

Desenho de cenários estratégicos para o ecoturismo na Colômbia

Design of strategic scenarios for ecotourism in Colombia

DOI:10.34117/bjdv8n5-061

Recebimento dos originais: 21/03/2022

Aceitação para publicação: 29/04/2022

William Eduardo Mosquera Laverde

Mestre em Gestão Ambiental

Instituição: Universidade Cooperativa da Colômbia

Endereço: Avenida Caracas 34 17, Barrio Teusaquillo, Bogotá, Colômbia

E-mail: williame.mosquera@campusucc.edu.co

Claudia Patricia Gomez Espinosa

Mestre em Psicologia do Consumidor

Instituição: Universidade Cooperativa da Colômbia

Endereço: Avenida Caracas 34 17, Barrio Teusaquillo, Bogotá, Colômbia

E-mail: claudiap.gomeze@campusucc.edu.co

María Fernanda Gómez Cuervo

Mestre em Psicologia do Consumidor

Instituição: Universidade Cooperativa da Colômbia

Endereço: Avenida Caracas 34 17, Barrio Teusaquillo, Bogotá, Colômbia

E-mail: maria.gomezcu@campusucc.edu.co

Camilo Mauricio Grillo Torres

Mestre em MARKETING

Instituição: Corporação Universitária das Astúrias - UNIASTURIAS

Endereço: Carrera 18 #79-25, Bogotá, Colômbia

E-mail: Camilo.Grillo@asturias.edu.co

RESUMO

O artigo apresenta os resultados obtidos na elaboração do desenho de cenários estratégicos em marketing ecológico, em áreas de influência da UCC, do ponto de vista da prospectiva e da análise de redes sociais, uma vez que cuja premissa fundamental é que o futuro não surge às cegas, mas é uma consequência da ação humana, tornando-se uma ferramenta de planejamento essencial onde o futuro pode ser elucidado e as ações humanas que permitirão seu desenvolvimento podem ser orientadas. Assim foi desenvolvido para olhar a ação presente a partir da criação de cenários possíveis (cenários futuros) utilizando análise morfológica e a probabilidade de que cada cenário ocorra (cenários futuros) apoiados pelo método Delphi, MIC MAC. Este documento contribuirá com conhecimento para que os gestores do ecoturismo contribuam com as necessidades econômicas e sociais do país como parte de sua gestão socioecológica por meio dos resultados do setor de ecoturismo nas áreas de influência da UCC, que estão em grande parte território. Colombiano em seus 18 escritórios distribuídos em 5 regiões

Palavras-chave: prospectiva, cenários, ecoturismo, planejamento, estratégias.

ABSTRACT

The article presents the results obtained in the elaboration of the design of strategic scenarios in ecological marketing, in areas of influence of the UCC, from the point of view of the prospective and the analysis of social networks, since whose fundamental premise is that the future it does not arise blindly, but is a consequence of human action, becoming an essential planning tool where the future can be elucidated and the human actions that will allow its development can be guided. This is how it was developed in order to look at the present action from the creation of possible scenarios (future scenarios) using morphological analysis and the probability that each scenario occurs (future scenarios) supported by the Delphi method, MIC MAC. This document will contribute with knowledge so that ecotourism managers contribute to the economic and social needs of the country as part of its socio-ecological administration through the results of the ecotourism sector in areas of influence of the UCC, which are in a large part of the territory. Colombian in its 18 offices distributed in 5 regions

Keywords: prospective, scenarios, ecotourism, planning, strategies.

1 INTRODUÇÃO

Desde os seus primórdios, a humanidade levantou a necessidade de conhecer o futuro, entender o que poderia acontecer e se preparar para ele, estabelecendo assim diferentes crenças para cada civilização que dão origem a rituais cuja interpretação permitiria projetar o futuro, alguns deles mágicos, divinatórios artes, oráculos, projeções matemáticas e a extrapolação de tendências.

