



TENDENCIAS
Revista de la Facultad de
Ciencias Económicas y Administrativas
Universidad de Nariño
ISSN-E 2539-0554
Vol. XXV No. 1 – 1er Semestre 2024
Enero - Junio - Páginas 191-219

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Gestión turística sostenible

TURISMO SOSTENIBLE: UNA APROXIMACIÓN DESDE LAS PRÁCTICAS SOSTENIBLES EN EL VALLE DEL COCORA

SUSTAINABLE TOURISM: AN APPROACH FROM SUSTAINABLE PRACTICES IN VALLE DEL COCORA

TURISMO SUSTENTÁVEL: UMA ABORDAGEM A PARTIR DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NO VALLE DEL COCORA

Martha Lucía García Londoño; Alexa Juliana Montoya Morales; Sandra Lucía González Fresneda

Doctora en Administración Gerencial, Universidad Benito Juárez. Docente Asociada, Universidad La Gran Colombia, Colombia. Miembro del grupo de investigación Gestión Empresarial. ORCID: 0000-0001-8878-6025. E-mail: garcialonmartha@miugca.edu.co, Armenia – Colombia.

Magíster en Ciencias Económicas y Gestión, Pontificia Universidad Javeriana de Cali. Docente Asistente, Universidad del Quindío. Miembro del grupo de investigación Gestión Financiera de las Empresas del Quindío. ORCID: 0000-0001-9735-4136. E-mail: mmalexa@uniquindio.edu.co, Armenia – Colombia.

Doctora en Administración Gerencial, Universidad Benito Juárez. Docente, Universidad La Gran Colombia. Miembro del grupo Gestión del Desarrollo. ORCID: 0000-0002-9937-2044. E-mail: gonzalezfsandralucia@miugca.edu.co, Armenia – Colombia.

Recibido: 7 de marzo de 2023
DOI: <https://doi.org/10.22267/rtend.242501.246>

Aprobado: 28 de noviembre de 2023



Resumen

La sostenibilidad empresarial en el sector turístico, ha sido un tema de interés en los últimos años, debido a las consecuencias generadas por el cambio climático y las presiones de diferentes partes interesadas para que las empresas dedicadas al turismo, gestionen asertivamente los impactos de sus actividades. En consecuencia, el propósito de la investigación fue identificar la concepción que tienen los empresarios turísticos del Valle del Cocora sobre el turismo sostenible, y, a la vez, establecer las prácticas en materia de sostenibilidad que han implementado. Para ello, se llevó a cabo una investigación con enfoque cualitativo y el método fenomenológico, obteniendo como principales resultados, una interpretación económica de la sostenibilidad por parte de los empresarios, orientada a la legitimación. Además, se logró la caracterización de las prácticas más utilizadas en las dimensiones social, ambiental y económica, así como el diseño de estrategias e indicadores que buscan motivar la vinculación de los empresarios turísticos para alcanzar un desarrollo sostenible de la región.

Palabras clave: desarrollo sostenible; economía medioambiental; gestión; responsabilidad social; turismo.

JEL: L83; M14; Q01; Q30; Q56.

Abstract

Business sustainability in the tourism sector has been a topic of interest in recent years, due to the consequences generated by climate change and the pressures from different stakeholders for tourism companies to assertively manage the impacts of their activities. Consequently, the purpose of the research was to identify the conception that tourism entrepreneurs in the Cocora Valley have about sustainable tourism and, at the same time, to establish the sustainability practices they have implemented. For this purpose, a qualitative research was carried out using the phenomenological method, obtaining as main results, an economic interpretation of sustainability by the entrepreneurs, oriented to legitimization. In addition, the characterization of the most used practices in the social, environmental and economic dimensions was achieved, as well as the design of strategies and indicators that seek to motivate the linkage of tourism entrepreneurs to achieve sustainable development in the region.

Keywords: sustainable development; environmental economics; management; social responsibility; tourism.

JEL: L83; M14; Q01; Q30; Q56.

Resumo

A sustentabilidade empresarial no setor de turismo tem sido um tópico de interesse nos últimos anos, devido às consequências geradas pelas mudanças climáticas e às pressões de diferentes partes interessadas para que as empresas de turismo gerenciem assertivamente os impactos de suas atividades. Consequentemente, o objetivo da pesquisa foi identificar a concepção que os empresários de turismo do Vale do Cocora têm sobre turismo sustentável e, ao mesmo tempo, estabelecer as práticas de sustentabilidade que eles implementaram. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa utilizando o método fenomenológico, obtendo como principais resultados uma interpretação econômica da sustentabilidade por parte dos empresários, orientada para a legitimação. Além disso, foi realizada a caracterização das práticas mais utilizadas nas dimensões social, ambiental e econômica, bem como o desenho de estratégias e indicadores que buscam motivar a articulação dos empresários do turismo para alcançar o desenvolvimento sustentável na região.

Palavras-chave: desenvolvimento sustentável; economia ambiental; gerenciamento; responsabilidade social; turismo.

JEL: L83; M14; Q01; Q30; Q56.

Introducción

El turismo, actualmente es un sector importante para las economías por la fuerza que ha cobrado en los últimos años, debido a su vocación turística de algunos lugares. En este contexto, Migración Colombia y Procolombia, realizaron un análisis en el que exponen que Colombia durante el año 2022 presentó una tasa de crecimiento del 239% frente al año 2021 (Escobar, 2022). Situación, que evidencia un panorama alentador para un sector que se encuentra en recuperación por la crisis de la pandemia COVID-19, pues según lo menciona la Organización Internacional de Trabajo (2022), el restablecimiento de empleos en este sector, ha permitido influenciar las economías mundiales hacia la generación y reactivación del mercado laboral.

De otro lado, el plan sectorial turístico en Colombia, señala que la tendencia del sector está enfocada hacia objetivos de un turismo regenerativo, que coadyuve a lograr la sostenibilidad mediante prácticas alineadas a la gestión ambiental, sociocultural y económica, para generar un impacto positivo en el desarrollo de los territorios, la comunidad, y la sociedad como principales actores en el quehacer del ejercicio turístico (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo [MINCIT], 2020).

No obstante, el turismo es una actividad que en su ejecución también produce impactos socioambientales negativos, ocasionando con ello un detrimento en los recursos naturales. Por tanto, se han creado alternativas en el sector para lograr su sostenibilidad (Cardoso, 2006), dada la importancia de promover y aplicar prácticas empresariales responsables, considerando los cambios sociales, políticos y ambientales (Barcellos, 2010).

En ese sentido, la Organización Mundial de Turismo, promueve el desarrollo de un turismo sostenible que se oriente a satisfacer las necesidades de visitantes, la industria, el entorno y las comunidades (Organización Mundial de Turismo, 2021). Luego que, este tipo de turismo equilibra la actividad económica con la biodiversidad del entorno, mediante un manejo adecuado de los recursos (Lalangui et al., 2017). Así mismo, Llull (2005), indica que hablar hoy de turismo, lleva a considerar diferentes perspectivas, estableciendo prácticas turísticas con un enfoque social para dinamizar la economía.

