

**Análisis de la situación actual del turismo de naturaleza en Colombia, mediante la revisión  
de la cadena de valor sus puntos críticos e impactos medioambientales**

Sheridan Nayeli Betancour Jiménez

Diney Zapata Novoa

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Programas de Economía y Administración de empresas

Acacias

2022

**Análisis de la situación actual del turismo de naturaleza en Colombia, mediante la revisión  
de la cadena de valor sus puntos críticos e impactos medioambientales**

Sheridan Nayeli Betancour Jimenez

Diney Zapata Novoa

Trabajo para optar por el título de Economista y Administradora de Empresa

Director:

Hugo Alberto Martínez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Programas de Economía y Administración de empresas

Acacias

2022

### **Dedicatoria**

Todo lo que mejor sé hacer en la vida, es gracias a Dios, a mis padres y a mi esfuerzo. A Dios, gracias por la vida, a mis padres por la enseñanza, y a mí por la dedicación. Para nosotros.

*Sheridan Betancour*

La capacidad de permanecer y esforzarme hasta alcanzar el objetivo es gracias a Dios y a mis padres, que con su apoyo y dedicación formaron una ciudadana capaz y responsable.

*Diney Zapata*

## Resumen

Esta investigación tiene como propósito analizar la situación actual del turismo de naturaleza en Colombia, mediante la revisión de la cadena de valor sus puntos críticos e impactos medioambientales, en relación con la economía circular; propósito que se deriva de los objetivos del macro proyecto “Modelo inteligente de economía circular para el turismo de naturaleza en Colombia como estrategia para reducir la pobreza”, de manera que se ofrezcan elementos de análisis para la propuesta de soluciones al sector. Para dar cumplimiento al objetivo general de esta investigación, se realiza la debida revisión de literatura, la cual ha resultado amplia, gracias al auge teórico del turismo sostenible, la urgente implementación de economía circular en el turismo, y las diferentes iniciativas tanto públicas como privadas; para el desarrollo se establece metodología cuantitativa de alcance descriptivo a través del método no experimental, transversal, y se encuesta a los alojamientos como principal eslabón de la cadena de calor. Se obtiene como resultado la identificación teórica de los puntos críticos en la cadena de valor, y la determinación de los impactos medioambientales generados por el turismo de naturaleza en Colombia, dentro de lo que se destaca el deterioro medioambiental debido a la actividad turística en la naturaleza, generación de crecientes emisiones de carbono, y uso excesivo de agua y energía eléctrica, así como también la permanencia en prácticas propias de economía lineal.

**Palabras clave:** Cadena de valor, desarrollo sostenible, impactos medioambientales, puntos críticos, turismo de naturaleza.

## Abstract

The purpose of this research is to analyze the current situation of nature tourism in Colombia, through the review of the value chain, its critical points and environmental impacts, in relation to the circular economy; purpose derived from the objectives of the macro project "Intelligent model of circular economy for nature tourism in Colombia as a strategy to reduce poverty", in order to offer elements of analysis for the proposal of solutions to the sector. In order to fulfill the general objective of this research, a literature review is carried out, which has been extensive, thanks to the theoretical boom of sustainable tourism, the urgent implementation of circular economy in tourism, and the different initiatives both public and private; for the development, a quantitative methodology of descriptive scope is established through the non-experimental, transversal method, and a survey of lodgings as the main link in the value chain is carried out. The result is the theoretical identification of the critical points in the value chain, and the determination of the environmental impacts generated by nature tourism in Colombia, within which the environmental deterioration due to the tourist activity in nature, generation of increasing carbon emissions, and excessive use of water and electric energy, as well as the permanence in practices typical of linear economy, stand out.

**Keywords:** Value chain, sustainable development, environmental impacts, critical points, nature tourism.

## Tabla de contenido

Introducción .....	14
Justificación. ....	16
Planteamiento del problema. ....	16
Formulación del problema .....	18
Objetivos.....	19
General. ....	19
Específicos. ....	19
Marco de referencia .....	20
Antecedentes. ....	20
Turismo de naturaleza .....	20
Economía circular en turismo.....	20
Cadena de valor del turismo. ....	20
Impactos medioambientales del turismo. ....	20
Marco conceptual. ....	21
Marco teórico. ....	23
Marco legal.....	25
Metodología .....	27

Diseño de la investigación.....	27
Técnica de recolección de datos.....	27
Instrumento de recolección de datos.....	28
Muestreo.....	29
Resultados.....	31
Caracterización.....	34
Administrativa.....	40
Financiera.....	50
Logística.....	52
Tecnológica.....	55
Infraestructura.....	59
Comercial.....	61
Ambiental.....	63
Discusión.....	68
Conclusiones.....	71
Referencias bibliográficas.....	73
Apéndice A.....	81

**Lista de Tablas**

Tabla 1 Cantidades de contactos y encuestas respondidas. ....	30
Tabla 2 Clasificación de las dimensiones en la encuesta.....	31



## Lista de Figuras

Figura 1 Cadena de valor del turismo de naturaleza en Colombia. ....	24
Figura 2 Preguntas orientadoras sobre medioambiente. ....	28
Figura 3 Área de ubicación de los alojamientos. ....	32
Figura 4 Zonas geográficas en las que se ubican los alojamientos. ....	33
Figura 5 Tiempo ofertando el servicio de alojamiento en turismo de naturaleza en Colombia....	34
Figura 6 Catalogación de los establecimientos. ....	34
Figura 7 Nivel de conocimiento sobre turismo de naturaleza.....	35
Figura 8 Segmentos de turismo de naturaleza en los que principalmente se ofrecen los servicios de alojamiento. ....	36
Figura 9 Nivel de conocimiento sobre la sostenibilidad desde lo ambiental en la prestación del servicio.....	37
Figura 10 Nivel de conocimiento sobre la economía circular aplicada a la prestación del servicio.....	38
Figura 11 Nivel de conocimiento de los prestadores de servicio sobre los ODS.....	38
Figura 12 Aspectos culturales, tradicionales y simbólicos de la región y/o localidad, con los que cuentan los establecimientos.....	39
Figura 13 Tipo de alojamiento en turismo de naturaleza en Colombia. ....	40
Figura 14 Tipo de alianzas con las que cuentan los alojamientos. ....	41
Figura 15 Eslabones de la cadena de valor que realizan prácticas sostenibles desde lo ambiental en los procesos. ....	42

Figura 16 Dedicación de recursos para optimizar procesos con el fin de mejorar la sostenibilidad desde lo ambiental.....	43
Figura 17 Recibimiento de capacitación sobre turismo de naturaleza sostenible o negocios verdes. ....	43
Figura 18 Recibimiento de capacitación sobre economía circular.....	44
Figura 19 Actividades enfocadas a la reducción, reutilización reparación y reciclaje, de los insumos utilizados en la prestación del servicio, en donde integre los demás eslabones de la cadena de valor. ....	45
Figura 20 Destinación de recursos para analizar y medir los impactos medioambientales de la organización, y de los usuarios. ....	45
Figura 21 Participación en iniciativas gubernamentales.....	46
Figura 22 Otra.....	47
Figura 23 Promoción como una organización con criterios de sostenibilidad desde lo ambiental.....	47
Figura 24 Dedicación de esfuerzos para identificar, analizar e implementar las siguientes acciones respecto al tema ambiental y uso de residuos en los procesos de su negocio.....	48
Figura 25 Aplicación de políticas de responsabilidad social empresarial.....	49
Figura 26 Identificación de cambios en los procesos de la organización que favorezcan la sostenibilidad ambiental, en el último año.....	50
Figura 27 Recibimiento de apoyo financiero gubernamental para implementar procesos de economía circular en los alojamientos de turismo de naturaleza.....	50

Figura 28 Inversión en actividades con el fin de fomentar prácticas sostenibles desde lo ambiental en la cadena de valor. ....	51
Figura 29 Diseño de los procesos logísticos para contribuir con la sostenibilidad desde lo ambiental.....	52
Figura 30 Cooperación del alojamiento con los demás eslabones de la cadena de valor, en pro del desarrollo sostenible del turismo de naturaleza en su región.....	53
Figura 31 Tecnologías implementadas en los procesos para la prestación del servicio contribuyendo a minimizar los impactos medioambientales .....	55
Figura 32 Otra.....	55
Figura 33 Sostenibilidad en los aparatos tecnológicos usados en la organización. ....	56
Figura 34 Tecnologías exponenciales que mitigan el impacto ambiental. ....	57
Figura 35 Otra.....	58
Figura 36 Infraestructura R.....	59
Figura 37 Cuenta con puntos ecológicos. ....	59
Figura 38 Adecuada forma de reciclaje. ....	60
Figura 39 Conservación de recursos naturales.....	61
Figura 40 Utilizan practicas justas en la comercialización. ....	62
Figura 41 Calificación de los factores de acuerdo con el impacto ambiental producido por la prestación de su servicio. ....	63
Figura 42 Sostenibilidad ambiental.....	63
Figura 43 Empleo de principios de economía circular en la operación. ....	64

Figura 44 Actividades de sostenibilidad ambiental. ....	65
Figura 45 Procesos de mejora enfocados en los ODS. ....	66
Figura 46 Estudios de huella de carbono .....	67

**Lista de Anexos**

Apéndice A .....	81
------------------	----

## Introducción

Tal como lo dice United States Agency International Development (USAID), MinComercio, y Procolombia (2020):

No hay ningún otro país con una riqueza natural más vibrante que la de Colombia. Su megabiodiversidad es un enorme potencial para el turismo de naturaleza, que jalona la economía, protege el medioambiente y genera oportunidades que apoyan la consolidación de la paz. (p. 6)

Dado el alto potencial de Colombia en este segmento turístico y al ser uno de los 17 países megadiversos del planeta, se viene consolidando una oferta especializada en torno a las actividades comprendidas dentro de turismo de naturaleza (MinComercio, 2018), que abarcan desde el sector público hasta el privado. Entre los servicios turísticos clave, cabe mencionar los siguientes: alojamiento, comida, transporte, actividades recreativas e información cultural (Garry y Martínez, 2017). Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2022), para el primer trimestre de 2022 alojamiento y servicios de comida crecieron 15,3% estando por encima de la economía nacional; sin embargo, este sector como muchos otros, padece de diferentes problemáticas que lo aquejan. Para el propósito de esta investigación, se observa y se adopta como problema la desarticulación de la cadena de valor del turismo de naturaleza en Colombia, que influye como impedimento para el desarrollo del sector y el desatender de manera masiva al llamado de transición hacia la economía circular. Esta investigación busca analizar la situación actual del turismo de naturaleza en Colombia, mediante la revisión de la cadena de valor, sus puntos críticos e impactos medioambientales, en relación con economía circular, para ello se realiza una amplia revisión documental que brinda las bases sobre los temas de estudio. Se establece metodología cuantitativa de alcance descriptivo, y se

encuesta al alojamiento -rural-, como el principal eslabón de la cadena de valor, encuesta que se enfoca fundamentalmente en las prácticas de economía circular tanto en este eslabón, como en los restantes. Con los resultados, análisis y conclusiones de esta investigación se brindan elementos de análisis al macroproyecto “modelo inteligente de economía circular para el turismo de naturaleza en Colombia, como estrategia para reducir la pobreza” del cual esta investigación se deriva, junto con la que también se pretende aportar soluciones al sector.

## **Justificación**

Los resultados brindarán elementos de análisis para la propuesta de un modelo inteligente de economía circular para el turismo de naturaleza en Colombia, como estrategia para reducir la pobreza, contribuyendo a su aporte en el cumplimiento del objetivo de desarrollo sostenible número 12 “producción y consumo responsable”. Y así mismo cooperando al cumplimiento del recién consagrado de manera universal, el derecho humano a un medioambiente limpio, saludable, y sostenible.

Así mismo, el enfoque sostenible que toma la determinación de los puntos críticos, y la identificación de los impactos medioambientales es en cooperación de la transición hacia la implementación de métodos de producción y consumo más sostenibles y sustentables mediante la economía circular en el turismo de naturaleza, contribuyendo de esta manera al desarrollo sostenible de este sector en Colombia.

## **Planteamiento del problema**

De acuerdo con la Revista Semana (2021), el aporte del turismo en 2020 fue de US\$4,7 billones de dólares, un 5,5% de la economía mundial, mientras que en 2019 fueron casi \$9,2 billones de dólares que la industria aportó al PIB (10,4% de la economía mundial). La ministra de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, María Ximena Lombana, asegura que para 2022 se espera una completa recuperación, y se estima un PIB de alojamiento y servicios de comida de alrededor de COL 37,5 billones (US\$ 9.390 millones), un alza de entre el 8% y el 14% al compararlo con valores de 2019 (Hosteltur, 2021). Durante el primer trimestre de 2022, los ingresos de divisas por turismo aumentaron 210,2% respecto al mismo periodo de 2021 y cayeron 4,6% respecto al mismo periodo de 2020 (MinCit, 2022). Lo anterior sostiene el potencial económico con el que cuenta el turismo de naturaleza en el país y sus notables aportes



a la producción nacional, sin embargo, se identifican problemáticas que han dificultado en gran parte su desarrollo, como la desarticulación de la cadena de valor, que influye en el fortalecimiento de los puntos críticos en la misma, y el aumento de afectaciones negativas en el medioambiente, dentro de las cuales se resalta principalmente que el turismo implica viajes de larga distancia, convirtiéndolo en responsable del aumento de la utilización de energía y emisiones de CO<sub>2</sub>. La contaminación atmosférica, los residuos y el intenso tráfico turístico fueron responsables del agotamiento de los recursos y del medioambiente (Zhang y Zhang, 2020).

Según lo planteado por de Duque (2011):

Un problema generalizado de las organizaciones que hacen parte del sector turístico ha sido la desarticulación de la Cadena de Valor, lo que se evidencia en la deficiente calidad en las prestación de los servicios; escasa innovación en los productos ofertados, (...) en fin, baja capacidad de los empresarios para la consolidación de sus empresas y para la generación de valor para todo los participantes de la cadena productiva, lo que incide directamente en la poca competitividad de los destinos turísticos. (p.7)

De acuerdo con lo anterior, en lo referente a los puntos críticos e impactos medioambientales (consumo excesivo de energía eléctrica y agua, deforestación, entre otros) derivados de la prestación del servicio de turismo de naturaleza en Colombia, se evidencia también dicha desarticulación por parte de los eslabones de la cadena de valor, lo que influye en la baja sostenibilidad y sustentabilidad, persistiendo en el uso de procesos relacionados con economía lineal. Como problema de investigación, se toman los puntos críticos e impactos ambientales generados por los diferentes actores de la cadena, desde el punto de vista de la economía circular.

**Formulación del problema**

Dado lo anterior, se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los puntos críticos e impactos medioambientales relacionados con economía circular en la cadena de valor del turismo de naturaleza en Colombia?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar la situación actual del turismo de naturaleza en Colombia mediante la revisión de la cadena de valor, sus puntos críticos e impactos medioambientales, en relación con la economía circular.

### **Objetivos Específicos**

Describir la situación actual del turismo de naturaleza en Colombia.

Determinar los puntos críticos en la cadena de valor del turismo de naturaleza en Colombia.

Identificar los impactos medioambientales del turismo de naturaleza en Colombia.

## **Marco de referencia**

### **Antecedentes**

#### **Turismo de naturaleza**

Escobedo (2018), expone que el turismo de naturaleza es “es un ejemplo de la evolución del turismo a través de los siglos ya que es una extensión de la actividad turística clásica de los años 50’s” y que teóricamente, el turismo de naturaleza está dentro del turismo alternativo.

#### **Economía circular en turismo**

La decadencia de los recursos naturales, el aumento de su consumo y de la población, exigen un cambio urgente del modelo lineal actual de “extraer, consumir, desechar”, a un modelo circular donde a través de de la reducción y eliminación de residuos, la reutilización y reciclaje, se puede desvincular el crecimiento económico del uso de nuevos recursos (Arroyo M., 2018). El turismo es uno de los sectores que se resalta como objeto de implementación de la economía circular, dado el deterioro ambiental que provoca esta actividad económica.

#### **Cadena de valor del turismo**

La cadena de valor es un concepto acuñado por Michael Porter en 1985, en el cual las actividades de una empresa crean una serie de relaciones o eslabones que tienen como objetivo aportar el mayor valor posible para el cliente. (Teamleader, 2017). En el sector turístico, el tema de las cadenas de valor ha sido objeto de pocos estudios (Szpilko, 2017), aunque para el caso de Colombia se han encontrado diferentes investigaciones que permitieron la construcción teórica de la cadena de valor en el turismo de naturaleza en el país.

#### **Impactos medioambientales del turismo**

Las actividades turísticas traen consigo consecuencias negativas para el entorno natural (Butler, 1991; Romeril, 1989; Tang, 2015, como se citó en Bielański, Korbiel, Taczanowska, et

al. 2022). Se identificaron diferentes actividades relacionadas con el turismo como causa de la contaminación, como la construcción de infraestructuras (carreteras y aeropuertos), hoteles, centros turísticos, tiendas, restaurantes, campos de golf y puertos deportivos (Agarwal et al., 2019, citados en Ali, Yaseen, Anwar, et al. 2021). El turismo es probablemente una industria más ecológica en comparación con otras industrias como la manufacturera (Nguyen y Dinh Su, 2021), pero la evidente brecha entre la intención medioambiental general y el comportamiento específico dentro del turismo sugiere que el turismo será un comportamiento difícil de cambiar (Miller, Rathouse, Scarles, et al. 2010).