Com o passar do tempo, a concepção do futuro foi modificada, levando a humanidade a entender que o futuro não era uma realidade única e determinada, mas sim uma probabilidade que implicava uma visão múltipla e indeterminada, pontos de vista baseados em uma visão humanista e multifacetada. definida pelo homem moderno como uma "nova forma de encarar o futuro", essa mudança de mentalidade é prospectiva, cuja premissa fundamental é que o futuro não surge às cegas, mas é consequência da ação do homem, tornando-se uma ferramenta essencial ao planejamento onde o futuro pode ser elucidado e as ações humanas que permitirão o seu desenvolvimento podem ser orientadas.

Este desenvolvimento no setor de ecoturismo levanta a necessidade de tomar medidas para o desenvolvimento econômico e social da população na Colômbia, além disso, segundo as estatísticas, o crescimento do ecoturismo na Colômbia vem melhorando de acordo com os números de (ProColombia, 2017), “A chegada de viajantes internacionais às áreas protegidas com vocação ecoturística dos Parques Naturais Nacionais aumentou 37% em 2016, passando de 96.259 viajantes em 2015 para 131.654 turistas este ano.

Também é importante destacar os novos projetos de ecoturismo do governo, como o Programa de Ecoturismo Comunitário de acordo com a (Parques Nacionais Naturais da Colômbia, 2018) Unidade Administrativa Especial chamada Parques Nacionais Naturais da Colômbia, desenvolvido no âmbito do processo de implementação das Diretrizes para Ecoturismo Comunitário na Colômbia, cujo objetivo é orientar organizações comunitárias, autoridades locais, regionais e nacionais no estabelecimento de iniciativas de ecoturismo com participação ativa da comunidade.

1.1 PROSPECTIVO

Este termo surgiu na França no final da década de 1950 por Gastión Bergel, como parte importante da escola francesa, onde se aceita a possibilidade de ocorrência de múltiplas situações no futuro, seja como evolução do presente, seja como ruptura de isso.

Para (Mojica, 2006), a previsão é "conceber a previsão como uma disciplina que tem por objeto a análise do futuro, um tempo que pode nos reservar surpresas se simplesmente permitirmos que ela aconteça pela força dos acontecimentos, mas isso poderia ser feito de acordo com nossos interesses se tomarmos a decisão de moldá-lo a partir de agora."

O prospectivo também pode ser definido como uma disciplina, segundo (Bas, 2002), "o prospectivo considera o futuro como um espaço múltiplo, considera a existência de possíveis futuros alternativos, tenta atribuir-lhes um grau de probabilidade de ocorrência e desejabilidade e incentiva a triangulação é também uma ferramenta de orientação para a tomada de decisão".

Esta ferramenta é desenvolvida sob uma metodologia de cenários utilizando conceitos de análise de sistemas, inicialmente concebidos nos Estados Unidos nas décadas de 50 e 60, na prática não existe um método único de obtenção de cenários e sim uma infinidade de formas de construí-lo, porém somente os estudos que são realizado levando em conta os seguintes aspectos têm o qualificador de método de cenário: a) Analisar o fenômeno em estudo, de um ponto de vista retrospectivo e atual b) Analisar a influência de grupos sociais que são gestores do desenvolvimento do fenômeno, bem como os fatores de mudança c) Apresentar os resultados finais na forma de cenários

1.2 PREVISÃO ESTRATÉGICA

Este conceito é retirado de (Herrera & Didriksson, 2006), a previsão estratégica é tomada "como uma abordagem que promove o desenvolvimento de ações a longo prazo,

com instrumentos que analisam simultaneamente disciplinas, fatores, processos e atores, que tradicionalmente considerados isoladamente, neste caso o que importa é o desenho e construção de futuros alternativos, que está longe de fazer previsões especulativas sobre cenários viáveis, que são projetados e limitados ao que a tendência pode oferecer”.

