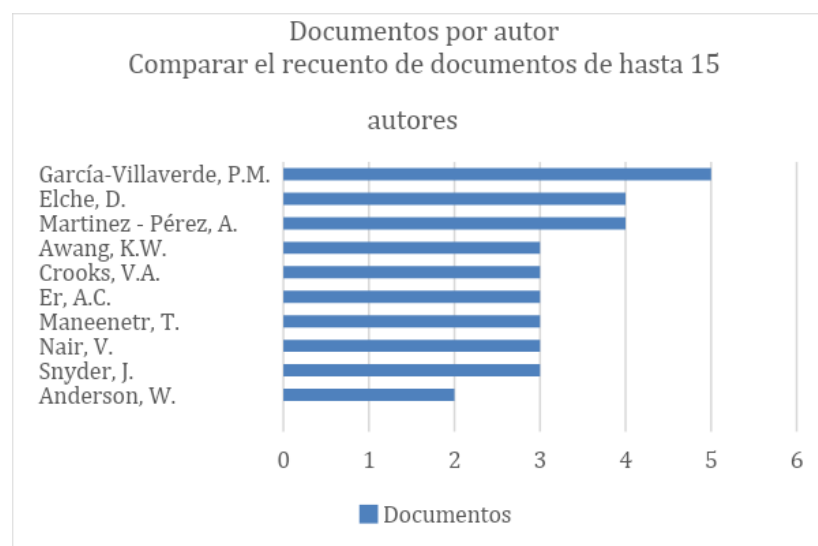
El ejercicio incluye: dinámica de sus publicaciones relacionadas con el tema de estudio, su experiencia, temas de interés y un correo electrónico de contacto.

Investigadores

Los principales investigadores identificados, pueden verse en la Figura 11

Entre ellos se destacan: García-Villaverde, PM. 2010-2019 (5); Elche, Dioni 2010-2019 (4); Martínez-Pérez, Á. 2015-2019 (4); Awang, KW. 2010-2019 (3); Crooks, Valorie A. 2004-2019 (3); Er, Ah Choy 2011-2019 (3); Maneenet, Thirachaya 2014-2019 (3); Nair, Vikneswaran 2012-2019 (3); Snyder, Jeremy C. 2009-2019 (3); y Anderson, W. 2016-2019 (2).

Figura 11. Documentos por autor



Fuente. Extraído de Scopus

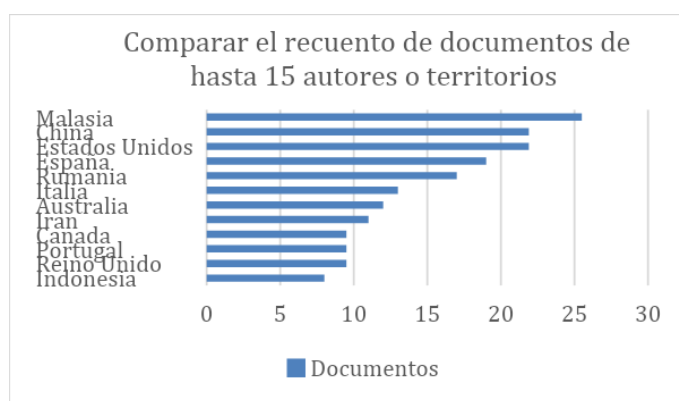
Instituciones

Las principales instituciones investigadores son las siguientes: Universiti Putra Malasia (5); Universidad de Castilla-La Mancha (5); Universiti Kebangsaan Malasia (5); Universiti Malaysia Sarawak (5); y Universidad de Estudios Económicos de Bucarest (5).

Países

Los principales países investigadores como se ve en el Figura 13 son los siguientes: Malasia (26); China (22); Estados Unidos (22); España (19); Rumania (16); Italia (13); Australia (12); Irán (11); Canadá (9); Portugal (9); Reino Unido (9); e Indonesia (7).

Figura 12. Recuento de documentos



Fuente. Extraído de Scopus

Entidades financiadoras

Las principales entidades financiadoras de estas investigaciones como se ven en la Figura 13 son: Comisión Europea (5); Fondo Europeo de Desarrollo Regional

(4); Fundación Nacional de Ciencias Naturales de China (3); Institutos Canadienses de Investigación en Salud (2); Gobierno de Canadá (2); Sociedad Japonesa para la promoción de la Ciencia (2); Kementerian Riset Teknologi Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (2); Ministerio de Economía y Competitividad (2); Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology (2); Beijing Forestry University (1).

Figura 13. Documentos por patrocinador



Fuente. Extraído de Scopus

Trabajos referenciados

En primer lugar, se tomó el trabajo realizado por Amare (2019) que se titula “Does ecotourism contribute to sustainable destination development, or is it just a marketing hoax? Analyzing twenty-five years contested journey of ecotourism through a meta-analysis of tourism journal publications” (p. 1047). Este estudio hace un análisis de la literatura sobre el ecoturismo en los últimos 25 años, lo que

permitió hacer una revisión sistemática del desarrollo conceptual de los estudios de ecoturismo en el mundo.

En el análisis documental se analizó 470 artículos publicados durante los años 1993 a 2018 en 9 revistas de reconocido prestigio académico a nivel global. Dentro de los resultados del estudio se encuentra que los investigadores de ecoturismo han indagado sobre miles de temas, siendo una tendencia general el incremento de publicaciones a nivel global sobre el ecoturismo. Ahora bien, dentro de los estudios sobre ecoturismo se encuentra que la mayoría de los trabajos son en Asia, África y América Latina, teniendo como primer lugar a Estados Unidos como primer país con el domicilio de los investigadores, seguido de Australia, Reino Unido y Canadá.

Asimismo, se tiene como resultado que la contribución del ecoturismo al desarrollo sostenible tiene un carácter imperceptible, dado que no se evidencia que a lo largo de los años de implementación del ecoturismo se logre impactos positivos en el medio ambiente.

En este sentido se identificó como tópico de estudio más indagado lo relacionado con ecoturismo y procesos de participación, empoderamiento y la actitud de la comunidad local frente a la actividad ecoturista. En esta línea Amare (2019) plantea que de no ser posible lograr un entendimiento del modelo de desarrollo del ecoturismo donde se contemplen variables como los factores locales y que integren además el conocimiento tradicional, se conllevaría prácticamente a fundar el fracaso en esta línea de proyectos turísticos. Implicando de esta manera

que los modelos de ecoturismo desconectados de dichas realidades no se consolidaran eficazmente.

Con esto, Amare (2019) concluye que dada la tendencia del ecoturismo como segmento de mayor crecimiento en el mercado del turismo, surge la preocupación hacia el futuro sobre la consolidación del ecoturismo como la vanguardia del turismo de masas a largo plazo.

Por otro lado, en el proceso de vigilancia tecnológica se identificó el estudio publicado en la revista *International Journal of Economics and Financial Issues*, denominado “Enterprising Rural Tourism for Sustainable Rural Development in Sri Lanka” de los autores M.S.M. & khairil (2015). Dicho estudio inicialmente describe un panorama de la potencialidad del turismo rural debido a factores como la diversidad de riqueza tanto natural como humana, sin embargo, resalta que frente a esto se presentan fenómenos como el que dichos ambientes son de tendencia frágil para soportar turismo de masas de lo cual surge escenarios de estudios que buscan dar cuenta de los impactos que puede tener este tipo de tendencia de turismo en zonas rurales (Aslam y Awang, 2015).

Bajo una metodología de carácter cualitativo con triangulación de datos producto de entrevistas, la referenciada investigación apunta a describir tendencias ya discutidas por otros autores, donde el turismo rural puede representar una forma alternativa y sostenible si se hace de manera responsable. Sin embargo aspectos como la participación de turismo de masas causaría un impacto negativo en la demanda de infraestructuras y adecuaciones para la atención de los nuevos turistas, además se puede presentar un impacto negativo ambiental; acuñándose

entonces la necesidad que lo sostenible ayuda no solo a preservar el ambiente natural, si no el valor autónomo de las comunidades de cada territorio mediante lo cual se puede impulsar el desarrollo social y económico en proporciones equilibradas con las características propias de cada sitio; contrario a esta tendencia otros autores apelan que la promoción del turismo verde es una incidencia negativa pues promovería el fomento de prácticas coloniales que conllevan a frenar de alguna forma el desarrollo (Aslam y Awang, 2015).

Por su parte, el publicado en 2014 por la revista *Mediterranean Journal of Social Sciences*, de los autores Maneenet & Tran (2014) titulado “Local Community Participation in the Conservation of the Naga Fireball Festival” apunta a la relevancia en el mercado del turismo cultural, esto en relación a la interacción que se da especialmente entre visitantes y comunidad tomando como estudio de caso el festival Naga Fireball en Malasia, la investigación realizada bajo la metodología de enfoque mixto cuyos participantes fueron la comunidad bajo la técnica de muestreo y la participación de expertos en turismo cultural, dio cuenta en los resultados que dentro de las prácticas sociales se evidencio una interacción alta entre visitantes y comunidad, lo cual en su efecto sirvió para que mediante diversas actividades en torno al festival cultural se promoviera la preservación de identidades, costumbres y culturas propias, convirtiéndose esto en insumos no solo para preservar lo antes mencionado, si no para impulsar las economías locales.

2.5 Análisis de documentos institucionales

2.5.1 Tendencias internacionales

En un primer momento se tomaron estudios de tipo internacional que describirán escenarios a futuro sin la variable de la pandemia global. Este ejercicio permitió hacer una comparación sobre las tendencias antes del COVID 19 y en el escenario posterior a la aparición de la esta crisis sanitaria planetaria que ha tenido lugar en los últimos años.

En este orden de ideas, se tiene el trabajo publicado en el año 2011 por la Organización Mundial de Turismo en adelante OMT (2011) y titulado “*Tourism Towards 2030 Global Overview*”. Esta investigación fue divulgada en la 19 Asamblea General de la OMT que se desarrolló la ciudad de Gyeongju, República de Corea en octubre 2011 y tuvo como objeto el realizar un pronóstico sobre el mercado del turismo entre los años 2010 al 2030. El modelo para el cálculo del pronóstico de la demanda de turistas internacionales se estructuró bajo unos predictores claves de llegada de turistas extranjeros, siendo los siguientes; a) una media de afluencia de viajeros y el potencial de viajes de negocios, donde el PIB a la paridad de poder adquisitivo se utiliza como variable proxy¹, dado que esta variable incorpora “factores como el crecimiento demográfico, el aumento de los niveles de vida, cambio de estructura económica, difusión de la educación, urbanización” (Organización Mundial de Turismo, 2011, p. 8).

En tal sentido, el estudio plantea que la llegada de turistas internacionales superaría los 1.800 millones para el año 2030 (Organización Mundial de Turismo, 2011), siendo la llegada de turistas extranjeros a naciones emergentes las que

¹ Variable que se utiliza en economía para calcular otras variables.

representaría un 57% de las llegadas para el año 2030. En términos de proyección de crecimiento se calculó que el incremento medio anual sería del 3,3% entre los años 2010-2030, que significarían la llegada de 43 millones de nuevos turistas internacionales cada año.

Este estudio proyectaba que para el año 2030 en la región Asia Pacifico se concentraría el mayor incremento de turistas a nivel global, pasando del 21,7% de llegadas en 2010 a representar el 29,6% del total de turistas extranjeros para el año 2030. Por otra parte, en Sudamérica se presentarían un menor incremento al pasar del 2,5% al 3,2% en el mismo lapso, sin embargo, el flujo de viajeros pasaría de 23,6 millones a 2010 a 58 millones en el año 2030, significando una variación representativa, dado que implicaría un incremento del 145,7% de llegada de turistas extranjeros en dos décadas. De esta manera se puede identificar el incremento de visitas a países emergentes como una tendencia en el mercado de turismo a nivel global (Organización Mundial de Turismo, 2011).

Por otro lado, el estudio propuso como tendencia el incremento de los costos de transporte aéreo y terrestre, teniendo como un factor clave que presionan los costos del transporte, el potencial incremento de los precios de combustibles, lo que supone que para las décadas de 2010 a 2030 se tendría un incremento de los costos del transporte del orden del 1,1% anual para este periodo de tiempo.

Otro estudio de relevancia a nivel internacional fue el realizado por la oficina de Planeamiento y Presupuesto de la Presidencia de la República Oriental de Uruguay, denominado “Hacia una estrategia nacional de desarrollo Uruguay 2050” el cual se adelantó a partir del estudio sectorial en clave prospectiva que priorizó

los complejos productivos como los alimentos, el uso de la tierra y del agua, la bioeconomía, la economía digital, el tema forestal, las energías renovables y las industrias creativas de turismo.

Dicho estudio se basó en una metodología de diferentes momentos, contemplada inicialmente con el diagnóstico, la metodología Delphi, con entrevistas a informantes calificados y talleres participativos en todo el territorio; lo anterior les permitió dar un diagnóstico de los factores claves que influenciarían en el comportamiento del turismo de nivel externo como local (físico, social, relacional). En esta dirección el estudio identificó dos variables alineadas con tendencias mundiales: el grado de sofisticación de la demanda turística (escenario turismo 5.0, turismo verde, un turista una oferta), y el nivel de personalización de la oferta turística (turismo como derecho, una oferta muchos turistas).

El estudio también hace referencia a las economías colaborativas como una de las tendencias que tendrán impacto en los modelos de negocio que se van a implementar en las próximas décadas (Presidencia de la República Oriental de Uruguay, 2019). En tal sentido, las plataformas de economía colaborativa:

Han generado un cambio en las relaciones de poder del sector, que convierte al turista en un referenciador de los servicios y de las marcas, un comunicador y creador de contenidos, lo que rompe definitivamente la cadena de valor en la dirección de administrar el sistema turístico desde sus expectativas, preferencias, motivaciones y posibilidades de viajes” (Presidencia de la República Oriental de Uruguay, 2019, p. 14).

Estas posibilidades implican nuevos modelos de negocios que permiten una mayor interacción de los turistas en el mercado.

En tal sentido, los viajeros revelan que Uruguay es uno de los 10 destinos del mundo mejor valorados según RateMyTrip, siendo la experiencia del turista basado en la personalización y una elevada consideración de la calidad de vida. Esta característica del producto turístico sustentada en la personalización y oferta turística verde es una tendencia que debe ser tomada en cuenta, dada la vulnerabilidad del desierto de la Tatacoa ante el turismo de masas que puede generar efectos negativos en el ecosistema.

Por su parte, y según Hammond (2019) afirma que dentro de las tendencias futuras en el sector turístico se destacan el incremento de los viajes en aerolíneas al doble, tomando como horizonte el año 2040. Así mismo, Hammond (2019) tiene como otra tendencia el incremento de viajes a lugares exóticos, este supuesto implica un panorama favorable para destinos como el desierto de la Tatacoa.

Igualmente se tiene como una tendencia tecnológica la realidad multisensorial que permitiría pasear mediante herramientas de realidad virtual a cualquier destino antes de hacer una reserva (Hammond, 2019). Además, los adelantos tecnológicos podrían llevar a que nuestro rostro sirva de pasaporte y tarjeta de embarque con solo un pestañeo que sería identificado por programas de reconocimiento facial. Así mismo, otra de las tendencias serían los asistentes virtuales que darían la bienvenida a los hoteles, así como las llaves de los hoteles serían controladas por reconocimiento facial (Hammond, 2019).

Otra de las tendencias identificadas es el desarrollo de sistemas de traducción de alta calidad que permitirán a los turistas sentirse casi como hablantes nativos en cualquier lugar del mundo. Esto permitiría que más destinos puedan ser explorados, dado que se eliminarían barreras relacionadas con el idioma, las cuales muchas veces dificultan la comunicación entre los visitantes y las comunidades locales.

De otra forma, se identifica también como tendencia de turismo la ligada al fomento a viajes y destinos de ocio más responsables y sostenibles, dado que el sobre turismo o turismo masivo ha generado problemáticas sociales, económicas y ambientales en muchos destinos a nivel global, por lo cual en los lugares visitados más populares para Hammond (2019) se establecerían restricciones y medidas de control del flujo de turistas.

Así mismo, otra tendencia de carácter internacional en términos globales es el crecimiento de la clase media que pasará de 3.300 millones de personas a 2020 a 4.900 millones en el año 2030 (Montenegro, et al, 2018). Esta realidad conllevaría importantes consecuencias como lo es el incremento del gasto de la nueva clase media, en relación con el mercado de turismo a nivel global.

Ya en términos económicos otra tendencia que se prevé es el estancamiento de la economía latinoamericana (Montenegro et al., 2018). Este hecho estaría relacionado con la profundización de patrones productivos con bajo valor agregado como es la especialización en la producción de materias primas que agregan poco valor y por consiguiente menor generación de empleo de calidad.

Otra de las tendencias para América Latina sería dada por el nuevo modelo de desarrollo de la República Popular China que implicará pasar de una economía sustentada en la inversión pública e impulso a las exportaciones, hacia un modelo orientado en el consumo interno (Montenegro et al., 2018). Esta tendencia es relevante dado que China se convertiría para la década de 2030 en la mayor economía global, donde el papel del gigante asiático como líder en el turismo emisor alcanzaría implicaciones en los mercados latinoamericanos de turismo.

De igual modo, otra tendencia que se ha identificado es el incremento de la movilidad internacional de personas con alto nivel de cualificación (Montenegro et al., 2018). Esto a raíz de las características propias de la sociedad global de conocimiento, donde dicha población representa una demanda potencial de servicios turísticos.

Por su parte, dentro de las tendencias innovadoras de turismo se tienen los viajes “slow tourism” que son desplazamientos sin el cumplimiento de horarios estrictos, teniendo como propósito la conexión del visitante con las costumbres y tradiciones de la población local, Procolombia (2021). En tal sentido, el desierto de la Tatacoa es un destino excepcional, dado que permite realizar actividades culturales, comunitarias y caminatas que permiten al viajero desconectarse y experimentar nuevas experiencias.

Otra tendencia para Procolombia (2021) son los viajes cortos y seguros dadas las contingencias por la crisis sanitaria. Este tipo de viajes además de ser más seguros, tienen menos niveles de restricciones para los viajes, por lo cual los destinos nacionales son un producto atractivo en casi todos los países del mundo.

Asimismo, para Procolombia otra de las tendencias son los viajes nómadas, que se enfocan en empresarios y trabajadores que al mismo tiempo que trabajan realizan viajes, dada la explosión del teletrabajo a nivel global por cuenta de la pandemia por el virus Covid 19. En este orden de ideas, la experiencia de viajeros nómadas ha sido implementada con éxito en Barbados que ha expedido una especie de “visado digital”, donde se puede trabajar en dicho país durante un año.

2.5.2 Tendencias Nacionales

A nivel nacional en la revisión de la literatura hecha al respecto encontramos como principal referencia el “Plan Sectorial de Turismo -PST- 2018-2022” (Ministerio de Comercio de Industria y Turismo 2018), este documento está estrechamente ligado al Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022” donde se establecen los lineamientos para la ejecución de los planes y proyectos orientados para cada sector. En ese orden de idea el PST tiene como objetivo mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2018).

Este plan ofrece lineamientos específicos que resultan fundamentales en la ejecución del PND y los recursos dirigidos a la política pública de turismo, especialmente a su direccionamiento estratégico que van apuntados a crear y promover una mayor prospectiva en el sector, estos van orientados a mejorar la infraestructura, conectividad y atracción del turismo, en ese sentido el PST

establece unas líneas estratégicas a partir de las cuales se centra su desarrollo y a su vez contempla unos indicadores donde se establecen metas concretas de crecimiento proyectadas para el sector, sin embargo, lo importante de este documento para la construcción de nuestro proyecto recae en la tercera línea estratégica conocida como “Gestión Integral de Destinos y Fortalecimiento de la Oferta Turística” (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2018) en la cual se establecen mecanismos, planes y estrategias para fomentar la inversión y promoción de proyectos de iniciativa privada dirigidos a aumentar la oferta turística, allí se contemplan una serie de medidas que la administración pública puede tomar para promover e incentivar la inversión turística en sectores potenciales que cuentan con gran interés turístico como el caso del desierto de la Tatacoa, dentro de esas medidas se cuenta con un alivio en las cargas tributarias para las inversiones privadas que pretendan incursionar en estos sectores, así mismo brindar apoyos financieros, facilitar tramites de licencias y adelantar programas especiales para la promoción del emprendimiento turístico.

Así mismo, y a nivel nacional se pudo identificar como una tendencia dentro de la Normas Técnicas Sectoriales NTC 2018-2022 lo relacionado al turismo orientado hacia la población en condición de movilidad reducida o capacidades diferentes, tendencia que resulta ser uno de los elementos derroteros en las políticas públicas de tipo inclusivo, esto en aras a que esta población pueda acceder a la oferta turística adaptada a sus capacidades o condiciones y de esta manera se pueda abarcar en igualdad de condiciones a otro tipo de poblaciones.

Frente a las tendencias a nivel nacional también se tiene lo expuesto por Mejía (2018) quien afirma en que a largo plazo en Colombia se presentaría un envejecimiento de la población, lo que traería en términos económicos retos frente al crecimiento del PIB a largo plazo. En tal sentido para Mejía (2018) el envejecimiento de la población implica que la ventana de oportunidad que representa el bono demográfico se acabaría, reduciendo el potencial de crecimiento económico de la economía colombiana. Esta realidad implicaría cambios en la demanda de servicios turísticos a nivel doméstico tomando en consideración las preferencias de este nicho poblacional.