### **Marco conceptual**

De acuerdo con Colombia Productiva (2018), el turismo de naturaleza –TN en algunas ocasiones- comprende todo tipo de viajes enfocados en la naturaleza, en los que la principal motivación es la observación y apreciación de la biodiversidad, acompañada de la cultura de poblaciones locales. El TN se divide en tres segmentos principales: Turismo de aventura, turismo rural y turismo rural (Colombia Productiva, 2013).

Cifuentes, M., (2015) muestra que el turismo de aventura abarca actividades relacionadas con buceo, rafting, rápel, torrentismo espeleología, parapentismo, trekking y alta montaña; el turismo rural por su parte se compone de agroturismo, turismo de haciendas y granjas turísticas; y dentro del ecoturismo se encuentran las actividades en avistamiento de aves, avistamiento de ballenas, senderismo interpretativo, recuperación de fauna y flora. Como productos complementarios se encuentra el turismo cultural, turismo bienestar, y turismo científico (Colombia Productiva, 2013, p.8).

En el contexto de la sostenibilidad medioambiental, el modelo de economía circular (EC) consiste en una estrategia que reduce el impacto negativo sobre el medioambiente, ofreciendo

una alternativa al modelo lineal empresarial tradicional, en la que el producto final es la fuente de creación de valor, y alcanza su punto álgido con su consumo (Kowszyk y Maher, 2018, p.8). Así, la economía circular promueve la optimización de recursos, la reducción en el consumo de materias primas y el aprovechamiento de los residuos, reciclándolos o dándoles una nueva vida para convertirlos en nuevos productos, garantizando el desarrollo sostenible en las sociedades (Repsol, s/f). Para lograr el desarrollo sostenible, es fundamental la realización de cuatro erres fundamentales en economía circular: reducir, reutilizar, reparar y reciclar.

El turismo circular es un concepto reciente que se define como un tipo de turismo que no solo permite conservar el patrimonio cultural y natural reduciendo la extracción de materia prima y afectaciones negativas, sino que también nos permite regenerar el capital natural, convirtiendo en líderes en calidad e innovación los distintos destinos turísticos. (Gaztelumendi, Tarí, y Mora, 2019, p. 99)

La cadena de valor es una herramienta de gestión que describe las actividades de una organización para crear valor enfocado al cliente (Aguilar, 2019). Los puntos críticos en ella se comprenden como las falencias, obstáculos y vacíos que dificultan la creación de dicho valor.

Los impactos medioambientales se consideran como todas las alteraciones al medioambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada. En términos simples el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza (Gestión de Recursos Naturales [GRN], 2018).

El concepto universal de desarrollo sostenible se comprende como «el desarrollo sostenible como la satisfacción de «las necesidades de la generación presente sin comprometer la

capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades». (Informe titulado «Nuestro futuro común» de 1987, Comisión Mundial sobre el Medioambiente y el Desarrollo, como se citó en UN ORG s/f)

### **Marco teórico**

“El sector turístico se ofrece como una de las industrias en las que la aplicación de los principios de economía circular promete resultados más avanzados en sostenibilidad y rentabilidad” (Camisón Z. 2019), el concepto de turismo circular se crea de la implementación de economía circular en el turismo, cuyo pilar principal es el uso de cuatro erres fundamentales: reducir, reutilizar, reparar y reciclar (Ecolec Fundación, 2018).

Para la examinación de la cadena de valor, se tienen en cuenta los eslabones: Agencias de viajes, transporte, gastronomía, servicios de guianza turística y alojamiento (Global Green Growth Institute [GGGI], 2021), determinándose el último como el eslabón principal. El orden de los eslabones se determinó con base en el Manual para el Fortalecimiento de cadenas de valor con respaldo de la CEPAL, donde se expresa que los primeros eslabones son quienes provisionan los insumos, el eslabón del centro es el producto o servicio central de la cadena, y los últimos son el encadenamiento hacia adelante (Padilla y Oddone, 2016). De esta manera la cadena de valor se observa así:

**Figura 1**

*Cadena de valor del turismo de naturaleza en Colombia.*



**Fuente:** GGGI, (2021). Diseño propio.

Los puntos críticos, de acuerdo a Orozco (2017) se categorizan en: Factores de producción, capital humano, infraestructura, financiación.

**Factores de producción:** Afectaciones negativas al medioambiente y ecosistemas; presencia de factores armados ilegales y actuación de delincuencia común.

**Capital humano:** Poca formación académica para prestar el servicio; ausencia de personal capacitado en temas de turismo; falta de personal bilingüe; falta de guías especializados y bilingües, falta de mayores conocimientos sobre la historia y cultura del lugar.

**Infraestructura:** Falencias en conectividad aérea, terrestre y fluvial; elevados precios en los vuelos y acceso limitado a muchos lugares; mal estado de las vías secundarias y terciarias; debilidad en señal de celular e internet.



Financiación: Complejidad para acceder a microcréditos; elevados costos de formalización legal; ausencia de incentivos para emprendimiento turístico; pocaarticulación entre sector público y privado.

En cuanto a impactos medioambientales además de la contaminación atmosférica, también se identifican: producción de residuos y vertidos, contaminación química y microbiológica, eliminación de la vegetación para la construcción de edificios, alteraciones del hábitat, biodiversidad expuesta a tóxicos, contaminación de las fuentes hídricas con aguas residuales no tratadas (Duran-Izquierdo y Olivero-Verbel, 2021). La generación de crecientes emisiones de carbono, ser intensivo en consumo de energía y registrar altos niveles de consumo de agua (MinComercio, 2020), son impactos reiterativos.

Medina (2019), expone que los tres factores del alojamiento –como eslabón de la cadena de valor- que generan impactos medioambientales son: (1) el incremento de la construcción sin una adecuada planificación y regulación; (2) problemas en la gestión del agua potable y las aguas residuales; y (3) problemas en la gestión de los residuos sólidos (p. 115).

### **Marco legal**

Artículo 8 y 95. Obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas naturales y culturales. Constitución Política de Colombia [const]. Art. 8. 95 de julio de 1991(Colombia).

Artículos 44 y 52: Reconocimiento de las actividades del tiempo libre, como derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El turismo es considerado como una de las actividades del tiempo libre. Constitución Política de Colombia [const]. Art. 44. 52 de julio de 1991(Colombia).

Artículo 63. Bienes de uso público, Parques Naturales, tierras comunales de grupos étnicos, resguardos, patrimonio arqueológico de la nación son inalienables y los demás que considere la ley son imprescriptibles e inembargables. Constitución Política de Colombia [const]. Art. 63 de julio de 1991(Colombia).

Artículo 67: Definición de la educación como función social y desde allí, el acceso a los bienes y valores de la cultura; guarda relación con la actividad turística en la medida que se debe impulsar la forma para llegar a los bienes y valores de la cultura, muchos de ellos generadores de atracción para visitantes. De ahí el significado de la promoción y el fomento de la educación como deber del Estado (artículo 70), al igual que su inclusión en los planes de desarrollo económico y social (artículo 71) de las entidades territoriales. Constitución Política de Colombia [const]. Art. 67. de julio de 1991(Colombia).

## **Metodología**

Establecido el propósito de analizar la situación actual del turismo de naturaleza en Colombia, mediante la revisión de la cadena de valor e impactos medioambientales, en relación con economía circular, y buscando responder a: ¿Cuáles son los puntos críticos e impactos medioambientales relacionados con economía circular en la cadena de valor del turismo de naturaleza en Colombia? Se establece la siguiente metodología.

### **Diseño de la investigación**

La metodología de esta investigación es cuantitativa de alcance descriptivo no experimental, transversal, éste es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos (Dzul E., s/f). Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 155), objetivo que encajan con el de esta investigación. Se utiliza un muestreo no probabilístico por conveniencia o a juicio de los investigadores.

### **Técnica de recolección de datos.**

Para la recolección de información secundaria, se tuvo en cuenta principalmente base de datos como Google académico, Science Direct, e investigaciones de universidades nacionales e internacionales, de organizaciones públicas y privadas, políticas públicas, sectoriales y planes estratégicos. Para el caso de la información primaria, se diseñó una encuesta (ver Anexo 1), la cual cumplió con los requisitos esenciales expresados por Hernández et al., (2014): confiabilidad, validez y objetividad. Dado que se determinó el eslabón alojamiento como el central y principal de la cadena de valor del turismo de naturaleza en Colombia, y en

concordancia con el propósito de esta investigación, se aplicó una encuesta a 87 alojamiento rurales ubicados en territorio nacional colombiano. En su mayoría se aplicó de forma online a través de un formulario de Google Docs, donde se tenía contacto telefónico previo con los propietarios, o trabajadores de los alojamientos rurales y se envía el link del formulario mediante whatsApp o correo.

En el municipio de Mesetas en el departamento del Meta se aplicó la encuesta in situ, puesto que se determinó como uno de los municipios con los que mayor potencial cuenta en turismo de naturaleza.

### **Instrumento de recolección de datos.**

El principal instrumento de recolección de datos fue una encuesta, Anexo 1, realizada a partir de información teórica, y bajo recomendaciones de documentos académicos precedentes. Las preguntas se elaboraron bajo la perspectiva de economía circular, prácticas sostenibles e impactos medioambientales. Para la elaboración de la encuesta se tuvo en cuenta las siguientes preguntas:

### **Figura 2**

*Preguntas orientadoras sobre medioambiente.*

---

#### RECUADRO IV.2 PREGUNTAS ESTRATÉGICAS EN MATERIA DE MEDIOAMBIENTE

---

- De las actividades de producción y procesamiento de la cadena, ¿se desprenden impactos ambientales negativos?
  - ¿Cuáles son las fuentes de energía que se emplean y cuál es la eficiencia del uso de energía en los diferentes eslabones de la cadena?
  - ¿Cómo es la gestión del recurso agua utilizada en los diferentes eslabones de la cadena?
  - ¿Qué tipo y qué cantidad de productos químicos se aplican en los diferentes procesos de la cadena?
  - ¿Qué residuos se arrojan al medioambiente y cómo es su gestión en los diferentes eslabones?
  - ¿Se originan gases de efecto invernadero u otras emisiones contaminantes en los procesos de producción de los eslabones?
-

- 
- ¿Qué otra fuente potencial de contaminación se reconoce como, por ejemplo, acidificación y eutrofización?
  - ¿Las empresas están desarrollando medidas de mitigación o adaptación al cambio climático?
  - ¿El cambio climático está afectando las actividades de la cadena?
  - ¿Se están tomando medidas para mitigar el impacto del cambio climático en las actividades de la cadena?
- 

**Fuente:** (Padilla y Oddone, 2016).

La encuesta se compone de ocho dimensiones: Caracterización, administrativa, financiera, logística, tecnológica, infraestructura, comercial y ambiental (ver Anexo 1). Validada por pares nacionales e internacionales, y con un alfa de Cronbach de 0.946, lo que se interpreta como un alto grado de fiabilidad.

### **Muestreo.**

La definición de la muestra se dio de forma no probabilística. En esta la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador (Johnson, 2014, Hernández-Sampieri et al., 2013 y Battaglia, 2008b, como se citó en Hernández et al., 2014, p. 176). Como argumento de peso del porqué la preferencia de este tipo de muestra, aun siendo la investigación cuantitativa se expresa lo siguiente de acuerdo a Hernández et al., (2014):

La ventaja de una muestra no probabilística —desde la visión cuantitativa— es su utilidad para determinados diseños de estudio que requieren no tanto una “representatividad” de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de casos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema. (p. 190)

Se construyó una base de datos de 203 alojamientos rurales, divididos en las ocho zonas geográficas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia: Zona Caribe, Amazonía y Orinoquía, Bogotá y Cundinamarca, Sur, Centro Boyacá, Centro Oriente, Centro Sur y Zona Occidente, y de la cual se obtuvo 87 encuestas respondidas, dados los siguientes parámetros:

- Para las zonas que contaran con más de 20 contactos en la base de datos, se debían lograr 10 o más encuestas.
- Para las zonas que contaran con menos de 20 contactos, se debían lograr al menos 7 encuestas.

### **Tabla 1**

*Cantidades de contactos y encuestas respondidas.*

TOTAL ALOJAMIENTOS CONTACTADOS	203
TOTAL ENCUESTAS RESPONDIDAS	87

**Fuente:** Elaboración propia.

## Resultados

Dado que una de las intenciones que justifica mayormente esta investigación, son los elementos de análisis que se ofrecerán para la propuesta de un modelo inteligente de economía circular para el turismo de naturaleza en Colombia como estrategia para reducir la pobreza, se toma como principales referencias las actividades enfocadas a economía circular, prácticas sostenibles y todo tipo de actividades encaminadas estrictamente con el medioambiente dentro del marco de actividades empresariales como las administrativas, financieras, logísticas, tecnológicas, comerciales, ambientales, e infraestructura. Los anteriores conceptos corresponden a las dimensiones en las que se dividió la encuesta, además de “Caracterización” que las precede. Como *Anexo 1* se encuentra la encuesta.

### Tabla 2

*Clasificación de las dimensiones en la encuesta.*

Dimensión	Características
Caracterización	Se recopila información sobre la antigüedad del establecimiento, su categorización, y nivel de conocimiento sobre los conceptos de turismo de naturaleza, sostenibilidad desde lo ambiental en la prestación del servicio, economía circular y ODS, además de la identificación de los segmentos del TN a los cuales se dedican, y si cuentan o identifican con aspectos culturales de la región donde operan.
Administrativa	Tipo de alojamiento, alianzas, realización de prácticas sostenibles, y capacitación en TN sostenible y economía circular.
Financiera	Inversión y manejo financiero en cuanto a la sostenibilidad ambiental, en alojamiento y eslabones restantes.

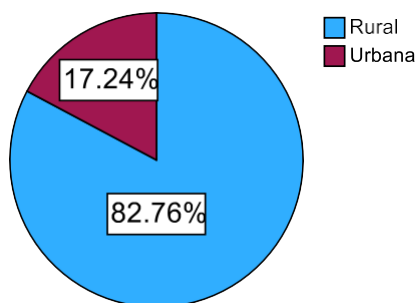
Logística	Orientación de los procesos logísticos a la sostenibilidad desde los ambiental.
Tecnológica	Implementación de tecnologías en pro de la disminución de afectaciones negativas al medioambiente.
Infraestructura	Adecuación de la infraestructura en aras de la realización de las cuatro erres de economía circular.
Comercial	Prácticas para conservar el medioambiente, y prácticas justas de comercialización.
Ambiental	Implementación de prácticas sostenibles y consideración de los impactos medioambientales que se generan con la operación.

---

**Fuente:** Elaboración propia.

### Figura 3

*Área de ubicación de los alojamientos.*



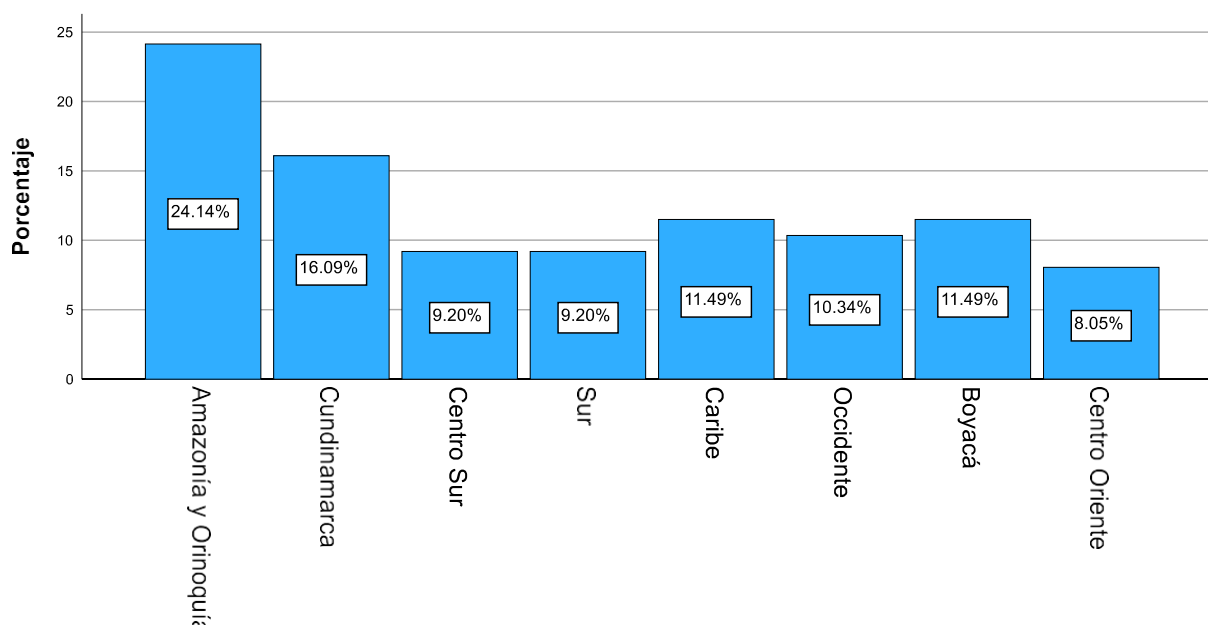
**Fuente:** Elaboración propia.

Respecto a la ubicación de los alojamientos, figura 3, el 82.76%, se ubican en la zona rural puesto que su actividad se orienta hacia el turismo de naturaleza, y la ruralidad resulta estratégica para su localización como para las fincas agroturísticas, puntos de encuentro para realizar senderismo, avistamiento de aves, y demás. Mientras que el 17.24% se ubica en la zona urbana.



