

Caracterización de Capacidades Empresariales, Resultado del Análisis DOFA del Turismo Verde en la Ciudad de Ibagué-Tolima

Characterization of Business Capabilities: Results of the SWOT Analysis of Green

Sandy Sindney Torres Silva¹

Adriana Maribel Romero Lozano²

Heydy Yohana Tamayo Solórzano³

¹ Administradora de Empresas. Docente.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5836-2499>

Sandy.torres@unad.edu.co

² Administradora de Empresas. Docente.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8137-9072>

Adriana.romero@unad.edu.co

³ Economista. Docente.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4319-1279>

Heydy.tamayo@unad.edu.co

RESUMEN.

El desarrollo de esta investigación busca fortalecer el turismo verde en el municipio de Ibagué-Tolima, para impactar la economía de las pequeñas unidades productivas de las zonas de influencia de estos lugares y mitigar el impacto negativo del desempleo del municipio, ya que en los últimos años el departamento del Tolima se ha ubicado en los primeros lugares de mayor índice de desempleo del país con un indicador del 14%, aunque se encuentra por debajo del departamento del Tolima que es del 15.7%, aún están por encima de la media nacional que es el 12.7% (DANE, 2024) y por consiguiente el municipio de Ibagué.

Esta investigación tiene pertinencia social, disciplinar e institucional, ya que apunta a contribuir con la misión de la dirección de turismo del departamento del Tolima, que es promover y fomentar el desarrollo turístico, llevando a cabo acciones de planeación, capacitación, vigilancia y protección turística, además de articular la participación de la iniciativa privada y los diversos niveles de gobierno para optimizar la calidad de los servicios e incrementar la afluencia turística hacia el departamento (Portal Gobernación 2022); este producto se articulada a la línea de investigación desarrollo sostenible y competitividad de la escuela ECACEN.

En este escrito se presenta la caracterización y un análisis DOFA de la muestra trabajada de las unidades productivas del sector rural de la ciudad de Ibagué, aplicando la investigación descriptiva, mediante un instrumento estructurado el cual fue aplicado a las unidades productivas de la comunidad de Ibagué Tolima, que permitió identificar las capacidades empresariales a fortalecer, que aporten a la sostenibilidad de los prestadores de turismo verde o de naturaleza en el municipio; llegando a evidenciar déficit en competencias de planeación estratégica, la gestión financiera, el uso de herramientas de posicionamiento de marca y marketing digital en su quehacer diario.

Asimismo, la investigación arroja un hallazgo que limita las capacidades empresariales de estas unidades productivas, identificando brechas estructurales frente a la articulación territorial donde se puede evidenciar la ausencia de redes colaborativas y ecosistemas digitales integrales que los sincronice como una comunidad competitiva del turismo verde; gracias a este resultado se pretende con

las estrategias como resultado de esta investigación, fortalecer no solo a las unidades productivas, sino generar una integración estratégica en cadenas de valor sostenible y la implementación y uso de plataformas y/o canales digitales que faciliten la visibilización, posicionamiento, cooperación entre actores locales, donde se genere una identidad sectorial frente al turismo verde con resultados de crecimiento económico propio, a la comunidad y un empoderamiento del territorio, llevando a un mejor escenario de desarrollo sostenible a todos los actores que hacen parte de estas unidades productivas y de quienes se benefician directa e indirectamente.

Palabras Clave.

Branding; capacidades empresariales; marketing digital; sostenibilidad; turismo verde.

ABSTRACT.

The development of this research seeks to strengthen green tourism in the municipality of Ibagué-Tolima, to impact the economy of small productive units in the areas of influence of these places and mitigate the negative impact of unemployment in the municipality, since in recent years the department of Tolima has been among the highest in the country with an indicator of 14%, although it is below the department of Tolima which is 15.7%, it is still above the national average which is 12.7% (DANE, 2024) and consequently the municipality of Ibagué.