Otro enfoque en términos prácticos es expuesto por Jacobs (1996), quien trata la sostenibilidad desde las economías verdes y su relación directa con el consumo de recursos, en el que las empresas, a lo largo de su cadena de valor, generan encadenamientos transparentes, responsables para su manejo eficiente. Se resalta que una adecuada gestión de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), conduce a la generación de riqueza bajo parámetros de respetar, valorar y cuidar las expectativas e intereses de los grupos de interés (Lalangui et al., 2017).

Además, se encuentran estudios que indican la importancia de establecer prácticas de RSE orientadas a aumentar la responsabilidad de las organizaciones con sus grupos de interés, mediante mejores condiciones de empleo, salud, bienestar, políticas claras de inclusión, entre otras,

relacionadas con la conservación de la biodiversidad (Al-Abdin et al., 2018; Asokan et al., 2019; Bager & Lambin, 2020; Corazza et al., 2017; Ertuna et al., 2019; Khatter et al., 2019).

Ahora bien, desde el contexto empresarial, es fundamental establecer acciones de RSE que ayuden a responder a las necesidades del entorno, a través del diseño de estrategias orientadas a la sostenibilidad de la oferta turística (Gobernación del Quindío, 2014). Por lo anterior, y con el propósito de un turismo sostenible, es esencial que toda organización tenga establecidos sus objetivos y planes a futuro.

En dicho escenario, la gestión se convierte en una herramienta gerencial para mitigar los impactos negativos, dar buen uso a los recursos, de tal modo que propenda por el éxito de las empresas (Lovato et al., 2018).

De allí, que se aborde la armonía que se produce entre la relación empresa-entorno gracias a las prácticas de RSE, como alternativas de sana competencia que generan valor agregado a la sociedad para que, a futuro, posibilite la creación de ventajas competitivas (Aguilera y Puerto, 2012) debido a la influencia de las prácticas sostenibles en el desempeño organizacional, que trae consigo, mejoramiento de la imagen, posicionamiento de la empresa, aumento de la satisfacción del empleado y reducción de costos (Cazeri et al., 2018). Visión apoyada por Tomšič et al. (2015), al indicar que la sostenibilidad empresarial y el desempeño económico son complementarios, porque deben armonizarse en la búsqueda de la competitividad.

Frente a este panorama, cabe mencionar que la literatura existente sobre sostenibilidad empresarial y turismo sostenible, revelan que las empresas implementan prácticas por dos razones, primero, creencias o valores de la gerencia (Babiak & Trendafilova, 2011), aduciendo que los empresarios consideran importante gestionar los impactos de su actividad para mejorar las condiciones sociales y ambientales de la zona de influencia.

Segundo, por razones económicas o de negocio que conducen a una estrategia de legitimación (Font et al., 2016). Luego que, las empresas implementan prácticas como una estrategia de respuesta a las presiones del entorno, a sus grupos de interés a través de informes de sostenibilidad

(Perez et al., 2010; Vanegas, 2020). Entendiendo la legitimación, como la percepción de aceptación de una población en general, de las acciones y estrategias que desarrolla una empresa, pues las supone deseables o adecuadas para el entorno en el que está inmersa. Por tanto, es coherente con las normas, creencias o valores de esa sociedad, justificándose así la existencia de la organización (Suchman, 1995). Sumado a ello, Deegan (2002) manifiesta que algunas decisiones empresariales que se toman para responder a las exigencias, se hacen con la intención de asegurar que sus conductas, valores y actividades empresariales, cumplan con el denominado contrato social para operar.

Por tanto, se planteó una investigación de enfoque cualitativo en un municipio del departamento del Quindío, con el objetivo de determinar la concepción de turismo sostenible, así como recopilar las prácticas que en esta materia realizan los empresarios del sector turismo, para desarrollar estrategias e indicadores de gestión que promuevan la sostenibilidad y competitividad de las empresas. Teniendo en cuenta que en el turismo en el Quindío, es uno de los sectores más representativos de la economía regional, reportando entre 2018 a 2019, ingresos por 40,000 millones de pesos (Portafolio, 2019), y un aumento de turistas de 6,1% entre 2015 y 2018 (La Crónica del Quindío, 2019).

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, pues se pretendió realizar una descripción detallada de cómo los empresarios turísticos del Valle del Cocora – Quindío, conciben el turismo sostenible. Este enfoque, según Quintero et al. (2023) permite interpretar el fenómeno a partir de la percepción de los sujetos, mediante la recopilación de información en profundidad, que posibilita descubrir hechos y comprensiones que de otro modo no saldrían a la luz (Hernández et al., 2014).

Así mismo, la investigación se orientó bajo una mirada fenomenológica, al pretender describir y entender las prácticas sostenibles que han implementado los empresarios turísticos, a partir de su noción y perspectiva de turismo sostenible. Luego que, este método, facilita comprender el significado que dan las personas a un fenómeno (De los Reyes et al., 2019). Teniendo en cuenta el lugar en el que ocurre, así como el contexto relacional en el que se genera. Es decir, los lazos,

experiencias o creencias de las personas que habitan en un territorio sobre el tema en estudio (Fuster, 2019).

Para lograr el propósito, se recopiló información a través de una encuesta semiestructurada a la población objetiva, conformada por 16 empresarios, así: tres predios con servicio de restaurantes; un establecimiento dedicado exclusivamente a hospedaje; cinco establecimientos de hospedaje y restaurante; dos predios dedicados a actividades de cabalgata; un operador logístico y cuatro establecimientos de hospedaje y actividades recreativas.

Se analizaron los datos de las encuestas realizadas a los empresarios, guiadas por cuatro grandes grupos de preguntas que hacían referencia al concepto de turismo sostenible, los componentes económico, social y ambiental. También, se preguntó sobre la apropiación e inclusión de los actores a las prácticas sostenibles en aras de mejorar el desempeño competitivo de dichas organizaciones, con el objetivo de conocer la percepción de los empresarios en el quehacer de las actividades turísticas para tener un panorama empresarial de cómo se implementan las prácticas sostenibles.

Resultados

Los empresarios turísticos del Valle del Cocora – Quindío, afirman que el turismo sostenible no es un tema desconocido, ya que es un fenómeno que ha permeado su actividad empresarial en los últimos años. Esto se debe al proceso que vivió el municipio de Salento para obtener la declaratoria como destino turístico sostenible hacia el año 2018, a través de la acreditación otorgada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, según la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible NTS-TS 001-01:2014 (Gobernación del Quindío, 2018). Dicha norma tiene como objetivo principal, servir de guía para que los destinos turísticos de Colombia, adopten técnicas en el ámbito de la sostenibilidad (MINCIT, 2014).

Asimismo, los empresarios manifiestan que se han llevado a cabo diversas socializaciones por parte de organismos sociales, empresariales y académicos, para destacar la importancia de involucrar actividades económicas, ambientales y sociales en el sector turístico. De ahí que el 100% de los empresarios afirme comprender el tema y trabajar en pro de la sostenibilidad de su

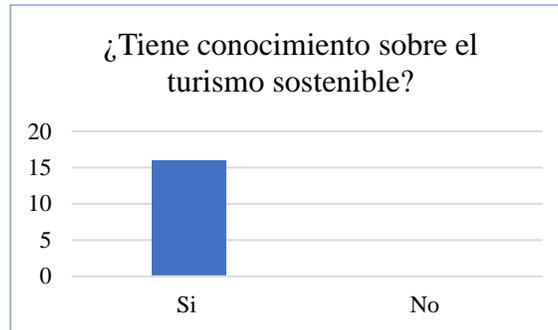
actividad, ya sea de forma indirecta o directa, colaborando con las acciones emprendidas desde el gobierno municipal y regional, además de iniciativas propias (Figuras 1, 2), las cuales se encuentran respaldadas por la declaratoria NTS-TS 001-01:2014. Esto se hace con la intención de que sus actividades se transformen y adapten a las necesidades de conservación del territorio, la consolidación de la certificación, y la mejora de su bienestar económico.