**Figura 4**

*Zonas geográficas en las que se ubican los alojamientos.*



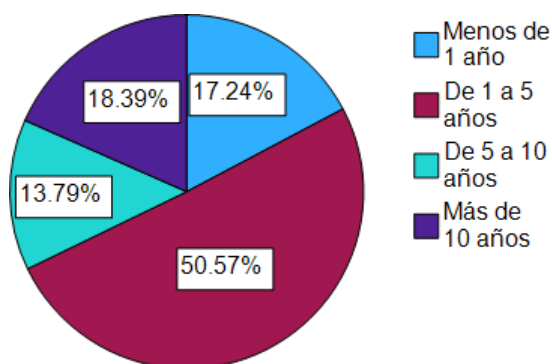
**Fuente:** Elaboración propia.

De acuerdo con la distribución geográfica que se realizó para la aplicación de la encuesta (figura 4), el mayor número de encuestados fue en la Zona amazonia y Orinoquia con un 24.1% debido a varios factores, entre los cuales podemos tener en cuenta; mayor accesibilidad para aplicar la encuesta en físico, crecimiento del turismo de naturaleza en la región como una de las apuestas productivas en el territorio, por citar solo algunos. Otra zona que tuvo un porcentaje significativo en cuanto a la participación en el diligenciamiento del instrumento fue Cundinamarca con un 16.1%, la Zona Caribe y Boyacá con un 11.5% respectivamente y las zonas Occidente y Centro Oriente con un 10.3% y 8.0%. Cabe resaltar que en las diferentes regiones el turismo de naturaleza viene creciendo de manera significativa, y en ese sentido, se quiso tener esta representatividad con el fin de tener una visión más amplia sobre este sector.

## Caracterización

### Figura 5

*Tiempo ofertando el servicio de alojamiento en turismo de naturaleza en Colombia.*

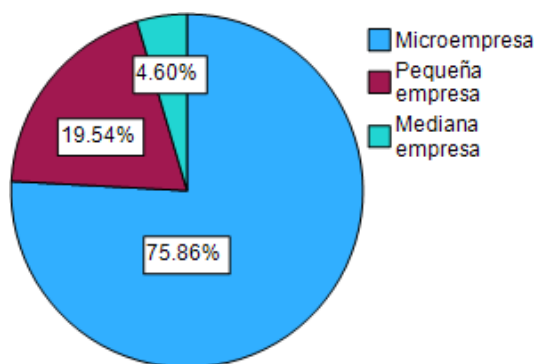


**Fuente:** Elaboración propia.

A partir del 2011 Procolombia ha dedicado esfuerzos para promocionar con mayor fuerza el turismo de naturaleza en Colombia a través de diferentes actividades (Echeverry, Espitia y Vallejo, 2018), esfuerzos que se ven reflejados en la longevidad del 50.57% de los alojamientos encuestados (figura 5), estando en funcionamiento de 1 a 5 años, del 13.79% estando de 5 a 10 años, y con mayor apropiación en el 18.39% con una antigüedad de más de 10 años; y el 17.24% con menos de un año, refleja el crecimiento reciente que se ha tenido en la oferta de alojamiento dentro del turismo de naturaleza, aún en el escenario post pandemia.

### Figura 6

*Catalogación de los establecimientos.*

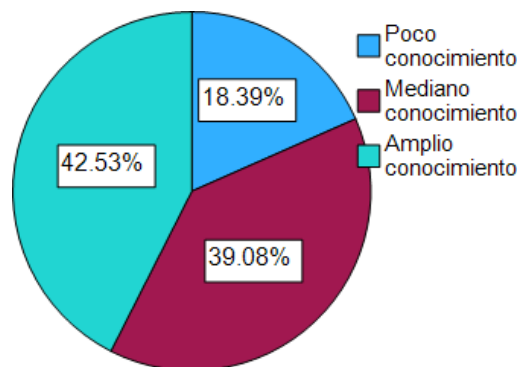


**Fuente:** Elaboración propia.

En la figura 6, tan solo 4.60% de los establecimientos se catalogan empresas medianas, mientras que ninguna se considera gran empresa. La gran mayoría se identifica como microempresa con un 75.86%, y el 19.54% como pequeña empresa, lo que refleja el poco crecimiento como empresa de los alojamientos en el turismo de naturaleza a través del tiempo, dado que tan solo el 17.24% de los encuestados lleva menos de un año ofertando el servicio (ver figura 5). Aunque esto se balancea con que las Mipymes (Micro, pequeña y mediana empresa) representan 78% del empleo en todo el territorio nacional, según el MINCIT (2021, como se citó en Morales, 2021).

### Figura 7

*Nivel de conocimiento sobre turismo de naturaleza.*

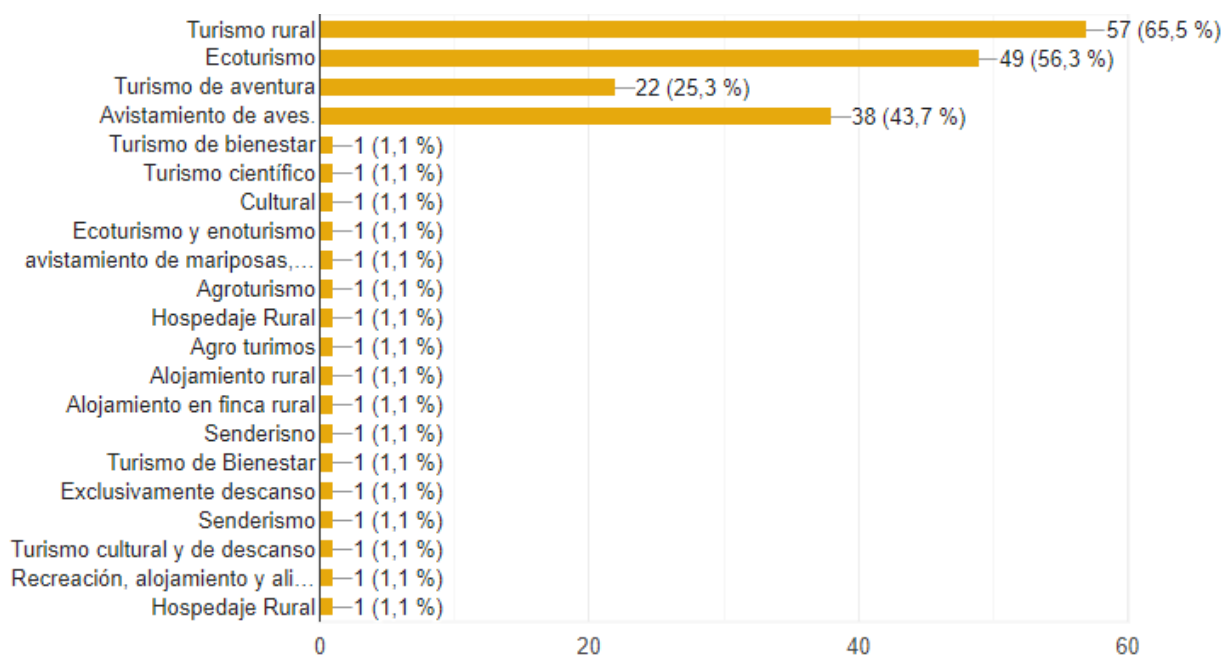


**Fuente:** Elaboración propia.

El turismo de naturaleza comprende actividades como las de aventura, los recorridos agroturísticos, el avistamiento de aves, además de la apreciación de la cultura del lugar, actividades ameritan conocimiento en ellas por parte del prestador para lograr el mayor grado de satisfacción al cliente, en este orden de ideas que el 42.53% y el 39.08% de los encuestados tengan amplio y mediano conocimiento respectivamente, figura 7, señala que los prestadores de servicio contribuyen desde su conocimiento a la satisfacción del cliente. Sin embargo, el 18.39% indica tener poco conocimiento, en lo que se ve reflejado uno de los puntos críticos en la cadena de valor, en cuanto a la poca formación académica de los prestadores de servicio.

### Figura 8

*Segmentos de turismo de naturaleza en los que principalmente se ofrecen los servicios de alojamiento.*

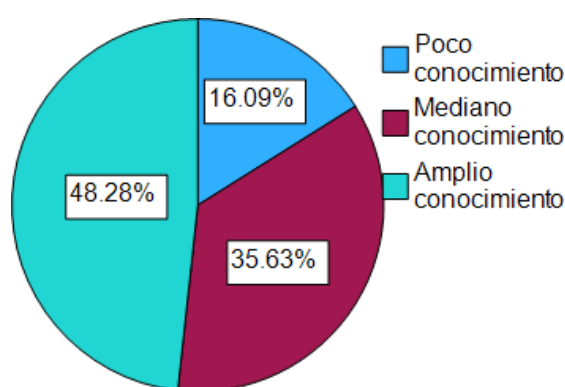


**Fuente:** Elaboración propia.

En esta pregunta, figura 8, se solicitó seleccionar el segmento de turismo de naturaleza al que el servicio ofrecido se enfoca principalmente, en ella, el encuestado tenía la posibilidad de marcar diferentes opciones, además de poder responder con algo diferente a las opciones dadas (figura 8). Turismo rural ocupa el primer lugar con el 65.5%, donde se comprende el agroturismo y el turismo de haciendas y granjas turísticas, ecoturismo, turismo de aventura y avistamiento de aves con 56.3%, 25.3%, 43.7%, respectivamente, siendo estas de las actividades más representativas dentro del turismo de naturaleza.

### Figura 9

*Nivel de conocimiento sobre la sostenibilidad desde lo ambiental en la prestación del servicio.*



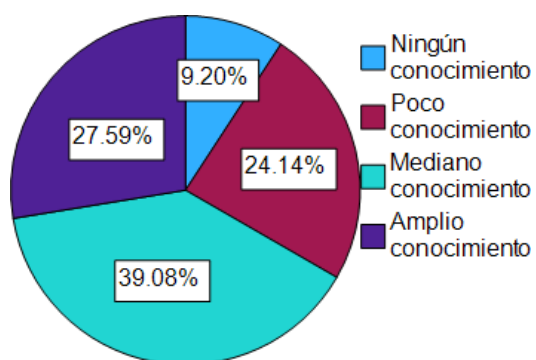
**Fuente:** Elaboración propia.

El conocimiento mismo sobre la sostenibilidad desde lo ambiental en todos los procesos de la prestación del servicio es fundamental para minimizar el deterioro medioambiental, garantizando la conservación y cuidado de los recursos naturales, así como también la realización del reciclaje, reutilización, reducción y reparación de los residuos. En la figura 9, el 48.3% de los alojamientos tienen amplio conocimiento, lo que representa un buen indicador del compromiso de los prestadores del servicio en cuanto a su responsabilidad con el

medioambiente, el 35.6% mediano, y 16.1% poco conocimiento, mientras que ninguno tiene ningún conocimiento.

### Figura 10

*Nivel de conocimiento sobre la economía circular aplicada a la prestación del servicio.*

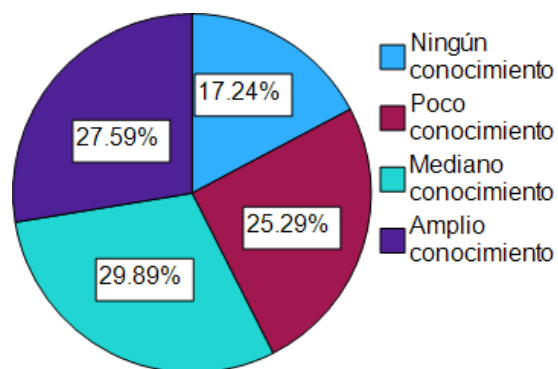


**Fuente:** Elaboración propia.

Pese a la eminente necesidad de implementar la economía circular como modelo masivo, no es tema de conversación diario, aun así, el 27.6% tiene amplio conocimiento, figura 10, lo que impulsa su implementación en la prestación del servicio; el 39.1% mediano conocimiento, tan solo el 9.2% de los encuestados no tiene conocimiento sobre este concepto, mientras que el 24.14% tiene poco conocimiento. Los bajos niveles de conocimiento sobre economía circular representan un obstáculo para la transición a este modelo desde el modelo lineal actual.

### Figura 11

*Nivel de conocimiento de los prestadores de servicio sobre los ODS.*

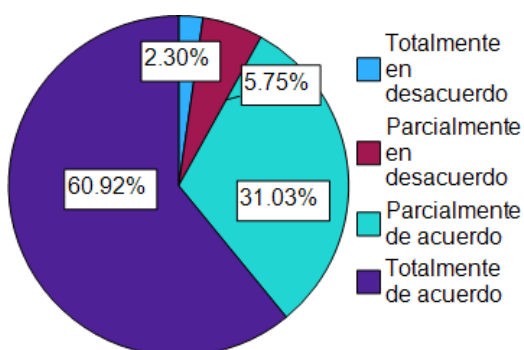


**Fuente:** Elaboración propia.

Considerando el hecho de que nos encontramos justo en la mitad del plazo para cumplir la agenda 2030, es señal de alarma los bajos niveles de conocimiento al respecto (figura 11), el 17.2% tienen conocimiento nulo sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el 2030, en la figura 11, el 25.3% poco, 29.9% mediano, y el 27.6% amplio conocimiento. La adopción de prácticas de economía circular puede verse como un requisito previo necesario para el desarrollo sostenible y para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por lo que el desconocimiento de ambos conceptos fomenta el deterioro ambiental.

## Figura 12

*Aspectos culturales, tradicionales y simbólicos de la región y/o localidad, con los que cuentan los establecimientos.*



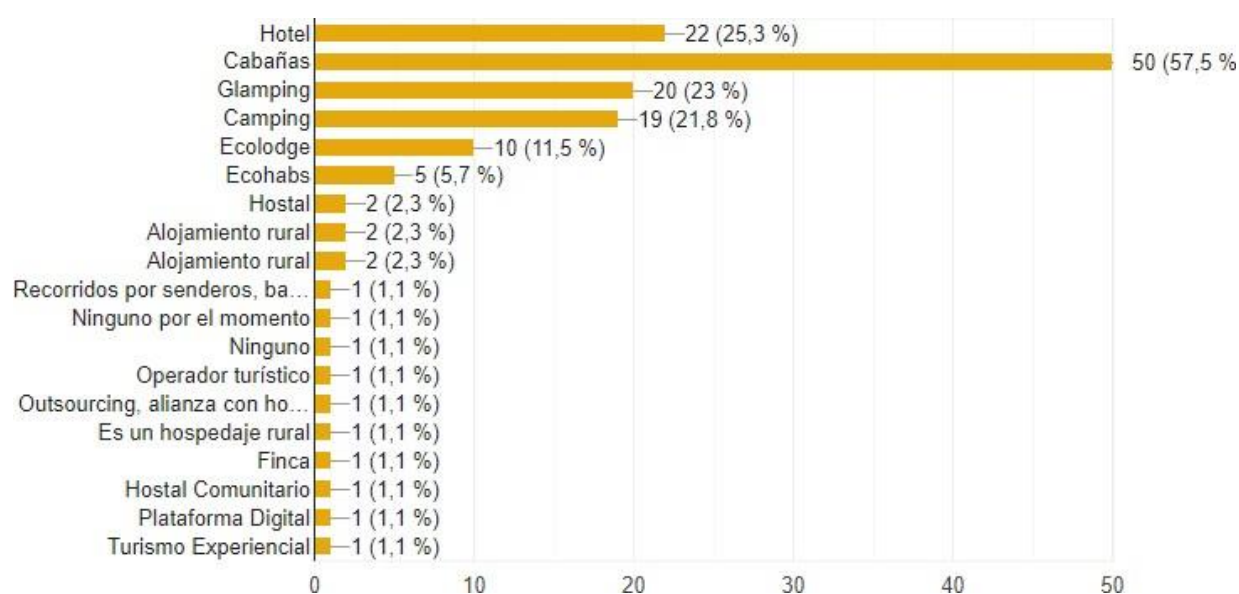
Dado que el turismo de naturaleza tiene como objetivo no solo la apreciación de la naturaleza, sino también de la cultura de los lugares turísticos, resulta estratégico que cada

establecimiento se identifique con aspectos culturales, tradicionales y simbólicos de la localidad; en este espacio se preguntó si el establecimiento se identifica con este tipo de aspectos (véase figura 12), a lo que el 60.9% respondió que se encuentra en total acuerdo, el 31% parcialmente de acuerdo, el 5.7% parcialmente en desacuerdo y 2.3% totalmente en desacuerdo, con lo que se concluye que es muy bajo el porcentaje de los alojamiento que no se identifican con aspectos propios culturales, tradicionales y simbólicos de cada zona que se encuesta.