Por otro lado, para la ex viceministra de Medio Ambiente Adriana Soto (2018) la importancia por la preservación y conservación del medio ambiente, es una de tendencia que implica que tanto líderes políticos, como empresarios y miembros de la sociedad civil hagan parte de la discusión medioambiental. Este tema es significativo, dado que las regulaciones medioambientales que son el resultado de los procesos de discusión en la agenda pública son determinantes para el desarrollo de actividades turísticas, sobre todo cuando se realiza dicha actividad en un bosque tropical seco como lo es el desierto de la Tatacoa.

En dicha orientación se encuentra también el Plan de Negocio de Turismo de naturaleza realizado para el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2013). Este trabajo tenía como propósito ser un instrumento práctico que dinamizara el sector privado y público que hacen parte del sector. En tal sentido los componentes y/o ejes de trabajo se basaron en tres elementos principales: a) una fase

diagnóstica desde donde se identifican tendencias de turismo en el mundo; b) un diseño del plan y c) proyectos bandera.

Frente al primer eje se abordó en el presente trabajo las tendencias identificadas en la fase diagnóstica, teniendo para el desarrollo del estudio el análisis de los subproductos de turismo de naturaleza, representado en los productos de ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural. En este orden de ideas, se identificó como una tendencia global el ecoturismo, dado que “es el producto que presenta mayor volumen de negocio a nivel mundial por su alto volumen de mercado y crecimiento estable” (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2013, p. 12).

En tal sentido, se evidencia que uno de los productos con mayor demanda es el avistamiento de aves “El turista muestra tendencia creciente sobre la media del TN, con perfil hombre, mayor, gasto superior a la media, especialmente de EE.UU. y Reino Unido” (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2013). Otra de las tendencias que se muestran con un importante potencial de crecimiento son los subproductos de turismo de aventura y turismo rural, donde se tiene potencial dadas las características propias del desierto de la Tatacoa y los efectos del cambio climático que implicaría el aumento de la temperatura en el departamento del Huila hasta 2 grados y la disminución de precipitaciones en un 30% (Gobernación del Huila y Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena, 2014) De cara al mundo de las posibilidades también encontramos trabajos de investigación como el realizado en el 2020 por Víctor Alfonso Hernández Toca, de la Universidad Externado de Colombia, el cual da un recorrido inicial pre pandemia;

el estudio denominado “Estudio prospectivo: el turismo del futuro en Colombia – Visión 2030” que tuvo como objetivo general reconocer las variables y los escenarios más posibles del futuro del turismo en el país, seleccionando el escenario apuesta para el desarrollo de planeación estratégica visión 2030. Dicho estudio tuvo como metodología principal el enfoque de prospectiva estratégica de corte cualitativo y cuantitativo, apoyada en otros enfoques como el diagnóstico crítico, la hermenéutica, fundado en un modelo prospectivo aplicando talleres a expertos.

Dentro de las tendencias que subyacen del sector y que pueden ir desde la relevancia y atracción en los atributos del entorno turístico, la seguridad del contexto, la incidencia en el territorio específico respecto al comportamiento político interno del país, la promoción e innovación del lugar, así como la capacitación de sus actores u experiencias naturales que pueden darse en un momento determinado, como la que se vive ahora con la aparición de la pandemia del Covid 19, fenómeno que marcó el turismo y ha obligado a que este se reinvente muy posiblemente en prospectiva a varios futuros años.

Un trabajo de relevancia respecto a esto último fue el estudio titulado “Macro tendencias hacia el 2030 el mundo y América Latina” realizado por Montenegro et al (2018) para el entonces Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación; dicho trabajo tenía como propósito el apoyar los procesos de diseño de política pública de largo plazo, en especial del sector de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Teniendo como insumo de importancia el hecho que el estudio de Montenegro (2018) planteó como una tendencia el riesgo de pandemias globales, siendo este hecho significativo porque el estudio se adelantó en el año 2018 a la coyuntura que se ha vivido a nivel global desde el año 2020 con la aparición del Covid 19, teniendo para el sector turístico un impacto indiscutible la pandemia toda vez que las restricciones sanitarias y el temor de la población a contagiarse han generado una parálisis del sector turístico.

Como otra fuente bibliográfica relevante se encontró el “Plan de Desarrollo Turístico Convencional Municipio del Líbano-Tolima 2019-2029” (López, 2019) cuya metodología y marco conceptual se basó en los postulados establecidos en el PND y los lineamientos metodológicos para la construcción de estos planes de desarrollo recomendados por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo; este plan busca construir lineamientos para una planeación integral del turismo en el municipio que genere un desarrollo sostenible del sector con metas a largo plazo y estrategias claras en prospectiva de su consolidación como el “nuevo petróleo” dentro de la región.

De esta manera dicho plan establece que dentro de sus pilares de sostenibilidad se contemplen mecanismos, políticas y estrategias dirigidas a la generación de utilidades económicas para empresarios, prestadores de servicios y emprendedores, dentro del marco de la ley (López, 2019), así, y de esta forma dicho plan nos sirve de referencia bibliográfica respecto a las alternativas y apuestas que desde la administración del Líbano-Tolima se proyectan para incentivar la inversión y las iniciativas de emprendimiento dentro del sector turismo

que se desarrollen en el municipio, especialmente en su enfoque diferencial y asistencial para los nuevos emprendimientos, innovaciones y proyectos turísticos desarrollados en el municipio.

Como otra tendencia pos Covid se tiene las microvacaciones que son viajes de corta duración que por lo general se realizan en fechas distintas a las temporadas altas. En este caso el deseo de evitar las aglomeraciones incentiva a los turistas las microvacaciones. En este orden de ideas, las microvacaciones están relacionadas con los viajes nómadas o nómadas digitales y son una tendencia que puede ser convertida en productos turísticos desarrollados en el desierto de la Tatacoa.

2.5.3 Tendencias locales

Dentro del análisis de literatura se encontró el documento publicado en el año 2014 por la Gobernación del Huila, la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena (CAM) y otros organismos no gubernamentales titulado “Plan de Cambio Climático Huila 2050 preparándose para el Cambio Climático” (Gobernación del Huila y Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena, 2014). Esta obra tuvo como objetivo construir un plan que permitiera generar un desarrollo compatible con el clima asegurando la adaptación de las personas, el crecimiento de los sectores productivos, sus servicios ecosistémicos etc., con el fin de impulsar un departamento climáticamente inteligente y competitivo con prospectiva al 2050. Este plan usó la construcción participativa como herramienta metodológica para la realización del trabajo acudiendo a la base del conocimiento

científico especializada en los efectos y tendencias del cambio climático realizado por organizaciones no gubernamentales y distintos actores institucionales. En este trabajo se observan las tendencias encontradas para el departamento del Huila en materia de cambio climático, dentro de ellas estudios realizados por el IDEAM (Gobernación del Huila y Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena, 2014), cuya investigación concluye que la temperatura presentará un incremento de 2 °C y una reducción en la precipitación hasta el 30% para el 2040 llegando a generar eventos climáticos extremos que pueden poner en peligro el futuro del agua, la seguridad alimentaria, la productividad en el sector agropecuario, aumento de la incidencia del dengue y otras ETV factores que causaran problemas de salud humana dentro de la región y consigo la pérdida de coberturas naturales y la reducción de la biodiversidad.

Siguiendo un análisis de la literatura se encuentra que el documento cuyo título corresponde al “Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación” presentado por el sistema departamental de ciencia, tecnología e innovación (Codecyt Huila, 2010). Este trabajo tuvo como objetivo plantear los elementos necesarios que permitan planear la evolución del departamento del Huila a través de las economías de conocimiento con el fin de fortalecer y cualificar los sectores productivos y de transformación en el departamento.

Este plan aborda en primer lugar un contenido descriptivo frente al desarrollo de las economías de conocimiento en los contextos internacionales y nacionales, luego aborda las condiciones locales donde realiza un análisis de visión a largo plazo de las transformaciones que a partir de la economía de conocimiento se

deben llevar a cabo en el departamento. Dentro del trabajo se identifican varias tendencias, en una de ellas se encontró que en Colombia la actividad económica está en sectores con bajo valor agregado como el turismo y la producción agropecuaria, sectores que representan el 73% de la actividad productiva en el departamento del Huila (Codecyt Huila, 2010), a pesar de tener poco impacto por su valor, el estudio considera que las economías de conocimiento pueden optimizar y fortalecer las apuestas productivas en el turismo ya que son áreas donde se hace más viable desarrollar actividades colaborativas entre sectores institucionales y/o educativos con empresas y emprendimientos propios del sector turístico, así de esta forma se observa la tendencia de ver en el turismo una apuesta productiva con campo de acción, cooperación y crecimiento con los distintos órganos institucionales privados dentro de la región.

Tabla 13. Tendencias

Nombre de la tendencia	Descripción	Dimensión	Pronóstico	Fuente
Incremento de visitantes internacionales a nivel global	Número de visitas de turistas a destinos internacionales	Comportamiento de la demanda internacional	3,3% de crecimiento interanual de turismo internacional entre 2010-2030.	OMT (2011)
Mayor participación el turismo en economías emergentes	Tasa de participación del turismo a nivel global	Comportamiento de la demanda internacional	57% participación de visitas a nivel global a 2030.	OMT (2011)

Acrecentamiento de costes del transporte aéreo y terrestre	Costos totales del transporte aéreo o terrestre	Coste de los servicios turísticos	Se incrementarán los costos del transporte en un 1,1% anual entre 2010-2030. Incremento del 100% de los viajes en aerolíneas, entre las décadas del 2020 y 2030	OMT (2011)
Incrementos de los viajes en aerolíneas	Tasa de viajes por transporte aéreo.	Comportamiento de la demanda internacional		Hammond (2019)
Aumento de viajes a lugares exóticos	Viajes a lugares extraños o percibidos diferentes.	Comportamiento de la demanda internacional		Hammond (2019)
Utilización masiva de tecnologías de realidad multisensorial	Uso de herramientas tecnológicas de realidad aumentada.	Incrementos de uso de herramientas tecnológicas		Hammond (2019)
simplificación de check-in y check-out por medio de software	Implementación masiva de programas de reconocimiento facial para ingreso y salida de aeropuertos.	Incrementos de uso de herramientas tecnológicas		Hammond (2019)
Utilización de asistentes virtuales para atención a turistas	Software especializado en la atención de huéspedes en hoteles.	Incrementos de uso de herramientas tecnológicas		Hammond (2019)
desarrollo de sistemas de traducción de alta calidad	Programas especializados en traducción en tiempo real de cualquier idioma.	Incrementos de uso de herramientas tecnológicas		Hammond (2019)
Fomento de viajes y destinos de ocio más responsables y sostenibles.	Destinos sostenibles ambientalmente.	Aumento de oferta de destinos turísticos responsables.		Hammond (2019)

Fortalecimiento del ecoturismo por encima de la media de los demás productos de turismo de naturaleza.	Viaje responsable a zonas naturales.	Oferta y demanda turística.	Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2013) Amare (2019)
Oferta turística personalizada	Productos turísticos diseñados según las necesidades de segmentos de clientes.	Oferta turística	Oficina de Planeamiento y Presupuesto de la Presidencia de la República Oriental de Uruguay Oficina de Planeamiento y Presupuesto de la Presidencia de la República Oriental de Uruguay.
Oferta turística verde	Productos turísticos sostenibles ambientalmente.	Oferta turística.	
Clúster en lugares con mayor éxito turístico	Agrupación y complementación de ofertas turísticas en una zona geográfica.	Oferta turística	Hernández Toca (2020).
Iniciativas de turismo rural basadas en el rescate del conocimiento ancestral (tradiciones y gastronomía).	Tipo de turismo cultural que busca la preservación de las identidades culturales.	Oferta turística orientada a la preservación de identidades locales.	Hernández, T. (2020). Maneenetr & Tran (2014)
Desarrollo de modelos de negocio orientados al	Turismo con un énfasis en apoyar sectores sociales vulnerables.	Oferta turística inclusiva	Hernández, T. (2020). Maneenetr & Tran (2014)

turismo inclusivo. Turismo orientado a garantizar el acceso óptimo para la población en condición de movilidad reducida o capacidades diferentes.	Tipo de turismo con una oferta específica para la población en condición de discapacidad.	Oferta turística inclusiva		(Mincit, 2018)
Implementación de plataformas de economía colaborativa	Modelos de negocio de apoyo mutuo.	Modelos de negocio		Oficina de Planeamiento y Presupuesto de la Presidencia de la República Oriental de Uruguay.
Envejecimiento de la población.	Edad media de la población.	Fenómeno social.		Mejía (2018)
Riesgo de pandemias globales.	Enfermedad epidémica que tiene su extensión en varios países.	Fenómenos naturales		Montenegro, et al (2018)
Crecimiento de la clase media	Ingresos medios por habitantes.	Comportamiento económico social	Pasará de 3.300 millones de personas a 2020 a 4.900 millones en el año 2030	Montenegro, et al (2018)
Estancamiento de la economía latinoamericana	Comportamiento del PIB en la región.	Comportamiento económico.		Montenegro, et al (2018)
Nuevo modelo de desarrollo de la República Popular China	Cambio de políticas económicas de la República Popular China.	Comportamiento económico y político internacional	Al 2030 implicar pasar de una economía sustentada en la	Montenegro, et al (2018)

		inversión pública e impulso a las exportaciones	
Incremento de la movilidad internacional de personas con alto nivel de cualificación.	Cambio de domicilios de personas cualificadas.	Crecimiento en mano de obra cualificada	Montenegro, et al (2018)
Preservación y conservación del medio ambiente	Interés por políticas orientadas a la protección del medio ambiente.	Comportamiento Político	Soto (2018)
“Slow tourism” que son desplazamientos sin el cumplimiento de horarios estrictos	Hábitos del turista que no está orientado por el cumplimiento de un sistema de control de horarios.	Demanda turística.	Procolombia (2021)
Viajes cortos y seguros	Preferencia por viajes domésticos o nacionales.	Demanda turística.	Procolombia (2021)
Viajes nómadas	Tipo de viajeros que son trabajadores digitales y hacen turismo y trabajan en un mismo periodo de tiempo.	Demanda turística.	Procolombia (2021)
Microvacaciones.	Son vacaciones muy cortas.	Demanda turística.	Procolombia (2021)
Incremento de la temperatura por efecto del cambio climático.	Proyección de incremento de temperatura a nivel regional.	Fenómeno ambiental.	CAM (2015)

Nota. Elaboración propia.

Capítulo III. Factores de Cambio y Variables Estratégicas

3.1 Matriz de Cambio

En este apartado se analizan los factores de cambio que a juicio de Mojica (2010) son considerados presentidos, temidos y anhelados. En tal sentido, se aplicará la matriz de cambio de Godet, que se presenta a continuación.

Tabla 14. Matriz de cambio

Ámbito	Nº	Cambios esperados	Cambios temidos	Cambios anhelados
Tecnológicos	1.	Desarrollo de sistemas de traducción de alta calidad. Utilización de asistentes	Reducido acceso a los sistemas de traducción de calidad.	Reducción de barreras del idioma.
	2.	virtuales para la atención de turistas.	Reducción de empleos en el sector turístico	Mejora de la atención a turistas.
	3.	Implementación de check-in y check-out por medio de software.	Limitada adaptación tecnológica en los destinos locales.	Reducción de tiempo en los aeropuertos
	4.	Utilización masiva de tecnologías de realidad multisensorial.	Disminución de viajes reales.	Mejor divulgación de las características los destinos turísticos.
	5.	Impulso de modelos de economía colaborativa en el turismo.	Incremento de la informalidad y afectación de los operadores turísticos tradicionales.	Formalización de los modelos de economía colaborativa.

Ambiental	6.	Incremento de la temperatura por efecto del cambio climático.	Restricción total o parcial a la actividad turística en el desierto de la Tatacoa.	Adaptación de la actividad turística en el desierto al cambio climático.
	7.	Fomento de viajes y destinos de ocio más responsables y sostenibles.	Reducida capacidad de carga del destino de la Tatacoa.	Incremento de la oferta ambientalmente más sostenible.
	8.	Turismo verde.	Oferta turística verde insuficiente.	Cumplimiento de los requerimientos medio ambientales.
	9.	Estancamiento de la economía Latinoamericana.	Crisis económica en la región.	Mejora de las perspectivas económicas.
	10.	Incremento de la clase media.	Reducción de la clase media	Incremento del consumo en servicios turísticos.
	11.	Nuevo modelo de desarrollo de la República Popular China.	Poco interés de los turistas chinos por el destino de la Tatacoa.	Incremento de la demanda de turistas chinos por el destino de la Tatacoa.
Económico	12.	Envejecimiento de la población.	Reducción de la productividad de factores en el país.	Incremento de la demanda de servicios turísticos de segmentos de población de mayor edad.
	13.	Mayor participación del turismo en economías emergentes.	Incremento del turismo masivo.	Incremento de la demanda de servicios turísticos.
	14.	Clúster en lugares con mayor éxito turístico.	Poca articulación entre destinos en la región.	Incremento del valor agregado en la complementación de los destinos

Normativo-político	15.	Incremento de la preocupación en la agenda pública por el medio ambiente.	Restricción total o parcial al desarrollo de la actividad turística.	turísticos de la región. Adaptación de los destinos a la normatividad y preocupación pública por el medio ambiente.
	16.	Riesgo de pandemias.	Medidas satinarías extremas de restricción de movilidad.	Control del riesgo de pandemias.
	17.	Movilidad de personas de alto nivel de cualificación.	Incremento de la adquisición de tierras por parte de extranjeros.	Incremento de la demanda de servicios turísticos con alto valor agregado.
Social	18.	Viajeros nómadas digitales.	Fluctuaciones de los precios inmobiliarios.	Incremento del mercado potencial.
	19.	Mayor preocupación por productos turísticos inclusivos.	Dificultades para el acceso de la población vulnerable.	Incremento de la oferta y demanda de servicios turísticos inclusivos.
	20.	Incremento de la demanda de turismo a nivel internacional.	Impacto social y ambiental del turismo masivo	Adaptación a una oferta y demanda de alto valor agregado
Mercado del turismo	21.	Incrementos de los viajes en aerolíneas.	Altos costos y dificultades para la movilidad aérea en la región.	Aumento de la demanda de perfiles de clientes con mayor ingreso.
	22.	Aumento de los costos del transporte aéreo y terrestre.	Incremento de los costos de los servicios turísticos.	Mayor eficiencia energética que minimice costos del transporte.
	23.	Aumento de viajes a lugares exóticos.	Percepción de la oferta turística del desierto como destino tradicional.	Reconocimiento del desierto como destino exótico.

24.	Fortalecimiento del ecoturismo por encima de la media de los demás productos de turismo de naturaleza.	Actividad del turismo ecológico poco sostenible	Desarrollo de productos turísticos ecológicos de alto valor agregado.
25.	Productos turísticos personalizados.	Barreras de acceso al turismo de la mayoría de la población.	Consolidación de demanda y oferta personalizada en el desierto de la Tatacoa. Oferta de productos turísticos para personas en condición de discapacidad en el desierto de la Tatacoa.
26.	Turismo orientado a personas con capacidades especiales.	Atención e infraestructura no adecuada para atención de este segmento poblacional.	Desarrollo de productos turísticos culturales en el desierto de la Tatacoa.
27.	Iniciativas de turismo con enfoque de rescate de identidades culturales. "Slow ourism"	Incidencia del turismo en cambio de tradiciones y costumbres en la población local en el desierto.	Desarrollo de productos turísticos culturales en el desierto de la Tatacoa.
28.	que son desplazamientos sin el cumplimiento de horarios estrictos	"Slow ourism" masivo con poco valor agregado.	Slow ourism" especializado con alto valor agregado.
29.	Viajes cortos y seguros.	Incremento de turismo masivo nacional poco sostenible ambientalmente.	Turismo nacional con alto valor agregado.
30.	Micro vacaciones.	Logística de ingreso y salida del desierto poco adecuada a viajes de poca estancia.	Mejores capacidades de infraestructura para la atención de viajes de poca estancia.

Nota. Elaboración propia.

3.2 Ábaco de Régnier

De acuerdo con lo expuesto hasta el momento y para determinar el nivel de importancia de cada una de las tendencias traídas a colación en este trabajo, se utilizará la herramienta conocida como Ábaco de Régnier el cual funciona a partir de un sistema de colores donde cada color indica un nivel de calificación. Esta herramienta será aplicada por diferentes expertos en torno al tema.

Tabla 15. Referencia puntos de calificación

Puntos de Calificación
Muy Importante (5)
Importante (4)
Duda (3)
Poco Importante (2)
Sin Importancia (1)
Sin Respuesta (0)

Fuente. Extraído del Ábaco de Régnier

En la tabla 14 se observa una condensación de todos los factores estudiados y que, según lo encontrado hasta momento, conducirían a la generación de diversas tendencias; asimismo se puede observar la calificación dada por cada experto y la puntuación final total que obtuvo cada factor.