Adicionalmente, los empresarios indican que tienen en cuenta las nociones de turismo sostenible fundamentándose en ellas, el desarrollo de sus actividades, ya que la normatividad del municipio les exige el cumplimiento del código de conducta de turismo sostenible, en el cual se establecen algunos lineamientos relacionados con la sostenibilidad; por ejemplo, garantizar espacios libres de contaminación auditiva, visual y atmosférica, cumplir con requisitos ambientales, socioculturales y económicos acordados con el destino, diseñar e implementar planes de ahorro de agua, energía, manejo de residuos, así como la protección de las áreas naturales, a su vez los bienes de interés cultural, desarrollo empresarial, de hecho, la generación de empleo (Alcaldía Municipal de Salento Quindío, 2020).

También, los empresarios indican que cada vez es más frecuente que actores del territorio, como la academia, pobladores, visitantes e inversionistas, pregunten por el significado de destino sostenible, así como el planteamiento de cuestionamientos en aspectos relacionados con el uso óptimo de los recursos naturales, el trato a los animales utilizados para las actividades de recreación, el respeto por la biodiversidad, y la cultura de la región.

Figura 1

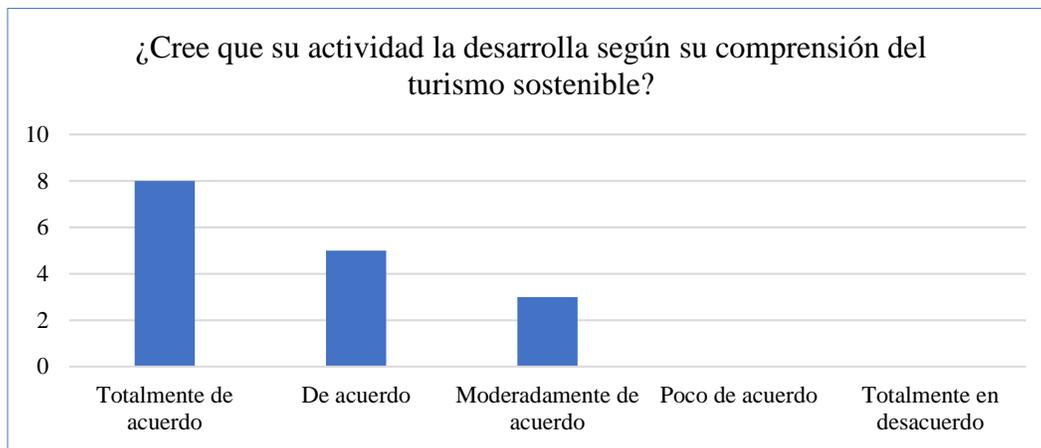
Conocimiento sobre el turismo sostenible



Fuente: elaboración propia.

Figura 2

Percepción sobre el conocimiento del turismo sostenible



Fuente: elaboración propia.

A pesar de que los hallazgos implican que los empresarios conocen el tema de estudio, se indagó en ellos la forma en la que entienden el turismo sostenible mediante una pregunta abierta, para no sesgar ni afectar su respuesta y determinar si interpretan el turismo sostenible de manera asertiva, además como actúan conforme a su concepción.

A partir de lo anterior, se estableció a través de las respuestas de los empresarios, un buen nivel de apropiación frente a la interpretación que le otorgan al turismo sostenible. 11 de ellos, correspondiente al 68,7%, lo comprenden como un tipo de turismo que busca reducir el impacto

negativo de la actividad en el medio ambiente, respetando el entorno del desarrollo en materia de las prácticas turísticas, conservando la naturaleza para garantizar el disfrute del destino para los turistas. Lo que, a su vez, favorece la generación de riqueza para los empresarios que desarrollan la actividad, como se evidencia en la Tabla 1.

Tabla 1

Interpretación del Turismo Sostenible

| Empresario | Concepción del Turismo Sostenible |
|-------------------|--|
| E1 | Hacer mi actividad cumpliendo con la ley, tratando de hacerle menos daño a la naturaleza, porque si la naturaleza está bien, vamos a tener los recursos para que los turistas nos sigan visitando, de tal modo, que podamos seguir trabajando. |
| E2 | Implica tener cuidado de las personas, los animales, las plantas y todo lo que es el Valle del Cocora para el disfrute de los visitantes, el aprovechamiento de los recursos para garantizar la sostenibilidad de nuestros negocios. |
| E3 | Para que haya un turismo sostenible hay que cuidar el medio ambiente para proteger la palma, en su efecto seguir siendo un destino único por su belleza y naturaleza. |
| E4 | Es garantizar que la actividad turística que explotamos, genere un impacto positivo en la sociedad a través de empleo, oportunidades de emprendimiento, buena vida y cuidado del medio ambiente. |
| E7 | Es una práctica amigable con el medio ambiente, con el cual podemos garantizar que la naturaleza perdurará a través del tiempo, aunque la explotemos, porque lo hacemos de una forma más adecuada y no como antes que hacíamos mucho daño. Ahora tenemos más consciencia porque sabemos que si no cuidamos el recurso natural, no tendremos una fuente segura de ingresos. |
| E8 | Es un compromiso con la sociedad, el planeta, para hacer las cosas de la mejor manera para todos los que estamos y los que vienen detrás de nosotros. |
| E9 | Es proteger la naturaleza que tenemos, y que es el atractivo que hace que la gente nos visite. Entonces, con el turismo sostenible, podemos garantizar la generación |

de ingresos, el bienestar de nuestras familias, la gente que vive en la zona, de igual manera el cuidado del medio ambiente.

E10 Proteger el entorno a través de actividades que conserven la naturaleza para nuestro disfrute, de tal forma que podamos alcanzar una rentabilidad, sin hacer mucho daño al medio ambiente

E12 Es explotar un territorio de forma consciente. Es decir, haciendo menos daño a todo lo que nos rodea en el Valle del Cocora.

E13 Es realizar el turismo respetando a la naturaleza, las personas que viven en el lugar, por ejemplo, cuidando a los animales, las palmas para que la gente nos siga visitando, con el fin de obtener ingresos por mucho tiempo.

E15 Es garantizar la sostenibilidad del turismo en una región mediante la aplicación de estrategias amigables con el medio ambiente.

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, se identificaron tres empresarios que interpretan el turismo sostenible desde una perspectiva principalmente económica, haciendo hincapié en la sostenibilidad financiera y la perdurabilidad de su negocio a lo largo del tiempo; los dos empresarios restantes no respondieron a la pregunta.

Como resultado, se puede afirmar que la concepción de turismo sostenible por parte de los empresarios turísticos del Valle del Cocora es clara y acertada. Esto se evidencia al alinearse con la definición de la Organización Mundial del Turismo, que lo describe como “aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales, futuras, económicas, sociales, medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (Organización Mundial de Turismo, 2023).