### Administrativa.

### Figura 13

*Tipo de alojamiento en turismo de naturaleza en Colombia.*



**Fuente:** Elaboración propia.

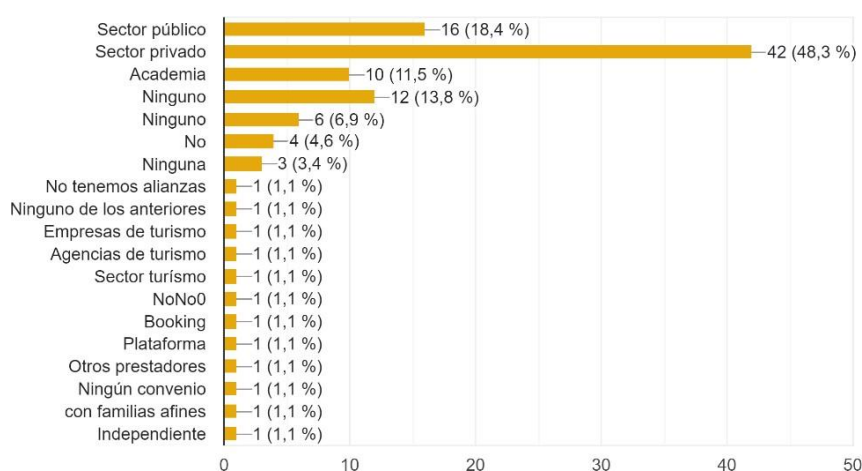
En este espacio el encuestado tenía la posibilidad de marcar varias opciones, además de responder de manera escrita una respuesta diferente a las opciones propuestas. El tipo de alojamiento en el modelo “cabaña” obtuvo la mayoría de las respuestas con un 57.5% (figura 13), lo que representa la solidificación del concepto natural y rural apropiado en el turismo de



naturaleza; sigue hotel con 25.3%, glamping con el 23%, camping y ecolodge con un el 21.8% y 11.5% respectivamente. Estos indicadores también permiten categorizar el tipo de oferta de alojamiento en el turismo de naturaleza en Colombia, y permite al turista observar en qué proporciones encontrará el alojamiento de su interés.

### Figura 14

*Tipo de alianzas con las que cuentan los alojamientos.*

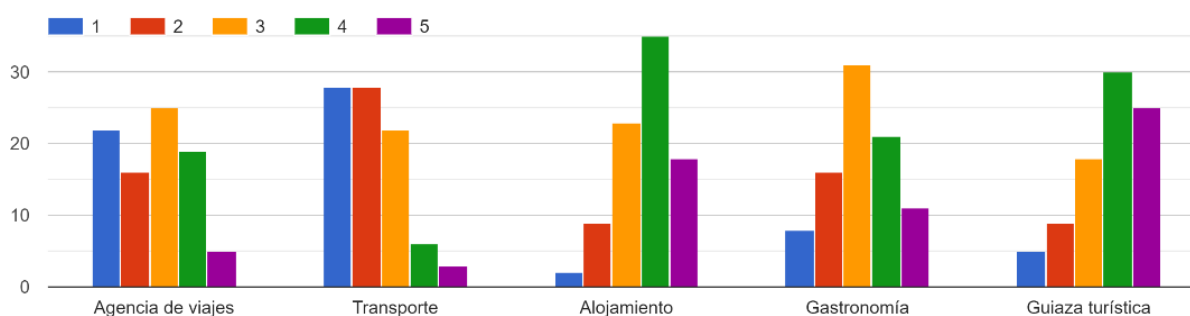


**Fuente:** Elaboración propia.

Actualmente la mayoría de los alojamientos crean alianzas con el sector privado y un 18.4% con el sector público (figura 14). El hecho de que la mayoría de estos alojamientos creen alianzas con el sector privado (48,3%), refleja que hay más esfuerzo de parte de sus administradores, ya que tienen mejor acceso a unificar sus ideas y generar las fuentes de ingreso necesarias para cumplir con todas las obligaciones y el 33.33% afirman no tener ningún tipo de convenio (ningún convenio, ninguno, no, ninguna, no tenemos alianza). Por esto la economía circular se enfoca en ayudar este tipo de alojamientos; implementando ciertas actividades que no solo ayudan al medioambiente, sino que también a genera menos gastos y más aprovechamiento de los recursos que se tienen a la mano.

**Figura 15**

*Eslabones de la cadena de valor que realizan prácticas sostenibles desde lo ambiental en los procesos.*

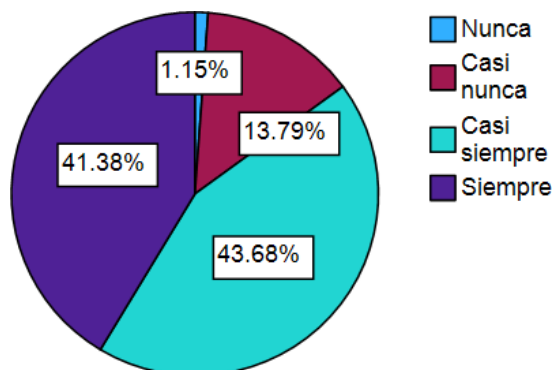


**Fuente:** Elaboración propia.

Considerando la escala de calificación iba del 1 al 5 de la figura 15, siendo uno (1) la que menos realiza prácticas sostenibles desde lo ambiental en sus procesos y cinco (5) la que más realiza prácticas sostenibles desde lo ambiental en sus procesos (véase Anexo 1); de la cadena de valor el eslabón que más realiza practicas sostenibles desde lo ambiental con una calificación alta es el alojamiento, con un 40.22% de los 87 encuestados, siendo este el principal proceso de economía de los encuestados, en segundo lugar el eslabón de guianza turística con calificación alta (34.48%); estos son los eslabones con más practicas sostenibles; pero el eslabón que refleja menos practicas sostenibles es transporte con una calificación alta de 6.89%; reflejando irresponsabilidad ambienta. sin olvidar que si todos estos eslabones, agencias de viajes, transporte, alojamiento, gastronomía y guianza turísticas pueden ser sostenibles cuando mitigando los impactos generados al ofrecer este servicio, y de esta manera lograr minimizar los riesgos de la cadena de valor y generar un modelo estratégico sostenible que evite impulsar la contaminación y el deterioro de las fuentes de turismo de naturaleza.

**Figura 16**

*Dedicación de recursos para optimizar procesos con el fin de mejorar la sostenibilidad desde lo ambiental.*

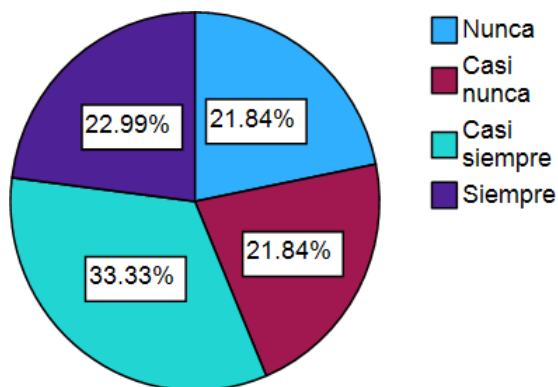


**Fuente:** Elaboración propia.

Desde la administración de la organización solo el 41.38% dedican recursos para optimizar los procesos con el fin de mejorar la sostenibilidad desde lo ambiental (figura 16), por el contrario, el 1.15% no realiza estos procesos de optimización y el 13.79% casi nunca; lo que permite no arrojar resultados eficientes, minimizar el rendimiento, ser improductivos y crear excusas que van a impedir replantear el sistema, y un 43.68% casi siempre dedica estos recursos que priorizan los procesos, permitiendo aplicar nuevos métodos que mejoran la optimización.

**Figura 17**

*Recibimiento de capacitación sobre turismo de naturaleza sostenible o negocios verdes.*

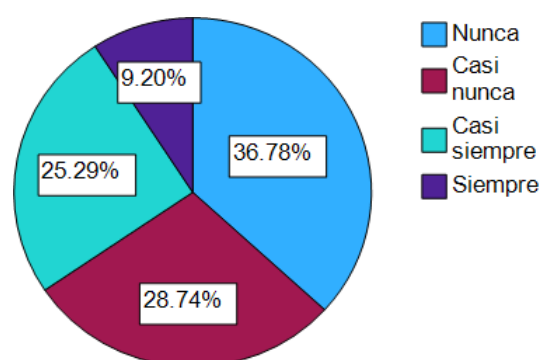


**Fuente:** Elaboración propia.

Este gráfico llama la atención ya que la población encuestada se dedica a prestar este tipo de servicio “turismo de naturaleza”, por ende, lo ideal es que todos los alojamientos siempre reciban capacitaciones sobre su actividad diaria, para qué tengan información clara sobre qué es lo que ofrecen al público; pero por el contrario solo el 22.99% de las organizaciones de turismo de naturaleza dicen que siempre han recibido capacitación sobre este tipo de turismo (véase figura 17); podemos afirmar que no estar capacitados incita a dar mal información, crear procesos equivocadamente o llevarlos hasta incidencias que más adelante no van a ser fáciles de resolver.

### Figura 18

*Recibimiento de capacitación sobre economía circular.*



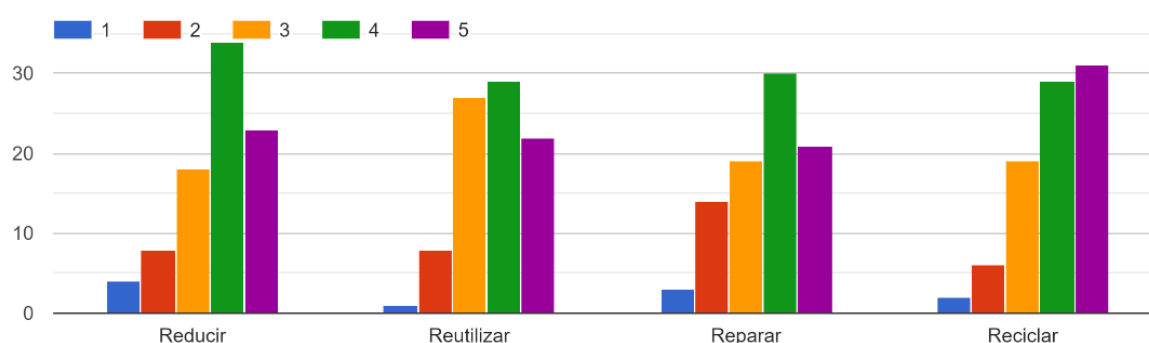
**Fuente:** Elaboración propia.

Son muy pocas las organizaciones que reciben capacitaciones sobre economía circular, distinta de ellas el 36.78% de estas (véase figura 18), manifiestan nunca haber recibido una capacitación con este tema, lo que confirma a nivel nacional una falta de conocimiento sobre este tipo de economía y un deterioro que causa la no optimización de los recursos o el no aprovechamiento de los residuos generados por el servicio; pero solo el 9.20% de los

alojamientos dice que siempre recibe capacitaciones de economía circular por ende practican la reducción, la reutilización, reciclaje y reparación de su entorno.

### Figura 19

*Actividades enfocadas a la reducción, reutilización reparación y reciclaje, de los insumos utilizados en la prestación del servicio, en donde integre los demás eslabones de la cadena de valor.*

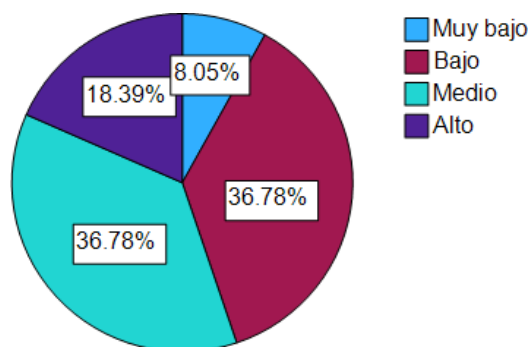


**Fuente:** Elaboración propia.

La economía circular promueve actividades puntuales, que, aunque relativamente es reciente el termino es vital para reducir los impactos, conservar el entorno y el desarrollo focal; los encuestados afirmaron que, de las erres, el que más implementan en su alojamiento es el reciclaje con un muy alto 34.48% (véase figura 19), y la actividad que menos realizan es reparar, con un 24.13% de muy alta participación en esta actividad. El no realizar estas actividades inducen a quitarle valor a este entorno por la intervención humana, procesos improductivos y menos durabilidad del sector en cuanto al servicio de naturaleza.

### Figura 20

*Destinación de recursos para analizar y medir los impactos medioambientales de la organización, y de los usuarios.*

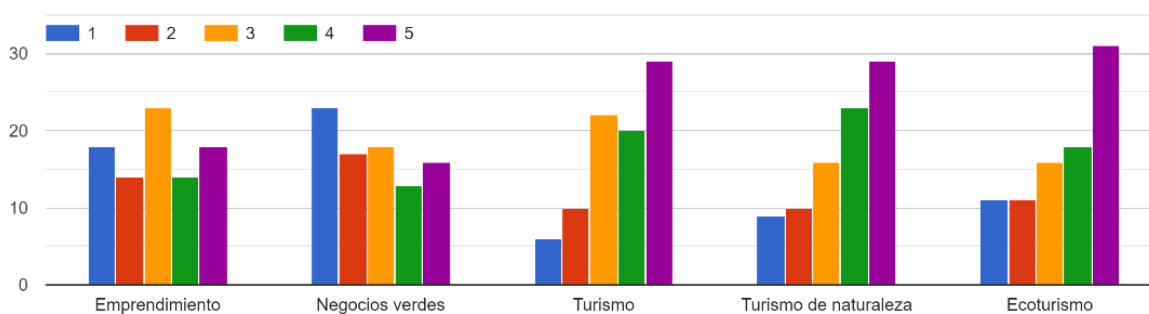


**Fuente:** Elaboración propia.

Desde la administración de los alojamientos solo el 18.39% destinan recursos para analizar y medir los impactos medioambientales de la organización (figura 20), siendo un muy bajo porcentaje a nivel Colombia de los alojamientos que emplean medios para prevenir estos impactos, causando efectos negativos ambientales contaminantes y cambios climáticos que según la organización Mundial del turismo (OMT), el turismo es uno de los mayores contribuyentes de ello y el evadir la responsabilidad de adoptar recursos que prevengan los impactos.

## Figura 21

*Participación en iniciativas gubernamentales.*



**Fuente:** Elaboración propia.

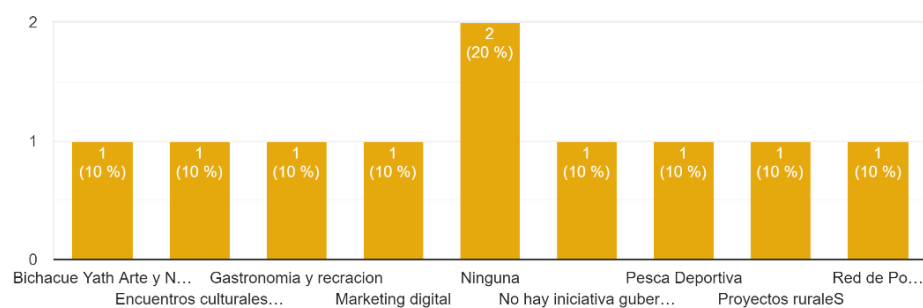
A medida que pasa el tiempo las entidades gubernamentales intentan crear iniciativas que apoyen este tipo de actividades económicas; entre ellas el ecoturismo, el turismo de naturaleza y

el turismo son en las actividades que más participan de los alojamientos, ya que menos del 50% de los alojamientos afirman involucrarse por completo en actividades y talleres y el restante de los alojamientos se divide entre poca participación o afirma que nunca ha intervenido en ninguna actividad por parte de ellos; esto provoca que no haya el conocimiento suficiente para llevar a cabo las actividades sostenibles y le sea más difícil a las microempresas en su crecimiento.

(véase Figura 21),

## Figura 22

*Otra*

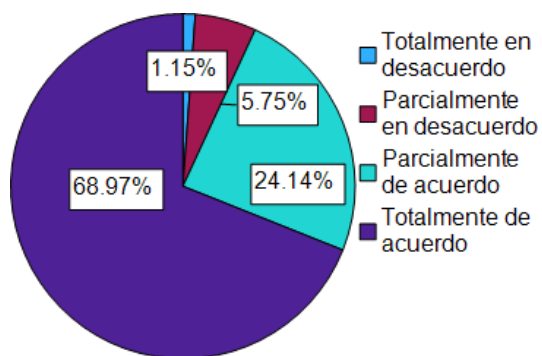


**Fuente:** Elaboración propia.

Algunos de los alojamientos confirman que, aunque no han participado en las actividades presentadas en la *figura 21*. Si han participado en otras actividades como encuentros culturales X y artísticos (10%), gastronomía y recreación (10%), marketing digital /10%), pesca deportiva (10%), proyectos rurales /10%), red de posadas turísticas (10%) y los demás (40%) reafirman nunca haber participado de estas iniciativas (véase figura 22)

## Figura 23

*Promoción como una organización con criterios de sostenibilidad desde lo ambiental.*

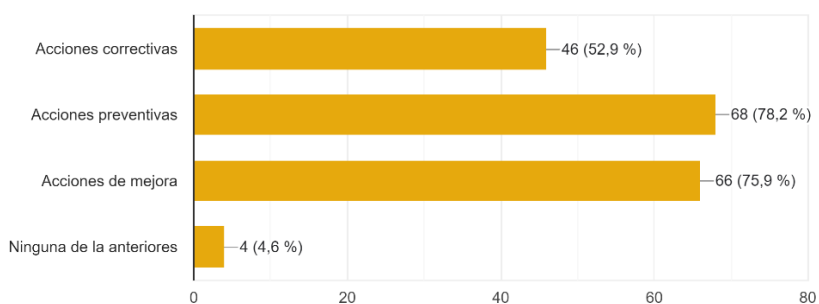


**Fuente:** Elaboración propia.

El turismo de naturaleza es una de las actividades económicas que están más expuestas al daño medioambiental ya que es el entorno que recibe directamente acción y efecto por parte de los consumidores de este tipo de turismo, pero es interesante ver que de las organizaciones encuestadas el 68.97% promueven criterios de sostenibilidad desde lo ambiental (figura 23), lo que quiere decir que a nivel nacional más de la mitad de los alojamientos tienen responsabilidad ambiental con el entorno que usan como medio económico, el 24.14% está parcialmente de acuerdo con ello, y tan solo el 7% de los alojamientos no implementan estos criterios de sostenibilidad; lo que quiere decir que no contribuye a su organización con conservación ambiental.