Tabla 16. Ábaco de Régnier

Prospectiva del turismo sostenible en el desierto de la Tatacoa para el año 2032 ábaco de Régnier						
Nº	FACTORES	Experto 1 Academia	Experto 2- Gastronomía	Experto 3- Guía Turístico	Experto 4- Hoteleros	Total
1.	Incremento de visitantes internacionales a nivel global.	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	20
2.	Mayor participación el turismo en economías emergentes.	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	20
3.	Fomento de viajes y destinos de ocio más responsables y sostenibles.	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	20
4.	Fortalecimiento del ecoturismo por encima de la media de los demás productos de turismo de naturaleza.	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	20
5.	Oferta turística verde.	Poco Importante (2)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	20
6.	Desarrollo de modelos de negocio orientados al turismo inclusivo.	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	20
7.	Preservación y conservación del medio ambiente.	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	20
8.	"Slow ourism" que son desplazamientos sin el cumplimiento de horarios estrictos.	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	20
9.	Microvacaciones.	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	20
10.	Aumento de viajes a lugares exóticos.	Muy Importante (5)	Importante (4)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	19
11.	Incremento de la temperatura por efecto del cambio climático.	Muy Importante (5)	Importante (4)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	19
12.	Implementación de plataformas de economía colaborativa.	Muy Importante (5)	Importante (4)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	19
13.	Desarrollo de sistemas de traducción de alta calidad.	Importante (4)	Importante (4)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	18

14.	Oferta turística personalizada.	Importante (4)	Importante (4)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	18
15.	Iniciativas de turismo rural basadas en el rescate del conocimiento ancestral.	Importante (4)	Importante (4)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	18
16.	Viajes cortos y seguros.	Muy Importante (5)	Importante (4)	Importante (4)	Muy Importante (5)	18
17.	Turismo orientado a garantizar el acceso óptimo para la población en condición de movilidad reducida o capacidades diferentes.	Importante (4)	Duda (3)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	17
18.	Viajes nómadas.	Poco Importante (2)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	Muy Importante (5)	17
19.	Clúster en lugares con mayor éxito turístico.	Importante (4)	Importante (4)	Duda (3)	Muy Importante (5)	16
20.	Riesgo de pandemias globales.	Muy Importante (5)	Poco Importante (2)	Duda (3)	Muy Importante (5)	15
21.	Crecimiento de la clase media.	Muy Importante (5)	Poco Importante (2)	Duda (3)	Importante (4)	14
22.	Utilización masiva de tecnologías de realidad multisensorial.	Poco Importante (2)	Duda (3)	Duda (3)	Muy Importante (5)	13
23.	Simplificación de check-in y check-out por medio de software.	Poco Importante (2)	Duda (3)	Duda (3)	Muy Importante (5)	13
24.	Utilización de asistentes virtuales para atención a turistas.	Poco Importante (2)	Duda (3)	Duda (3)	Muy Importante (5)	13
25.	Envejecimiento de la población.	Muy Importante (5)	Poco Importante (2)	Poco Importante (2)	Duda (3)	12
26.	Incrementos de los viajes en aerolíneas.	Muy Importante (5)	Duda (3)	Sin Importancia (1)	Poco Importante (2)	11
27.	Acrecentamiento de costes del transporte aéreo y terrestre.	Importante (4)	Duda (3)	Sin Importancia (1)	Poco Importante (2)	10
28.	Nuevo modelo de desarrollo de la República Popular China.	Poco Importante (2)	Duda (3)	Duda (3)	Sin Importancia (1)	9
29.	Incremento de la movilidad internacional de personas con alto nivel de cualificación.	Poco Importante (2)	Duda (3)	Duda (3)	Sin Importancia (1)	9

30.	Estancamiento de la economía Latinoamericana.	Poco Importante (2)	Poco Importante (2)	Duda (3)	Sin Importancia (1)	8
-----	---	---------------------	---------------------	----------	---------------------	---

Fuente. Extraído de Ábaco de Regnier.

De acuerdo con lo anterior, se sustrajo los once factores con la calificación total más alta, ocho de ellos están con la misma puntuación (veinte) más alta, y aparecen valorados con color verde de muy importante; por su parte tres factores más cada uno con diecinueve puntos que con color verde fuerte y verde tenue, fueron calificados dentro de los muy importantes e importantes.

Por último, se tiene que ocho factores fueron considerados por los expertos como muy importantes, teniendo la máxima votación posible que es 20 puntos, siendo factores que tienen que ver tanto con dimensiones de la demanda como lo es el incremento de visitantes a nivel internacional, como la mayor participación de las económicas emergentes en el turismo internacional. También tienen que ver factores relacionados con la oferta y demanda de determinados productos turístico, como el impulso del ecoturismo, turismo inclusivo y turismo responsable. En este orden de ideas, los factores que lograron mayor puntuación por parte de los expertos:

- Incremento de visitantes internacionales a nivel global
- Mayor participación el turismo en economías emergentes
- Fomento de viajes y destinos de ocio más responsables y sostenibles
- Fortalecimiento del ecoturismo por encima de la media de los demás productos de turismo de naturaleza
- Desarrollo de modelos de negocio orientados al turismo inclusivo

- Preservación y conservación del medio ambiente
- “Slow ourism” que son desplazamientos sin el cumplimiento de horarios estrictos
- Micro-vacaciones

De otra parte, se tienen los factores que tuvieron menor valoración por parte de los expertos, donde se encuentran los siguientes:

- Estancamiento de la economía latinoamericana.
- Nuevo modelo de desarrollo de la República Popular China.
- Incremento de la movilidad internacional de personas con alto nivel de cualificación.

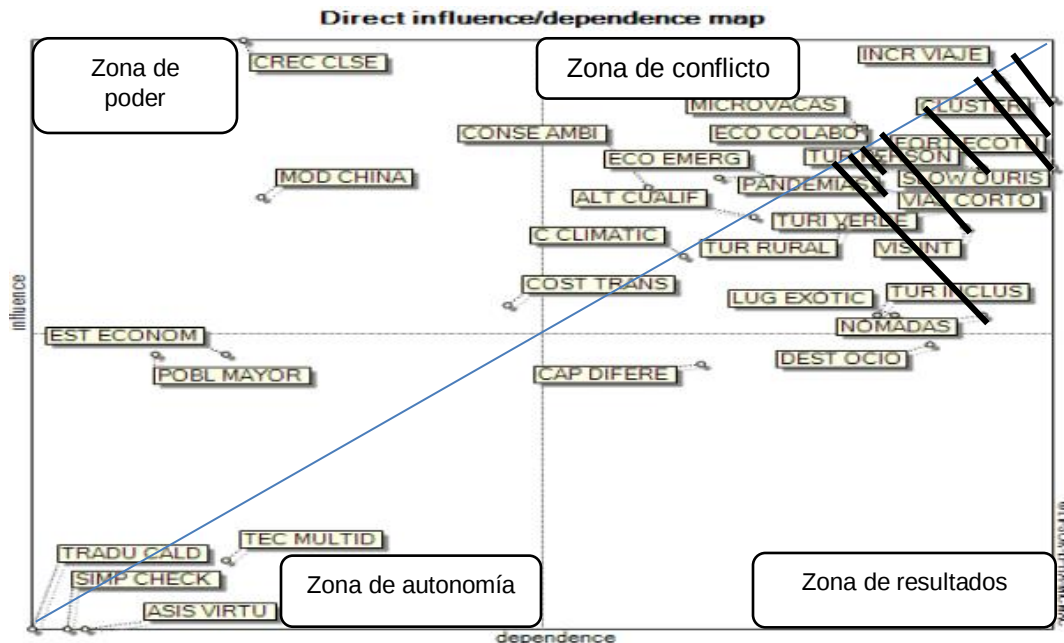
La Matriz de Impactos Cruzados Multiplicación Aplicada a una Clasificación, conocida también como Mic-Mac, es un método estructural que permite realizar análisis prospectivos para identificar diversas variables como por ejemplo peligros futuros, posibles oportunidades, y establecer orientaciones para la resolución de problemas de cara a un tema escogido y sus influencias; en este sentido la tabla que viene a continuación, refleja la relación de las 30 tendencias encontradas a lo largo de la investigación, dichas tendencias se encuentran en el marco de dos ítem, uno que refleja el nombre de la tendencia de manera corta, y su descripción. Dicha tabla extraída propiamente de la aplicación es el insumo para generar los planos y gráficas que dan cuenta del comportamiento de las tendencias de cara a la naturaleza aplica del Mic-Mac.

Tabla 17. Matriz de impacto cruzado

Nº	LONG LABEL	SHORT LABEL	DESCRIPCIÓN	THEM
1.	Incremento de visitantes internacionales a nivel global	VIS INT	Número de visitas de turistas a destinos internacionales	
2.	Mayor participación el turismo en economías emergentes	ECO EMERG	Tasa de participación del turismo a nivel global	
3.	Acrecentamiento de costes del transporte aéreo y terrestre	COST TRANS	Costos totales del transporte aéreo o terrestre	
4.	Incrementos de los viajes en aerolíneas	INCR VIAJE	Tasa de viajes por transporte aéreo	
5.	Aumento de viajes a lugares exóticos	LUG EXOTIC	Viajes a lugares extraños o percibidos diferentes	
6.	Utilización masiva de tecnologías de Realidad multisensorial	TEC MULTID	Uso de herramientas tecnológicas de realidad aumentada	
7.	Simplificación de check-in y check-out por medio de software	SIMP CHECK	Implementación masiva de programas de reconocimiento facial para ingreso y salida de aeropuertos	
8.	Utilización de asistentes virtuales para atención a turistas	ASIS VIRTU	Software especializado en la atención de huéspedes en hoteles	
9.	Desarrollo de sistemas de traducción de alta calidad	TRADU CALD	Programas especializados en traducción en tiempo real de cualquier idioma	
10.	Fomento de viajes y destinos de ocio más responsables y sostenibles	DEST OCIO	Destinos sostenibles ambientalmente	
11.	Fortalecimiento del ecoturismo por encima de la media de los demás productos de turismo de naturaleza	FORT ECOTU	Viaje responsable a zonas naturales	
12.	Oferta turística personalizada	TUR PERSON	Productos turísticos diseñados según las necesidades de segmentos de clientes	
13.	Oferta turística verde	TURI VERDE	Productos turísticos sostenibles ambientalmente	
14.	Clúster en lugares con mayor éxito turístico	CLÚSTER	Agrupación y complementación de ofertas turísticas en una zona geográfica	
15.	Iniciativas de turismo rural basadas en el rescate del conocimiento ancestral (tradiciones y gastronomía)	TUR RURAL	Tipo de turismo cultural que busca la preservación de las identidades culturales	
16.	Desarrollo de modelos de negocio orientados al turismo inclusivo	TUR INCLUS	Turismo con un énfasis en apoyar sectores sociales vulnerables	
17.	Turismo orientado a garantizar el acceso óptimo para la población en condición de movilidad reducida o capacidades diferentes	CAP DIFERE	Tipo de turismo con una oferta específica para la población en condición de discapacidad	
18.	Implementación de plataformas de economía colaborativa	ECO COLABO	Modelos de negocio de apoyo mutuo	
19.	Envejecimiento de la población	POBL MAYOR	Edad media de la población	
20.	Riesgo de pandemias globales	PANDEMIAS	Enfermedad epidémica que tiene su extensión en varios países	
21.	Crecimiento de la clase media	CREC CLSE	Ingresos medios por habitantes	
22.	Estancamiento de la economía latinoamericana	EST ECONOM	Comportamiento del PIB en la región	
23.	Nuevo modelo de desarrollo de la República Popular China	MOD CHINA	Cambio de políticas económicas de la República Popular China	
24.	Incremento de la movilidad internacional de personas con alto nivel de cualificación	ALT CUALIF	Cambio de domicilios de personas cualificadas	
25.	Preservación y conservación del medio ambiente	CONSE AMBI	Interés por políticas orientadas a la protección del medio ambiente	
26.	"Slow ourism" que son desplazamientos sin el cumplimiento de horarios estrictos	SLOW OURIS	Hábitos del turista que no está orientado por el cumplimiento de un sistema de control de horarios	
27.	Viajes cortos y seguros	VIAJ CORTO	Preferencia por viajes domésticos o nacionales	
28.	Viajes nómadas	NÓMADAS	Tipo de viajeros que son trabajadores digitales y hacen turismo y trabajan en un mismo periodo de tiempo	
29.	Microvacaciones	MICROVACAS	Son vacaciones muy cortas	
30.	Incremento de la temperatura por efecto del cambio climático	C CLIMATIC	Proyección de incremento de temperatura a nivel regional	

Fuente. Extraído de la aplicación del programa MICMAC

Figura 14. Mapa de influencia-dependencia directa



Fuente. Extraído de la aplicación del programa MICMAC

En zona de conflicto se encuentran las variables que tienen una alta dependencia y poder, siendo las variables de clúster, fortalecimiento del ecoturismo, viajes cortos, slow ouris, turismo personalizado y turismo inclusivo. Estas variables son las más importantes porque son influenciadas y al mismo tiempo tienen poder e inciden en otras variables.

Influencias directas

Dentro de las variables que son al mismo tiempo influenciadas e influyen en otras variables se tiene lo siguiente:

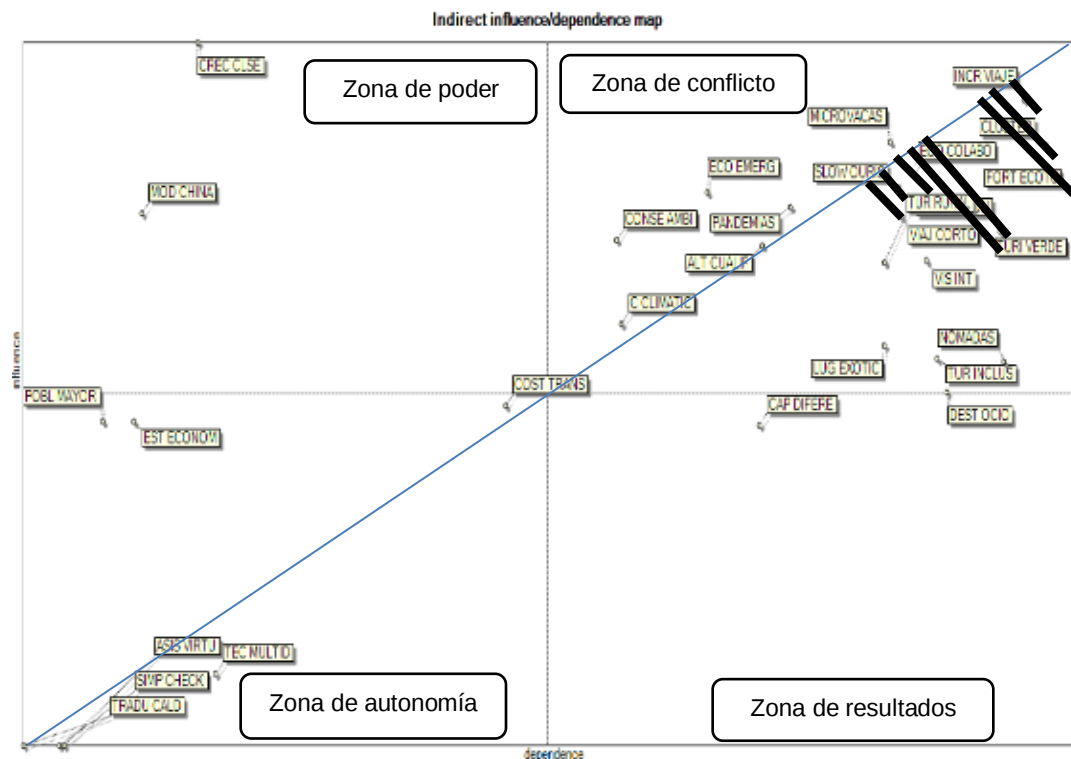
- Incrementos de los viajes internacionales.
- Clúster en lugares con éxito turístico.

- Fortalecimiento del ecoturismo.
- Microvacaciones.
- “Slow ourism” desplazamientos sin el cumplimiento de horarios estrictos.
- Viajes cortos y seguros.
- Implementación de plataformas de economía colaborativa.
- Viajeros nómadas.

En menor grado se encuentran las variables:

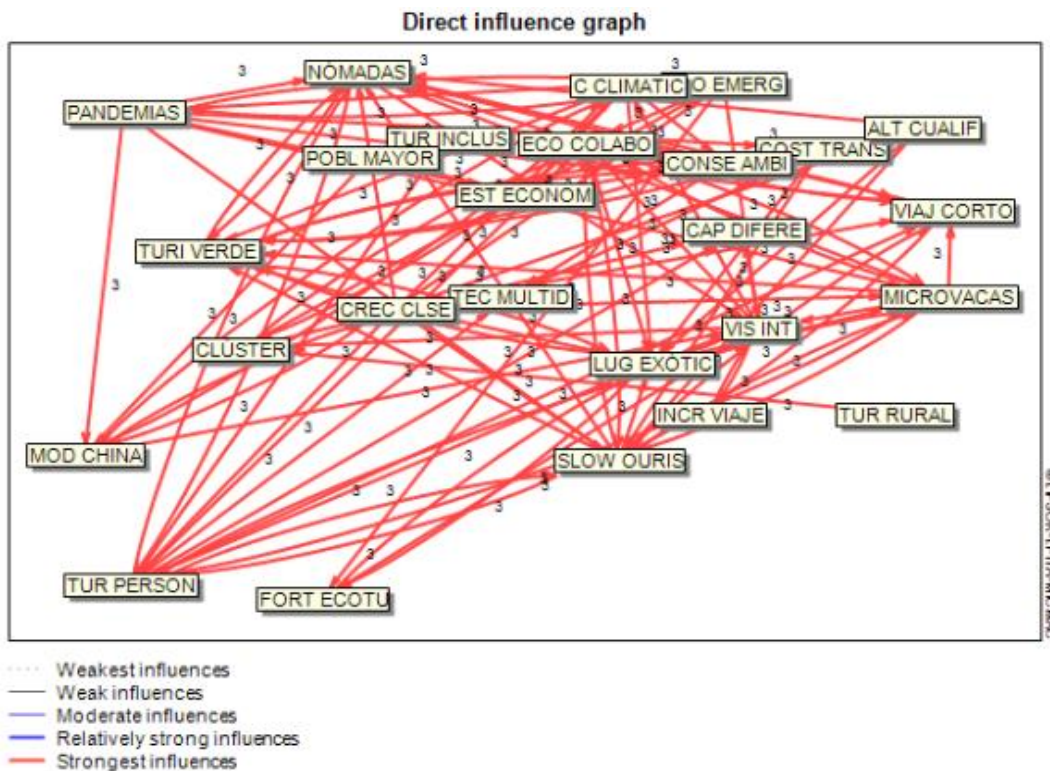
- Oferta turismo verde.
- Oferta turística personalizada.

Figura 15. Mapa de influencia indirecta



- Clúster en lugares con mayor éxito turístico.
- Viajes cortos y seguros.
- Fortalecimiento del ecoturismo.
- Implementación de plataformas de economía colaborativa.
- Microvacaciones.
- Turismo rural.
- “Slow ourism” desplazamientos sin el cumplimiento de horarios estrictos.
- Incrementos de los viajes internacionales.
- Oferta turística personalizada.

Figura 16. Gráfico influencias directas



Fuente. Extraído de la aplicación del programa MICMAC

Según la gráfica de influencias directas se tiene los siguientes factores que influyen en otros factores:

- Incremento de visitantes internacionales: Incide en incremento de costos de transporte, demanda de destinos exóticos, fomento del ecoturismo por encima de la media de otros productos de turismo de la naturaleza, turismo personalizado, turismo verde, turismo inclusivo y plataformas colaborativas.
- Incremento del costo del transporte aéreo y terrestre: Incide en turismo verde, incremento de visitas de turistas internacionales, cambio climático, viajes cortos. Y viajes “Slow ourism”.
- Fortalecimiento del ecoturismo por encima de la media de crecimiento del turismo de naturaleza: incide en el crecimiento de viajes en aerolíneas, Cluster en lugares con mayor éxito turístico.
- Aumento de viajes a lugares exóticos: incide en incremento de visitas internacionales, incremento de viajes en aerolíneas, destinos de ocio responsables y sostenibles, fortalecimiento del ecoturismo, turismo verde, turismo rural con Iniciativas de turismo rural basadas en el rescate del conocimiento ancestral.
- Fomento de viajes y destinos de ocio más responsables y sostenibles: incide en incremento de viajes en aerolíneas, fortalecimiento del ecoturismo, turismo verde, turismo rural y oferta de turismo inclusivo.
- Oferta turística personalizada: incide en utilización masiva de tecnologías de realidad multisensorial, fortalecimiento del ecoturismo, turismo rural, oferta de turismo inclusivo, viajes cortos, viajes nómadas y microvacaciones.