Además, las nociones e interpretaciones de los empresarios, guardan estrecha relación con la política de turismo sostenible del MINCIT; política que busca equilibrar el desarrollo económico y socio-cultural del turismo, protegiendo el capital natural del país. Esto convierte a Colombia en un destino de amplio interés por su excelente fuente de riqueza, con capacidad de crear equidad (MINCIT, 2020).

Después de establecer la comprensión que tienen los empresarios sobre el turismo sostenible, se procedió a identificar las prácticas encaminadas a la sostenibilidad que se implementan en la zona, con el fin de determinar si existe relación entre la interpretación del concepto y el desarrollo de la actividad turística. En ese sentido, el análisis de la información recopilada, permitió reconocer 13 prácticas conducentes a la sostenibilidad que han aplicado los empresarios turísticos ubicados en el Valle del Cocora, que se muestran en la Tabla 2.

De estas prácticas, 10 son implementadas principalmente por empresas dedicadas a servicios de hospedaje, siendo esta actividad económica, la que ha demostrado mayor interés, a su vez avance hacia la sostenibilidad. Le siguen el sector gastronómico y las actividades recreativas con nueve prácticas cada uno. Finalmente, el operador logístico con siete prácticas.

Tabla 2

Prácticas Empresariales Sostenibles

| Práctica empresarial | Número de empresas |
|--|---------------------------|
| Implementación de prácticas ahorradoras de energía y agua | 10 |
| Empleabilidad de la población local | 16 |
| Utilización de proveedores locales | 15 |
| Formalización empresarial | 16 |
| Alianzas y estrategias para la productividad y competitividad | 6 |
| Aprovechamiento de los residuos (reutilización) | 2 |
| Disposición final adecuada de los recursos | 16 |
| Prácticas pedagógicas en conciencia ambiental | 10 |
| Respeto del uso del suelo | 16 |
| Utilización de productos amigables con el medio ambiente | 2 |
| Fortalecimiento en segunda lengua de la población | 2 |
| Estrategias para la apropiación cultural y reconocimiento de la historia del territorio. | 7 |
| Participación en mesas de diálogo para el turismo sostenible | 10 |

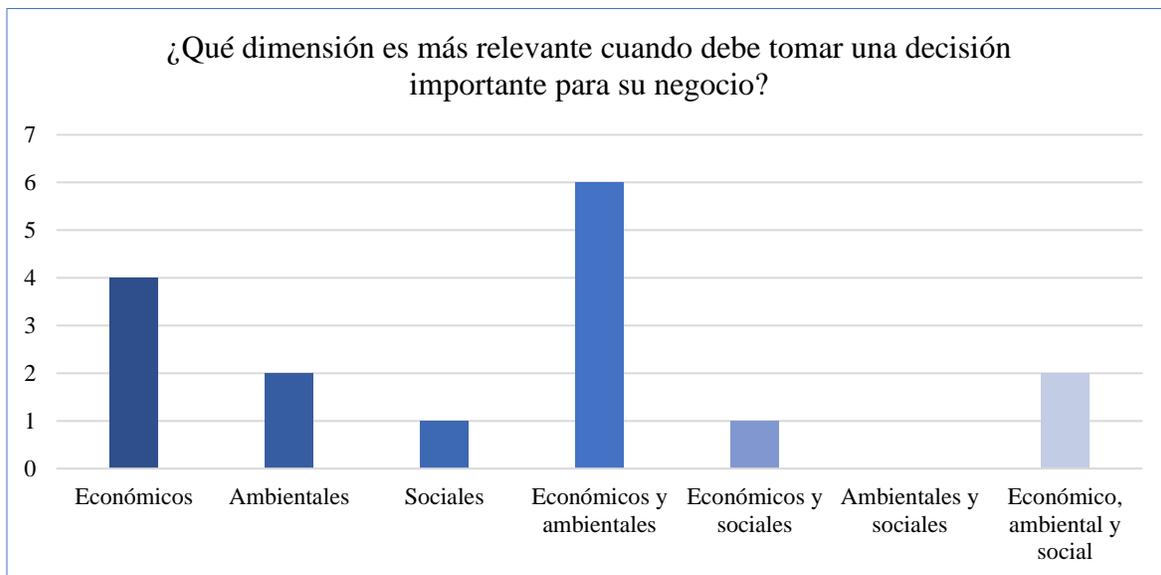
Fuente: elaboración propia.

Mediante la identificación de las prácticas en el Valle del Cocora, se confirma la importancia que la sostenibilidad ha adquirido para las actividades turísticas; esto se refleja en el hecho de que todos los empresarios en la región han implementado diversas estrategias para gestionar de manera efectiva las crecientes presiones de los grupos de interés, orientadas al bienestar del ecosistema social y ambiental.

Sin embargo, se observa que, hasta el momento, la mayoría de las prácticas implementadas están centradas en acciones económicas y ambientales. De las 13 prácticas identificadas, cada una de estas dimensiones cuenta con cinco prácticas, mientras que la dimensión social es la menos abordada, con solo tres prácticas. Esta tendencia se corrobora con la opinión de los empresarios al responder la pregunta sobre las dimensiones más relevantes para ellos al tomar decisiones para el negocio, como se ilustra en la Figura 3.

Figura 3

Dimensiones del Turismo Sostenible en el Valle del Cocora



Fuente: elaboración propia.

A continuación, se percibe una orientación empresarial a favor de la economía regional y la naturaleza, por medio de la puesta en marcha de prácticas como el abastecimiento, la empleabilidad local, las alianzas estratégicas para aumentar la productividad, competitividad y la formalización

empresarial. Prácticas que impactan positivamente, especialmente si se considera el alto desempleo sufrido en la región, que alcanzó en el año 2019 una tasa de desocupación del 15,2%, con una informalidad empresarial de 56,4% (Observatorio Económico y Social del Quindío, 2019). Es crucial entonces destacar los esfuerzos de los empresarios turísticos para mejorar la calidad de vida de la sociedad, el contribuir al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible relacionados con la disminución de pobreza y la promoción del trabajo decente.

Con respecto al cuidado de la naturaleza, se puede decir que las prácticas ambientales descritas en la Tabla 2, son estrategias generales y básicas que pueden ayudar a conservar los recursos naturales de la zona. No obstante, es fundamental que los habitantes de la región analicen constantemente cómo mejorar la relación de sus actividades económicas con el entorno natural, dado que este recurso es el mayor atractivo turístico y generador de ingresos.

Finalmente, los empresarios reconocen que, para lograr una verdadera sostenibilidad, es necesario vincularse con la ciudadanía y otras partes interesadas; razón por la cual, promueven y participan en los diálogos que se han realizado con actores del territorio como el gobierno, para diseñar prácticas empresariales que hagan de su sector, algo más amigable con el medio ambiente. Además, han adoptado estrategias que involucran a la comunidad en su historia, así como en la riqueza cultural, transmitiéndola a los turistas a través de productos y servicios turísticos. También fomentan la capacitación de sus empleados en una segunda lengua para ser más competitivos en el mercado turístico, al ser los turistas extranjeros, una población de interés en la zona.