## Figura 24

*Dedicación de esfuerzos para identificar, analizar e implementar las siguientes acciones respecto al tema ambiental y uso de residuos en los procesos de su negocio.*

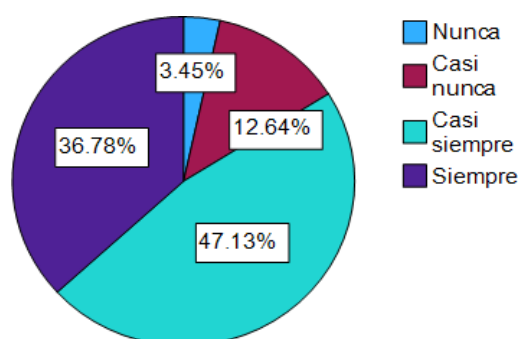




La mayoría de los alojamientos dedican esfuerzos para identificar, analizar e implementar acciones respecto al tema ambiental y uso de residuos en los procesos de su negocio, tan solo un 4.6% de los encuestados dice que no practica acciones de mejora (figura 24), preventivas ni correctivas, lo que quiere decir que los alojamientos si adquieren una responsabilidad con el cuidado del entorno y que se preocupan por mantener estable y no causar daño alguno o causar el más mínimo impacto que trae como consecuencia temperaturas elevadas, deshielo de glaseare, precipitaciones, frecuentes fuegos y pone en vía de extinción tanto flora como fauna.

### Figura 25

*Aplicación de políticas de responsabilidad social empresarial.*



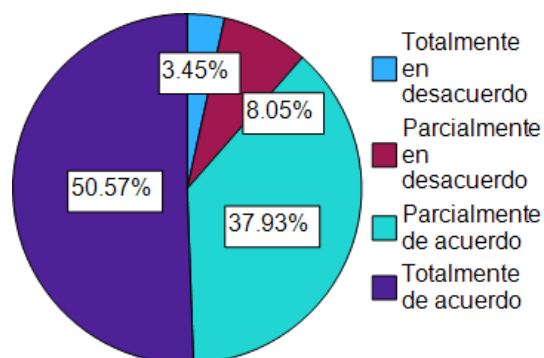
**Fuente:** Elaboración propia.

Ser una empresa socialmente responsable se define a partir del ser consciente de los impactos que se causan por nuestra producción; y en este caso solo el 36.78% de las organizaciones dice que siempre aplica estas políticas de responsabilidad social empresarial (figura 25), lo que nos lleva a analizar los demás alojamientos como se concientizan de los impactos que están provocando y como los solucionan o si nadie se hace cargo de ellos; causando irresponsabilidad e incumplimiento de las políticas que traería como consecuencia perjuicio directamente a los eslabones de la cadena de valor.

## Financiera.

### Figura 26

*Identificación de cambios en los procesos de la organización que favorezcan la sostenibilidad ambiental, en el último año.*

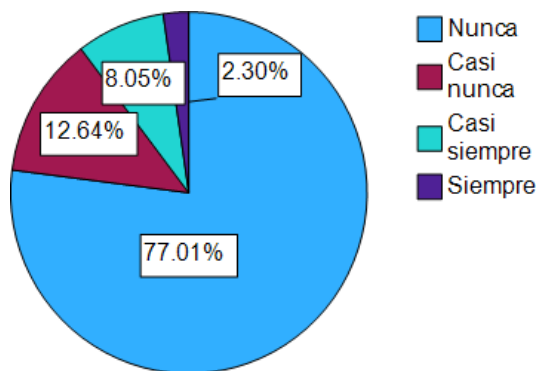


**Fuente:** Elaboración propia.

En el último año el 50.57% de los alojamientos ha identificado cambios en los procesos de la organización favoreciendo la sostenibilidad ambiental (véase Figura 26), lo que aporta de manera positiva tanto al turismo como a la naturaleza, ya que tan solo el 12% del alojamiento manifestó no generar cambios de favorecimiento; que a nivel nacional pueden generar impactos negativos, aunque sean impactos menores, si continúan sin implementar estos procesos de sostenibilidad adelantamos la destrucción del hábitat, acelerando el agotamiento de los recursos naturales y por ende no solo perjudicar la naturaleza sino también una fuente económica.

### Figura 27

*Recibimiento de apoyo financiero gubernamental para implementar procesos de economía circular en los alojamientos de turismo de naturaleza.*

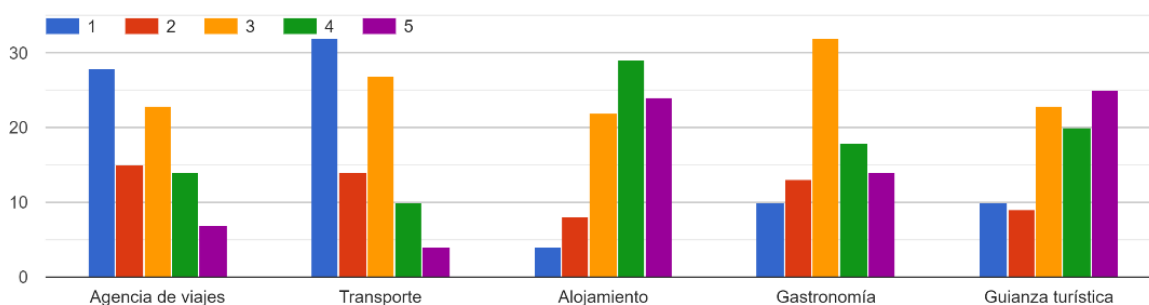


**Fuente:** Elaboración propia.

El ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha generado proyectos los cuales se han plasmados en su plataforma MINCIT, certificando apoyos financieros a todas las entidades u organizaciones turísticas que necesiten de ellas, pero por lo contrario estas manifiestan no recibir ningún apoyo financiero con un 77.01% y tan solo el 2.30% es apoyado por entidades gubernamentales con el fin de implementar procesos de economía circular (véase Figura 27); esto nos hace pensar en que los alojamientos no conocen este tipo de ayudas, o que estos beneficios no son tan accesible para todo tipo de turismo y por ende al no recibir estas ayudas y capacitaciones tampoco conocen los procesos de economía circular.

### Figura 28

*Inversión en actividades con el fin de fomentar prácticas sostenibles desde lo ambiental en la cadena de valor.*



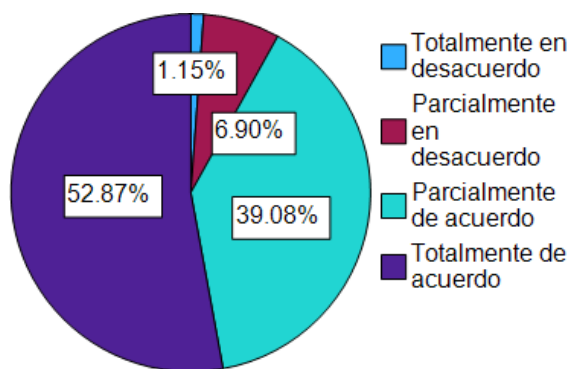
**Fuente:** Elaboración propia.

El turismo de naturaleza se basa en prácticas sostenibles y por ello su cadena de valor es analizada con el fin de saber en qué se falla y como solucionar estos problemas. Esta encuesta afirma que las agencias de viajes es el eslabón que menos realiza practicas sostenibles con un 8.04% (véase Figura 28), convirtiéndose así en el ente que provoca más contaminación ya que son los encargados de mostrarle al mundo y motivarlos a comprar este tipo de turismo, confirmar su medio de transporte, asegurar el alojamiento, crear un plan turístico y mostrar diversidad gastronómica. Con lo anterior se afirma que el no crear practicas sostenibles trae consecuencias es todos los eslabones como el desaprovechamiento de los recursos a nivel gastronómico, la contaminación no solo por CO2 sino también por falta de reutilizar, reducir, reciclar y reparar, el cual se evidencia en todos los eslabones y la responsabilidad que se genera desde una sola entidad y como se relacionan formando una cadena que evidencia carencias. El eslabón de transporte también es determinante, ya que solo aporta el 4.59% de prácticas sostenibles, luego sigue gastronomía con el 16.09% de actividades sostenibles generadas por este eslabón y concluimos con alojamiento y guianza turística, siendo los eslabones que más fomentan las practicas sostenibles.

## **Logística**

### **Figura 29**

*Diseño de los procesos logísticos para contribuir con la sostenibilidad desde lo ambiental.*



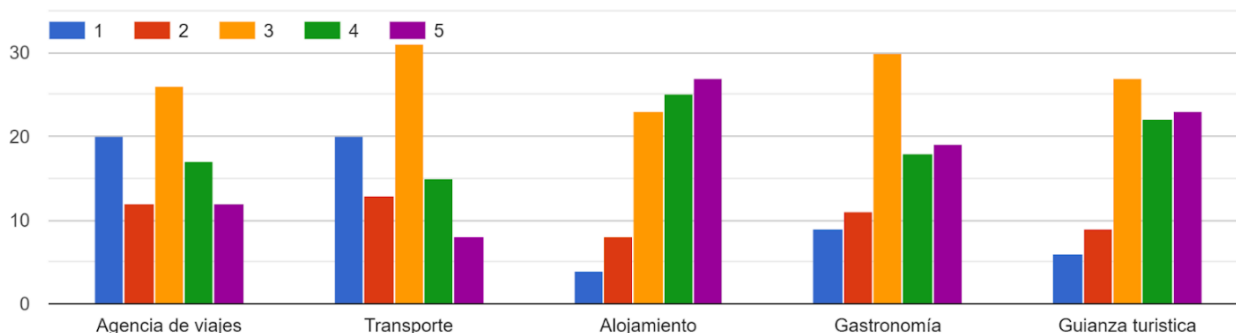
**Fuente:** Elaboración propia.

Los alojamientos implementan procesos logísticos que contribuyen a la sostenibilidad desde lo ambiental, pero solo el 52.87% de estos aportan es su organización este tipo de procesos, estructuras o sistemas que satisfacen necesidades en el transporte, infraestructura e impactos (véase Figura 29), el 39.08% de los alojamientos se encuentran parcialmente de acuerdo con los procesos logísticos que tienen en su organización aportando a la sostenibilidad ambiental, el 6.90% se encuentra parcialmente de acuerdo y solo el 1.15% está en total desacuerdo.

El diseño de los procesos logísticos ayuda a mitigar el daño que se genera a través de estos factores, entre ellos la inseguridad ambiental que por falta de la optimización de proceso trae afectaciones al medioambiente, incluso a la vida humana por medio de las emisiones que causa el transporte CO<sub>2</sub> y afectaciones directas al agua, suelo, aire y energía.

### **Figura 30**

*Cooperación del alojamiento con los demás eslabones de la cadena de valor, en pro del desarrollo sostenible del turismo de naturaleza en su región.*



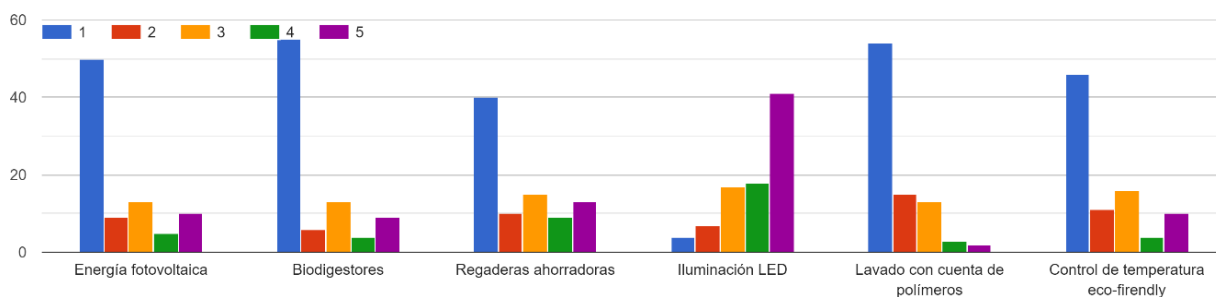
**Fuente:** Elaboración propia.

El lograr que el turismo de naturaleza se desarrollé desde la sostenibilidad implica la cooperación comprometida, determinada y eficiente por parte de los eslabones en la cadena de valor, y demás factores dentro y fuera de la misma. En este espacio se les preguntó a los alojamientos encuestados en nivel en el que coopera con los demás eslabones de la cadena de valor, en aras de que a través de un trabajo conjunto se logre el desarrollo sostenible del subsector económico en el que se desenvuelven (véase Figura 30), la calificación a dar iba de 1 hasta 5, siendo uno (1) el que menos coopera, y cinco (5) el que más coopera (véase Anexo 1). 27 de los alojamientos cooperan en mayor medida con otros alojamientos, es decir, la mayor cooperación dentro de la cadena de valor se da dentro del principal eslabón; seguidamente, 23 alojamientos dicen que con quienes más cooperan con el eslabón de servicio de guianza turística, lo que se explica principalmente por la cercanía de un eslabón y otro, muchos alojamientos incluyen en sus actividades, o recomiendan, los servicios de guianza turística propias de la región para cooperar a la satisfacción del cliente, esta cercanía facilita la cooperación para el desarrollo sostenible de la actividad. Se coopera medianamente en orden descendente con los eslabones: Transporte, gastronomía, guianza turística, agencias de viajes y alojamiento. Agencias de viajes, por su parte, recibió el mayor número de alojamientos que dijeron que con éste eslabón es con el que menos cooperan.

## Tecnológica

**Figura 31**

*Tecnologías implementadas en los procesos para la prestación del servicio contribuyendo a minimizar los impactos medioambientales.*



**Fuente:** Elaboración propia.

Hay servicios que se pueden implementar no solo en los alojamientos, ya que son de fácil acceso, en este caso evidentemente la iluminación LED (véase Figura 31), siendo la prestación de servicio con más porcentaje de implementación en los alojamientos con un 47.12% , por otro lado no hay más métodos que contribuyan a minimizar los impactos ambientales queriendo decir si no usan energía fotovoltaica (con un 57.47% de alojamiento que nunca lo han implementado), se está fallando y generando consumos exagerados de energía el cual se puede hacer algo al respecto, tampoco se están usando biodigestores (el 63.21% de alojamientos no utilizan esta prestación de servicio), provoca desperdicio de fuentes u oportunidades de crear abonos o combustible, las regaderas ahorradoras no se incluyen en los hospedajes con un 45.97%, representando desperdiciando el agua y así sucesivamente con más fuentes de tecnologías que si se ponen en práctica a largo plazo puede evidenciarse cambios no solo a favor de la naturaleza sino también económico para el alojamiento.

**Figura 32**

*Otra*

*otra*

	N	%
	76	87.4%
Reutilización de agua lluvia para riego	1	1.1%
Baños de compostaje, almacenamiento de agua lluvia y distribución por gravedad, filtros vivos para aguas grises, agroecología	1	1.1%
Recolección de agua	1	1.1%
Ninguna	1	1.1%
El cultivo de musgos que tenemos, es un elemento descontaminados, indicador del ambiente, conservador del agua, ayuda a conservar un micro lima, somos una finca esponja, nuestro impacto en la calificación es 4	1	1.1%
Reciclaje, bioinsumos, iluminación natural, compostaje, pozo séptico.	1	1.1%
Nuestra empresa está ubicada en las montañas del Quindío y es una experiencia campesina muy natural.	1	1.1%
Paneles solares 5	1	1.1%
No generamos residuos	1	1.1%
Baños completos, filtros Biológicos de agua	1	1.1%
Huertas orgánicas, humedales artificiales son tecnologías también	1	1.1%

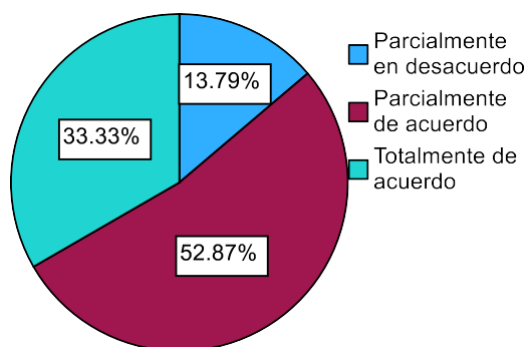
**Fuente:** Elaboración propia.

La anterior figura nos muestra que, aunque los alojamientos no implementan tecnologías que contribuyan a minimizar los impactos, si se esfuerzan en ayudar a reducir estos efectos negativos con los recursos que tienen a la mano, uno de ellos el reciclaje evidenciada con el 2,2%, la recolección de aguas lluvias con el 2.2%, filtros bilógicos con 1.1%, paneles solares 1.1%, entre otras actividades que intentan realizar para un beneficio mutuo. (véase Figura 32)

### **Figura 33**

*Sostenibilidad en los aparatos tecnológicos usados en la organización.*



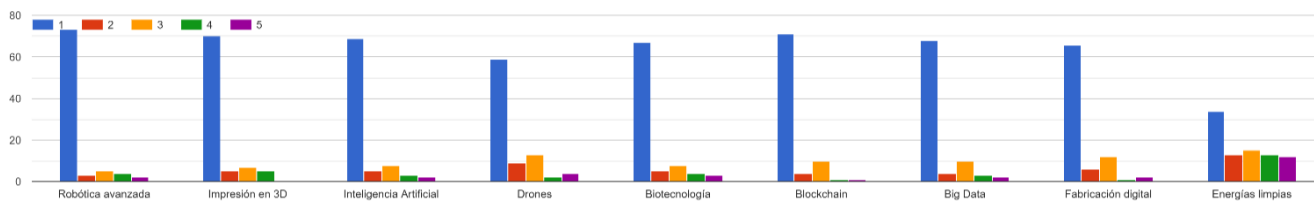


**Fuente:** Elaboración propia.

La ISO 14001 2015 nos habla de los impactos ambientales que generamos y cómo podemos reducirlos, un ejemplo de ello es ahorrando gran cantidad de sistemas eléctricos por paneles solares, pero la mayoría de alojamientos no los hacen parte de su día a día. Por lo anterior solo el 52.87% de los alojamientos manifiestan que los aparatos tecnológicos que usan en su organización están diseñados para minimizar los impactos ambientales negativos en su fabricación y uso (véase Figura 33), y los demás alojamientos usan parcialmente o nunca se interesan por involucrarlos, lo que trae consecuencias a causa del poco espíritu empresarial sostenible y de lo invasivo que se está siendo con el entorno.