1.3 CENÁRIOS

Um cenário é conceituado como um conjunto formado pela descrição de uma situação futura e um caminho de eventos que permitem passar de uma situação original para uma futura (Godet, 2015), porém, um cenário, além de ser uma realidade futura, deve ser uma ferramenta que direcione o caminho para representar a melhor forma de atingir os objetivos propostos nas organizações, objetivos possíveis e/ou desejáveis e ainda mais a preocupação com a eficiência dos indivíduos nelas.

1.4 ECOTURISMO

O termo ecoturismo foi cunhado pelo arquiteto mexicano Héctor Ceballos-Lascuráin em 1983, que desde 1971 trabalha no planejamento e desenvolvimento do turismo sustentável em todos os seus aspectos. Pois (Ceballos, 1998) a define como: "a execução de uma viagem a áreas naturais relativamente intocadas ou poluídas, com o objetivo específico de: estudar, admirar e apreciar a paisagem junto com suas plantas e animais silvestres, e assim qualquer manifestação cultural (passada e presente) que se encontre nessas áreas, que promova um envolvimento ativo e socioeconômico benéfico das populações locais" .

A relação entre turismo e ecologia é: fazer da atividade de lazer e recreação um momento de fruição e fruição, salvar e respeitar a natureza; divulgar sem agredir o meio ambiente. (Gonzales, 1999).

2 METODOLOGIA

Esta ferramenta é desenvolvida sob uma metodologia de cenários utilizando conceitos de análise de sistemas, inicialmente concebidos nos Estados Unidos nas décadas de cinquenta e sessenta, na prática não existe um método único de obtenção de cenários e sim uma infinidade de formas de construí-lo, porém, o qualificador de cenário método é dado apenas para estudos que são realizados levando em consideração os seguintes aspectos:

1. Analisar o fenômeno em estudo, do ponto de vista retrospectivo e atual

2. Analisar a influência dos grupos sociais que são gestores do desenvolvimento do fenômeno, bem como os fatores de mudança

3. Apresentar os resultados finais na forma de cenários

Para atingir esses objetivos, a metodologia de cenários descrita na fase 5 do desenho metodológico do projeto de ecoturismo prospectivo no pós-conflito colombiano nas áreas de influência da UCC e análise de redes sociais de ecoturismo, foi desenvolvida em duas etapas: a primeira foi a construção da base analítica (desenvolvida anteriormente Delphi, MIC MAC) e a elaboração das seguintes áreas: Montería- Tierra Alta, Ibagué-Chaparral, Villavicencio-Granada, Paz de Ariporo, Santamarta- Buriticá, Santamarta-Umbara, Cota, La Vega, Zipaquirá.

Para a análise, foi elaborado um levantamento de cenários para cada uma das áreas em estudo com três objetivos fundamentais e com os descritores para cada um deles onde os especialistas selecionaram o Cenário e a estratégia para o desenvolvimento socioeconômico da região:

1. Descubra e vincule as principais variáveis que caracterizam o sistema de estudo por meio de uma análise explicativa global

2. Determinar, com base nas variáveis-chave, os fatores fundamentais e os meios de que dispõem para realizar seus projetos

3. Descrever, em forma de cenário, as possíveis evoluções do sistema de estudo a partir da observação e análise das variáveis-chave e do comportamento dos atores, em relação a um conjunto de hipóteses

2.1 CENÁRIOS PROJETADOS PARA TIERRA ALTA

Cenário 1



___ Diversificação nos produtos ecológicos e turísticos da região de forma a dinamizar a economia da zona, baseando todo o desenvolvimento na sustentabilidade, proteção e cuidado com o ambiente

___ Criação de programas de capacitação para a população, variando suas abordagens de acordo com a fase da vida (crianças, adolescentes, adultos e idosos)

___ Desenvolvimento de alianças estratégicas com empresas do setor, associações e instituições de ensino para a criação de programas de capacitação voltados para a formalização, inovação e qualidade dos produtos ecoturísticos

Cenário 2



___ Desenvolvimento de planos culturais, sociais e de formação para a comunidade da região de forma a divulgar a importância do ambiente e da riqueza ecológica sob várias perspectivas.