Ahora bien, al analizar las prácticas empresariales identificadas en el Valle del Cocora, aquellas que pueden conducir a la sostenibilidad del turismo en la región, son las que buscan mejorar las condiciones del territorio. Esto se logra mediante el uso adecuado del suelo que favorece la recuperación del ecosistema, la resiembra de árboles nativos y palma de cera como hábitat para las especies endémicas, la conservación de flora y fauna, con la utilización de productos que minimizan el impacto negativo en el ecosistema. Asimismo, se implementan estrategias que pretenden aumentar la consciencia ambiental, a partir de programas que guíen al fomento de la adopción de una cultura de preservación del territorio.

A pesar de estos esfuerzos, la información analizada permite determinar que existe un compromiso moderado por la sostenibilidad en el Valle del Cocora, debido a que las prácticas se han implementado desde una perspectiva legitimadora, es decir, gestionando estratégicamente las presiones sociales y ambientales, por razones principalmente económicas. Resultado consistente con investigaciones previas (Font et al., 2016; Perez et al., 2010; Vanegas, 2020).

Las encuestas revelaron que el 75% de los empresarios considera poco o medianamente importante la implementación de prácticas para alcanzar la sostenibilidad, a pesar de tener claridad sobre el concepto, reconocen su relevancia en el sector económico en los últimos años. Esto sugiere que la ejecución de prácticas sostenibles obedece a estrategias empresariales, al cumplimiento de exigencias gubernamentales, más que a consideraciones intrínsecas de sostenibilidad en la toma de decisiones empresariales.

En contraste, el 25% de los empresarios, considera importante la implementación de prácticas sostenibles en su actividad económica. Argumentan que las prácticas desarrolladas tienen como objetivo contribuir a la sostenibilidad del territorio, puesto que consideran fundamental la protección del entorno para las generaciones presentes y futuras, buscando aprovechar económicamente el territorio bajo condiciones menos perjudiciales para la biodiversidad y la sociedad.

Las presiones del entorno desempeñan un papel vital como impulsoras para la ejecución de las prácticas, siendo ejercidas principalmente por la comunidad, clientes, gobierno municipal, los cuales son actores esenciales para el desarrollo competitivo turístico. Por ello, desde la perspectiva de la comunidad, existe una gran preocupación por el deterioro del entorno paisajístico, cultural, la pérdida de vocación productiva, la escasez de los recursos naturales, la sobrecarga turística y la sobrevaloración de los predios.

Con relación a los clientes, los empresarios describen que los cambios en los gustos y preferencias de este actor, está impulsando la preservación y sostenibilidad. Finalmente, las presiones gubernamentales en el marco de la declaratoria del municipio como destino turístico sostenible, lleva a la exigencia de conservar la certificación.

Al analizar las razones que los empresarios tuvieron en cuenta para implementar prácticas sostenibles en sus organizaciones, se evidencia una preponderancia de la dimensión económica frente a los aspectos sociales y ambientales. El 62% de los empresarios lo hace para mejorar la competitividad, el 87% para obtener mayores resultados económicos, y el 100% para aumentar el posicionamiento y la reputación de sus empresas.

Por último, se logró establecer el grado de importancia que los empresarios otorgan a las consideraciones de los grupos de interés que intervienen en las prácticas, estableciendo su nivel de primacía. En primer lugar, se encuentran los empleados como los encargados de implementar las prácticas establecidas hacia la sostenibilidad y competitividad de manera correcta. En segundo lugar, los turistas se destacan por considerar los límites del territorio, usar los productos y servicios adecuadamente para salvaguardar los recursos paisajísticos, naturales y culturales. En tercera ubicación, la comunidad que debe respetar y apropiarse la cultura e identidad del territorio, además de promover la conciencia de preservación con los demás.

En cuarto lugar, el gobierno tiene un rol importante al velar por el cumplimiento de las políticas responsables como destino sostenible. Finalmente, los proveedores considerados como la parte de la cadena de valor que permite garantizar la trazabilidad de las prácticas sostenibles.

Considerando los hallazgos de la investigación, se describen y caracterizan las prácticas implementadas por los empresarios en las dimensiones económica, social y ambiental, según la triple línea de resultados propuesta por Elkington (1999) en la Tabla 3. Estas estrategias representan los esfuerzos de los empresarios de la zona en los últimos años, que pueden contribuir a la consolidación de un turismo sostenible.

Además, se presenta una propuesta de estrategias específicas para la sostenibilidad y competitividad, junto con sus indicadores. El propósito es ofrecer una herramienta de gestión que facilite un control efectivo del estado de las prácticas implementadas. Asimismo, esta propuesta sirve como guía para la incorporación de nuevos empresarios, considerando el potencial emprendedor presente en la región.

Todas estas iniciativas están alineadas con las políticas de turismo sostenible del MINCIT, así como el código de sostenibilidad turística establecido por el municipio de Salento.

Tabla 3

Prácticas, estrategias e indicadores para el turismo sostenible

| Dimensiones sostenibles | Práctica sostenible | Descripción de la estrategia de sostenibilidad | Estrategia de sostenibilidad y competitividad | Indicador de gestión |
|--------------------------------|------------------------------------|---|--|---|
| Económicas | Generación de empleo local | Empleabilidad de población local. | Crear redes de valor que garanticen el abastecimiento y la empleabilidad local, así como la formalización empresarial mediante alianzas estratégicas con los actores del territorio. | Número de redes de valor creadas. |
| | Abastecimiento local | Disminución del costo de materia prima por compra local sin intermediación. | | Número de empleos locales/total de empleos. |
| | Desarrollo integral del territorio | Integralidad económica, ambiental y social para el crecimiento sostenible del territorio. | | Número de proveedores locales/total de proveedores. |
| | Adopción de cultura empresarial | Formalización empresarial y capacitación. | | Número de empresarios formalizados. |
| | Productividad y competitividad | Redes colaborativas con diversos actores del territorio. | | |

| | | | | |
|--------------------|--|---|---|---|
| Ambientales | Reducción del consumo de agua y energía | Incorporación de prácticas ahorradoras de energía, agua. | Gestionar adecuadamente los recursos en las actividades económicas. | Costos ejecutados/total de los costos planificados. |
| | Reciclaje, reutilización y reducción de la utilización de recursos | Aprovechamiento de los residuos. | Generar nuevos negocios/productos a partir del aprovechamiento de los residuos. | Número de nuevas unidades de negocios o productos creados. |
| | | Capacitaciones en reciclaje. | Implementación de rutas para la disposición final de los residuos. | Total de residuos aprovechados (kg). |
| | | Disposición final adecuada de los recursos. | Implementación de rutas para la disposición final de los residuos. | Total de residuos clasificados (kg). |
| | | Prácticas pedagógicas en conciencia ambiental. | Desarrollo de programas hacia la culturalización ambiental. | Número de programas implementados. |
| | Uso de suelos | Respeto de las fronteras planetarias. | | Número de prácticas sostenibles creadas. |
| | Prácticas de conservación al ecosistema | Utilización de productos amigables con el medio ambiente. | Implementación de prácticas para la producción sostenible. | Número de disminuciones de basuras. Grado de percepción ambiental de partes interesadas. |