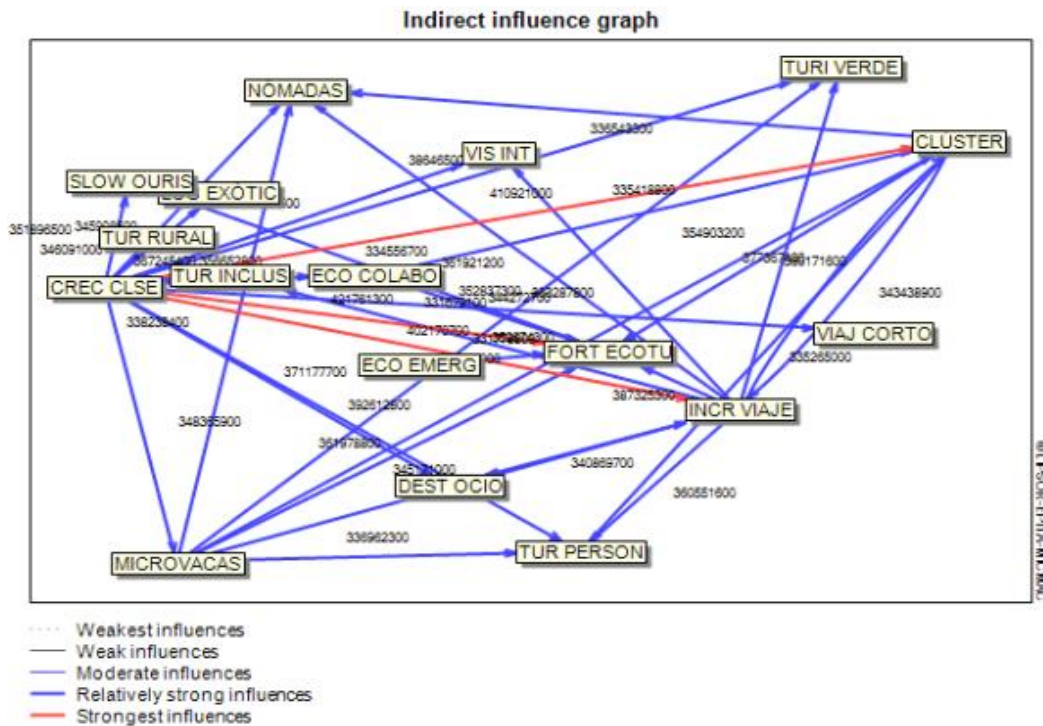
- Turismo verde: incide en costos de transporte aéreo y terrestre, incremento de viajes en aerolíneas, fortalecimiento del ecoturismo por encima de la media de crecimiento del turismo de naturaleza, incremento de la movilidad internacional de personas con alto nivel de cualificación y viajes nómadas.
- Iniciativas de turismo rural basadas en el rescate del conocimiento ancestral: incide en oferta de turismo personalizado, clúster en lugares con mayor éxito turístico, turismo orientado a garantizar acceso a personas con capacidades diferentes, plataformas colaborativas y viajes “Slow ourism”.
- Desarrollo de modelos de negocio orientados al turismo inclusivo: incremento de viajes en aerolíneas, iniciativas de turismo rural, turismo orientado a garantizar acceso a personas con capacidades diferentes.
- Implementación de plataformas de economía colaborativa: incide en incrementos de viajes en aerolíneas, aumento de viajes a lugares exóticos, fortalecimiento del ecoturismo, clúster en lugares con mayor éxito turístico, incremento de la movilidad de personas con alto nivel de cualificación, preservación y conservación del medio ambiente, viajes cortos y seguros, viajeros nómadas, microvacaciones y viajes “Slow ourism”.
- Envejecimiento de la población: incide en el crecimiento de la clase media y en el nuevo modelo económico de la República Popular China.
- Incremento de la movilidad internacional de personas con alto nivel de cualificación: incide en incremento de viajes a lugares exóticos, plataformas de economía colaborativa, viajes “Slow ourism”, viajeros nómadas.

- Preservación y conservación del medio ambiente: incide en los costes del transporte aéreo y terrestre, fomento del ecoturismo, turismo rural, turismo inclusivo, economías colaborativas, viajes nómadas.
- Viajes “Slow ourism” sin cumplimiento estricto de horarios: incide en incremento de viajes a lugares exóticos, fomento de viajes de ocio responsables y sustentables, fortalecimiento del ecoturismo, turismo verde, turismo inclusivo, turismo personalizado, plataformas de economía colaborativa, viajes cortos y seguros, viajes nómadas y microvacaciones.
- Viajes cortos y seguros: incide en incremento en viajes en aerolíneas, fortalecimiento del ecoturismo, turismo inclusivo, turismo orientado a garantizar el acceso óptimo para la población en condición de movilidad reducida o capacidades diferentes, viajes nómadas, microvacaciones.
- Viajeros nómadas o digitales: incide en incremento de turistas internacionales, turismo personalizado, turismo verde, clúster en lugares con mayor éxito turístico.
- Microvacaciones: incide en incremento de turistas internacionales, aumento de viajes en aerolíneas, fomento del ecoturismo, turismo rural, turismo inclusivo, plataformas de economía colaborativa.

Frente a las variables identificadas se puede evidenciar en la observación principal que cuatro factores tienen una mayor influencia sobre los demás factores, siendo estos los siguientes:

- Implementación de plataformas de economía colaborativa, incremento de turistas internacionales, microvacaciones y viajes cortos y seguros.

Figura 17. Gráfico influencias indirectas



Fuente. Extraído de la aplicación del programa MICMAC

Según la gráfica anterior se puede identificar que las variables con mayor influencia indirecta:

- Crecimiento de la clase media que influye directamente en incremento de viajes internacionales, fortalecimiento del ecoturismo y clúster en lugares con mayor éxito turístico.

Tabla 18. Conciliación de Resultados del MICMAC Vs Abaco Régnier

MICMAC	Ábaco Régnier
• Incrementos de los viajes en aerolíneas. • Viajes cortos y seguros. • Microvacaciones. • Implementación de plataformas de economía colaborativa. • Fortalecimiento del ecoturismo por encima de la media de los demás productos de turismo de naturaleza. • Clúster en lugares con mayor éxito turístico. • Oferta turística personalizada. • Oferta turismo verde.	• Incremento de visitantes internacionales a nivel global. • Mayor participación el turismo en economías emergentes. • Fomento de viajes y destinos de ocio más responsables y sostenibles. • Fortalecimiento del ecoturismo por encima de la media de los demás productos de turismo de naturaleza. • Desarrollo de modelos de negocio orientados al turismo inclusivo. • Preservación y conservación del medio ambiente. • “Slow ourism” que son desplazamientos sin el cumplimiento de horarios estrictos. • Microvacaciones.

Nota. Elaboración propia a partir de Micmac y Ábaco de Régnier.

De acuerdo con lo anterior, se evidencia que los factores como la implementación de plataformas de economía colaborativa y el fortalecimiento del ecoturismo por encima de la media de otros productos de naturaleza son las variables que tendrían incidencia en la construcción de futuro. Sin embargo, no hay que dejar de lado la influencia de los demás factores en la construcción de futuro, dado la interrelación que existe entre los factores y la concurrencia de variables. En tal sentido se han asimilado las siguientes variables que a juicio de los autores tendrían mayor relevancia:

Variables

- Clúster en lugares con mayor éxito turístico.
- Turismo de la naturaleza.
- Oferta turística personalizada.
- Oferta turística flexible mercado interno.
- Preservación y conservación del medio ambiente.
- Incremento de viajes internacionales.

3.3 Posición de actores

Actores.

Dentro de los actores que tienen influencia e intereses en la actividad turística del desierto de la Tatacoa se tiene los siguientes actores identificados:

Tabla 19. Actores

Actor	Definición	Intereses en la actividad turística
Establecimientos de hospedaje.	Establecimientos de prestación de servicios de alojamiento a viajeros o huéspedes, RAE (2021), y que están debidamente registrados ante RNT. Algunos incluyen servicios de restaurante, piscina, pasa días, etc.	Ser un medio complementario en la demanda turística, y mediante la prestación de este tipo de servicios generar ingresos propios y dinamismo en la economía local.
Empresas de transporte público intermunicipal y municipal.	Es la industria que se ocupa de prestar servicios de movilización de personas o mercancías mediante vehículos especiales diseñados para tal fin, Registro	Ser un servicio complementario legalmente organizado para prestar servicios de transporte, y generar ingresos mediante

	Único Nacional de Tránsito (2009-2021).	ese tipo de actividad que co-ayuden a la dinámica económica del territorio.
Alcaldía de Villavieja	Entidad territorial de orden municipal, con división político-administrativa fundamentada en disposiciones Ley, Asamblea Nacional Constituyente (1991).	Administrar lo público en su jurisdicción, proyectando mediante sus planes, programas y proyectos estrategias para contribuir al desarrollo y progreso de su territorio mediante el turismo.
Gobernación del Huila	Entidad territorial de orden departamental, con división político-administrativa fundamentada en disposiciones Ley, Asamblea Nacional Constituyente (1991).	Contribuir a la dirección general de políticas, jalonar recursos, en pro de fomentar la actividad turística de acuerdo a las necesidades y potencialidades del territorio.
Ministerio de Comercio Industria y Turismo	Ministerio de la rama del Poder Público Ejecutivo, encargado de políticas generales de desarrollo económico y social que tienen que ver con competitividad de sectores productivos de micro, pequeñas y medianas empresas etc., Departamento Administrativo de la Función Pública (s,f.)	Fomentar la actividad turística a nivel nacional. Además, ejerce influencia en las diferentes políticas, programas u estrategias, en cabeza de los diferentes entes territoriales y órganos de control, funcionen acorde a la naturaleza, misión y visión general que representa el Ministerio.
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible	Ministerio de la rama del Poder Público Ejecutivo, responsable de generar la política Nacional Ambiental en pro de proteger y conservar recursos naturales renovables, buscando un desarrollo sostenible y equilibrado para todos los ciudadanos, Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (2021).	Velar porque que las diferentes políticas, programas u estrategias, en cabeza de los diferentes entes territoriales u órganos de control, funcionen acorde a la naturaleza, misión y visión general que representa el Ministerio.
Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena	Corporación autónoma que tiene como tarea ejecutar las políticas nacionales ambientales en concordancia con las disposiciones de Ley, el	Ejercer la inspección y vigilancia ambiental para que las diversas disposiciones en materia del medio ambiente sean

	Minambiente, y los planes de desarrollo nacional, departamental y local de acuerdo con su jurisdicción, etc., CAM (2021).	cumplidas, ya sea través de planes, programas, sanciones o medidas preventivas.
Transporte informal.	Aquellos prestadores de servicios de transporte que no están afiliados a ninguna empresa legalmente constituida, García, P. & Varela, J. (2018)	Buscar la manera de generar ingresos a través del transporte informal.
Establecimientos de Hospedaje informal.	Son aquellos que ofrecen algún tipo de alojamiento, pero que no están registrados ante Cámara y Comercio, ni el Registro Nacional de Turismo.	Buscar la forma de generar ingresos a través de los hospedajes informales.
Ganaderos.	Personas que promueven su economía a través de la crianza o comercialización de ganado.	Generar recursos a partir de la comercialización de ganado y/o sus productos derivados.
Agricultores.	Personas que cultivan la tierra y generan diversos alimentos a partir de la misma.	Generar recursos a través de la producción de la tierra.
Agencias de viaje.	Empresas dedicadas a brindar servicios turísticos integrales o desagregados.	Configurarse como un servicio para las diferentes demandas de los turistas que buscan hacer sus travesías de forma organizada y segura; también generar recursos para las personas que integran estas asociaciones.
Observatorios astronómicos.	Son espacios con características especiales que permiten observar, investigar y comercializar servicios a partir de la observación del cielo y sus astros.	Ser un sitio de referencia en el sur del país para la observación astronómica, generando recursos por medio de dicho servicio.
Asociación Hotelera y Turística de Colombia – COTELCO-	Cotelco es un gremio que presta servicios al sector hotelero y turístico a nivel nacional en Colombia, en aras a fortalecer la productividad y competitividad a partir de las demandas de sus afiliados, Asociación Hotelera y Turística de Colombia – COTELCO- (2019).	Conformarse como una organización de referente nacional para representar al sector hotelero y dar respuestas a las necesidades de este.

Instituto Nacional de Vías – INVIAS-.	Invías pertenece a la Rama Ejecutiva del Poder público de Colombia, está adscrita al Ministerio de Transporte	Ejecutar “políticas, estrategias, planes, programas y proyectos de la infraestructura no concesionada de la Red Vial Nacional de carreteras primaria y terciaria, férrea, fluvial y de la infraestructura marítima” Presidencia de la República (2021).
Centros recreacionales.	Son un espacio creado o pensado para promover el ocio; allí se puede concentrar diversos tipos de juegos y/o estar acondicionado para que quienes opten puedan realizar distintas actividades físicas, Parques alegres (2020).	Prestar servicios de recreación de manera diferenciada, y a través de ello obtener ingresos y dinamizar la economía local.
Prestadores de otros servicios complementarios en la zona.	Personas que prestan algún otro tipo de servicios como: turismo ecuestre (paseos a caballo por medio de la naturaleza); alquiler de bicicletas y cuatrimotos para paseo por la zona.	Proporcionar servicios complementarios y así potenciar la recaudación de dinero para beneficio personal y robustecimiento de la económica personal o familiar, dinamizando a su vez la economía local.
Pequeños empresarios, empresarios por ocio y/o entretenimiento.	Son aquellos que están o no constituidos formalmente de acuerdo con las disposiciones de ley; mismos que legalmente organizados o no, prestan algún tipo de servicio; ya sea por ejercicio de emprendimiento, ocio o entretenimiento.	Generar recursos a partir de algún tipo de actividad aprovechando el contexto comercial del sitio, sea de manera formal o informal; en el marco de algún tipo de emprendimiento que también puede ser por ocio y/o entretenimiento.
Vendedor (es) de drogas.	Es aquella actividad de tipo ilegal que se ocupa de comercializar diferentes tipos de drogas como cannabis, cocaína, heroína, metanfetamina, etc., Interpol (s.f.).	Generar ingresos a través de la venta de productos ilegales como son las sustancias psicoactivas.
Grupo delincuencia.	Personas dedicadas a realizar actividades delictivas.	Generar recursos a partir de actividades por fuera de lo legal, y producto de algún delito.

Guías formales.	Son aquellos que cuentan con la tarjeta profesional de guía de turismo, que están inscritos en el RNT, y/o que cuenten con los requisitos expuestos en la Ley 300 de 1996, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2020).	Orientar, instruir y asistir a los turistas, viajeros o pasajeros en los aspectos particulares y generales del destino visitado; así mismo atender oportunamente cualquier eventualidad que se derive del servicio, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2020).
Guías informales.	Personas que prestan el servicio de guianza, pero que no cuentan con ningún tipo de respaldo formal como lo reglamentado por el MinComercio para poder prestar dichos servicios.	Obtener ingresos a partir de la prestación de servicios de guianza, por fuera de la reglamentación formal.
Comunidad circundante.	Conjunto de personas que habitan en la circunscripción geográfica de determinado territorio.	Poder generar algún tipo de servicios aprovechando el contexto turístico y comercial que se da a partir del desierto de la Tatacoa y así generar ingresos. Explotar las oportunidades que da el contexto natural al interior del territorio, para promover la economía personal, impulsar costumbres y cultura a partir de la prestación de servicios desde el turismo.
Comunidad nativa	Conjunto de personas que habitan dentro de determinado territorio, en este caso el desierto de la Tatacoa.	

Nota. Elaboración propia.

Objetivos

Se elaboraran los objetivos de acuerdo a las variables identificadas, siendo de importancia establecer los objetivos en largo, en corto plazo y las metas.

Tabla 20. Objetivos 2032

Variables	Objetivo largo	Objetivo corto	Metas
			Consolidación de la cadena de actores.
			Fortalecer la gobernanza de los actores.
			Alianzas público-privadas realizadas para el fomento de la inversión.
			Incremento de las redes de cooperación y fomento del turismo.
Clúster Turístico Regional norte del Huila.	Creación del clúster de turismo en el norte del Huila.	Clust Nor Huil.	Fortalecimiento de las capacidades de los operadores turísticos en la apropiación de las TIC tanto en la generación de productos como su respectiva promoción.
			50% de los operadores turísticos con oferta turística integrada.
			50% de los turistas extranjeros y nacionales visitan varios destinos regionales.

			60% de las agencias de viaje con certificación de calidad turística.
			60% del transporte terrestre automotor certificado en NTS AV 009.
			Desarrollo de nuevos productos de naturaleza con alto valor agregado.
Turismo de la naturaleza.	Consolidación del desierto como un destino de naturaleza relevante a nivel nacional e internacional.	Tur Nat	Fortalecimiento del destino de la Tatacoa como producto de valor en el corredor turístico central.
			80% de los productos turísticos de naturaleza ofrecidos en el desierto con certificación de calidad turística.
Oferta turística personalizada.	Consolidación de la oferta turística flexible y personalizada.	Ofert Pers	Operadores turísticos ofrecen portafolios flexibles de acuerdo a las necesidades del cliente.
Oferta turística luxury mercado interno.	Consolidación del desierto como un destino de alto valor agregado	Turis Nacional VIP.	Operadores turísticos con oferta
			Incremento del 20% anual de

	en el turismo nacional.		ingresos por productos VIP en viajes cortos.
			Plan de Ordenamiento territorial del desierto adoptado y articulado a los Planes de Desarrollo locales y departamental.
Preservación y conservación del medio ambiente.	Ordenamiento territorial del desierto con orientación hacia la sostenibilidad ambiental.	Ord Terri.	Fortalecer la apropiación de la comunidad nativa y circundante para el cuidado de los destinos naturales
			Establecimiento de límite de ingreso y pago de tarjeta de ingreso para turistas al desierto.
			80% de los operadores turísticos del desierto con certificación en sostenibilidad ICONTEC. Fortalecer los procesos de promoción turística del desierto.
Demanda de turistas internacionales.	Posicionar el desierto de la Tatacoa como destino internacional.	Turis Ext VIP	Fortalecer las competencias en una segunda lengua de los trabajadores turísticos.

Incremento del 20% de ingresos por viajes de extranjeros con productos de alto valor.

Nota. Elaboración propia

3.4 Matriz de Influencia Directa

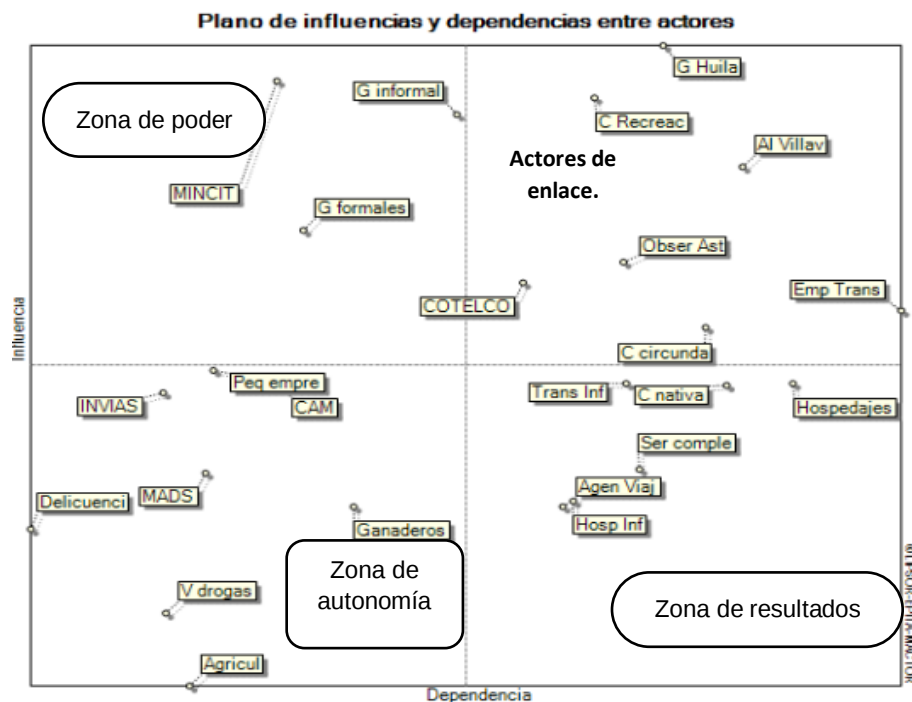
Criterios de Calificación

Tabla 21. Criterios de valoración

CALIFICACIÓN	SIGNIFICADO
0	Sin influencia
1	Procesos
2	Proyectos
3	Misión
4	Existencia

Nota. Elaboración propia a partir de MACTOR.

Figura 18. Plano de Influencia y dependencia entre actores



Fuente. Extraído de MICMAC

Dentro de los actores que están en la zona de conflicto, están: COTELCO, observatorios astronómicos, comunidad circundante, empresas de transporte, Alcaldía de Villavieja y Gobernación del Huila.