___ Implementação de programas de desenvolvimento de atrativos turísticos e ecológicos gerando melhorias na qualidade de vida da população, benefícios em sustentabilidade, cuidado com o meio ambiente e dinamização da economia

___ Criação de grupos dentro da população da região, integrando comunidades vulneráveis e próximas ao ecoturismo, desenvolvendo com isso programas de capacitação em cuidados ambientais para a primeira infância e atividades de crescimento regional do ponto de vista ambiental para a população em geral.

Cenário 3

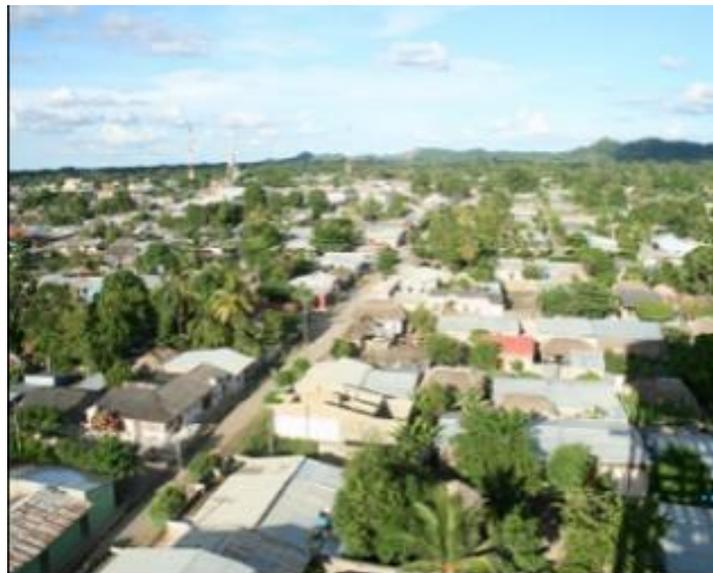


___ Implementação de programas apoiados por capitais privados e/ou governamentais com o objetivo de criar melhorias na infraestrutura turística, trilhas e vias de acesso para áreas de interesse turístico e ecológico

___ Desenvolvimento de eventos regionais de forma a promover a riqueza gastronômica da região e implementar certificações que destaquem os pontos gastronômicos, as especialidades da zona e certificações de qualidade

___ Desenvolvimento de alianças com associações que gerem programas de formação para o setor do turismo que possam ser acedidos tanto pela população em geral como pelos beneficiários diretos deste tipo de produto.

Cenário 4



- ___ Manter programas de melhoria e criação de vias de acesso na região, apoiando o cuidado com o meio ambiente e o desenvolvimento regional
- ___ Abertura de chamadas para programas de pesquisa desenvolvidos por instituições educacionais e governamentais, desenvolvimento de material acadêmico voltado para esse tipo de pesquisa
- ___ Implementação de campanhas que destaquem os atrativos culturais da região, o clima e a variedade ecológica