| | | | | |
|-----------------|--------------------------|---|---|--|
| | Movilidad sostenible | Disminuir sobrecarga del transporte en la actividad turística. | Utilización de medios de transporte alternativos. | Número de medios alternativos implementados. |
| | Bilingüismo | Fortalecimiento en segunda lengua de la población que favorece la empleabilidad y emprendimiento. | Capacitación en bilingüismo para empresarios y empleados del sector turístico. | Número de empresarios y empleados bilingües. |
| Sociales | Apropiación cultural | Intercambio en materia cultural, identidad cultural y reconocimiento de la historia del territorio. | Estimular la apropiación cultural del entorno paisajístico, arquitectónico y social. | Número de actividades de apropiación cultural, paisajística, arquitectónica y social realizadas. Número de personas formadas en apropiación cultural. |
| | Capacitación y educación | Educación para aumentar la calidad en la prestación de la oferta turística. | Realizar capacitación empresarial que mejore habilidades empresariales y aumente la calidad de la oferta. | Número de capacitaciones realizadas. Número de personas capacitadas. |

| | | | |
|--------------------------------|---|--|--|
| Participación ciudadana | Involucramiento de la población en la construcción colectiva en los procesos de planificación y desarrollo turístico sostenible. | Gestionar mesas de trabajo con los actores del territorio para el fortalecimiento turístico de la región. | Número de mesas de trabajo realizadas. Número de acciones ejecutadas/número de acciones propuestas en las mesas de trabajo. |
| Sinergia con el sector público | Acercamiento entre los actores del territorio que guían al mejoramiento de la calidad del uso racional de los servicios públicos. | Gestionar mejoramiento de la oferta y calidad del servicio en el área urbana y rural de Salento. | Nivel de satisfacción de la población sobre los servicios públicos. |
| Inclusión social | Respeto por la diversidad y prácticas de igualdad de género. | Disminuir la brecha de género en los cargos directivos y administrativos. Reducir barreras de entrada a las mujeres a algunas actividades turísticas. | Porcentaje de mujeres en cargos directivos y administrativos. |

Fuente: elaboración propia.

Para finalizar, se establece una correspondencia entre la interpretación del turismo sostenible por parte de los empresarios turísticos y las prácticas implementadas, que, en su mayoría, están concebidas desde las dimensiones de la sostenibilidad, aunque se otorga una mayor prioridad al binomio económico-ambiental, con el fin de satisfacer principalmente las necesidades de los grupos de interés externos.

Dentro de este marco, se ubican los intereses del gobierno asociados a los lineamientos de la NTS-TS 001-01:2014 y el objetivo de que el Valle del Cocora sea reconocido a nivel mundial como destino sostenible; por lo cual, es relevante que los actores turísticos trabajen en los tópicos que la Organización Mundial del Turismo recomienda para el turismo sostenible: mantener y mejorar los paisajes, evitar la degradación ambiental, respetar la riqueza cultural y arquitectónica del área de influencia, apoyar el bienestar social de la población local, asegurar que las actividades económicas sean viables a largo plazo para ofrecer estabilidad laboral, incrementar la obtención de ingresos y colaborar con la reducción de la pobreza (Organización Mundial de Turismo, 2023).

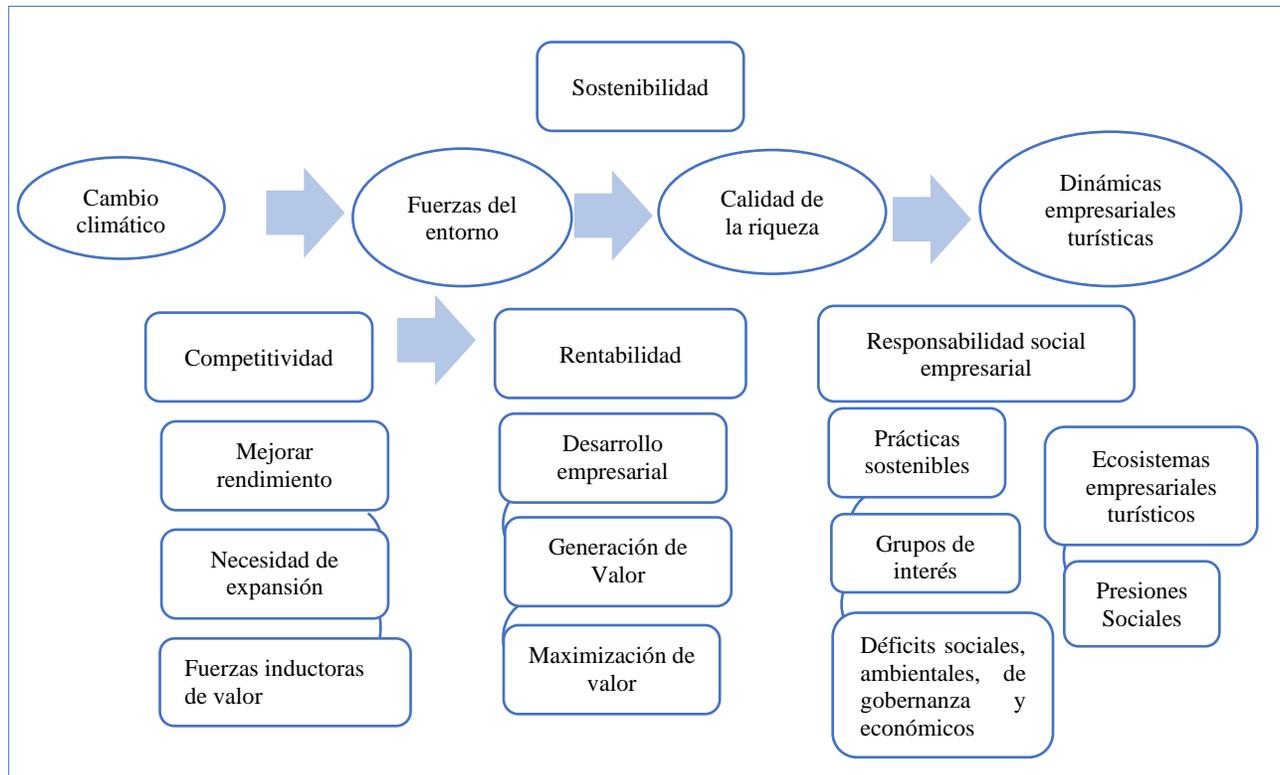
En tal sentido, las prácticas que se implementan en el Valle del Cocora guardan relación con la creencia de conservar el ecosistema, mejorar el nivel de vida de la población y producir riqueza, a través de la gestión razonable de los recursos hídricos, energéticos y el suelo; sumado a la implementación de actividades de reciclaje, una disposición final adecuada de los residuos, la intención de fortalecer una movilidad sostenible en el territorio, con la inclusión de transportes alternativos a los tradicionales, como el alquiler de bicicletas, movilización de turistas desde Salento en los característicos “Willys”, con el objetivo de evitar la congestión vehicular en la zona y reducir, por ende, la contaminación visual y las emisiones de gases.

De manera similar, se promueven prácticas de equidad y diversidad, tanto en la contratación de personal como en la oferta de espacios a todas las personas, sin importar su género, para realizar actividades turísticas y disfrutar del lugar. Adicionalmente, se llevan a cabo capacitaciones de los actores internos del territorio sobre apropiación de su idiosincrasia. Por último, se fomenta la empleabilidad y aprovisionamiento local para dinamizar la economía de la región, lo que contribuye al aumento de los ingresos de algunos empresarios del Valle del Cocora, al ofrecer productos y servicios amigables con el entorno.