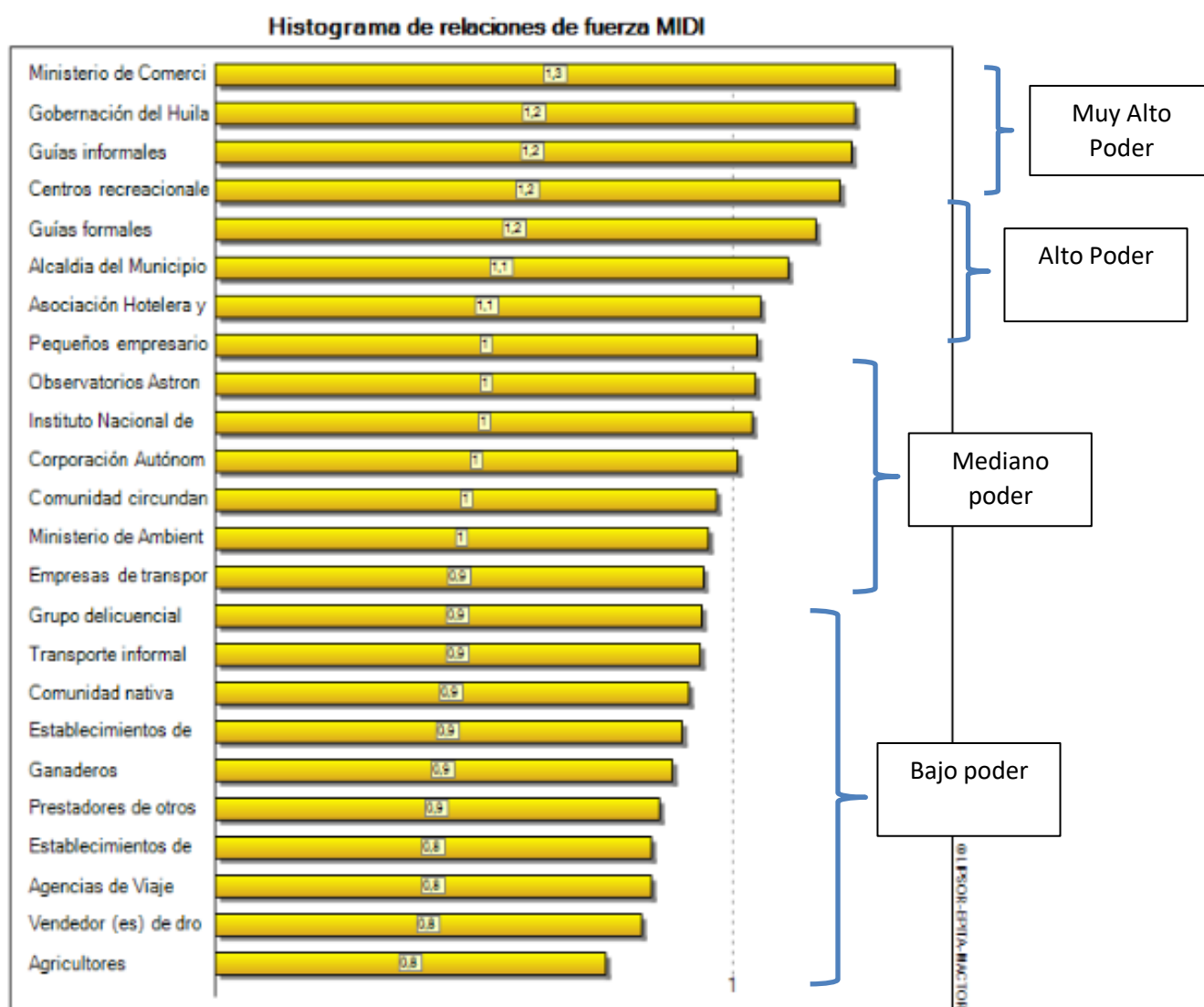
Para el caso de los actores en zona de poder está el Ministerio de Industria Comercio y Turismo, los guías formales y guías informales. Esta zona implica que los actores tienen mucho poder y no son dependientes.

En el caso de la zona de autonomía que implica actores con poco poder y mucha dependencia se tiene al Inviás, pequeños empresarios, delincuentes, vendedores de drogas, ganaderos, y agricultores.

Zona de resultados se tiene a las agencias de viajes, hospedajes formales e informales, comunidades nativa y transporte informal. Esta posición implica que existe una baja influencia y una alta dependencia.

3.5 Informe de Fuerzas MIDI

Figura 19. Histograma de relaciones de Fuerzas MIDI



Fuente. Extraído de MACTOR.

Frente a los actores se tiene lo siguiente:

Muy alto poder:

Se presenta como actores de alto poder: el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, la Gobernación del Huila, los guías informales.

Alto poder:

Frente a los actores de alto poder se tienen: la Alcaldía de Villavieja, La Corporación Autónoma del Alto Magdalena, Cotelco, Centro recreacionales.

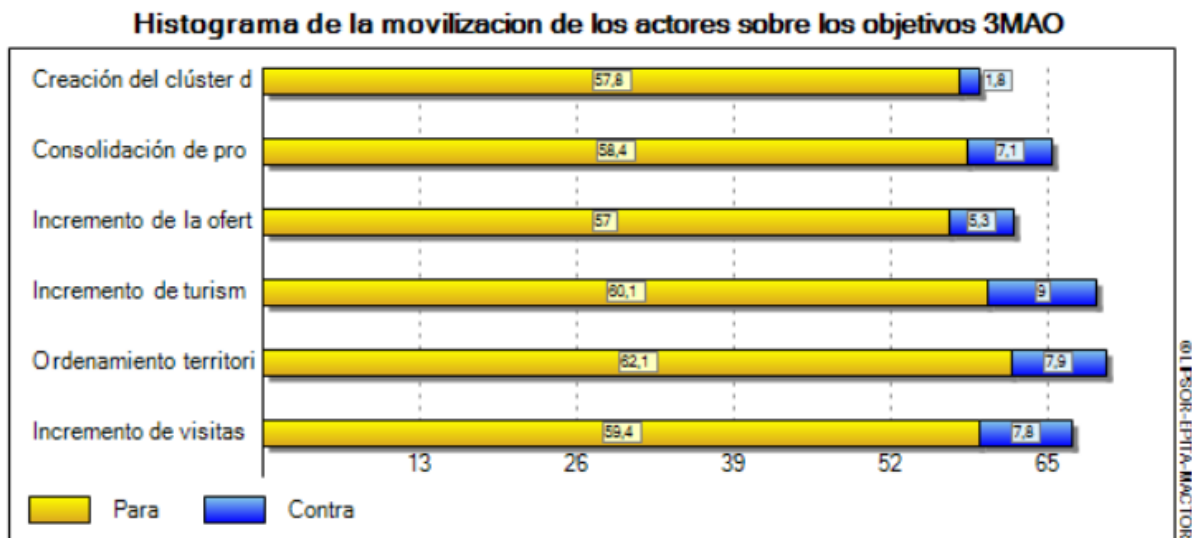
Mediano Poder:

Comunidad circundante, Pequeños empresarios, INVIAS, Ministerio de ambiente, Observatorios astronómicos, Comunidad circundante, Ministerio de Ambiente, Alojamientos informales.

Bajo poder:

Comunidad Nativa, Empresas de transporte, Prestadores de otros servicios complementarios, Transporte informal, Ganaderos, Agencias de Viaje, Grupo delincuencia, Establecimientos de alojamiento, Vendedores de drogas, Agricultores.

Figura 20. Histograma 3 MAO



Fuente. Extraído de MACTOR

Se puede evidenciar que existen cuatro actores con mayor resistencia que son los hospedajes informales, transporte informal, grupos delincuenciales y vendedores de drogas.

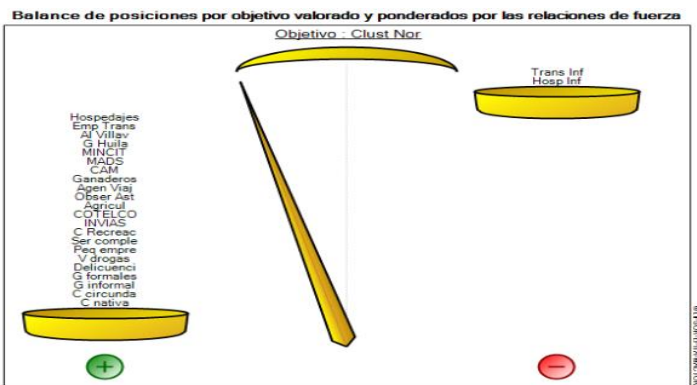
La creación del clúster de turismo regional tiene en contra en menor medida el transporte informal y los alojamientos informales, dado que la creación de un clúster competitivo promueve la formalización de actividades como la hotelería y el transporte. En este orden también se encuentran los objetivos consolidación de productos turísticos de naturaleza, incremento de la oferta personalizada, y el incremento de visitas de turistas nacionales e internacionales.

Otro actor problemático son los guías informales que para el caso de los objetivos de turismo nacional e internacional de alto valor agregado se tendría

resistencia, dado que para este tipo de productos turísticos se demanda guías formalizados y debidamente capacitados.

Frente al objetivo del establecimiento de un clúster regional los actores transporte y hospedajes informales generarían oposición, la manera de persuadirlos es generar procesos de formalización de los actores que están en la informalidad.

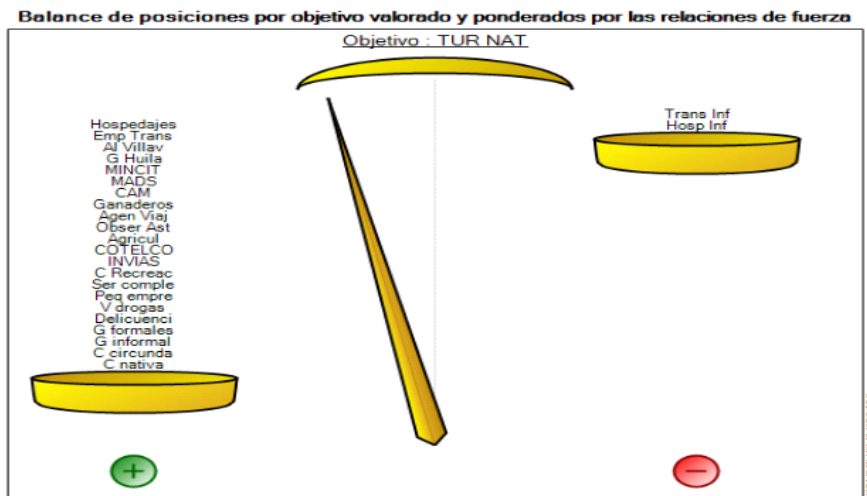
Figura 21. Balance de posiciones



Fuente. Extraído de MACTOR

En cuanto al objetivo de turismo de naturaleza, se tiene la oposición de transporte y hospedajes informales, dado que una de las metas del objetivo es lograr las certificaciones de calidad que implican que los operadores turísticos se formalicen y adquieran servicios formales. En este caso la persuasión se podría dar formalizando los actores informales.

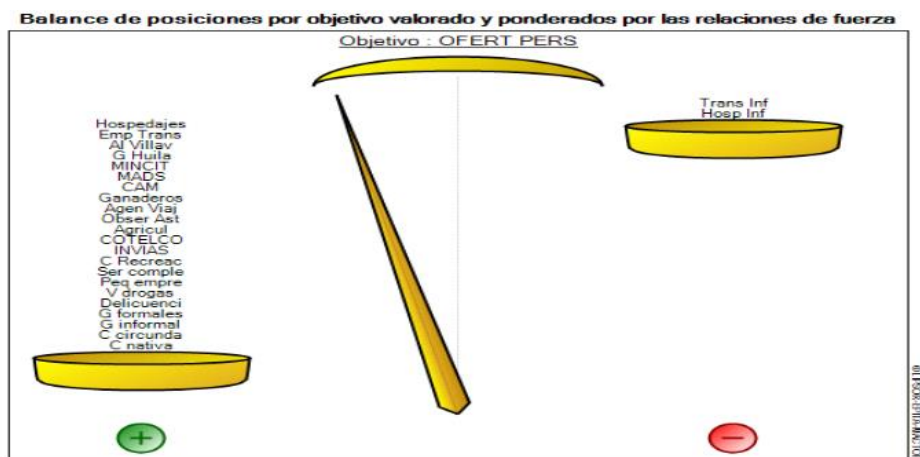
Figura 22. Balance de posiciones



Fuente. Extraído de MACTOR

En cuanto al objetivo de oferta personalizada, se tiene la oposición de transporte y hospedajes informales, son los actores que generarían oposición; la formalización es una forma de persuasión.

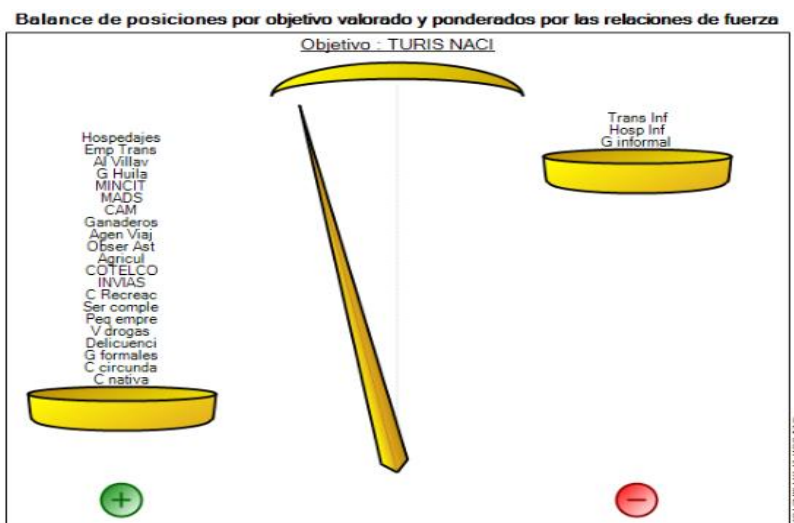
Figura 23. Balance de posiciones



Fuente. Extraído de MACTOR

Para el caso de la oferta turística VIP de alto valor agregado se tiene nuevamente al transporte y alojamiento informal, donde la manera de persuadir es buscando la formalización.

Figura 24. Balance de posiciones



Fuente. Extraído de MACTOR

En el caso del ordenamiento territorial, se tienen tres actores con oposición donde se tiene transporte y hospedaje informal, así como los vendedores de drogas, siendo las estrategias de formalización las indicadas para persuadir a los transportes y alojamientos informales. Por otro lado, se tiene a los vendedores de drogas quienes realizan actividades que están inmersas en delitos, siendo el tratamiento a la problemática de carácter coactivo con el ejercicio de la autoridad.

Figura 25. Balance de posiciones



Fuente. Extraído de MACTOR

En el caso de incremento de visitas de turistas extranjeros, se tienen tres actores con oposición donde se tiene transporte y hospedaje informal, así como los vendedores de drogas, siendo las estrategias de formalización las indicadas para persuadir a los hospedajes, transporte y guías informales.

Figura 26. Balance de posiciones



Nota. Extraído de MACTOR.

Capítulo IV. Análisis morfológico y escenarios

4.1 Hipótesis

Se identificaron las variables estratégicas condensando de acuerdo a los datos arrojados en el Abaco de Regnier y Mic Mac. Asimismo, se definió una temporalidad de 11 años en el horizonte de las hipótesis. En tal sentido se definió una estructura primero se describe la hipótesis de futuro deseado y después se establece los medios para lograr este objetivo.

Horizonte: 11 años

- **Clúster Turístico Regional norte del Huila**

Para el 2032 se ha consolidado el clúster turístico regional del norte del Huila a partir de los atractivos turísticos, servicios complementarios e infraestructura adecuada, el clúster turístico del norte del Huila ha presentado altos niveles de articulación permitiendo una adecuada gobernanza local y regional, lo anterior en la medida que:

- 1) Con la creación del comité mixto del cluster norte del Huila se ha dinamizado y consolidado un proceso eficiente de integración y gobernanza de la cadena productiva del turismo del norte del Huila.
- 2) Se ha adoptado y operativizado el fondo de inversión del cluster de turismo del norte del Huila. Este instrumento cuenta con inversión pública de regalías y privada de inversionistas.

3) A través de la ejecución de un Plan de Inversión vial se ha fortalecido la infraestructura vial y de transporte de la región norte del Huila con una fuerte inversión pública.

El desarrollo en este marco acarrea entonces que los turistas demanden en cada visita varios productos turísticos de la región norte; que se articule logística regional, generando reducciones costos en los servicios turísticos del clúster; además del incremento de las visitas de turistas nacionales e internacionales al clúster turístico del norte del Huila.

- **Turismo de la naturaleza**

Es el año 2032, el fortalecimiento y la apropiación del cuidado del territorio y su riqueza natural por parte tanto de visitantes como de la comunidad nativa y circundante, ha permitido que, en el desierto de la Tatacoa, estén los operadores turísticos en al menos un 80% certificados de calidad turística; esto sí:

- 1) Con apoyo de FONTUR y recursos de las entidades territoriales se han fortalecido las capacidades de los operadores turísticos para la oferta de productos de la naturaleza.
- 2) Los operadores turísticos con apoyo de FONTUR y entidades territoriales han diseñado productos de naturaleza de calidad validados por la certificación en calidad turística de ICONTEC.
- 3) Se ha garantizado por parte de los operadores turísticos una oferta de servicios de turismo de naturaleza con alto valor agregado.

Este conjunto de particularidades ha mejorado el perfil de demanda de viajeros, y se incrementaron los ingresos por la oferta de servicios turísticos de naturaleza.

- **Oferta turística personalizada**

Transcurre el año 2032, y se tienen un amplio portafolio de servicios producto de un trabajo en red entre operadores turísticos, productores de servicios, lo cual ha permitido atender las múltiples o diversas necesidades de acuerdo con cada tipo de turista o visitante; esto en la medida que:

- 1) Se ha fortalecido con apoyo de FONTUR y entes territoriales las capacidades de los operadores turísticos en el diseño de productos turísticos flexibles.
- 2) Las facilidades e incentivos para la inversión han fortalecido el destino de capital privado en la implementación de los productos turísticos personalizados.

Entonces, se incrementan los ingresos por cuenta de la actividad turística, disminuyéndose el impacto del turismo de masas en la sostenibilidad ambiental y social al hacer turismo de forma más sectorizada y organizada.

- **Oferta turística de lujo para el mercado interno**

Es el año 2032 y el desierto de la Tatacoa ha tenido un incremento sustancial de demanda nacional de turismo de lujo de alto valor agregado, alcanzando el turismo de lujo nacional una participación del 60% de los ingresos del turismo en el desierto; esto en la medida que:

- 1) Se ha identificado por medio de estudios de demanda potencial las necesidades de los turistas nacionales de alto poder adquisitivo y ofertado productos turísticos de lujo.
- 2) Con incentivos tributarios a la inversión privada se fortaleció capacidad hotelera tipo luxury y servicios complementarios de lujo en el desierto de la Tatacoa.
- 3) Con inversión pública y privada se mejoraron las capacidades logísticas para el acceso cómodo a los atractivos turísticos del desierto por parte de los turistas nacionales de lujo.

De ser así, entonces se incrementa los ingresos percibidos por concepto de servicios turísticos de alto valor agregado por parte de turistas nacionales, garantizando la estabilidad en el mercado turístico del desierto al contar con un flujo constante de turistas nacionales.

- **Preservación y conservación del medio ambiente**

Es el año 2032, se ha adoptado el Plan de Ordenamiento Territorial del Desierto de la Tatacoa, estando adaptado y articulado no solo al PD local, sino también al Plan de Desarrollo Departamental, haciendo que al menos el 80% de los operadores turísticos estén certificados en sostenibilidad ICONTEC, de esta manera existe regulación en temas como aforo y costos; lo anterior en la medida que:

- 1) Con el liderazgo de las autoridades ambientales-CAM- y de fomento del sector turístico se ha diseñado y adoptado un proceso de planificación y ordenamiento del territorio del desierto de la Tatacoa.

- 2) A través del comité mixto de ordenamiento territorial del desierto de la Tatacoa se ha adoptado estrategias coordinadas entre los actores públicos y privados para ordenar sosteniblemente el territorio.
- 3) Se ha focalizado inversión de actores públicos y privados en la preservación y conservación del desierto de la Tatacoa.

De esta forma entonces se ha garantizado que la actividad turística sea sostenible en el tiempo preservando y conservando los ecosistemas presentes en el desierto.

- **Aumento de la demanda de turistas internacionales**

Es el año 2032 y el desierto de la Tatacoa estará consolidado como un destino de naturaleza de talla internacional, gracias a las estrategias de promoción, capacitación de operadores turísticos y prestación de servicios de alto valor; este marco se dará sí:

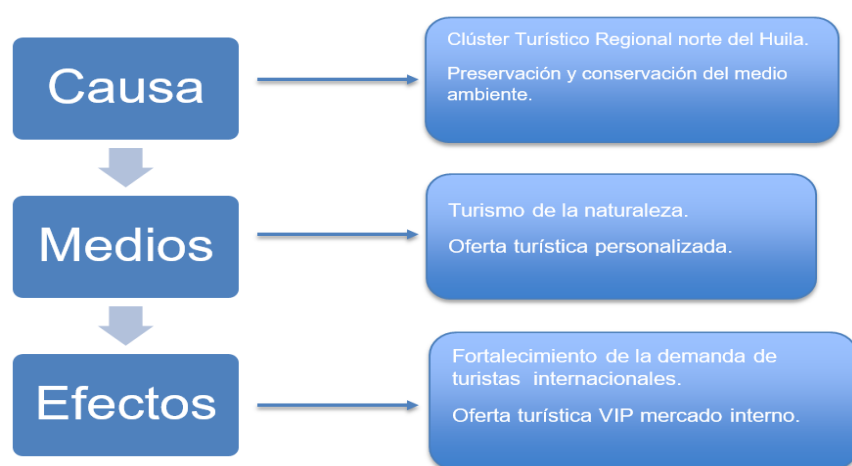
- 1) Se han fortalecido por medio de la inversión pública con recursos de FONTUR las capacidades regionales de los operadores turísticos para la atención de turistas internacionales en especial en bilingüismo y logística.
- 2) Se han fortalecido a través de ProColombia los procesos de mercadeo internacional del destino del desierto de la Tatacoa, utilizando estrategias como la participación en vitrinas, ferias y eventos internacionales de comercialización y promoción turística.
- 3) Con inversión de regalías y recursos propios de entidades territoriales se ha mejorado la mejor infraestructura y logística el acceso cómodo al desierto.