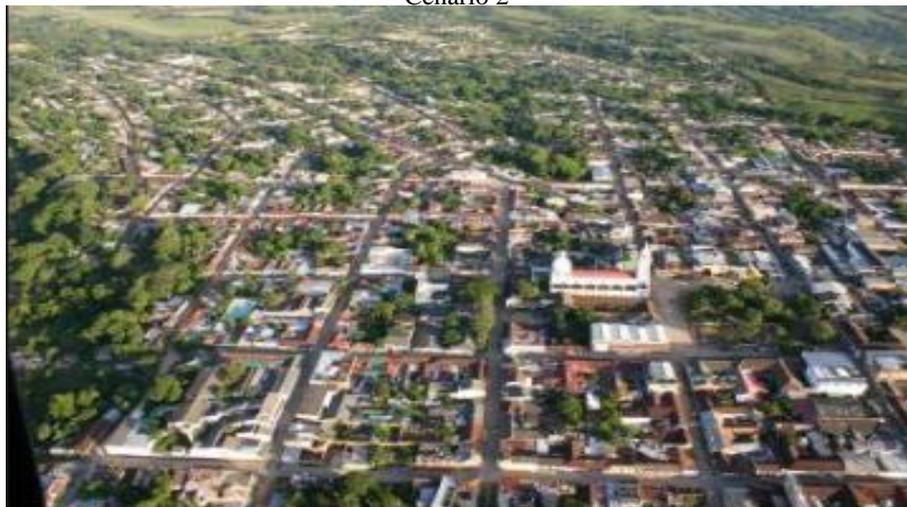
2.2 CENÁRIOS PARA CHAPARRAL

Cenário 1



- ___ Desenvolver planos governamentais de médio e longo prazo que ajudem a fortalecer a sustentabilidade da região na infraestrutura de vias de acesso e trilhas turísticas, implementando ações que protejam a segurança urbana e rural
- ___ Implementar planos de ação que facilitem a integração da comunidade como ponto focal dos planos de segurança no desenvolvimento das atividades de ecoturismo
- ___ Fazer alianças estratégicas com instituições e associações de ensino superior que capacitam a comunidade em geral no desenvolvimento do ecoturismo e especializam empresas e pessoal neste tipo de atividade.

Cenário 2

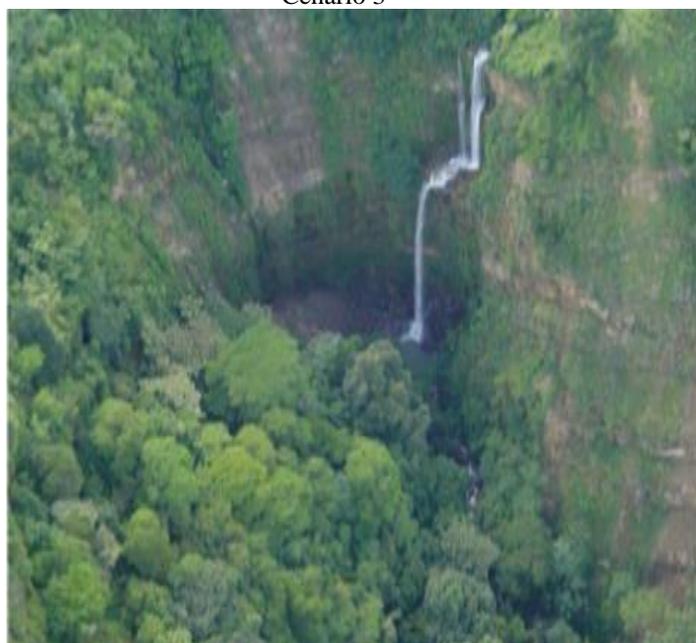


___ Continuar com o plano de ação sobre o desenho de trilhas de ecoturismo na área de influência

___ Implementar os planos de ação criados nos últimos tempos para o fortalecimento e estruturação do setor saúde na região

___ Implementar ações de sinalização dentro de trilhas e vias de acesso aos atrativos turísticos

Cenário 3



___ Desenvolver e implementar a formação de pessoal associado aos processos de turismo na região, formando uma aliança com entidades setoriais e instituições de ensino superior que certificam essa formação em níveis de especialização.

___ Melhorar, através de programas de formação e da implementação de acções específicas do sector do turismo, o nível de competitividade das empresas directa ou indirectamente ligadas à actividade turística da região.

___ Desenvolver novos produtos e novas experiências dentro dos atrativos turísticos, implementando acções de sustentabilidade e vanguarda para o desenvolvimento da atividade econômica

Cenário 4



___ Diagnosticar a prestação do serviço turístico em termos de experiência no atendimento e interação com a área de ecoturismo para entender os pontos de melhoria da experiência

___ Implementar planos de formação em atendimento ao cliente, experiência do cliente e qualidade de trabalho com a população que beneficia directa ou indirectamente do setor do turismo

___ Agendar avaliações constantes e planos de melhoria para acções e empresas ligadas ao setor de turismo da região, a fim de criar percepções de qualidade entre os visitantes.