En virtud de lo expuesto, se puede afirmar que la sostenibilidad turística está vinculada a diversos factores que se ilustran en la Figura 4, los cuales deben gestionarse apropiadamente para favorecer la competitividad del sector. Partiendo de este análisis, las empresas turísticas precisan vigilar de forma continua las fuerzas del entorno, principalmente las nuevas percepciones, consecuencias e influencias derivadas del cambio climático. Esto les permitirá diseñar estrategias y prácticas asertivas que posibiliten el aprovechamiento sostenible del capital natural del territorio, dando respuesta a su vez, a las dinámicas empresariales.

Figura 4

Factores para la sostenibilidad turística



Fuente: elaboración propia.

De modo que, desde la RSE y los lineamientos del turismo sostenible, se contemplen las prácticas que deben implementar para gestionar las presiones del entorno, los requerimientos de los grupos de interés priorizados y un manejo del ecosistema coherente con los ideales de preservación, que disminuyan los déficits actuales en materia ambiental, social y de gobernanza presentes en el territorio.

Se espera que este escenario se convierta en el pilar del desarrollo empresarial turístico mediante la generación de valor para todos los grupos de interés, la maximización del desempeño empresarial, el aumento de la competitividad del sector a partir de la expansión y crecimiento sostenible de las unidades de negocio, impulsada por las fuerzas inductoras de valor sostenible presentes en el territorio.

Conclusiones

Los hallazgos de la investigación, permiten establecer que los empresarios turísticos del Valle del Cocora, tienen una concepción clara de turismo sostenible, que se puede resumir en el aprovechamiento económico y respetuoso de los recursos naturales, sociales, y culturales de la región. Esta concepción es compatible con la definición de la OMT que se enfoca en tres aspectos claves: 1) conservación del ambiente mediante la ejecución de prácticas que minimicen los impactos negativos al ecosistema; 2) Respeto por el desarrollo de la sociedad local tratando de mejorar su bienestar; y 3) consideración del aspecto económico para ofrecer empleos estables, garantizar la permanencia de la actividad y generar ingresos para los actores de la zona.

La apropiación de turismo sostenible en la región de Valle del Cocora, se debe principalmente al proceso que vivieron los empresarios para la obtención de la declaratoria de destino sostenible otorgada al municipio de Salento en el año 2018 bajo la norma técnica NTS-TS 001-01:2014.

También, se establecieron las prácticas sostenibles que a lo largo de los años han implementado los empresarios, clasificándose según las dimensiones de la triple línea de resultados. Se concluye que los empresarios realizan más prácticas ambientales y económicas, siendo las de mayor frecuencia de uso, el ahorro de energía y agua, respeto del uso del suelo, empleabilidad y abastecimiento local.

Cabe resaltar, que, a través del tiempo, los empresarios turísticos se muestran preocupados por la sostenibilidad, debido a los cambios sociales, políticos, ambientales y económicos que han dinamizado el sector en el territorio. Escenario que ha creado la necesidad de repensar el turismo e incorporar a las diferentes actividades turísticas, estrategias sostenibles que cumplan con las nuevas expectativas de los grupos de interés. De ahí que, los empresarios turísticos crean que su

actividad es desarrollada de manera coherente a lo que entienden por turismo sostenible, convencidos de que en su actuar aportan al cuidado del ecosistema mediante prácticas de reciclaje, disminución y disposición adecuada de residuos, uso eficiente de recursos, conservación de la palma de cera, especies vegetales nativas; de igual forma, la promoción de su cultura con productos gastronómicos y artesanales.

Desde otra mirada, la información recolectada permite identificar una perspectiva de legitimidad de la sostenibilidad en la región, pues las prácticas se aplican principalmente por razones económicas, en el que no están orientadas propiamente a la conservación y uso sostenible de los recursos; no obstante, se avanza en la sensibilización sobre la importancia de implementar estrategias que permita a los empresarios ser económicamente viables, ambientalmente soportables y socialmente equitativos.

Asimismo, se determinaron las presiones de los diversos grupos de interés que se convierten en impulsores para la implementación de las prácticas, entre ellos, el gobierno local, consumidores, comunidad y proveedores. De otro lado, se estableció que, aunque existen en la actualidad mecanismos de participación de la ciudadanía, el gobierno local y los empresarios, es imprescindible una intervención más activa y asertiva de los entes gubernamentales a través de la generación de políticas públicas que promuevan el uso sostenible de la región, la creación y fortalecimiento de alianzas que garanticen el abastecimiento local para dinamizar la economía regional.

Los resultados obtenidos tienen implicaciones prácticas y políticas, al considerarse un punto de partida para planificar estrategias empresariales que faciliten la adopción de un turismo sostenible, tras la identificación de las mejores prácticas y su posterior incorporación al ADN empresarial, para que no sean estrategias de legitimación, sino que promuevan un cambio en el modelo empresarial hacia uno más amigable y tridimensional; para ello, es imprescindible que el empresariado y gobierno hagan seguimiento a la implementación de las medidas adoptadas para la sostenibilidad. Además, de generar condiciones que incentiven la producción limpia, consumo responsable, aumento en el nivel de vida de la población y la conservación de la biodiversidad, al ser, precisamente, el capital natural el mayor atractivo turístico de la zona.

De otro lado, la investigación presenta limitaciones como el análisis de la percepción de un solo actor; por tanto, se recomienda, como investigación futura, la triangulación de los datos con la perspectiva gubernamental, la comunidad y turistas, junto al estudio de la relación entre prácticas de sostenibilidad y el desempeño organizacional e investigaciones orientadas a la medición, así como al uso de los sistemas de calidad y control en las prácticas turísticas con responsabilidad social desde la triple cuenta de resultados.

Finalmente, el propender por prácticas turísticas sostenibles, orienta a la preservación del ecosistema, asociado a ello, a tomar mayor responsabilidad en el uso de los recursos, de allí que, el estudio contribuye a crear un escenario de administración y control para el buen direccionamiento estratégico, mediante la propuesta de indicadores que coadyuvaran a disminuir los impactos negativos de las prácticas turísticas del territorio, además de identificar la existencia de una relación hacia la conciencia ambientalista en los empresarios del sector turismo, lo cual favorece la conservación del territorio en el que se desarrollan las prácticas de la actividad turística.

Consideraciones éticas

El presente estudio no requirió de aval de un Comité de Ética o Bioética dado que no utilizó ningún recurso vivo, agente, muestra biológica o datos personales que representen algún riesgo sobre la vida, el ambiente o los derechos humanos.

Conflicto de interés

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

Declaración de contribución de los autores

Martha Lucía García Londoño: Conceptualización, Investigación, Metodología, Borrador original, Redacción: revisión y edición, Administración de Proyecto. Alexa Juliana Montoya Morales: Conceptualización, Metodología, Investigación, Borrador original, Redacción: revisión y edición. Sandra Lucía González Fresneda: Conceptualización, Investigación, Visualización.

Fuente de financiación

Artículo resultado del proyecto de investigación: “Estrategias de intervención que generan competitividad y sostenibilidad en el desarrollo turístico en el marco de la gestión integral del territorio en los períodos 2016-2018: en la Vereda del Valle del Cócora del municipio de Salento (Quindío- Colombia)”, identificado con código 348, financiado por la Universidad La Gran Colombia, Armenia.