This research has social, disciplinary, and institutional relevance, as it aims to contribute to the mission of the Tolima Department's tourism directorate, which is to promote and foster tourism development by carrying out planning, training, monitoring, and tourism protection actions, as well as coordinating the participation of private initiatives and various levels of government to optimize the quality of services and increase tourist traffic to the department (Government Portal 2022); this product is linked to the research line of sustainable development and competitiveness of the ECACEN school.

This paper presents the characterization and a SWOT analysis of the sample of productive units in the rural sector of the city of Ibagué, applying descriptive research through a structured instrument that was applied to the productive units of

the community of Ibagué Tolima, which allowed the identification of business capacities to be strengthened, which contribute to the sustainability of the green or nature tourism providers in the municipality; revealing deficits in skills in strategic planning, financial management, use of brand positioning tools and digital marketing in their daily work.

Furthermore, the research reveals a finding that limits the entrepreneurial capabilities of these production units, identifying structural gaps in territorial integration. This is evidenced by the absence of collaborative networks and comprehensive digital ecosystems that would synchronize them as a competitive green tourism community. Thanks to this finding, the strategies resulting from this research aim to strengthen not only the production units themselves, but also to generate strategic integration into sustainable value chains and the implementation and use of digital platforms and/or channels that facilitate visibility, positioning, and cooperation among local actors. This will foster a sectoral identity within green tourism, resulting in economic growth for the community and empowering the territory, ultimately leading to a better scenario of sustainable development for all actors involved in these production units and those who benefit directly and indirectly.

Keywords.

Branding; business skills; digital marketing; sustainability; green tourism.

INTRODUCCIÓN.

Gracias a los avances de la globalización el turismo verde ha tomado reconocimiento más consolidado en donde se reconoce como una alternativa estratégica para alcanzar a plenitud el desarrollo sostenible de los territorios, donde se integra la conservación ambiental con la generación de oportunidades económicas para las comunidades locales. Realizando un análisis nacional, en Colombia y específicamente en Ibagué, gracias a la estructura y la riqueza del territorio, el turismo verde adquiere una gran importancia frente a las múltiples alternativas que oferta en la modalidad de turismo, lo que ha llevado no solo ha consolidarse como una actividad económica sino de crecimiento personal en la

cual se potencializa el ser, la salud y la vida; sino que adicional, genera crecimiento económico a través de generación de empleo.

En este contexto, las pequeñas unidades productivas se constituyen como actores esenciales en la dinamización del turismo. No obstante, se enfrentan a diversas limitaciones asociadas con la gestión empresarial, el acceso efectivo a los mercados y la adopción de herramientas digitales. En consecuencia, se hace necesario caracterizar sus capacidades y condiciones actuales con el propósito de identificar brechas existentes y potenciales oportunidades de fortalecimiento.

Desde una perspectiva analítica, este estudio supera los enfoques tradicionales de caracterización al incorporar un análisis DOFA articulado con variables propias de la transformación digital. Esta integración permite comprender tanto la situación interna de las unidades productivas como su nivel de adaptación frente a entornos cada vez más competitivos y tecnificados. Los resultados evidencian que la sostenibilidad del turismo verde depende de la convergencia entre capacidades empresariales, innovación digital y articulación territorial, configurando así un modelo de desarrollo más resiliente e inclusivo.

METODOLOGÍA.

Con ayuda de la investigación de tipo descriptiva, este enfoque busca brindar una representación clara y objetiva de los eventos o características observadas, de acuerdo con lo expuesto por Hair et al (2010), mediante la aplicación de un instrumento dividido en tres secciones aplicando la escala liker, tomando como muestra a 60 unidades productivas que fueron seleccionadas por conveniencia, que se encuentran ubicadas en la zona de influencia de las empresas prestadoras de servicios de turismo verde de la ciudad de Ibagué.