Sí es así, entonces se incrementa las visitas de turistas extranjeros al desierto, y aumentaran los ingresos percibidos por las visitas de turistas extranjeros

4.2 Estructuración de variables

Las variables se estructuraron bajo una lógica de causa, medio y efectos. Teniendo en cuenta que solucionando las causas y estableciendo medios a través de estrategias se lograría unos efectos deseados en el escenario apuesta.

Figura 27. Estructuración de variables



Nota. Elaboración propia

Análisis morfológico.

En esta etapa se hace un análisis de las hipótesis en tres eventos que son una hipótesis pesimista, otra alternativa y otra optimista. En cuanto a los escenarios se tiene cuatro escenarios que son el tendencial, el alternativo 1, alternativo 2 y el escenario apuesta.

Tabla 22. Análisis morfológico

Variable	Hipótesis 1 (pesimista)	Hipótesis 2 (alternativo)	Hipótesis 3 (optimista)
Clúster turístico regional norte del Huila.	Se ha creado el clúster turístico regional del norte del Huila, sin embargo, el clúster se encuentra poco integrado presentándose limitaciones en la logística regional.	Se ha creado el clúster turístico regional del norte del Huila. Presentándose avances en integración del clúster en el mercado turístico, sin embargo se tienen limitaciones en la gobernanza e infraestructura y logística.	Se ha consolidado el clúster turístico regional del norte del Huila presentando un alto nivel de integración y gobernanza de actores, que ha permitido el fortalecimiento de la infraestructura y la inversión.
Preservación y conservación del medio ambiente	Se ha adoptado un Plan de Ordenamiento Territorial del desierto de la Tatacoa. Sin embargo no se han implementado la totalidad de los instrumentos de ordenamiento del territorio ni se ha garantizado la sostenibilidad financiera.	Se ha adoptado un Plan de Ordenamiento Territorial del desierto de la Tatacoa, implementado los instrumentos de protección ambiental establecidos en el Plan de Ordenamiento Territorial sin embargo no se cuenta con una adecuada sostenibilidad financiera.	Se ha ordenado sosteniblemente del territorio en el desierto de la Tatacoa, con la participación coordinada de actores públicos y privados, garantizando inversión con sostenibilidad financiera.
Turismo de la naturaleza	Se han creado productos turísticos de naturaleza en el	Se han creado productos de turismo de naturaleza que	La comunidad nativa, circundante y operadores turísticos han apropiado el cuidado de la naturaleza

	desierto, sin embargo a pesar de los avances en la certificación de calidad turística no se ha apropiado completamente el cuidado de la naturaleza por parte de la comunidad y operadores turísticos. Se han capacitado a los operadores turísticos para el diseño de oferta personalizada, consolidándose una oferta poco representativa de productos turísticos personalizados en el desierto.	por su calidad ha permitido que al menos la mitad de los operadores de turismo de naturaleza han logrado la certificación de calidad ICONTEC. Se han creado productos turísticos personalizados, que han permitido que la demanda un incremento moderado. Sin embargo la oferta personalizada es de bajo valor agregado. La demanda de turismo de lujo internacional ha mejorado. Las estrategias de promoción del destino han posicionado al desierto como un destino exitoso a nivel internacional, sin embargo se presentan limitaciones en la infraestructura.	que ha permitido que el 80% de los operadores turísticos cuenten con certificación en calidad turística, mejorando el perfil de viajeros que consumen productos de naturaleza en el desierto de la Tatacoa. Se han consolidado la oferta personalizada de productos turísticos por parte de los operadores turísticos, generándose un gran volumen de inversión pública y privada. El desierto de la Tatacoa se ha consolidado como un destino turístico de talla internacional. Las estrategias de promoción han permitido que el desierto alcance visibilidad internacional, la adecuada infraestructura ha consolidado esta demanda.
Oferta turística personalizada			
Fortalecimiento de la demanda de turistas internacionales de alto valor agregado.	Se presenta una demanda moderada de turismo de lujo internacional. Sin embargo persisten dificultades de acceso dada la precariedad de la infraestructura y la promoción turística tiene poco impacto en los mercados internacionales.		

Oferta turística de lujo para el mercado interno	Se han diseñado productos de acuerdo a la necesidad del mercado, como el turismo luxury nacional, incrementándose la demanda en el mercado, sin embargo se presenta limitaciones logísticas para el acceso al desierto, lo que dificulta alcanzar el potencial del mercado de turismo de lujo en el desierto.	Se fortalece la demanda de turismo luxury en el desierto de la Tatacoa, superando barreras logísticas de acceso y estadía, generando en este segmento de turismo el 40% de los ingresos de turismo del desierto.	El desierto de la Tatacoa se ha posicionado como destino luxury para turistas nacionales de alto poder adquisitivo. Generando el turismo de luxury un 60% de los ingresos por concepto de turismo en el desierto de la Tatacoa.
--	---	--	---

Nota. Elaboración propia

Tabla 23. Escenario 1: Tendencial. “Despacio sin afán”

Variable	Hipótesis 1	Hipótesis 2	Hipótesis 3
Clúster turístico Regional norte del Huila.	Se ha creado el clúster turístico regional del norte del Huila, sin embargo, el clúster se encuentra poco integrado presentándose limitaciones en la logística regional.	Se ha creado el clúster turístico regional del norte del Huila. Presentándose avances en integración del clúster en el mercado turístico, sin embargo, se tienen limitaciones en la gobernanza e infraestructura y logística	Se ha consolidado el clúster turístico regional del norte del Huila presentando un alto nivel de integración y gobernanza de actores, que ha permitido el fortalecimiento de la infraestructura y la inversión.

Preservación y conservación del medio ambiente.

Se ha adoptado un Plan de Ordenamiento Territorial del desierto de la Tatacoa. Sin embargo, no se han implementado la totalidad de los instrumentos de ordenamiento del territorio ni se ha garantizado la sostenibilidad financiera.

Se ha adoptado un Plan de Ordenamiento Territorial del desierto de la Tatacoa, implementado los instrumentos de protección ambiental establecidos en el Plan de Ordenamiento Territorial sin embargo no se cuenta con una adecuada sostenibilidad financiera.

Se ha ordenado sosteniblemente del territorio en el desierto de la Tatacoa, con la participación coordinada de actores públicos y privados, garantizando inversión con sostenibilidad financiera.

Turismo de la naturaleza.

Se han creado productos turísticos de naturaleza en el desierto, sin embargo, a pesar de los avances en la certificación de calidad turística no se ha apropiado completamente el cuidado de la naturaleza por parte de la comunidad y operadores turísticos.

Se han creado productos de turismo de naturaleza que por su calidad ha permitido que al menos la mitad de los operadores de turismo de naturaleza han logrado la certificación de calidad ICONTEC.

La comunidad nativa, circundante y operadores turísticos han apropiado el cuidado de la naturaleza que ha permitido que el 80% de los operadores turísticos cuenten con certificación en calidad turística, mejorando el perfil de viajeros que consumen productos de naturaleza en el desierto de la Tatacoa.

Oferta turística personalizada

Se han capacitado a los operadores turísticos para el diseño de oferta personalizada, consolidándose una oferta poco representativa de productos turísticos

Se han creado productos turísticos personalizados, que han permitido que la demanda un incremento moderado. Sin embargo la oferta

Se han consolidado la oferta personalizada de productos turísticos por parte de los operadores turísticos, generándose un gran volumen de inversión pública y privada.

Fortalecimiento de la demanda de turistas internacionales de alto valor agregado.	personalizados en el desierto. Se presenta una demanda moderada de turismo de lujo internacional. Sin embargo persisten dificultades de acceso dada la precariedad de la infraestructura y la promoción turística tiene poco impacto en los mercados internacionales.	personalizada es de bajo valor agregado. La demanda de turismo de lujo internacional ha mejorado. Las estrategias de promoción del destino han posicionado al desierto como un destino exitoso a nivel internacional, sin embargo se presentan limitaciones en la infraestructura.	El desierto de la Tatacoa se ha consolidado como un destino turístico de talla internacional. Las estrategias de promoción han permitido que el desierto alcance visibilidad internacional, la adecuada infraestructura ha consolidado esta demanda.
Oferta turística de lujo para el mercado interno.	Se han diseñado productos de acuerdo a la necesidad del mercado, como el turismo luxury nacional, incrementándose la demanda en el mercado, sin embargo se presenta limitaciones logísticas para el acceso al desierto, lo que dificulta alcanzar el potencial del mercado de turismo de lujo en el desierto.	Se fortalece la demanda de turismo luxury en el desierto de la Tatacoa, superando barreras logísticas de acceso y estadía, generando en este segmento de turismo el 40% de los ingresos de turismo del desierto.	El desierto de la Tatacoa se ha posicionado como destino luxury para turistas nacionales de alto poder adquisitivo. Generando el turismo de luxury un 60% de los ingresos por concepto de turismo en el desierto de la Tatacoa.

Nota. Elaboración propia

Tabla 24. Escenario 2: alternativo “Sin prisa pero sin pausa”

Variable	Hipótesis 1	Hipótesis 2	Hipótesis 3
Clúster turístico regional norte del Huila.	Se ha creado el clúster turístico regional del norte del Huila, sin embargo el clúster se encuentra poco integrado presentándose limitaciones en la logística regional.	Se ha creado el clúster turístico regional del norte del Huila, presentándose avances en integración del clúster en el mercado turístico, sin embargo se tienen limitaciones en la gobernanza e infraestructura y logística	Se ha consolidado el clúster turístico regional del norte del Huila presentando un alto nivel de integración y gobernanza de actores, que ha permitido el fortalecimiento de la infraestructura y la inversión.
Preservación y conservación del medio ambiente.	Se ha adoptado un Plan de Ordenamiento Territorial del desierto de la Tatacoa. Sin embargo no se han implementado la totalidad de los instrumentos de ordenamiento del territorio ni se ha garantizado la sostenibilidad financiera.	Se ha adoptado un Plan de Ordenamiento Territorial del desierto de la Tatacoa, implementado los instrumentos de protección ambiental establecidos en el Plan de Ordenamiento Territorial sin embargo no se cuenta con una adecuada sostenibilidad financiera.	Se ha ordenado sosteniblemente del territorio en el desierto de la Tatacoa, con la participación coordinada de actores públicos y privados, garantizando inversión con sostenibilidad financiera.
Turismo de la naturaleza.	Se han creado productos turísticos de naturaleza en el	Se han creado productos de turismo de naturaleza que	La comunidad nativa, circundante y operadores turísticos han apropiado el cuidado de la naturaleza

	desierto, sin embargo a pesar de los avances en la certificación de calidad turística no se ha apropiado completamente el cuidado de la naturaleza por parte de la comunidad y operadores turísticos.	por su calidad ha permitido que al menos la mitad de los operadores de turismo de naturaleza han logrado la certificación de calidad ICONTEC.	que ha permitido que el 80% de los operadores turísticos cuenten con certificación en calidad turística, mejorando el perfil de viajeros que consumen productos de naturaleza en el desierto de la Tatacoa.
Oferta turística personalizada.	Se han capacitado a los operadores turísticos para el diseño de oferta personalizada, consolidándose una oferta poco representativa de productos turísticos personalizados en el desierto.	Se han creado productos turísticos personalizados, que han permitido que la demanda un incremento moderado. Sin embargo la oferta personalizada es de bajo valor agregado.	Se han consolidado la oferta personalizada de productos turísticos por parte de los operadores turísticos, generándose un gran volumen de inversión pública y privada.
Fortalecimiento de la demanda de turistas internacionales de alto valor agregado.	Se presenta una demanda moderada de turismo de lujo internacional, sin embargo persisten dificultades de acceso dada la precariedad de la infraestructura y la promoción turística tiene poco impacto en los mercados internacionales.	La demanda de turismo de lujo internacional ha mejorado. Las estrategias de promoción del destino han posicionado al desierto como un destino exitoso a nivel internacional, sin embargo se presentan limitaciones en la infraestructura.	El desierto de la Tatacoa se ha consolidado como un destino turístico de talla internacional. Las estrategias de promoción han permitido que el desierto alcance visibilidad internacional, la adecuada infraestructura ha consolidado esta demanda.

Oferta turística de lujo para el mercado interno.	Se han diseñado productos de acuerdo a la necesidad del mercado, como el turismo luxury nacional, incrementándose la demanda en el mercado, sin embargo se presenta limitaciones logísticas para el acceso al desierto, lo que dificulta alcanzar el potencial del mercado de turismo de lujo en el desierto.	Se fortalece la demanda de turismo luxury en el desierto de la Tatacoa, superando barreras logísticas de acceso y estadía, generando en este segmento de turismo el 40% de los ingresos de turismo del desierto.	El desierto de la Tatacoa se ha posicionado como destino luxury para turistas nacionales de alto poder adquisitivo. Generando el turismo de luxury un 60% de los ingresos por concepto de turismo en el desierto de la Tatacoa.
---	---	--	---

Nota: Elaboración propia

Tabla 25. Escenario 3: alternativo “Poco a poco se llena la vasija”

Variable	Hipótesis 1 (Pesimista)	Hipótesis 2 (Alternativo)	Hipótesis 3 (Optimista)
Clúster turístico regional norte del Huila.	Se ha creado el clúster turístico regional del norte del Huila, sin embargo el clúster se encuentra poco integrado presentándose limitaciones en la logística regional.	Se ha creado el clúster turístico regional del norte del Huila. Presentándose avances en integración del clúster en el mercado turístico, sin embargo se tienen limitaciones en la gobernanza e	Se ha consolidado el clúster turístico regional del norte del Huila presentando un alto nivel de integración y gobernanza de actores, que ha permitido el fortalecimiento de la infraestructura y la inversión.

Preservación y conservación del medio ambiente.	Se ha adoptado un Plan de Ordenamiento Territorial del desierto de la Tatacoa. Sin embargo, no se han implementado la totalidad de los instrumentos de ordenamiento del territorio ni se ha garantizado la sostenibilidad financiera.	infraestructura y logística Se ha adoptado un Plan de Ordenamiento Territorial del desierto de la Tatacoa, implementado los instrumentos de protección ambiental establecidos en el Plan de Ordenamiento Territorial sin embargo no se cuenta con una adecuada sostenibilidad financiera.	Se ha ordenado sosteniblemente del territorio en el desierto de la Tatacoa, con la participación coordinada de actores públicos y privados, garantizando inversión con sostenibilidad financiera.
Turismo de la naturaleza.	Se han creado productos turísticos de naturaleza en el desierto, sin embargo, a pesar de los avances en la certificación de calidad turística no se ha apropiado completamente el cuidado de la naturaleza por parte de la comunidad y operadores turísticos.	Se han creado productos de turismo de naturaleza que por su calidad ha permitido que al menos la mitad de los operadores de turismo de naturaleza han logrado la certificación de calidad ICONTEC.	La comunidad nativa, circundante y operadores turísticos han apropiado el cuidado de la naturaleza que ha permitido que el 80% de los operadores turísticos cuenten con certificación en calidad turística, mejorando el perfil de viajeros que consumen productos de naturaleza en el desierto de la Tatacoa.
Oferta turística personalizada.	Se han capacitado a los operadores turísticos para el diseño de oferta personalizada, consolidándose	Se han creado productos turísticos personalizados, que han permitido que la	Se han consolidado la oferta personalizada de productos turísticos por parte de los operadores turísticos, generándose un

	una oferta poco representativa de productos turísticos personalizados en el desierto.	demanda un incremento moderado. Sin embargo la oferta personalizada es de bajo valor agregado.	gran volumen de inversión pública y privada.
Fortalecimiento de la demanda de turistas internacionales de alto valor agregado.	Se presenta una demanda moderada de turismo de lujo internacional. Sin embargo persisten dificultades de acceso dada la precariedad de la infraestructura y la promoción turística tiene poco impacto en los mercados internacionales.	La demanda de turismo de lujo internacional ha mejorado. Las estrategias de promoción del destino han posicionado al desierto como un destino exitoso a nivel internacional, sin embargo se presentan persisten limitaciones en la infraestructura.	El desierto de la Tatacoa se ha consolidado como un destino turístico de talla internacional. Las estrategias de promoción han permitido que el desierto alcance visibilidad internacional, la adecuada infraestructura ha consolidado esta demanda.
Oferta turística de lujo para el mercado interno.	Se han diseñado productos de acuerdo a la necesidad del mercado, como el turismo luxury nacional, incrementándose la demanda en el mercado, sin embargo se presenta limitaciones logísticas para el acceso al desierto, lo que dificulta alcanzar el potencial del mercado de turismo de lujo en el desierto.	Se fortalece la demanda de turismo luxury en el desierto de la Tatacoa, superando barreras logísticas de acceso y estadía, generando en este segmento de turismo el 40% de los ingresos de turismo del desierto.	El desierto de la Tatacoa se ha posicionado como destino luxury para turistas nacionales de alto poder adquisitivo. Generando el turismo de luxury un 60% de los ingresos por concepto de turismo en el desierto de la Tatacoa.

Nota. Elaboración propia

Tabla 26. Escenario Apuesta “Si se pudo”

Variable	Hipótesis 1 (Pesimista)	Hipótesis 2 (Alternativo)	Hipótesis 3 (Optimista)
Clúster Turístico Regional norte del Huila.	Se ha creado el clúster turístico regional del norte del Huila, sin embargo el clúster se encuentra poco integrado presentándose limitaciones en la logística regional.	Se ha creado el clúster turístico regional del norte del Huila, presentándose avances en integración del clúster en el mercado turístico, sin embargo, se tienen limitaciones en la gobernanza e infraestructura y logística.	Se ha consolidado el clúster turístico regional del norte del Huila presentando un alto nivel de integración y gobernanza de actores, que ha permitido el fortalecimiento de la infraestructura y la inversión.
Preservación y conservación del medio ambiente.	Se ha adoptado un Plan de Ordenamiento Territorial del desierto de la Tatacoa. Sin embargo, no se han implementado la totalidad de los instrumentos de ordenamiento del territorio ni se ha garantizado la sostenibilidad financiera.	Se ha adoptado un Plan de Ordenamiento Territorial del desierto de la Tatacoa, implementado los instrumentos de protección ambiental establecidos en el Plan de Ordenamiento Territorial sin embargo no se cuenta con una adecuada sostenibilidad financiera.	Se ha ordenado sosteniblemente del territorio en el desierto de la Tatacoa, con la participación coordinada de actores públicos y privados, garantizando inversión con sostenibilidad financiera.

Turismo de la naturaleza.	Se han creado productos turísticos de naturaleza en el desierto, sin embargo a pesar de los avances en la certificación de calidad turística no se ha apropiado completamente el cuidado de la naturaleza por parte de la comunidad y operadores turísticos.	Se han creado productos de turismo de naturaleza que por su calidad ha permitido que al menos la mitad de los operadores de turismo de naturaleza han logrado la certificación de calidad ICONTEC.	La comunidad nativa, circundante y operadores turísticos han apropiado el cuidado de la naturaleza que ha permitido que el 80% de los operadores turísticos cuenten con certificación en calidad turística, mejorando el perfil de viajeros que consumen productos de naturaleza en el desierto de la Tatacoa.
Oferta turística personalizada.	Se han capacitado a los operadores turísticos para el diseño de oferta personalizada, consolidándose una oferta poco representativa de productos turísticos personalizados en el desierto.	Se han creado productos turísticos personalizados, que han permitido que la demanda un incremento moderado. Sin embargo, la oferta personalizada es de bajo valor agregado.	Se han consolidado la oferta personalizada de productos turísticos por parte de los operadores turísticos, generándose un gran volumen de inversión pública y privada.
Fortalecimiento de la demanda de turistas internacionales de alto valor agregado.	Se presenta una demanda moderada de turismo de lujo internacional. Sin embargo, persisten dificultades de acceso dada la precariedad de la infraestructura y la promoción turística tiene poco impacto en los mercados internacionales.	La demanda de turismo de lujo internacional ha mejorado; las estrategias de promoción del destino han posicionado al desierto como un destino exitoso a nivel internacional, sin embargo se presentan	El desierto de la Tatacoa se ha consolidado como un destino turístico de talla internacional. Las estrategias de promoción han permitido que el desierto alcance visibilidad internacional, la adecuada infraestructura ha consolidado esta demanda.

Oferta turística de lujo para el mercado interno.	Se han diseñado productos de acuerdo a la necesidad del mercado, como el turismo luxury nacional, incrementándose la demanda en el mercado, sin embargo se presenta limitaciones logísticas para el acceso al desierto, lo que dificulta alcanzar el potencial del mercado de turismo de lujo en el desierto.	limitaciones en la infraestructura. Se fortalece la demanda de turismo luxury en el desierto de la Tatacoa, superando barreras logísticas de acceso y estadía, generando en este segmento de turismo el 40% de los ingresos de turismo del desierto.	El desierto de la Tatacoa se ha posicionado como destino luxury para turistas nacionales de alto poder adquisitivo. Generando el turismo de luxury un 60% de los ingresos por concepto de turismo en el desierto de la Tatacoa.
---	---	---	---

Nota. Elaboración propia

4.3 Diseño de escenarios

De acuerdo con las hipótesis planteadas según las variables seleccionadas, se procedió a definir y describir cuatro escenarios, donde se inicia con el escenario tendencial, se prosigue con dos escenarios alternativos y se concluye con el escenario apuesta.

Escenario 1: “Espacio sin afán”

Transcurre el año 2032, se ha creado el clúster turístico del norte del Huila, presentándose poca integración y limitaciones de infraestructura; en el desierto se ha adoptado el Plan de Ordenamiento Territorial sin embargo no se han implementado

totalmente los instrumentos normativos ni se ha garantizado la sostenibilidad financiera del plan.