Referencias

- (1) Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, 32, 1–26.
- (2) Al-Abdin, A., Roy, T. & Nicholson, J. D. (2018). Researching Corporate Social Responsibility in the Middle East: The Current State and Future Directions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(1), 47–65. <https://doi.org/10.1002/csr.1439>
- (3) Alcaldía Municipal de Salento Quindío. (2020). *Código de Conducta Salento Destino Turístico Sostenible*. <https://www.salento-quindio.gov.co/que-significa-nts-ts001/codigo-de-conducta-salento-destino-turistico-sostenible>
- (4) Asokan, V. A., Yarime, M. & Onuki, M. (2019). Bridging practices, institutions, and landscapes through a scale-based approach for research and practice: A case study of a business association in South India. *Ecological Economics*, 160, 240–250. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2019.02.022>
- (5) Babiak, K. & Trendafilova, S. (2011). CSR and Environmental Responsibility: Motives and Pressures to Adopt Green Management Practices. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18, 11–24. <https://doi.org/10.1002/csr.229>
- (6) Bager, S. L. & Lambin, E. F. (2020). Sustainability strategies by companies in the global coffee sector. *Business Strategy and the Environment*, 29(8), 3555–3570. <https://doi.org/10.1002/bse.2596>
- (7) Barcellos, L. (2010). *Modelos de Gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial* [Tesis Doctoral, Universitat de Barcelona]. Repositorio Universidad de Barcelona. http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/35386/2/LBP_TESIS.pdf

- (8) Cardoso, C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, 11, 5–21.
- (9) Cazeri, G. T., Anholon, R., da Silva, D., Cooper, R. E., Gonçalves, O. L., Filho, W. L., & de Santa-Eulalia, L. A. (2018). An assessment of the integration between corporate social responsibility practices and management systems in Brazil aiming at sustainability in enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 182, 746–754. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.023>
- (10) Corazza, L., Scagnelli, S. D. & Mio, C. (2017). Simulacra and Sustainability Disclosure: Analysis of the Interpretative Models of Creating Shared Value. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(5), 414–434. <https://doi.org/10.1002/csr.1417>
- (11) De los Reyes, H., Rojano, Á. y Araújo, L. (2019). La fenomenología: un método multidisciplinario en el estudio de las ciencias sociales. *Pensamiento y Gestión*, (47), 203–223. <https://doi.org/10.14482/PEGE.47.7008>
- (12) Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- (13) Elkington, J. (1999). *Triple bottom line revolution: Reporting for the third millennium*. Australian CPA.
- (14) Ertuna, B., Karatas, M. & Yamak, S. (2019). Diffusion of sustainability and CSR discourse in hospitality industry: Dynamics of local context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2564–2581. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2018-0464>
- (15) Escobar, N. (2022). Registran crecimiento de 239% en turismo colombiano frente a datos del año pasado. *La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/registran-crecimiento-de-239-en-turismo-colombiano-frente-a-datos-del-ano-pasado-3410941>
- (16) Font, X., Garay, L. & Jones, S. (2016). Sustainability motivations and practices in small tourism enterprises in European protected areas. *Journal of Cleaner Production*, 137, 1439–1448. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.01.071>
- (17) Fuster, D. E. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201–229. <https://doi.org/10.20511/PYR2019.V7N1.267>

- (18) Gobernación del Quindío. (2014). *Plan Decenal Estratégico de Desarrollo Turístico del Quindío*.
- (19) Gobernación del Quindío. (2018). *Salento, Filandia y Pijao, fueron certificados en Turismo Sostenible*. <https://www.quindio.gov.co/noticias-2020/noticias-mayo-2020/salento-y-filandia-recertificados-como-destinos-turisticos-sostenibles>
- (20) Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. En *Metodología de Investigación* (pp. 2–21). McGraw Hill.
<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=28e59887-a6ce-404a-9675-848d52c696e4>
- (21) Jacobs, M. (1996). *La economía verde: medio ambiente, desarrollo sostenible y la política del futuro*. caria Editorial.
- (22) Khatter, A., McGrath, M., Pyke, J., White, L. & Lockstone, L. (2019). Analysis of hotels' environmentally sustainable policies and practices: Sustainability and corporate social responsibility in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2394–2410. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2018-0670>
- (23) La Crónica del Quindío. (2019). *6,1% ha aumentado flujo de turistas extranjeros en Quindío en los últimos tres años*.
- (24) Lalangui, J., Espinoza, C. y Pérez, M. J. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 148–153.
- (25) Lovato, S., Acosta, M. y Montesdeoca, M. D. (2018). La gestión administrativa del turismo sostenible en áreas marinas protegidas y la influencia de los grupos de interés. *Espacios*, 39 (44), 1–21.
- (26) Llull, A. (2005). *Contabilidad medioambiental y desarrollo sostenible en el sector turístico* [Tesis Doctoral, Universitat de les Illes Balears].
- (27) Ministerio de Industria Comercio y Turismo [MINCIT]. (2014). *Norma Técnica Sectorial Colombiana (NTS-TS 001-01:2014)*.
- (28) Ministerio de Industria Comercio y Turismo [MINCIT]. (2020). *Política de Turismo Sostenible Unidos por la Naturaleza*. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y->

desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/politica-de-turismo-sostenible-9.aspx

- (29) Observatorio Económico y Social del Quindío. (2019). *Informe Anual del Departamento del Quindío 2019*.
- (30) Organización Internacional de Trabajo. (2022). *OIT: Tras dos años de pandemia la recuperación del empleo ha sido insuficiente en América Latina y el Caribe*. http://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_836198/lang--es/index.htm
- (31) Organización Mundial de Turismo. (2021). *Turismo responsable, sostenible y accesible*. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-omt>
- (32) Organización Mundial de Turismo. (2023). *Desarrollo sostenible*. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- (33) Perez, L. A., Miller, V. V. & Pisani, M. J. (2010). CSR, sustainability and the meaning of global reporting for Latin American corporations. *Journal of Business Ethics*, 91(2), 193–209. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0614-y>
- (34) Portafolio. (2019). *Suben ingresos por turismo en Quindío*.
- (35) Quintero, L., Zurbarán, D. y Piñeros, S. (2023). Percepción de los grupos de interés turísticos ante los efectos del covid-19. Caso de territorios municipales en Antioquia - Colombia. *Tendencias*, 24(1), 1–23. <https://doi.org/10.22267/RTEND.222302.213>
- (36) Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.2307/258788>
- (37) Tomšič, N., Bojnec, Š. & Simčič, B. (2015). Corporate sustainability and economic performance in small and medium sized enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 108, 603–612. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2015.08.106>
- (38) Vanegas, T. A. (2020). *Evolución de las Memorias de Sostenibilidad en las Pymes Colombianas* [Tesis de pregrado, Universidad de Antioquia]. Biblioteca Digital UdeA.

Cómo citar este artículo: García, M., Montoya, A. y González, S. (2024). Turismo sostenible: una aproximación desde las prácticas sostenibles en el Valle del Cocora. *Tendencias*, 25(1), 191-219. <https://doi.org/10.22267/rtend.242501.246>