### Figura 34

*Tecnologías exponenciales que mitigan el impacto ambiental.*



**Fuente:** Elaboración propia.

Las tecnologías exponenciales permiten una mayor efectividad sin generar tanto impacto ambiental; así mismo, tal y como plantea Martínez (2013, como se citó en Martínez J., y Moreno

D., 2020), “las tecnologías de la información y la comunicación tienen un papel fundamental en el incremento de la competitividad, la mejora de la productividad y el incremento de la satisfacción de los clientes” y es evidente que aun los alojamientos de naturaleza todavía no se relacionan con estos términos o tecnologías, y solo muestran interactividad con las energías limpias con un 13.7% de interacción (véase Figura 34); pero él no involucrar este tipo de ayudas científicas, no solo ocasionan riesgos directos o indirectos hacia la naturaleza, sino que también aumentan los costos de la rentabilidad del establecimiento, en este caso solo el 2.29% de los alojamientos practican la robótica avanzada, el 2.29% implementan la inteligencia artificial, el 4.59% manipulan drones, el 3.44% tienen contacto siempre con la biotecnología, el 2.29% manejan el big data y el 2.29% fabrican digitalmente.

### Figura 35

*Otra*

*otra*

	N	%
	82	94.3%
Ninguna	1	1.1%
La nutrición de la tierra 4	1	1.1%
No hacemos uso de tecnologías.	1	1.1%
Somos una experiencia campesina natural	1	1.1%
Plataforma Web	1	1.1%

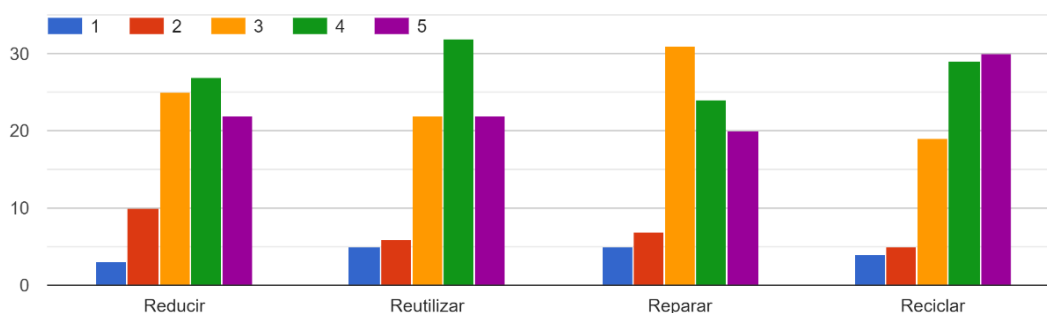
**Fuente:** Elaboración propia.

Los alojamientos confirman no usar este tipo de tecnologías exponenciales, que lo más cerca que han estado es a una plataforma Web con un 1.1% (figura 35). Esto evita que ellos puedan acceder a un estilo de turismo que sea favorable tanto para ellos como para el entorno natural, por medio de la eficiencia y el potencial que puedan sacar a partir de la implementación de estas tecnologías preservativas del medioambiente.

## Infraestructura

**Figura 36**

*Infraestructura R.*

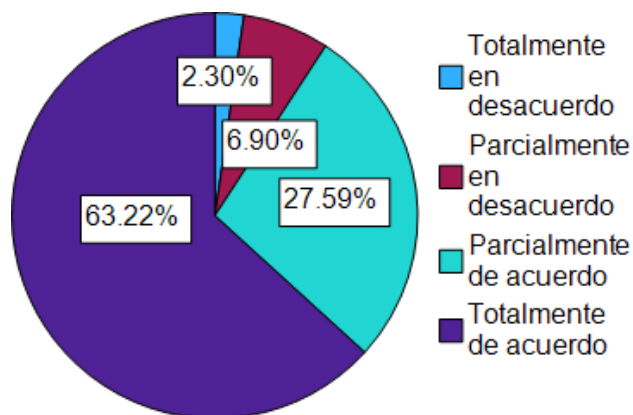


**Fuente:** Elaboración propia.

La actividad que más se realiza a nivel turismo de naturaleza es el reciclaje con una muy alta participación de 34.48% (figura 36), ya que es una actividad que se viene practicando hace algún tiempo y que al pasar los años se adquiere la disciplina de hacerlo; pero muy pocos conocen el termino reciclar por la economía circular, el cual reúne las cuatro “R” que hace todo el proceso completo y ayuda a ser más conscientes de lo que se bota y aun sirve, en este caso reutilizar con 25.28% de mayor participación,; de lo que se gasta y se desperdicia, usando la R de reducir y un 25.28% de ejecución y de lo que se daña y se puede arreglar, de lo que ya no sirve para una cosa pero funciona para otra en este caso reparar, con un nivel muy alto de implementación del 22.98%. Con lo anterior se puede afirmar que esta infraestructura ayuda a evitar el masivo consumo, los entes contaminantes y el aprovechamiento de los recursos.

**Figura 37**

*Cuenta con puntos ecológicos.*

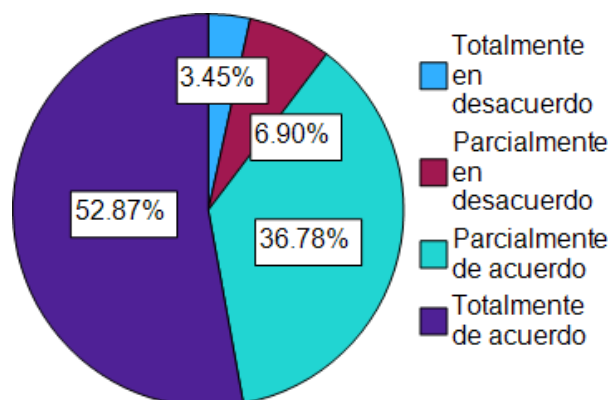


**Fuente:** Elaboración propia.

El sistema de reciclar o generar puntos ecológicos se ha venido practicando hace varios años atrás, pero la falta de conciencia del cuidado del medioambiente ha hecho que se deban realizar muchas actividades impulsadoras, para luego ver un cambio y aunque aún falta mucho terreno por conquistar (figura 37), el 63.22% del turismo de naturaleza de todas las zonas involucradas, cuentan con zonas demarcadas, señalizaciones, canecas y todo lo relacionado con el reciclaje y solo el 2.30% de los alojamientos, no cuenta con ningún punto ecológico provocando infecciones y entes contaminantes (figura 37).

### Figura 38

*Adecuada forma de reciclaje.*



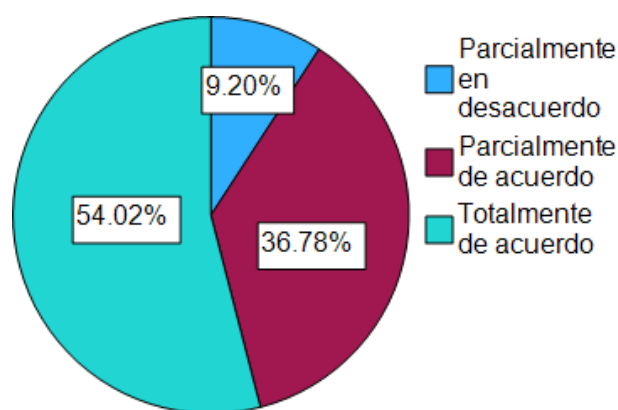
**Fuente:** Elaboración propia.

De los alojamientos encuestados el 52.87% utilizan de forma adecuada los puntos ecológicos usados para el reciclaje, saben que no solo es guardar basura si no que este proceso va más allá de lo visual (figura 38), y el 3.4% está en total desacuerdo con la utilización de los puntos ecológicos o no saben cómo implementar los procesos de reciclaje por medio de los puntos ecológicos, causando desaprovechamiento de los recursos, el despilfarro de bienes y el consumo irresponsable.

### Comercial.

#### Figura 39

*Conservación de recursos naturales.*



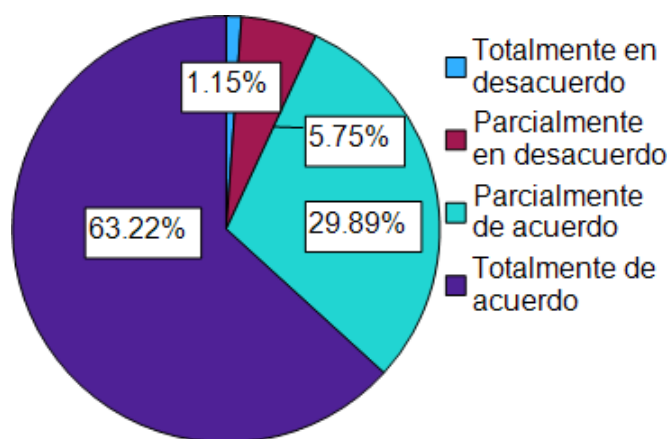
**Fuente:** Elaboración propia.

El 54.02% de los encuestados está de acuerdo con que el turismo de naturaleza ha permitido que se conserven recursos naturales en la región (figura 39), el 36.78% se encuentra parcialmente de acuerdo y el 9.20% se encuentra parcialmente en desacuerdo lo que nos lleva a afirmar que nadie está en desacuerdo con que este tipo de turismo no conserva la naturaleza; pero, aunque la mitad de los alojamientos confirman que este tipo de turismo permite la conservación de la naturaleza, el resto de ellos saben que de alguna u otra forma afectan directamente su propio medio de economía, ya que tienen diferentes actividades relacionadas

como la construcción de infraestructuras, hoteles, centros turísticos, tiendas, restaurantes y campos deportivos que crean la necesidad de formarlos para la acomodación de los huéspedes y esto causa contaminación; sin dejar que el turismo es probablemente la industria más ecológica en comparación con otras industrias como la manufacturera (Nguyen y Dinh Su, 2021).

#### Figura 40

*Utilizan practicas justas en la comercialización.*



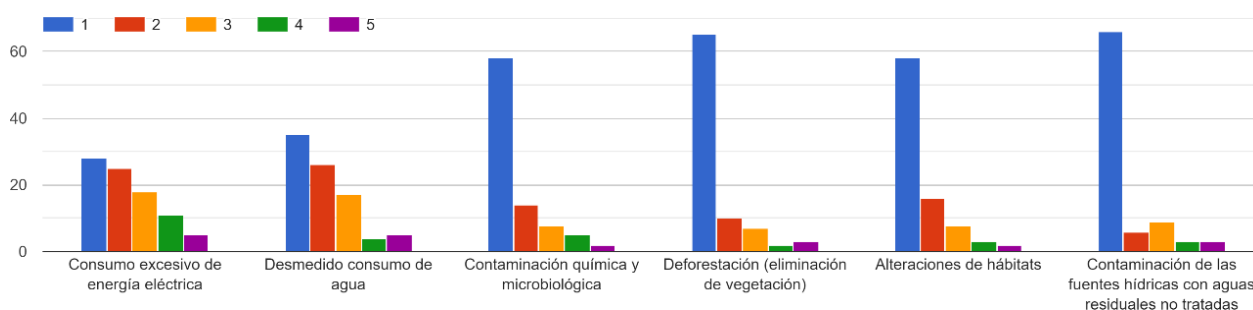
**Fuente:** Elaboración propia.

Las practicas justas en la comercialización de estos alojamientos se evidencian con un 63.22% aportando tema de inclusión (figura 40), precios justos y economía circular, que apoya los movimientos ecológicos del consumo provocado por cada eslabón de gastronomía, transporte, alojamiento, agencias de viaje y guías turísticos; el 29.89% de estos está parcialmente de acuerdo con estas prácticas, el 5.75% se encuentra parcialmente en desacuerdo y el 1.15% está en total desacuerdo, lo que evidencia una mínima cantidad de alojamientos que no comparten temas de economía circular o movimientos ecológicos que aporten tanto a su actividad económica como al medio ambiente.

## Ambiental.

**Figura 41**

*Calificación de los factores de acuerdo con el impacto ambiental producido por la prestación de su servicio.*



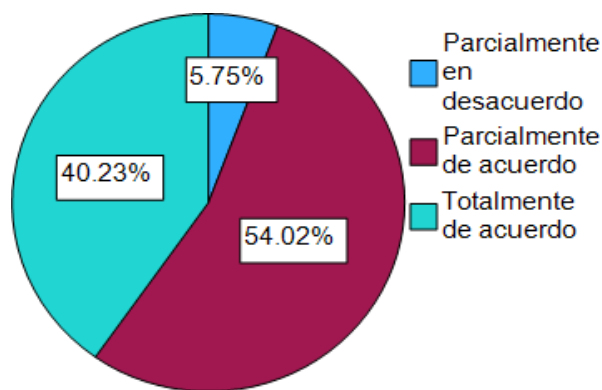
**Fuente:** Elaboración propia.

La calificación va de 1 a 5, donde uno (1) es el que menos impacto genera y cinco (5) el que mayor impacto genera representado en la figura 41. Es evidente que mucho de los factores del turismo de naturaleza generan impacto ambiental y según los alojamientos encuestados, de los factores que más causan impacto son el consumo excesivo de energía eléctrica con el 32.18% de los únicos alojamientos que no causan este impacto y por otro lado el desmedido consumo de agua con tan solo el 40.22% de alojamientos que no permiten este ente contaminante,

Es notorio cuatro factores que representan el mayor porcentaje de alojamientos que no permiten en su día a día, factores negativos en sus procesos como la contaminación química y microbiológica representada en el 66.66% de alojamientos que menos impacto genera; el apoyo a la no deforestación con un 74.71%, el 66.66% de los hoteles generan menos impactos a través de alteraciones en el hábitad y el 75.86% no contaminan las fuentes hídricas con aguas residuales.

**Figura 42**

*Sostenibilidad ambiental.*



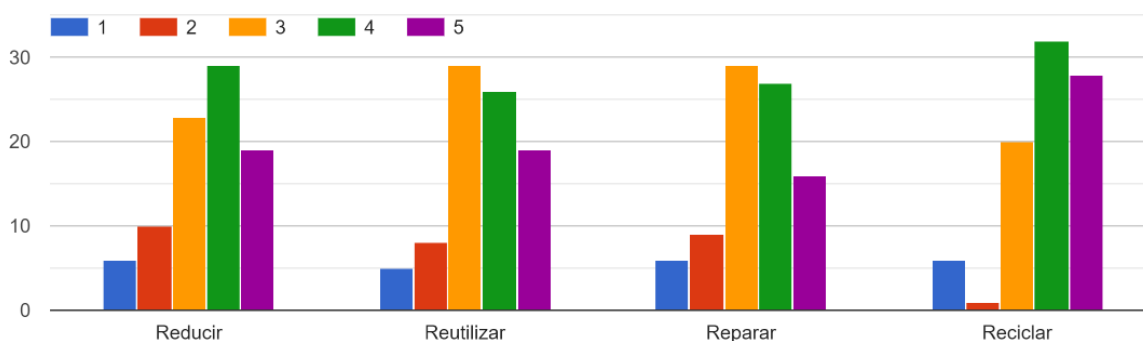
**Fuente:** Elaboración propia.

El 40.23% de los alojamientos confirman que su actividad económica es sostenible en cuanto lo ambiental (figura 42), y para lograr el desarrollo sostenible, es fundamental la realización de cuatro erres fundamentales en economía circular: reducir, reutilizar, reparar y reciclar; si nos basamos en esto, y en que el turismo de naturaleza debe ser sustentable todos los alojamientos encuestados deberían estar totalmente de acuerdo con la sostenibilidad ambiental.

El 5.75% está parcialmente en desacuerdo con la sostenibilidad ambiental y el 54.02% parcialmente de acuerdo; lo que genera graves problemas a nivel ambiental, ya que genera drásticas transiciones afectando desde la cooperación, implementación y ejecución de los procesos que realice el alojamiento.

### Figura 43

*Empleo de principios de economía circular en la operación.*



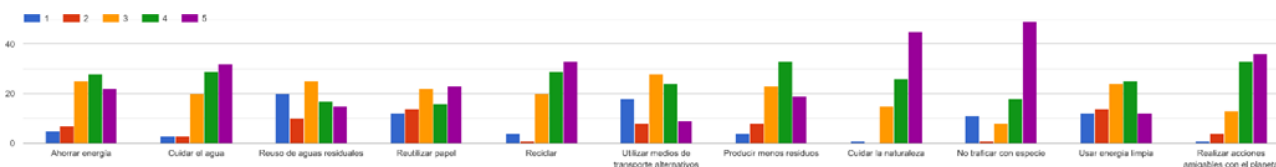


**Fuente:** Elaboración propia.

La economía circular es un conjunto de actividades que perduran a lo largo del tiempo como fin de evitar daños o pretender sustentabilidad, y para ello los alojamientos afirman que el principio que más emplean en su operación es el reciclaje (figura 43), ya que es un método fácil y accesible para todos, tanto para el administrador del alojamiento como para el que va de turista (32.18%), por ello es la R que más practican y que intentan siempre implementar en las actividades diarias del día. Sin dejar de un lado que el principio de reparar, obtiene un 18.39% de participación como la operación más empleada; al igual que reutilizar y reducir que reciben cada una el 21.83% de los alojamientos que más implementan estas actividades en su sector. Por el contrario, donde no se realizará esta actividad de gran impacto, generaría muchos puntos críticos e impactos medioambientales formando una bola de nieve que al final no tendrá solución.