El instrumento se aplicó de manera presencial, donde se logró recopilar información que nos permitió tener un diagnóstico del estado actual de las unidades productivas, realizar un análisis DOFA y tener conocimiento sobre las condiciones actuales del sector, sus principales dinámicas y la utilización de marketing digital para visibilizar sus unidades productivas.

Adicional, el instrumento permitió reconocer patrones de comportamiento empresarial y distintos niveles de adopción tecnológica, lo que facilitó un análisis integral de las capacidades competitivas de las unidades productivas. De igual manera, posibilitó identificar las brechas que obstaculizan su inserción efectiva en el mercado turístico sostenible.

RESULTADOS.

El análisis de la información recopilada permitió presentar los siguientes resultados:

Caracterización general de las unidades productivas

Se identificó que la mayoría de las unidades productivas se dedica a actividades relacionadas con la gastronomía (45%), la recreación y la prestación de servicios turísticos de naturaleza (30 %); la mayoría de estas, presenta una permanencia en el mercado superior a un año (menos de 1 año: 15%; 1-5 años: 55%; más de 5 años: 30%), aunque mantienen estructuras organizacionales básicas y de bajo nivel de formalización interna.

Frente a la formalización, una parte importante de estas unidades no se encuentran legalmente constituidas (60%), solo el 10% cuenta con registro en la Cámara de Comercio; se evidencia las debilidades en la obtención de certificaciones específicas del sector turístico, particularmente el Registro Nacional de Turismo (RNT) con un 5%. Esta ausencia limita su competitividad y restringe su acceso a mercados formales y a oportunidades institucionales.

Respecto al empleo, se observó una generación laboral reducida, caracterizada por estructuras familiares o microempresariales, donde el 70 % cuenta con 1 a 5 colaboradores. Este comportamiento confirma la limitada capacidad de crecimiento y escalamiento económico que presentan estas unidades dentro del sector turístico sostenible.

Resultados de gestión empresarial

El análisis de las variables organizacionales permitió evidenciar que, aunque los empresarios reconocen la relevancia de la planeación, persiste una baja

formalización de los objetivos estratégicos y se presentan debilidades significativas en los procesos de gestión administrativa. Se identificaron fallas en el control financiero, en la capacitación del talento humano y en la estructuración de procedimientos internos, aspectos que afectan directamente la sostenibilidad y proyección de las unidades productivas.

Asimismo, se observó que la comunicación organizacional y la toma de decisiones se desarrollan principalmente de manera empírica, lo que refleja un nivel limitado de madurez empresarial dentro del sector.

Análisis DOFA del turismo verde

El análisis DOFA permitió establecer que las principales fortalezas del sector se encuentran en el amplio conocimiento del territorio, la riqueza de los recursos naturales y la autenticidad de la oferta turística; estas características brindan a las unidades productivas un alto potencial para desarrollar experiencias diferenciadas asociadas al turismo de naturaleza.

En cuanto a las debilidades, se identificaron limitaciones en aspectos como el marketing, la planeación estratégica, la innovación y el acceso a tecnologías. La ausencia de estrategias comerciales consolidadas y la fuerte dependencia de la demanda local restringen las posibilidades de crecimiento y posicionamiento.

Respecto a las oportunidades, se destacan el incremento del interés por el turismo sostenible, la disponibilidad de herramientas digitales y la posibilidad de generar alianzas estratégicas. No obstante, el sector también enfrenta amenazas significativas, entre ellas la elevada competencia, la volatilidad del mercado turístico y la débil articulación institucional.

Marketing digital y adopción tecnológica

Los resultados muestran que, aunque la mayoría de las unidades productivas utiliza redes sociales como Facebook y WhatsApp Business (80%), la frecuencia de publicación es baja y la implementación de estrategias digitales estructuradas es limitada. El uso de herramientas tecnológicas más avanzadas como plataformas de reservas, sistemas CRM o publicidad segmentada es reducido (5%) lo que evidencia una brecha importante en materia de transformación digital.