Se han creado productos de naturaleza con avances en la certificación de calidad de algunos operadores turísticos; asimismo la comunidad circundante y nativa no ha apropiado completamente el cuidado por la naturaleza. Se han capacitado a los operadores turísticos en el diseño de productos turísticos de la naturaleza, sin embargo, la oferta es poco representativa.

Los productos turísticos de lujo dirigidos a turistas nacionales se han diseñado de acuerdo con este nicho de mercado; asimismo, la demanda de turistas internacionales es moderada, sin embargo, persisten limitaciones de acceso de turistas en el mercado tanto nacional como internacional.

Escenario 2: “Sin prisa pero sin pausa”

Avanza el año 2032 y se ha creado el clúster turístico del norte del Huila que cuenta con una alta integración de actores, sin embargo, se presenta dificultades en los procesos logísticos y gobernanza; se ha adoptado un Plan de Ordenamiento Territorial del desierto de la Tatacoa donde se han establecido herramientas para el uso sostenible del suelo para el turismo.

Se han creado productos de turismo de naturaleza, aunque no se ha apropiado por parte de la comunidad el cuidado de la naturaleza; se ha capacitado a los operadores turísticos en la oferta personalizada de productos turísticos, sin embargo la oferta es poco representativa teniendo en cuenta el mercado turístico en el desierto.

Finalmente, como consecuencia de lo anterior en el desierto de la Tatacoa la demanda de turistas nacionales y extranjeros de lujo se ha consolidado, sin embargo persisten limitaciones logísticas que dificultan el acceso cómodo de los turistas al desierto de la Tatacoa.

Escenario alternativo 3: “Poco a poco se llena la vasija”

Es el año 2032 y se ha creado el clúster turístico del norte del Huila, presentándose un alto nivel de integración y gobernanza entre los actores, así como mejoras en la infraestructura y la inversión; se ha adoptado el Plan de Desarrollo Territorial, aunque no se han implementado la totalidad de las herramientas de planeación territorial, ni se ha garantizado la sostenibilidad financiera para financiar la adecuada ordenación del territorio.

Se han creado productos de turismo de naturaleza que han permitido que la mitad de la oferta de turismo de naturaleza sea certificada en calidad turística ICONTEC; asimismo se ha diseñado y ofrecido una variada oferta personalizada de turismo, donde se ha garantizado un importante flujo de inversión tanto pública como privada.

Finalmente, el desierto de la Tatacoa se ha posicionado como un destino de lujo para el mercado nacional e internacional, presentando la actividad turística un ingreso sostenido.

En conclusión se ha definido como escenario apuesta el escenario “Si se pudo”, el cual se presenta a continuación:

Escenario 4 apuesta: “Si se pudo”

Es el año 2032 y se ha creado el clúster turístico del norte del Huila; presentándose a través del comité mixto del cluster un alto nivel de integración y gobernanza de la cadena productiva, así como incremento en la inversión pública y fortalecimiento de la infraestructura vial y de transporte en la región norte del Huila. Por otra parte, se ha adoptado el Plan de Ordenamiento Territorial que está articulado al Plan de Desarrollo Local y el Plan de Desarrollo Departamental, garantizando que al menos el 80% de los operadores turísticos estén certificados en sostenibilidad. Estos logros fueron gracias al liderazgo de las autoridades ambientales y las entidades que se encargan del fomento del turismo que han ordenado adecuadamente el territorio; de igual manera se ha focalizado la inversión pública y privada para garantizar la sostenibilidad financiera del Plan de Ordenamiento Territorial.

Asimismo, se ha fortalecido y apropiado por parte de la comunidad y operadores turísticos el cuidado por la naturaleza; alcanzando que un 80% de operadores turísticos que ofrecen productos de turismo de naturaleza cuenten con certificación ICONTEC de calidad turística, dado el apoyo de FONTUR y entes territoriales en fortalecer capacidades y diseño de productos de turismo de naturaleza de calidad. Por otro lado se cuenta con un amplio portafolio de servicios turísticos, contando con servicios que atienden múltiples y distintas necesidades de acuerdo a las necesidades de los turistas, esto se ha logrado gracias al apoyo al fortalecimiento de capacidades e inversión para que los operadores turísticos diseñen productos personalizados, siendo esta estrategia impulsada por FONTUR y entidades territoriales; también se realizaron las inversiones privadas para la implementación de los productos turísticos personalizados.

Finalmente, se ha tendido un crecimiento sustancial de la demanda nacional de turismo de lujo, alcanzando el turismo de lujo un 60% del total de ingresos del total de ingresos de turismo; esto se ha logrado mediante la identificación de las necesidades y oferta de alto valor para los viajeros nacionales, la mejora de la capacidad hotelera y servicios complementarios a través de incentivos tributarios y mejora de la infraestructura y acceso al desierto de la Tatacoa a través de la inversión pública. Además el desierto de la Tatacoa se ha consolidado como un destino de talla internacional, gracias al fortalecimiento de las capacidades regionales para atender a los turistas internacionales en bilingüismo y mejora logística; por otro lado se ha fortalecido a través de Procolombia el mercadeo internacional del destino a través de la participación en vitrinas, ferias y eventos de comercialización y promoción turística, alcanzando de igual forma el logro de mejoras en la infraestructura y el acceso cómodo de los turistas internacionales.

4.4 Análisis probabilístico

Para analizar la probabilidad de ocurrencia se utilizó el método SMIC que según Mojica (2010) es una herramienta que propicia una secuencia cardinal de escenarios desde un orden del más al menos posible. Dentro de los pasos o fases que se desarrollan está la definición de los problemas, las variables, selección final y definición de eventos, diseño de escala de probabilidad y definición de horizonte de eventos y finalmente la definición de probabilidad y escenarios.

Identificar la probabilidad de ocurrencia

Probabilidades simples

En esta etapa se establecen las probabilidades simples tomando la calificación de cada uno los expertos y el promedio total, en este caso se tiene el siguiente resultado.

Tabla 27. Probabilidades simples

Hipótesis	Probabilidad experto 1	Probabilidad experto 2	Probabilidad experto 3	Promedio expertos
Clúster turístico	0,459	0,477	0,49	0,472
Ordenamiento Territorial	0,516	0,456	0,422	0,474
Oferta turismo de naturaleza	0,556	0,656	0,524	0,59
Oferta turística personalizada	0,561	0,495	0,489	0,52
Demanda turismo nacional de Lujo	0,506	0,487	0,469	0,491
Demanda Turismo internacional	0,484	0,478	0,421	0,469

Fuente: SMIC

Según lo anterior la variable con mayor probabilidad de ocurrencia es la oferta de turismo de naturaleza, mientras que la de menor probabilidad es la demanda de turismo internacional.

Probabilidad condicional si realización

Tabla 28. Probabilidad condicional si realización

Hipótesis	Clúster turístico	Ordenamiento territorial	Oferta turismo de Naturaleza	Oferta turística personalizada	Demanda turismo nacional de Lujo	Demanda turismo Internacional
Clúster turístico	0,472	0,441	0,617	0,676	0,713	0,686
Ordenamiento Territorial	0,442	0,474	0,654	0,55	0,528	0,534
Oferta turismo de naturaleza	0,77	0,814	0,59	0,727	0,824	0,82
Oferta turística personalizada	0,744	0,605	0,642	0,52	0,79	0,775
Demanda turismo nacional de Lujo	0,741	0,547	0,686	0,745	0,491	0,631
Demanda turismo internacional	0,681	0,529	0,653	0,699	0,603	0,469

Fuente: SMIC.

Los resultados muestran que bajo la probabilidad condicional, la variable turismo de naturaleza cuenta con una probabilidad de ocurrencia del 0,814 si se logra el objetivo de ordenar el territorio sosteniblemente, mientras que la oferta turística personalizada tiene una alta probabilidad de ocurrencia si se logra la variable de demanda de turismo de lujo. Por último, tanto la oferta de turismo de naturaleza como la oferta de turismo personalizado tienen mayores probabilidades de ocurrencia si se realiza las variables turismo nacional de lujo y demanda de turismo internacional.

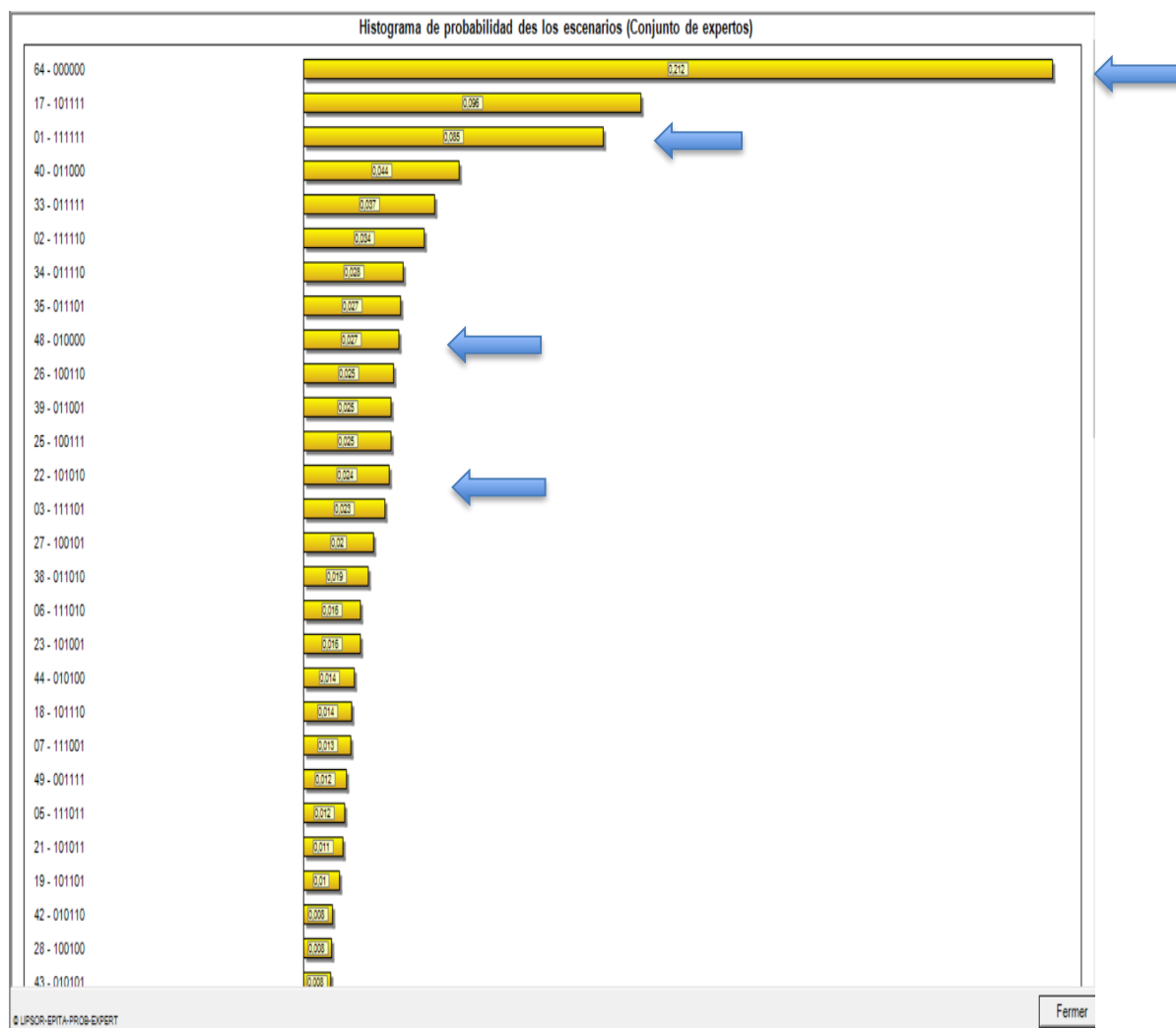
Tabla 29. Probabilidad condicional si no realización

Hipótesis	Clúster turístico	Ordenamiento territorial	Oferta turismo de Naturaleza	Oferta turística personalizada	Demanda turismo nacional de Lujo	Demanda turismo Internacional
Clúster turístico	0	0,501	0,264	0,252	0,24	0,284
Ordenamiento Territorial	0,502	0	0,215	0,39	0,422	0,42
Oferta turismo de naturaleza	0,428	0,388	0	0,44	0,363	0,386
Oferta turística personalizada	0,32	0,444	0,346	0	0,261	0,295
Demanda turismo nacional de Lujo	0,267	0,44	0,21	0,215	0	0,367
Demanda Turismo internacional	0,279	0,415	0,206	0,22	0,34	0

Fuente: SMIC.

Frente a la probabilidad condicional si no realización se tiene que la menor ocurrencia si no se realiza esta en la variable demanda de turismo internacional frente a la no ocurrencia de una oferta de turismo de naturaleza de calidad. Otra variable con baja puntuación es la demanda de turismo nacional de lujo si no se realiza el turismo de naturaleza y oferta turística personalizada.

Figura 28. Histograma probabilidad de escenarios (conjunto de expertos)



Fuente: SMIC.

El anterior grafico muestra que es el escenario tendencial numero 000000 el más probable, con una tercera ubicación en el 111111 que es el escenario apuesta, otro escenario alternativo con 0100000 y por último el escenario alternativo 2 clasificado con 100111.

Capítulo V. Estrategias y conclusiones

5.1 Estrategias

Las estrategias establecidas son el resultado de los objetivos estratégicos propuestos, en tal sentido se diseñaron 6 estrategias que comprenderán una serie de acciones. En este orden de ideas, se hace uso de la herramienta IGO o matriz de importancia y gobernabilidad.

En primera medida es importante comprender que la gobernabilidad implica la capacidad de ejercer poder y/o autoridad frente a un grupo, población, actores o situación dada. En este sentido, se entiende como gobernabilidad a la capacidad de influencia sobre los objetivos estratégicos.

Para determinar la gobernabilidad se utilizaran 4 ítems que son gobernabilidad nula, débil, moderada y fuerte, que serán calificadas de 1 a 4.

Para el caso de la importancia se entiende como la relevancia de la actividad sobre el objetivo estratégico tendrá 4 ítems que son nada importante, poco importante, importante y muy importante. La escala tiene una valoración a 0 a 3.

Tabla 30. Clúster turístico

Variable: Clúster turístico										
Objetivo estratégico	Actividades	Evaluación								Tiempo ejecución
		Importancia				Gobernabilidad				
						Capacidad de control y dominio				
		NI	PI	I	MI	Nula	Débil	Moderada	Fuerte	

		1	2	3	4	0	1	2	3	
Clúster turístico del norte del Huila consolidado	Crear y fortalecer un comité mixto del clúster turístico del norte del Huila.			3					3	Primeros 2 años
	Diseñar un fondo público privado para el fomento del turismo en el norte del Huila.				4			2		Creación primeros 2 años ejecución permanente
	Diseñar e implementar un plan de inversión en infraestructura vial del norte del Huila.				4			2		Ejecución permanente

Nota. Elaboración propia.

En este escenario se pretende que en los primeros 2 años se adopte el comité mixto del clúster turístico del norte del Huila, mientras que el diseño de un fondo público privado se implementaría en los primeros 2 años y continuaría de forma permanente.

Tabla 31. Ordenamiento territorial del desierto de la Tatacoa

Variable: Ordenamiento territorial del desierto de la Tatacoa										
Objetivo estratégico	Actividades	Evaluación								Tiempo ejecución
		Importancia				Gobernabilidad				
		NI	PI	I	MI	Capacidad de control y dominio				

						Nula	Débil	Moderada	Fuerte	
		1	2	3	4	0	1	2	3	
Ordenar sosteniblemente el desierto de la Tatacoa.	Formular y adoptar el plan ordenamiento territorial del desierto de la Tatacoa.				4			2		4 años
	Crear un comité mixto de ordenamiento territorial del desierto de la Tatacoa.			3					3	6 meses
	Crear un fondo con aportes públicos y privados con rentas propias por ingreso al desierto para su cuidado ambiental.				4			2		Permanente

Nota. Elaboración propia.

El formular y adoptar Plan de Ordenamiento Territorial se implementaría en los primeros 4 años mientras que la creación de un comité mixto de ordenamiento territorial se implementaría en los primeros 6 meses. Aunque la creación de un fondo con aportes públicos y privado tendría una ejecución de manera permanente.

Tabla 32. Turismo de naturaleza

Variable: Turismo de naturaleza										
Objetivo estratégico	Actividades	Evaluación								Tiempo ejecución
		Importancia				Gobernabilidad				
		NI	PI	I	MI	Capacidad de control y dominio				
						Nula	Débil	Moderada	Fuerte	
Consolidar la oferta de turismo de naturaleza de calidad.		1	2	3	4	0	1	2	3	
	Fortalecer las capacidades de los operadores turísticos para ofrecer productos de Naturaleza.				4			2		3 años
	Implementar un programa de apoyo para la certificación de calidad de los operadores turísticos que ofrecen turismo de naturaleza.			3				2		5 años
	Crear un fondo mixto para otorgar financiación a operadores turísticos.			3				2		Permanente

Nota. Elaboración propia.

En primera medida el fortalecer las capacidades de los operadores turísticos para ofrecer productos de naturaleza de calidad se adoptaría en los primeros 3 años, asimismo para garantizar el diseño de un programa de apoyo a la certificación se lograría en 5 años y la creación de un fondo mixto de manera permanente.

Tabla 33. Turismo personalizado

Variable: Turismo personalizado.										
Objetivo estratégico	Actividades	Evaluación								Tiempo ejecución
		Importancia				Gobernabilidad				
		NI	PI	I	MI	Capacidad de control y dominio				
						Nula	Débil	Moderada	Fuerte	
Consolidar la oferta de turismo personalizado.		1	2	3	4	0	1	2	3	
	Diseñar un programa de apoyo para que los operadores turísticos desarrollen productos personalizados de turismo.				4			2		3 años
	Crear un fondo mixto para financiar la implementación de los productos turísticos personalizados.			3				2		Permanente

Nota. Elaboración propia.

Para el caso del objetivo estratégico de consolidar la oferta de turismo personalizado se tiene el programa de apoyo a los operadores turísticos para que desarrollen oferta de turismo personalizado, esta actividad realizaría en 3 años, mientras que la creación de un fondo mixto tendría su ejecución de manera permanente.

Tabla 34. Turismo nacional de lujo

Variable: Turismo nacional de lujo										
Objetivo estratégico	Actividades	Evaluación								Tiempo ejecución
		Importancia				Gobernabilidad				
		NI	PI	I	MI	Capacidad de control y dominio				
						Nula	Débil	Moderada	Fuerte	
		1	2	3	4	0	1	2	3	
Fortalecer la demanda de turismo de lujo.	Elaboración de un estudio para identificar las necesidades de los turistas nacionales de alto poder adquisitivo y diseñar productos turísticos de lujo.			3					3	3 años
	Diseñar un programa para que a través de incentivos tributarios se fortalezca la capacidad hotelera tipo luxury y servicios complementarios de lujo en el desierto de la Tatacoa.			3				2		3 años
	Diseñar un programa de mejora de las capacidades logísticas del desierto.				4			2		Permanente

Nota. Elaboración propia.

La actividad para identificar necesidades y productos de turismo Nacional de Lujo se realizaría en 3 años, al igual que el programa de fortalecimiento de capacidad hotelera. Mientras que el programa de mejora logística tendrá una temporalidad permanente.

Tabla 35. Turismo internacional

Variable: Turismo internacional										
Objetivo estratégico	Actividades	Evaluación								Tiempo ejecución
		Importancia				Gobernabilidad				
		NI	PI	I	MI	Capacidad de control y dominio				
						Nula	Débil	Moderada	Fuerte	
		1	2	3	4	0	1	2	3	
Posicionar al desierto de la Tatacoa como destino turístico de talla internacional.										
	Diseño de un programa de fortalecimiento de capacidades de operadores turísticos en Bilingüismo y atención a turistas internacionales.			3				2		5 años
	Diseñar e implementar con apoyo de Fontur el plan estratégico de promoción turística internacional del desierto de la Tatacoa.				4			2		Permanente
	Gestionar conectividad aérea y servicios complementarios				4			2		Permanente

	de transporte terrestre al desierto de la Tatacoa.								
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Nota. Elaboración propia.

La variable posicionamiento de la demanda de turismo internacional en el desierto de la Tatacoa se tiene que el diseño del programa de fortalecimiento de capacidades en bilingüismo y atención a turistas se realizaría en 5 años. Mientras que gestionar e implementar un plan de promoción turística y gestionar conectividad y servicios complementarios tendrá una duración permanente, dado que son procesos que requieren de continuidad en el tiempo.

5.2 Conclusiones

La actividad turística en el desierto ha permitido consolidar una actividad económica en constante crecimiento; en este orden de ideas, la apuesta turística en el desierto se ha convertido en un sector del cual se tienen muchas expectativas en la región.

En este marco las tendencias mundiales plantean que la actividad turística tiene un importante potencial de crecimiento a nivel global, donde productos como el turismo de naturaleza se consolidarían a nivel planetario, siendo Colombia un destino que por sus características naturales tiene un importante potencial en el mercado de este tipo de. Por otra parte, dentro de las tendencias globales y nacionales se consolidan variables como la protección y conservación ambiental, el turismo personalizado y el desarrollo de clúster turísticos en lugares que la industria turística tiene éxito.