#### **Figura 44**

*Actividades de sostenibilidad ambiental.*



**Fuente:** Elaboración propia.

Los alojamientos encuestados realizan actividades para el desarrollo sostenible de su actividad económica (figura 44), entre ellos el ahorro de energía con un 25.28% de muy alta realización, la segunda actividad es cuidar el agua y recibe una participación muy alta del 36.78%, el uso de aguas residuales tiene el 17.24% de participación con calificación muy alta,

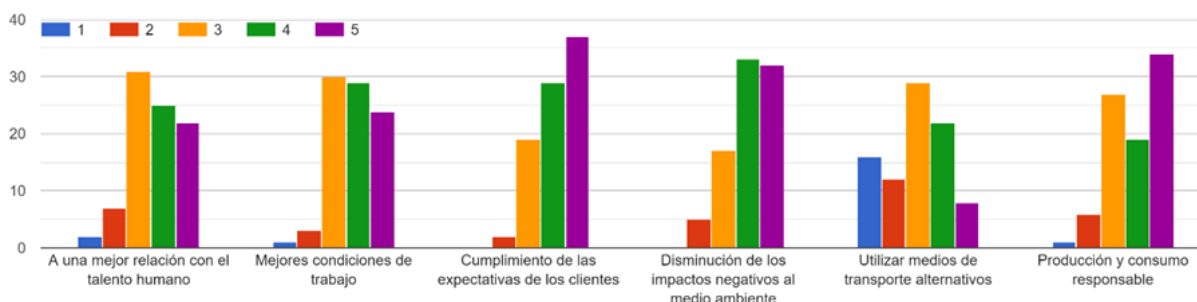
tan solo el 26.43% siempre reutiliza el papel y el 37.93% implementa el reciclaje en su alojamiento constantemente.

No todos los alojamientos comparten una forma sustentable y una de las actividades en donde se evidencia menos compromiso es el medio de transporte con un 10.34% de continua participación. La siguiente actividad recibe un 21.83% de los alojamientos que menos producen residuos y un 57.72% de los encuestados que más cuidan la naturaleza.

El no tráfico de especies es la actividad a la cual los alojamientos le da más importancia recibiendo un 56,32% de apoyo, esto es sinónimo de respeto hacia la naturaleza y a evitar la vía de extinción de los animales; por otro lado, el uso de energía limpia es una de las actividades que menos participación tiene con un 13.79% y con un 41.37% de los alojamientos que siempre realizan acciones amigables con el planeta.

### Figura 45

*Procesos de mejora enfocados en los ODS.*



**Fuente:** Elaboración propia.

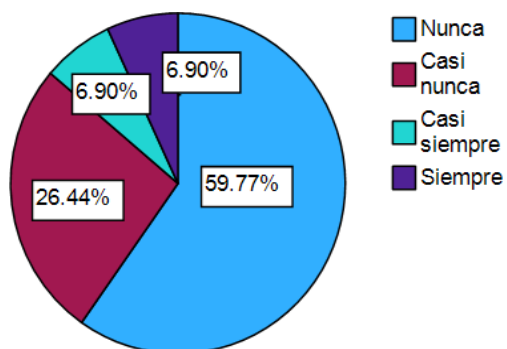
Los cambios realizados en los últimos años enfocados a mitigar los impactos ambientales para el cumplimiento de los ODS en cuanto a una mejor relación con el talento humano; se califica como un proceso que contribuye al 25.2 % que asegura una muy alta la contribución

(figura 45), mejorando las condiciones de trabajo donde solo el 1.14% incumple con las expectativas de los clientes, y siempre refleja un aporte a la disminución de los impactos negativos ambientales.

El transporte es uno de los procesos que es más bajo con solo el 9.19% de participación muy alta, este resultado se refleja al no utilizar medios de transporte alternativos para el cumplimiento de producción y consumo responsable, por ende, se debe mitigar estos impactos provocados por los servicios y también por no usar tecnologías exponenciales.

### Figura 46

*Estudios de huella de carbono.*



**Fuente:** Elaboración propia.

En el último año el 59.77 % de los alojamientos afirman no haber realizado estudios de la huella de carbono generada por la prestación de su servicio (figura 46), siendo algunos de ellos el consumo de combustible, la electricidad y el transporte. Lo dicho anteriormente y el no generar este estudio, provoca que no haya una gestión de análisis que determine las fuentes de emisiones, de riesgos, de efecto invernadero y demás consecuencias que trae consigo el aprovechamiento del medioambiente, y de esta manera los impactos medioambientales siguen avanzando de manera constante.

## Discusión

Con el objetivo general de analizar la situación actual del turismo de naturaleza en Colombia, mediante la revisión de la cadena de valor sus puntos críticos e impactos medioambientales, en relación con economía circular, se obtiene como resultados que el conocimiento sobre este concepto es mayoritariamente mediano, con el 39.08% (véase figura 10), así mismo sobre los objetivos de desarrollo sostenible con 29.89% y sobre turismo de naturaleza el 42.53% de alojamientos encuestados tienen amplio conocimiento, lo que refleja que si bien la mayoría de encuestados tienen conocimiento sobre la actividad a la cual se dedica, éste conocimiento disminuye cuando se trata de hacer esta actividad mucho más sostenible y sustentable; desconocimiento que limita la ejecución de prácticas amigables con el medioambiente que si bien pueden estar a su alcance, las desconocen; aunque en contraste, la mayoría de encuestados dicen que de las actividades gubernamentales que más participan son las de ecoturismo, turismo de naturaleza y turismo. El 61.2% dice estar totalmente de acuerdo con promoverse como una organización de sostenibilidad desde lo ambiental, lo que se justifica bajo el 41.4% y el 43.7%, siempre y casi siempre respectivamente, dedican recursos para optimizar los procesos con el fin de mejorar la sostenibilidad desde lo ambiental (véase figura 16), estos datos expresan la intención y esfuerzo por parte de los prestadores de servicio en turismo de naturaleza por hacer de su organización y actividad mucho más sostenible, tanto, que el 40.2% considera que su actividad económica es muy sostenible desde lo ambiental, mientras que el 54% la considera parcialmente sostenible (véase gráfico 35).

Ninguno de los establecimientos encuestados se cataloga como gran empresa, por lo que todos los establecimientos están dentro de las MiPymes, para este tipo de empresas el Mincit (2020) se proyectó diseñar y lanzar un programa de encadenamientos de economía circular para

la cadena de valor del turismo y sus proveedores, en pro de que se generen condiciones para la participación de estas empresas, sin embargo, el 36.8% nunca han recibido capacitación sobre economía circular, y el 28.7% casi nunca (véase gráfico 14), el 77% dice nunca haber recibido apoyo financiero gubernamental para implementar procesos de economía circular (véase gráfico 22), por lo que, pese a los esfuerzos gubernamentales, la iniciativa en este aspecto no ha cosechado los frutos esperados.

Con el propósito de determinar los puntos críticos en la cadena de valor, la observación y los datos arrojados en la encuesta corroboran que la desarticulación de la cadena de valor influye en el fortalecimiento de los puntos críticos y generación de impactos medioambientales; la cooperación dentro de los eslabones de la cadena de valor tiende a fluctuar en cada eslabón, sin embargo, la tendencia se dio como una cooperación regular puesto que la calificación con mayor votación fue 3, de la escala de 1 a 5. De acuerdo con Orozco (2017) la poca formación académica es uno de los puntos críticos que aquejan actualmente la cadena de valor del turismo de Naturaleza en Colombia, aunque con muestras de mejora, en vista de que 42.5% tiene amplio conocimiento sobre TN, sobre sostenibilidad desde lo ambiental en el TN el 48.3% y sobre economía circular, el 27.6% también dice tener amplio conocimiento. Uno de los puntos también mencionado por Orozco (2017) es la poca articulación entre el sector público y el privado, lo que se evidencia con que las alianzas se dan mayoritariamente entre el sector privado con un 48.3%, y por otro lado las asistencias gubernamentales no son considerables para el sector.

Para la identificación de los impactos medioambientales, la literatura revisada fue bastante amplia y reiterativa en los siguientes aspectos: En la generación creciente de emisiones de carbono, ser intensivo en consumo de energía y registrar altos niveles de consumo de agua (MinComercio, 2020); sobre la realización de estudios de la huella de carbono en los

establecimientos en el último año, el 59.8% dijo que nunca lo había realizado, lo que muestra el poco espíritu empresarial sostenible en la prestación del servicio en cuanto a la mitigación de emisiones de dióxido de carbono; consumo excesivo de energía eléctrica y desmedido consumo de agua fueron dos factores que menos calificación de 1 tuvieron –1 equivale al que menos produce con su operación- lo que hace que se interprete como los que más se producen dentro de los expuestos adicionalmente.

## Conclusiones

El turismo de naturaleza en Colombia es uno de los sectores que más dinamiza la economía en el país, pero mantiene aún comportamientos propios de economía lineal, por lo que, pese a su importante papel en el desarrollo económico, debe también tenerse en cuenta que el modelo turístico actual provoca fuertes impactos negativos en el medioambiente, requiriendo de un cambio profundo para poder ser sostenible, competitivo y sobrevivir a largo plazo. (Boronat y Puig-Denia, 2020, como se citó en Jara, 2022, p. 34). De acuerdo con Robaina, de la Nuez, López del Pino, y Escauriaza, (2018), la mayoría de las buenas prácticas sugieren pasos concretos a seguir en tres áreas: (i) consumo de recursos (principalmente ahorro de energía y agua); (ii) generación de residuos (centrándose en la reducción y reutilización/reciclado de residuos); y (iii) prácticas de gestión más efectivas que puedan actuar en ambos extremos de la cadena de producción y reducir tanto los insumos como los desechos.

La cadena de suministros incursiona en las actividades especialmente enfocadas a crear valor al cliente, a generar experiencias memorables, y a la sostenibilidad en ellas. Dentro de los puntos críticos se destaca el poco conocimiento sobre la implementación de prácticas enfocadas a economía circular, escaso interés en fomentar cooperación entre comunidades en aras de fortalecer el turismo de naturaleza, ausente alineación estratégica de las empresas con los planes de desarrollo turístico en su región. Los impactos medioambientales se derivan del poco espíritu sostenible en el sector, y se comprenden dentro de lo relacionado con las emisiones de gases de efecto invernadero, consumo excesivo de energía, mal uso del agua, pocas prácticas de reducción, reutilización, reparación y reciclaje.

Los puntos críticos e impactos medioambientales llevan a influir en la baja sostenibilidad y sustentabilidad de los eslabones de la cadena de valor, y aunque el turismo es probablemente la

industria más ecológica en comparación con otras industrias como la manufacturera (Nguyen y Dinh Su, 2021), la actividad humana y su permanencia dentro del modelo económico lineal genera comportamientos que atentan directamente contra el bienestar y conservación del medio ambiente, de aquí la eminente necesidad de que las diferentes practicas tanto ambientales como sociales de la economía circular se incorpore en la cadena de valor, velando por generar mayor valor agregado al cliente y también cuidando del medioambiente, en otras palabras, cooperando al desarrollo sostenible.

Todo lo antes mencionado, hace de la situación actual del turismo de naturaleza en Colombia un escenario apto, y con las herramientas necesarios para desechar el modelo lineal actual, e implementar practicas mucho más amigables con el medioambiente, en esta transición, el turista mismo es uno de los entes protagonistas, dado que desde su comportamiento de respeto al medioambiente radica una parte de la sostenibilidad en el desarrollo del turismo de naturaleza. La economía circular debe ser concebida con una visión sistémica de la actividad económica. La colaboración entre diferentes agentes (públicos y privados) es clave para la implementación de los modelos circulares, que necesitan mejoramiento (Gaztelumendi, Tarí, y Mora, 2019, p. 93).



### Referencias bibliográficas

- Aguilar, A. (2019). Qué es la CADENA DE VALOR de Michael Porter. [Archivo de Video].  
[https://www.youtube.com/watch?v=LXhj\\_hUdeFc&t=123s&ab\\_channel=ANUORAGUI](https://www.youtube.com/watch?v=LXhj_hUdeFc&t=123s&ab_channel=ANUORAGUI)  
[LAR](#)
- Ali, Q., Yaseen, M., Anwar, S., Makhdum, M., y Khan, M. (2021). *The impact of tourism, renewable energy, and economic growth on ecological footprint and natural resources: A panel data analysis*. Resources Police.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0301420721003743>
- Arroyo Morocho, R. (2018). *La economía circular como factor de desarrollo sustentable del sector productivo*. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/786/909>
- Bielanski, M., Korbiel, K., Taczanowska, K., Pardo-Ibañez, A., y González, L.-M. (2022). *How tourism research integrates environmental issues? A keyword network analysis*. Journal of Outdoor Recreation and Tourism.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213078022000184>
- Camisón, Z. (2019). *Informe sobre economía circular aplicada al turismo*. [Archivo PDF]  
<https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/418/PRIMERA%20CR%C3%8DTICA.pdf>
- Cifuentes, M., S. M. (2015). El turismo de naturaleza como subsector dinamizador en la economía colombiana a través del movimiento internacional de viajeros. [Archivo PDF].  
<http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00002702.pdf>

Colombia Productiva. (2012). *Diagnóstico Turismo de Naturaleza en Colombia*.

<https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=56e56497-881d-41f6-b23c-4df2d0685f6b>

Colombia Productiva. (2018). *Turismo de naturaleza*. <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/servicios/turismo-naturaleza>

Colombia Productiva. (2018). *Turismo de Naturaleza*. <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/servicios/turismo-naturaleza>

Constitución Política de Colombia [const]. Art. 8 y 95; 44 y 52; 63; 67, de julio de 1991(Colombia).

de Duque, R. I. R. (2011). *La cadena de valor en turismo (Vol. 7)*. U. Externado de Colombia.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iCRquJ2V5LsC&oi=fnd&pg=PA7&dq=cadena+de+valor+en+turismo&ots=tdGnazbSp-&sig=vQig7wCLx3hmISHvfYi5Ce9JPVw#v=onepage&q&f=false>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2022). *Producto Interno Bruto (PIB), I trimestre 2022 preliminar*. [Archivo PDF]

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol\\_PIB\\_Itrim22\\_produccion\\_y\\_gasto.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim22_produccion_y_gasto.pdf)

Duran-Izquierdo, M. y Olivero-Verbel, J. (2021). *Vulnerability assessment of Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia: World's most irreplaceable nature reserve*.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2351989421001426>

Dzal Escamilla, M. (s/f). Diseño no experimental. [Archivo PDF].

[https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Presentaciones/licenciatura\\_en\\_mercadotecnia/fundamentos\\_de\\_metodologia\\_investigacion/PRES38.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf)

Echeverry Murillo C., Espitia Zuluaga N., y Vallejo García M. (2018). Condiciones que deben implementar las áreas protegidas clasificadas por la Corporación Autónoma Regional de Risaralda para la atracción de Inversión Extranjera Directa al sector Turismo de Naturaleza. [Archivo PDF].

<https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/5049/1/DDMNI23.pdf>

Ecolec Fundación. (2018). *Economía circular*. <https://ecolec.es/informacion-y-recursos/economia-circular/>

Escobedo, A. (2018). *Turismo de naturaleza: ¿En qué consiste y cuál es su origen?* Entorno Turístico. [https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/#Antecedentes del turismo de naturaleza](https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/#Antecedentes_del_turismo_de_naturaleza)

Garry, S., y Martínez, R. (2017). *Fortalecimiento de la cadena de turismo en el departamento de La Libertad en El Salvador. Fortalecimiento de cadenas de valor rurales*. CEPAL, 2017. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42470/S1700166\\_es.pdf?sequence=1](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42470/S1700166_es.pdf?sequence=1)

Gaztelumendi, I., Tari, A y Mora, D. (2019). *Informe sobre economía circular aplicada al turismo*. [Archivo PDF]. <https://www.segittur.es/wp-content/uploads/2019/09/Informe-sobre-economia-CC%81a-circular-aplicada-al-turismo-ok.pdf>

Gestión de Recursos Naturales (GRN) (2018). Impacto Ambiental. <https://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>

Global Green Growth Institute (GGGI. 2021). *Plan Estratégico de Turismo de Naturaleza para el Meta 2021 – 2032*.

Gómez, R. J. F. (2017). *El turismo de naturaleza como oferta turística innovadora en el contexto del desarrollo sostenible en la región San Martín*.

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2655/gomez\\_rj?sequence=1&isAllowed=y%20Gomez%202017](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2655/gomez_rj?sequence=1&isAllowed=y%20Gomez%202017)

Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ª edición. [Archivo PDF]. [https://www.uca.ac.cr/wp-](https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf)

[content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf](https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf)

Hosteltur. (2021). *El Gobierno nacional estima que el aporte de hotelería y gastronomía al PIB el año próximo superará al de 2019*.