Asimismo, se identificó que las principales barreras para la adopción tecnológica están asociadas a la falta de conocimientos técnicos, la escasez de recursos económicos y la disponibilidad limitada de tiempo. Estos factores restringen la visibilidad de los emprendimientos y disminuyen su competitividad en el mercado turístico.

Integración al desarrollo económico local

Los resultados indican que, aunque el turismo verde constituye una oportunidad estratégica para la generación de empleo y el impulso del desarrollo económico local, las unidades productivas aún no logran integrarse de manera efectiva en una cadena de valor consolidada. Esta limitada articulación reduce el alcance e impacto de su contribución dentro de la economía del municipio.

Los hallazgos permiten identificar que la principal limitación del turismo verde en el contexto analizado no se encuentra únicamente en las capacidades individuales de las unidades productivas, sino en la ausencia de un ecosistema empresarial articulado que promueva la cooperación, la innovación y la transformación digital. Esto revela una desconexión entre los distintos actores del sector, lo que dificulta la consolidación de redes productivas, plataformas colaborativas y estrategias territoriales integradas.

Asimismo, se establece que la brecha digital no constituye solo un desafío tecnológico, sino una barrera estructural que afecta la competitividad, la visibilidad y la sostenibilidad del sector, limitando su capacidad para generar empleo y dinamizar la economía local.

En conclusión, el fortalecimiento del turismo verde debe abordarse desde un enfoque sistémico que articule capacidades empresariales, procesos de digitalización y coordinación territorial como elementos fundamentales para avanzar hacia un modelo de desarrollo sostenible.

CONCLUSIONES.

La aplicación del instrumento a las 60 unidades productivas de turismo verde en Ibagué- Tolima, dejan en evidencia la existencia de un sector con un alto potencial de desarrollo, pero estructuralmente limitado por barreras organizativas y tecnológicas.

La promoción del turismo verde no es solo viable, sino prioritario, teniendo en cuenta la coincidencia de las oportunidades digitales que se tienen actualmente y la disposición que se percibe por parte de los emprendedores del sector de turismo verde en Ibagué - Tolima.

El sector del turismo verde en Ibagué representa una gran oportunidad para lograr contrarrestar los altos índices de desempleo que afectan el municipio, se cuenta con ventajas competitivas y comparativas que impulsan su potencial natural y cultural.

Los resultados arrojaron que aún existe la informalidad en el sector y la falta de innovación en estrategias de marketing digital que permita no solo la visibilización si no el desarrollo ventajas competitivas para el crecimiento y sostenibilidad en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA.

Gallego, V. H. (2023). Estrategias para emprendimientos de turismo de naturaleza mediados por el marketing verde en Florencia, Caquetá. Entorno Geográfico, (25), 85–102.

Fernández, G. y Narváez, M. (2011). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico. Visión Gerencial, (2), 295-308. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545891005>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (2020).

Política de turismo sostenible: Unidos por la naturaleza.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/politica-de-turismo-sostenible.pdf>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). Política de Turismo Sostenible para Colombia. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020). Turismo y desarrollo sostenible: guía para responsables de políticas. Madrid: UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421152>
- Teruel Avecilla, S. (2018). Análisis y aproximación a la definición del paradigma del turismo regenerativo (Tesis de grado Universidad para la cooperación Internacional)
- Torres, S., Tamayo, H., Mendoza, P., & Rodriguez, J. (2023). Habilidades y cualidades más distintivas según el modelo de liderazgo de los cuatros marcos, identificadas en los directivos de las instituciones de educación media en la ciudad de Ibagué. <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/6944>
- Valdés, M. y Márquez, Z.J. (2016). Evaluación de las redes socio productivas del sector rural como herramienta de desarrollo de las localidades. Compendium. 19 (37), 55-70. Recuperado el día 20 de enero desde, <https://www.redalyc.org/pdf/880/88049677004.pdf>
- World Economic Forum. (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the way for a more sustainable and inclusive future. <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>