En este escenario el taller realizado con expertos y aplicando las herramientas el Ábaco de Régnier y el método Mic-Mac arrojó treinta (30) factores, de los cuales se seleccionaron 6 variables como las más pertinentes, que fueron clúster turístico del norte del Huila, ordenamiento territorial, turismo de naturaleza, oferta de turismo personalizada, demanda de turismo nacional de lujo y demanda de turistas internacionales.

Por otra parte, se realizó el análisis de motricidad, con la herramienta Mactor, donde se identificó a los siguientes actores en conflicto que son COTELCO, observatorios astronómicos, comunidad circundante, empresas de transporte, Alcaldía de Villavieja y Gobernación del Huila.

En cuando a los escenarios se aplicó la herramienta SMIC para analizar las probabilidades de ocurrencia de los escenarios propuestos que fueron cuatro (4); en este caso se tiene al escenario “si se puede” como el escenario apuesta, con una probabilidad de ocurrencia del 16,8%.

Ahora bien, para pasar de la identificación del escenario apuesta a transformar la realidad, se construyeron estrategias para dar cumplimiento a los objetivos estratégicos y de esta forma alcanzar el escenario apuesta. Esta etapa contó con la utilización de la herramienta IGO (Importancia y Gobernabilidad) para lograr los objetivos estratégicos que posicionen al desierto de la Tatacoa como un destino articulado al clúster turístico del norte del Huila, con un ordenamiento sostenible del territorio, un oferta de turismo de naturaleza y personalizado de calidad y una consolidación de la demanda nacional e internacional de lujo.

Bibliografía

- Amare, W. (2019). ¿Contribuye el ecoturismo al desarrollo sostenible de los destinos o es solo un engaño de marketing? Análisis de veinticinco años disputados de ecoturismo a través de un meta análisis de publicaciones de revistas de turismo. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(11), 1047–1065. Recuperado el 21 de 8 de 2021, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10941665.2019.1665557>
- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia 1991*.
- Aslam, M., & Awang, K. W. (2015). Turismo rural emprendedor para el desarrollo rural sostenible en Sri Lanka. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 27-33. Recuperado el 21 de 8 de 2021, de <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/1338>
- Betancourt, B. (2015). Notas de Clase. Curso Previsión y Pensamiento Estratégico, Maestría en Administración. Universidad del Valle.
- Baena Paz, G. (2015). El Antiezar: La planeación prospectiva estratégica. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Dirección General de Personal Académico, Proyecto Papime. No. PE300414, 644.
- Codecyt-Huila. (27 de 12 de 2010). *Minciencias*. Obtenido de Minciencias: <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/pedcti-huila.pdf>

- Corporación Autónoma del Alto Magdalena CAM. (2015). *PLAN DE MANEJO AMBIENTAL DISTRITO REGIONAL DE MANEJO INTEGRADO - DRMI*. Huila, Neiva. Recuperado el 15 de 9 de 2021
- Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena. (2021). CAM. Obtenido de <https://www.cam.gov.co/entidad/organizacional/funciones.html>
- Departamento Administrativo de la Función Pública. (s,f.). *Sector Comercio, Industria y Turismo*. Recuperado el 12 de 10 de 2021, de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/manual-estado/pdf/11_Sector_Comercio_Industria_y_Turismo.pdf
- Espinoza, J. (2008). *La prospectiva territorial: Un camino para la construcción social de territorios de futuro*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- García Parra, M. C., & Varela Jiménez, O. (2018). *Caracterización del transporte formal e informal como problemática de la movilidad en Santiago de Cali*. Recuperado el 12 de 10 de 2021, de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/84559/1/TG02240.pdf
- Giraldo, Sánchez y Héctor Hugo Ruiz Agudelo 19 de abril de 2020 Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en el desierto de la Tatacoa Huila Colombia. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/3238/3080>
- Gobernación del Huila & Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena. (2014). *Plan de Cambio Climático 2050*. Neiva. Recuperado el 20 de 8 de 2021, de

file:///F:/Nueva%20carpeta%20(2)/Desktop/Trabajos/Prospectiva%20turismo%20Villavieja/PICC_HUILA-ilovepdf-compressed.pdf

Gobernación del Huila. (2018 - 2020). Boletín estadístico del turismo en el Huila.

Obtenido de <http://turismo.Huila.gov.co/boletines>

Gobernación del Huila. (2018). *Boletín Estadístico Año 2016*. Huila, Neiva. Recuperado

el 15 de 9 de 2021, de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fturismo.huila.gov.co%2Fstorage%2Fapp%2Fuploads%2Fpublic%2F5ac%2F259%2Fff1%2F5ac259ff1bc02903135933.pdf&clen=1148772&chunk=true

Gobernación del Huila. (2018). *Boletín Estadístico Año 2017*. Neiva. Recuperado el 15

de 9 de 2021, de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fturismo.huila.gov.co%2Fstorage%2Fapp%2Fuploads%2Fpublic%2F5ac%2F259%2Fff1%2F5ac259ff1bc02903135933.pdf&clen=1148772&chunk=true

Gobernación del Huila. (2020). *Boletín Estadístico Consolidado Año 2019*. Neiva.

Recuperado el 15 de 9 de 2021, de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fturismo.huila.gov.co%2Fstorage%2Fapp%2Fuploads%2Fpublic%2F5f9%2Ff50%2Fc7d%2F5f9f50c7d7564457352170.pdf&clen=1893420&chunk=true

Gobernación del Huila. (2021). *BOLETÍN ESTADISTICO CONSOLIDADO AÑO 2020*.

Neiva. Recuperado el 15 de 0 de 2021, de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F

- %2Fturismo.huila.gov.co%2Fstorage%2Fapp%2Fuploads%2Fpublic%2F605%2F25c%2F381%2F60525c38114df066633437.pdf&clen=1432418&chunk=true
- Gobernación del Huila Secretaría de Cultura y Turismo. (2016). *Boletín Estadístico Periodo: Año 2014*. Neiva. Recuperado el 15 de 9 de 2021, de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fturismo.huila.gov.co%2Fstorage%2Fapp%2Fuploads%2Fpublic%2F599%2F772%2F656%2F5997726569fa5932191231.pdf&clen=1583211&chunk=true
- Godet, M. (2005). Frente al futuro verdaderas preguntas y falsos problemas (p. 170). Santiago de Chile: Archivos CEPAL.
- Godet Michel (1995). De la Anticipación a la Acción. Manual de Prospectiva y Estrategia. Madrid: Editorial Alfaomega.
- Godet, M. Durance, P. A (2011). Prospectiva estratégica. Para las empresas y los territorios, UNESCO, DUNOD. Godet, M. (1993). De la anticipación a la acción. Manual de prospectiva y estrategia. Editorial Alfaomega-marcombo. Barcelona, España. pp. 153 – 178.
- Hammond, R. (2019). *El mundo en 2040. El futuro de la asistencia sanitaria, la movilidad, los viajes y el hogar*. Allianz Partners. Recuperado el 1 de 9 de 2021, de <https://www.allianz-partners.es/content/dam/onemarketing/awp/allianz-partners-es/medios-y-prensa/series-predictivas/20191129-informe-series-predictivas-viaje-ES.pdf>
- Hernández Toca, V. A. (2020). *Estudio prospectivo: el turismo del futuro en Colombia- Visión 2030*. Bogotá: Universidad Externado. Recuperado el 20 de 8 de 2021, de <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/3035#:~:text=El%20estudio%20pro>

spectivo%20del%20futuro,sector%20empresarial%20y%20acad%C3%A9mico%20C%20los

López, H. (2019). *Líbano-Tolima*. Obtenido de <https://www.libano-tolima.gov.co/MiMunicipio/Documents/Plan%20De%20Desarrollo%20Turistico.pdf>

M.S.M., A., & khairil, W. A. (2015). Turismo rural emprendedor para el desarrollo rural sostenible. *International Journal of Economics and Financial*, 27-33. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/turismo%20rural%20Sri%20lanka.pdf>

Masini, E. (2012). Terminology in future studies

Maneenetr, T., & Tran, T. H. (2014). Participación de la comunidad local en la conservación del festival Naga Fireball. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2039-2117. Recuperado el 21 de 8 de 2021, de <https://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/view/4538>

Medina, J. (2006). Manual de prospectiva y decisión estratégica: bases teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe. Santiago, Chile: ILPES.

Mejía, L. F. (19 de 7 de 2018). Tendencias 2040: ¿hacia dónde va nuestro país? *Conferencia*. Recuperado el 1 de 9 de 2021, de <https://www.youtube.com/watch?v=P2vyX5UgfkU&list=PLZast8AbWgn7t1KU6GJrJ1QY7HydbjUs2>

Mincit. (12 de 2018). *Mincit*. Obtenido de Mincit: <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2021). *Minambiente*. Obtenido de <https://www.minambiente.gov.co/index.php/ministerio/mision-y-vision>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2013). *Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza*. Bogotá. Recuperado el 17 de 8 de 2021, de [Plan_de_Negocio_de_Turismo_de_Naturaleza_de_Colombia.pdf](#)

Mojica, F. J. (2008). Dos modelos de la escuela voluntarista de prospectiva estratégica. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Mojica, F. (2010). Introducción a la prospectiva estratégica. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. Recuperado el 22 de 4 de 2019, obtenido de: <http://sigug.uniguajira.edu.co:8080/planeacion/word/documentos/Introducci%C3%B3n%20a%20la%20prospectiva%20estrat%C3%A9gica.pdf>

Mojica, F. Introducción a la Prospectiva Estratégica.

Mojica, F. J. (2010). *INTRODUCICIÓN A LA PROSPECTIVA ESTRATÉGICA PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL*. Universidad Externado. Recuperado el 16 de 10 de 2021, de <http://sigug.uniguajira.edu.co:8080/planeacion/word/documentos/Introducci%C3%B3n%20a%20la%20prospectiva%20estrat%C3%A9gica.pdf>

Montenegro Trujillo, I., Hernández, A., Chavarro, D., Vélez, I., Milena Niño, A., & Olaya, A. (2018). *MACROTENDENCIAS HACIA EL 2030. El mundo y América Latina*. Recuperado el 1 de 9 de 2021, de https://minciencias.gov.co/sites/default/files/documentos_de_trabajo_macro_tendencias_2030_nov_2018_1.pdf

Organización Mundial del Turismo. Glosario. Obtenido de:

<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Organización Mundial de Turismo. (2021). *Tourism Definitions*. Recuperado el 7 de 12

de 2021, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

Organización Mundial de Turismo. (2011). *Turismo hacia 2030 / Panorama mundial -*

Edición avanzada. Recuperado el 10 de 8 de 2021, de

<https://doi.org/10.18111/9789284414024>

Portafolio Verde. (2014). *ORDENAMIENTO ECOTURÍSTICO, EN EL CUAL SE*

INCLUYA DETERMINAR LA CAPACIDAD DE CARGA REAL, FÍSICA, DE

MANEJO Y EFECTIVA DEL PNR LA TATACOA Y SU ÁREA DE INFLUENCIA.

Recuperado el 15 de 9 de 2021, de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F

%2Fturismo.huila.gov.co%2Fstorage%2Fapp%2Fuploads%2Fpublic%2F5c4%2

F735%2Fd72%2F5c4735d72f3d6708240412.pdf&clen=12836293&chunk=true

Presidencia de la República Oriental de Uruguay. (2019). *Hacia una Estrategia*

Nacional de Desarrollo, Uruguay 2050. Montevideo. Obtenido de

<https://www.opp.gub.uy/sites/default/files/documentos/2019->

[06/13_Estudio%20prospectivo%20en%20Turismo.pdf](https://www.opp.gub.uy/sites/default/files/documentos/2019-06/13_Estudio%20prospectivo%20en%20Turismo.pdf)

Procolombia. (2021). *Procolombia. Exportaciones Turismo Inversión Marca País*.

Recuperado el 2 de 9 de 2021, de [https://procolombia.co/noticias/cinco-](https://procolombia.co/noticias/cinco-tendencias-para-viajar-en-2021)

[tendencias-para-viajar-en-2021](https://procolombia.co/noticias/cinco-tendencias-para-viajar-en-2021)

Real Academia Española. (2021). *DLE RAE*. Obtenido de

<https://dle.rae.es/hotel?m=form>

Registro Único Nacional de Tránsito. (2009-2021). *RUNT*. Obtenido de

<https://www.runt.com.co/registros-runt/rnet-publico-privado>

Secretaría de Cultura y Turismo del Departamento del Huila. (2021). *Turismo Huila*.

Recuperado el 14 de 9 de 2021, de <http://turismo.huila.gov.co>

Soto, A. (18 de 7 de 2018). Tendencias 2040-escenario 3. Bogotá. Recuperado el 16 de 10 de 2021, de

<https://www.youtube.com/watch?v=FTHRVChK8P4&list=PLZast8AbWgn7t1KU6GJrJ1QY7HydbjUs2&index=5>

Soto, A. (2018). Tendencias 2040. Obtenido de

<https://www.youtube.com/watch?v=FTHRVChK8P4&list=PLZast8AbWgn7t1KU6GJrJ1QY7HydbjUs2&index=5>

Sancho. A. Organización Mundial del Turismo. Introducción al Turismo

Schwartz, P. A. (2004). Arte da visão de longo prazo. Tradução: Luiz Fernando M. Esteves. p. 18. Rio de Janeiro: Best Seller

Anexos

Anexos 1. Matriz de impacto cruzado

	1: VIS INT	2: ECO EMERG	3: COST TRANS	4: INCR VIAJE	5: LUG EXÓTIC	6: TEC MULTID	7: SIMP CHECK	8: ASIS VIRTU	9: TRADU CALD	10: DEST OCIO	11: FORT ECOTU	12: TUR PERSON	13: TURI VERDE	14: CLUSTER	15: TUR RURAL	16: TUR INCLUS	17: CAP DIFERE	18: ECO COLABO	19: POBL MAYOR	20: PANDEMIAS	21: CREC CLSE	22: EST ECONOM	23: MOD CHINA	24: ALT CUALIF	25: CONSE AMBI	26: SLOW OURIS	27: VIAJ CORTO	28: NÓMADAS	29: MICROVACAS	30: C CLIMATIC
1: VIS INT	0	2	0	3	3	0	0	0	0	2	3	2	1	3	2	2	3	0	3	0	0	0	0	2	0	1	1	1	1	3
2: ECO EMERG	3	0	0	3	3	0	0	0	0	1	3	2	2	3	2	2	1	0	0	0	0	0	0	2	1	0	3	3	3	3
3: COST TRANS	3	1	0	0	3	3	1	1	0	1	0	0	3	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	3	3	2	1	1	2
4: INCR VIAJE	3	3	2	0	3	0	0	0	0	3	3	3	3	3	3	1	0	2	3	1	0	0	3	0	3	3	3	3	3	2
5: LUG EXÓTIC	3	0	0	3	0	0	0	0	0	0	3	3	3	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	2	2	3	1
6: TEC MULTID	P	1	0	P	P	0	0	1	0	1	1	2	1	0	P	0	P	0	0	0	0	0	0	0	0	P	P	P	P	0
7: SIMP CHECK	P	P	P	P	P	0	0	0	0	P	P	P	P	P	0	0	0	0	0	0	0	0	0	P	0	P	P	P	P	0
8: ASIS VIRTU	P	P	P	0	P	0	0	0	P	P	0	P	0	0	P	P	0	0	0	0	0	0	0	P	0	0	P	P	P	0
9: TRADU CALD	P	P	0	P	P	P	P	P	0	P	P	P	P	P	P	0	P	0	0	0	0	0	0	P	0	P	0	P	0	0
10: DEST OCIO	1	2	1	3	1	0	0	0	0	0	3	3	3	1	3	3	0	1	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0
11: FORT ECOTU	2	2	1	3	3	0	0	0	0	3	0	3	3	3	2	2	2	1	0	2	0	0	0	2	1	2	3	3	3	1
12: TUR PERSON	1	1	2	2	0	3	0	P	P	3	3	0	1	1	3	3	3	3	0	1	0	0	0	2	2	3	3	3	3	1
13: TURI VERDE	2	1	3	3	3	0	0	0	0	3	3	1	0	2	1	2	1	2	0	2	0	0	0	2	3	2	2	3	2	1
14: CLUSTER	2	1	1	3	2	1	1	1	0	2	3	3	2	0	1	2	3	3	0	3	0	0	0	3	2	3	3	3	3	3
15: TUR RURAL	2	2	1	3	2	1	0	0	0	2	1	3	2	3	0	3	1	1	0	2	0	0	0	2	1	3	2	1	2	1
16: TUR INCLUS	2	1	0	3	1	0	0	0	0	1	1	2	1	2	3	0	3	2	0	2	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1
17: CAP DIFERE	1	1	2	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	2	2	1	0	2	1	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0
18: ECO COLABO	2	2	0	3	3	0	0	0	0	2	3	2	2	3	2	1	2	0	0	1	0	0	0	3	3	3	3	3	3	2
19: POBL MAYOR	1	1	0	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	2	1	1	0	0	1	0	3	3	1	0	1	1	1	1	1	2
20: PANDEMIAS	3	3	3	0	0	P	P	P	P	2	1	1	1	3	2	2	1	2	0	0	2	3	3	0	1	3	3	3	3	1
21: CREC CLSE	3	3	1	3	3	0	0	0	0	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	0	0	1	3	3	1	3	3	3	3	3
22: EST ECONOM	3	3	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	3	1	1	1	1	1
23: MOD CHINA	3	3	1	3	2	0	0	0	0	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	3	1	0	2	2	1	1	2	1	3
24: ALT CUALIF	2	2	0	P	3	0	0	0	0	2	2	2	2	2	2	2	3	0	2	2	0	0	0	1	3	2	3	2	1	1
25: CONSE AMBI	1	1	3	1	0	3	0	0	0	3	3	2	3	3	2	2	1	3	0	1	2	0	0	1	0	2	2	3	2	1
26: SLOW OURIS	2	1	1	2	3	0	0	0	0	3	3	3	3	2	2	2	2	3	0	1	2	0	0	2	0	0	3	3	3	1
27: VIAJ CORTO	2	1	1	3	2	0	0	0	0	2	3	2	2	3	2	3	3	3	0	2	0	0	0	1	1	3	0	3	2	1
28: NÓMADAS	3	2	0	2	P	0	0	0	0	2	2	3	3	3	2	2	2	2	0	2	0	0	0	P	1	0	P	0	P	1
29: MICROVACAS	3	2	0	3	2	0	0	0	0	3	3	3	3	3	3	3	2	3	0	2	0	0	0	2	1	3	3	3	0	1
30: C CLIMATIC	P	P	3	1	3	0	0	0	0	3	3	1	3	2	2	1	1	1	0	3	0	3	3	1	3	0	0	1	0	0

© UPSOR-EPTA-MICMAC

Fuente. Extraído de MICMAC

En ella se calificó con un rango de 0 a 3, bajo los siguientes criterios:

0: Nula influencia

1: Débil influencia

2: Moderada influencia

3: Alta influencia

P: Potencial influencia

Anexos 2. Matriz de influencia directa.

MID	C nativa	C circunda	G informal	G formales	Delicueñci	V drogas	Peq empre	Ser comple	C Recreac	INVIAS	COTELCO	Agricul	Obser Ast	Agén Viaj	Ganaderos	Hosp Inf	Trans Inf	CAM	MADS	MINCIT	G Huila	Al Villav	Emp Trans	Hospedajes
Hospedajes	2	2	3	3	1	1	2	3	3	2	4	1	3	3	0	4	2	1	1	1	2	2	2	0
Emp Trans	2	2	3	3	1	1	2	3	3	2	2	1	3	3	4	2	4	1	1	1	2	2	0	3
Al Villav	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	3	3
G Huila	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	0	3	3	3
MINCIT	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	1	4	4	4	2	2	2	0	1	2	3	3	4
MADS	2	2	1	1	1	1	1	1	3	1	2	3	2	1	3	1	1	4	0	2	3	3	2	1
CAM	2	2	1	1	1	1	2	2	3	2	2	3	3	1	3	1	0	1	1	1	1	3	2	2
Trans Inf	3	3	3	3	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3
Hosp Inf	3	3	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	3	1	2	0	4	1	3	2	2	2	4	1
Ganaderos	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	3	3	1	3	3	3	2
Agén Viaj	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	4	0	4	1	1	1	2	2	2	2	4	4
Obser Ast	2	2	3	3	1	1	2	2	2	1	1	1	0	1	4	3	3	3	3	2	2	2	4	4
Agricul	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1
COTELCO	3	3	2	2	1	1	2	3	3	0	2	0	2	3	2	1	2	1	1	3	3	3	3	3
INVIAS	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	4	2	2	2	3	3	4	2
C Recreac	2	2	3	3	2	2	2	2	0	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
Ser comple	2	2	1	1	1	1	0	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2
Peq empre	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	3	3	2	2
V drogas	2	2	4	4	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	3	1	1
Delicueñci	3	3	0	0	3	4	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2
G formales	3	3	4	4	1	1	2	2	3	3	2	1	3	3	1	2	2	2	2	2	2	4	4	4
G informal	3	3	0	0	3	4	2	2	3	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	4	4	4
C circunda	3	3	2	2	2	2	1	3	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3
C nativa	0	0	3	3	1	1	2	3	3	2	2	2	3	1	1	3	3	2	2	1	1	1	3	3

© UPSOR-EPITA-MAC-TOR

© UPSOR-EPITA-MAC TOR

Fuente. Extraído de MICMAC