[https://www.hosteltur.com/lat/148798\\_recuperacion-en-colombia-proyecciones-oficiales-del-turismo-para-2022.html#:~:text=En%20primer%20lugar%2C%20Lombana%20se%20C3%B1al%20C3%B3,el%20turismo%20en%20el%20pa%C3%ADs](https://www.hosteltur.com/lat/148798_recuperacion-en-colombia-proyecciones-oficiales-del-turismo-para-2022.html#:~:text=En%20primer%20lugar%2C%20Lombana%20se%20C3%B1al%20C3%B3,el%20turismo%20en%20el%20pa%C3%ADs)

Jara Santamera, Miguel y Santamera, Jara. (2022). *Turismo y economía circular el necesario alineamiento entre oferta y demanda y una necesidad ambiental*.

[https://www.researchgate.net/publication/358106290\\_TURISMO\\_Y\\_ECONOMIA\\_CIRCULAR\\_El\\_necesario\\_alineamiento\\_entre\\_oferta\\_y\\_demanda\\_y\\_una\\_necesidad\\_ambiental\\_Enero\\_de\\_2022](https://www.researchgate.net/publication/358106290_TURISMO_Y_ECONOMIA_CIRCULAR_El_necesario_alineamiento_entre_oferta_y_demanda_y_una_necesidad_ambiental_Enero_de_2022)

- Kowszyk, Y., y Maher, R. (2018). Estudios de caso sobre modelos de Economía Circular e integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en estrategias empresariales en la UE y ALC. [https://eulacfoundation.org/es/system/files/economia\\_circular\\_ods.pdf](https://eulacfoundation.org/es/system/files/economia_circular_ods.pdf)
- Martínez-Jaramillo, H. A., y Moreno-Duarte, J. (2020). Uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como factor de competitividad en la gestión del sector hotelero en Villavicencio, Colombia. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, 93–114. <https://doi.org/10.21158/01208160.n0.2020.2739>
- Medina Enrriquez, A. (2019). *Turismo de naturaleza en áreas no protegidas. Sistema funcional, impactos y aplicación de un modelo de gobernanza enfocado en la sostenibilidad: el caso del destino Baños de Agua Santa, Ecuador*. [Archivo PDF]. [https://oa.upm.es/58187/1/ANDREA\\_ELIZABETH\\_MEDINA\\_ENRIQUEZ\\_01.pdf](https://oa.upm.es/58187/1/ANDREA_ELIZABETH_MEDINA_ENRIQUEZ_01.pdf)
- Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, K., y Tribe, J. (2010). *Public understanding of sustainable tourism*. *Annals of Tourism Research*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738309001674>
- MinComercio. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022 Turismo: El propósito que nos une*. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- MinComercio. (2018). *Política de Comercio Sostenible*. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCit). (2022). El turismo en cifras: Junio-Julio 2022. [Archivo PDF]. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2022/junio/oee-yv-turismo-junio-29-08-2022.pdf.aspx>
- Morales Arevalo, N. (2021). Según MinComercio, las Mipymes estarían generando más de 78% de los empleos. La Republica. <https://www.larepublica.co/economia/segun-mincomercio-las-mipymes-estarian-generando-mas-de-78-de-los-empleos-3192980>
- Nguyen, C., y Dinh Su, T. (2021). Tourism, institutional quality, and environmental sustainability. *Sustainable Production and Consumption*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2352550921002049>
- Orozco, J. (2017). *Caracterización y análisis de competitividad del sector de turismo de naturaleza en Colombia*. [Archivo PDF]. <https://www.colombiamascompetitiva.com/wp-content/uploads/2021/02/Reporte-Turismo.pdf>
- Padilla, R., y Oddone, N. (2016). *Manual para el fortalecimiento de cadenas de valor*. <http://hdl.handle.net/11362/40662>
- REPSOL. (s/f). Economía circular. <https://www.repsol.com/es/sostenibilidad/economia-circular/index.cshtml>
- Revista Semana. (2021). *Aporte del sector de viajes y turismo al PIB mundial cayó cerca del 50% por pandemia*. <https://www.semana.com/economia/articulo/aporte-del-sector-de-viajes-y-turismo-al-pib-mundial-cayo-cerca-del-50-por-pandemia/202140/#:~:text=El%20aporte%20en%202020%20fue,%25%20de%20la%20econom%C3%ADa%20mundial>

Robaina, C. R., de la Nuez, C. F., López del Pino, F., y Escauriaza, M. J. (2018). *Economía circular y turismo. Análisis de la industria hotelera: el caso de las islas Canarias*.

[Archivo PDF]. <https://aecit.org/files/congress/20/papers/382.pdf>

Szpilko, D. (2017). *Tourism Supply Chain—Overview of Selected Literature*. Procedia

Engineering. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877705817313164>

Teamleader. (2017). *¿Qué es la Cadena de Valor de una Empresa?* Blog Teamleader.

<https://www.teamleader.es/blog/que-es-la-cadena-de-valor-de-una-empresa#:~:text=Definiendo%20la%20cadena%20de%20valor,valor%20posible%20para%20el%20cliente>

United Nations (UN). (s/f). Asamblea General de las Naciones Unidas, presidente del 65° período de sesiones.

<https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml#:~:text=Se%20define%20C2%ABel%20desarrollo%20sostenible,para%20satisfacer%20sus%20propias%20necesidades%20BB>.

USAID, ProColombia. (2020). *Contemplar, Comprender, Conservar. Manual ilustrado para guías de turismo de naturaleza en Colombia*.

<https://guianaturaleza.colombia.travel/manual>

Vanegas, M., G. M. (2006). *Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible*. [Archivo PDF].

<https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>

Zhang, L., y Zhang, J. (2020). *A systematic review on tourism energy consumption, sustainable tourism, and destination development: A behavioral perspective*. Transport and Energy

Research, 295-313.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128159651000132>



## Apéndice A

### ENCUESTA

#### Personal de alojamiento rural en Colombia.

**Objetivo:** Analizar la situación actual del turismo de naturaleza en Colombia, mediante la revisión de la cadena de valor, sus puntos críticos e impactos medioambientales, en relación con la economía circular.

El uso de la información aquí obtenida tiene fines meramente académicos y será completamente confidencial, de antemano agradecemos su colaboración.

Correo:

Nombre de la organización:

Cargo:

Dirección:

Área urbana

Área Rural

Departamento:

Municipio:

### Caracterización

1. El tiempo que lleva ofertando su servicio en la región es de:
 

a) Menos de un año	c) De cinco a diez años
b) De uno a cinco años	d) Más de diez años
  
2. Su negocio se encuentra catalogado como:
 

a) Microempresa	c) Mediana Empresa
b) Pequeña empresa	d) Gran Empresa.
  
3. Tiene conocimiento sobre el concepto de turismo de naturaleza
 

a) Amplio conocimiento	c) Poco conocimiento
b) Mediano conocimiento	d) Ningún conocimiento
  
4. De los siguientes segmentos del turismo de naturaleza, a cuál dedica sus servicios principalmente. (Puede seleccionar más de una respuesta).
 

a) Turismo rural	d) Avistamiento de aves.
b) Ecoturismo	e) Otro
c) Turismo de aventura	

Cuál \_\_\_\_\_
  
5. Tiene conocimiento sobre el concepto de sostenibilidad desde lo ambiental en la prestación del servicio que usted ofrece.
 

a) Amplio conocimiento	c) Poco conocimiento
b) Mediano conocimiento	d) Ningún conocimiento
  
6. Tiene conocimiento sobre el concepto de economía circular aplicado al servicio que usted ofrece.

- a) Amplio conocimiento  
 b) Mediano conocimiento  
 c) Poco conocimiento  
 d) Ningún conocimiento

7. Tiene conocimiento sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el 2030.

- a) Amplio conocimiento  
 b) Mediano conocimiento  
 c) Poco conocimiento  
 d) Ningún conocimiento

8. La organización cuenta o se identifica con aspectos culturales, tradicionales y simbólicos de la región y/o localidad.

- a) Totalmente de acuerdo  
 b) Parcialmente de acuerdo  
 c) Parcialmente en desacuerdo  
 d) Totalmente en desacuerdo

#### Administrativa

9. Qué tipo de alojamiento ofrece en su negocio (puede seleccionar varias opciones):

- a) Hotel  
 b) Cabañas  
 c) Glamping  
 d) Camping  
 e) Ecolodge  
 f) Ecohabs  
 g) Otro

Especifique:

10. Actualmente cuenta con algún tipo de alianza con los siguientes sectores (puede seleccionar varias opciones):

- a) Sector público  
 b) Sector privado  
 c) Academia  
 d) Otro

Especifique: .....

11. Considerando que las prácticas sostenibles desde lo ambiental “*son todas aquellas acciones que ayudan a reducir el impacto negativo a nivel ambiental que se derivan de prácticas productivas o hábitos a nivel de empresas o en el hogar*”, cuáles eslabones de la cadena de valor considera usted que realizan prácticas sostenibles desde lo ambiental en sus procesos. Califique de uno (1) a cinco (5), siendo uno la que menos realiza prácticas sostenibles desde lo ambiental en sus procesos y cinco (5) la que más realiza prácticas sostenibles desde lo ambiental en sus procesos.

Eslabones	Calificación				
	1	2	3	4	5
Agencias de viajes					
Transporte					
Alojamiento					

Gastronomía					
Guianza turística					

12. Desde la administración de la organización se dedican recursos para optimizar los procesos con el fin de mejorar la sostenibilidad desde lo ambiental

- a) Siempre  
b) Casi siempre  
c) Casi nunca  
d) Nunca

13. Ha recibido capacitación sobre turismo de naturaleza sostenible o negocios verdes.

- a) Siempre  
b) Casi siempre  
c) Casi nunca  
d) Nunca

14. Ha recibido capacitación sobre economía circular.

- a) Siempre  
b) Casi siempre  
c) Casi nunca  
d) Nunca

15. En su negocio realiza actividades enfocadas a la reducción, reutilización reparación y reciclaje, de los insumos utilizados en la prestación del servicio, en donde integre los demás eslabones de la cadena de valor (transporte, servicios de guianza turística, agencias de viaje, alojamiento y gastronomía) y la comunidad. Califique de uno (1) a cinco (5), siendo uno (1) la que menos realiza, y cinco (5) la que más realiza.

	Concepto
Reducir	Disminuir la generación de residuos.
Reutilizar	Volver a usar un producto descartado.
Reparar	Arreglar productos que permitan alargar la vida útil.
Reciclar	Procesar materiales para transformarlos en productos nuevos.

	Calificación				
Concepto	1	2	3	4	5
Reducir					
Reutilizar					
Reparar					
Reciclar					

16. Desde la administración se destinan recursos para analizar y medir los impactos medioambientales de la organización, y de los usuarios.

- a) Siempre  
 b) Casi siempre  
 c) Ocasionalmente  
 d) Casi nunca  
 e) Nunca

17. Su organización participa de las siguientes iniciativas gubernamentales. Califique de uno (1) a cinco (5), siendo uno (1) en la que menos participa, y cinco (5) en la que más participa.

Concepto	Calificación				
	1	2	3	4	5
Emprendimiento					
Negocios verdes					
Turismo					
Turismo de naturaleza					
Ecoturismo					
Otro (especifique)					

18. Su organización se promueve como una organización con criterios de sostenibilidad desde lo ambiental.

- a) Totalmente de acuerdo  
 b) Parcialmente de acuerdo  
 c) Parcialmente en desacuerdo  
 d) Totalmente en desacuerdo

19. Se dedican esfuerzos para identificar, analizar e implementar las siguientes acciones respecto al tema ambiental y uso de residuos en los procesos de su negocio (puede seleccionar varias opciones).

- a. Acciones correctivas  
 b. Acciones preventivas  
 c. Acciones de mejora  
 d. Ninguna de las anteriores

20. En su organización se aplican políticas de responsabilidad social empresarial

- a) Siempre  
 b) Casi siempre  
 c) Casi nunca  
 d) Nunca

**Financiera**

21. En el último año ha identificado cambios en los procesos de la organización que favorezcan la sostenibilidad ambiental.

- a) Totalmente de acuerdo  
 b) Parcialmente de acuerdo  
 c) Parcialmente en desacuerdo  
 d) Totalmente en desacuerdo

22. La organización recibe o ha recibido algún tipo de apoyo financiero gubernamental para implementar procesos de economía circular.

- a) Siempre  
 b) Casi siempre  
 c) Casi nunca  
 d) Nunca

23. Se invierte en actividades con el fin de fomentar prácticas sostenibles desde lo ambiental en la cadena de valor. Califique de uno (1) a cinco (5), siendo uno (1) en la que menos se invierte, y cinco (5) en la que más se invierte.

Concepto	Calificación				
	1	2	3	4	5
Agencias de viajes					
Transporte					
Alojamiento					
Gastronomía					
Guianza turística					

#### Logística

24. Los procesos logísticos de la organización están diseñados para contribuir con la sostenibilidad desde lo ambiental.

- a) Totalmente de acuerdo  
 b) Parcialmente de acuerdo  
 c) Parcialmente en desacuerdo  
 d) Totalmente en desacuerdo

25. La organización coopera con los demás eslabones de la cadena de valor en pro del desarrollo sostenible del turismo de naturaleza en su región.

Califique de uno (1) a cinco (5), siendo uno (1) el que menos coopera, y cinco (5) el que más coopera.

Concepto	Calificación				
	1	2	3	4	5
Agencias de viajes					
Transporte					
Alojamiento					

Gastronomía					
Guianza turística					

### Tecnológica

26. De las siguientes tecnologías cuales utiliza en los procesos para la prestación del servicio y que contribuyen a minimizar los impactos medioambientales. Califique de uno (1) a cinco (5), siendo uno (1) la que menos usa, y cinco (5) la que más usa.

Tecnologías	Calificación				
	1	2	3	4	5
Energía fotovoltaica					
Biodigestores					
Regaderas ahorradoras					
Iluminación LED					
Lavado con cuenta de polímeros					
Control de temperatura eco-friendly					
Otra (Especifique)					

27. Los aparatos tecnológicos que usa en su organización están diseñados para minimizar los impactos ambientales negativos en su fabricación y uso.

- |                            |                               |
|----------------------------|-------------------------------|
| a) Totalmente de acuerdo   | c) Parcialmente en desacuerdo |
| b) Parcialmente de acuerdo | d) Totalmente en desacuerdo   |

28. De las siguientes tecnologías exponenciales, cuáles usa en su organización para mitigar los impactos ambientales. Califique de uno (1) a cinco (5), siendo uno (1) la que menos usa, y cinco (5) la que más usa.

Tecnologías	Calificación				
	1	2	3	4	5
Robótica avanzada					
Impresión en 3D					



### Comercial

32. Considera usted que el turismo de naturaleza ha permitido que se conserven recursos naturales en la región.

- a) Totalmente de acuerdo  
 b) Parcialmente de acuerdo  
 c) Parcialmente en desacuerdo  
 d) Totalmente en desacuerdo

33. En su organización se utilizan practicas justas en la comercialización. (Inclusión de comunidades, precio justo, entre otras).

- a) Totalmente de acuerdo  
 b) Parcialmente de acuerdo  
 c) Parcialmente en desacuerdo  
 d) Totalmente en desacuerdo

### Ambiental

34. Califique de uno (1) a cinco (5) los siguientes factores de acuerdo con el impacto ambiental producido por la prestación de su servicio. Siendo uno (1) el que menos impacto genera y cinco (5) el que mayor impacto genera.

Factores	Calificación				
	1	2	3	4	5
Consumo excesivo de energía eléctrica					
Desmedido consumo de agua					
Contaminación química y microbiológica					
Deforestación (eliminación de vegetación)					
Alteraciones de hábitats					
Contaminación de las fuentes hídricas con aguas residuales no tratadas					
Otro (Especificar)					

35. Qué tan sostenible desde lo ambiental considera usted que es su actividad económica.



- a) Muy sostenible
- b) Parcialmente sostenible
- c) Poco sostenible
- d) Nada sostenible

36. De los siguientes principios de economía circular, cuál emplea más en su operación.  
Califique de uno (1) a cinco (5), siendo uno (1) la que menos emplea, y cinco (5) la que más emplea.

Principios	Calificación				
	1	2	3	4	5
Reducir					
Reutilizar					
Reparar					
Reciclar					

37. De las siguientes actividades, califique de uno (1) a cinco (5) la que se realiza principalmente en su negocio, siendo uno (1), la que menos se realiza, y cinco (5), la que más se realiza.

Actividades	Calificación				
	1	2	3	4	5
Ahorrar energía					
Cuidar el agua					
Reuso de aguas residuales					
Reutilizar papel					
Reciclar					
Utilizar medios de transporte alternativos					
Producir menos residuos					
Cuidar la naturaleza					
No traficar con especies					
Usar energía limpia					
Realizar acciones amigables con el planeta					
Otra (especificar)					

38. Los cambios realizados en los últimos años en la mejora de los procesos y procedimientos de su organización enfocados a mitigar los impactos ambientales han contribuido al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en los siguientes aspectos. Califique de uno (1) a cinco (5) siendo uno (1), la que menos ha contribuido, y cinco (5), la que más ha contribuido.

Actividades	Calificación				
	1	2	3	4	5
A una mejor relación con el talento humano					
Mejores condiciones de trabajo					
Cumplimiento de las expectativas de los clientes					
Disminución de los impactos negativos al medio ambiente.					
Utilizar medios de transporte alternativos					
Producción y consumo responsable					
Otra (especificar)					

- a) En el último año se han realizado estudios de la huella de carbono en la organización generada por la prestación de su servicio.
- b) Siempre
- c) Casi siempre
- d) Casi nunca
- e) Nunca