2.3 CENÁRIOS PARA GRANADA

Cenário 1



___ Implementar o desenvolvimento de trilhos de acesso aos atrativos turísticos, integrando a população com qualquer tipo de deficiência nestes

___ Trabalhar em esquemas de medição de qualidade, experiência, eficácia, atratividade e satisfação em empresas que beneficiam direta ou indiretamente do setor do turismo, diferenciando os tipos de negócio e a formalidade e informalidade deste

___ Sensibilizar a população em geral sobre a relevância do setor do turismo no crescimento da região, integrando esta sensibilização com um programa de formação em inglês adequado ao setor.

Cenário 2



___ Desenvolver ações que gerem interesse pelos atrativos turísticos da região e a implementação de novas experiências dentro deles através da implementação de novas estruturas dos planos de ecoturismo promovidos.

___ Implementação e gestão de novas políticas governamentais que facilitem o desenvolvimento da actividade turística e de protecção do ambiente nas quais se integrem não só as entidades governamentais e/ou sectoriais mas também a comunidade em geral.

___ Reestruturação dos serviços de ecoturismo, implementando nestes o uso de tecnologias como ferramenta promocional, desenvolvimento de diferentes atrativos turísticos para a região criando maior variedade e experiência para o mercado potencial

Cenário 3



___ Capacitação para a comunidade ligada direta ou indiretamente ao setor de turismo em questões de proteção ambiental, atendimento ao cliente e desenvolvimento do marketing de experiência como fator de qualidade

___ Implementação de um sistema de qualidade técnica nos empreendimentos turísticos da região, incluindo infraestrutura hoteleira, operadores turísticos e serviços gastronómicos

___ Criação de incentivos para empresas direta ou indiretamente ligadas ao setor de turismo para melhorias e implementação de novos processos que facilitem o desenvolvimento de serviços e produtos de qualidade na região

Cenário 4



___ Alianças estratégicas com instituições de ensino especializadas em turismo, para a implementação de programas de formação baseados no desenvolvimento do setor e na melhoria da qualidade

___ Implementação de programas de capacitação para a comunidade em geral sobre cuidados ambientais e o crescimento regional do ecoturismo

___ Articulação das associações envolvidas ou próximas da atividade turística, para que formem a comunidade ligada direta ou indiretamente à atividade turística, capacitando-a em questões de desenvolvimento do setor, sistemas de qualidade, serviço e bilinguismo

2.4 CENÁRIOS PARA BURITICA

Cenário 1



___ Desenvolvimento da infraestrutura turística da região através do apoio do governo e instituições e associações do setor privado

___ Exploração de novos atrativos ecoturísticos na região, implementando programas de ação baseados em seu desenvolvimento por meio da proteção ambiental

___ Melhoria e reforço da infraestrutura turística através de alianças com empresas privadas

Cenário 2



___ Apoio a programas de capacitação para a comunidade que faz parte do desenvolvimento turístico da região, incluindo o setor gastronômico

___ Manutenção de programas de medição e controle para o desenvolvimento do ecoturismo, crescimento das atrações turísticas e impacto ambiental

___ Execução de projetos e programas de pesquisa sobre o impacto ambiental, o desenvolvimento do setor de ecoturismo e a proteção ambiental da região

Cenário 3



- ___ Criação de programas de formação para a população em geral para a proteção do ambiente e o desenvolvimento turístico da região
- ___ Implementação de programas para o desenvolvimento do turismo e para a sustentabilidade da região
- ___ Alianças estratégicas com associações setoriais que facilitam a formação e regulação de fatores de qualidade para pessoal vinculado a programas de ecoturismo na região

Cenário 4



- ___ Criação de operadores turísticos na região que vinculem a comunidade no desenvolvimento econômico da região
- ___ Desenvolvimento de novos programas de turismo que integrem a comunidade para melhorar a qualidade de vida da população e a economia da região
- ___ Abertura de programas de empreendedorismo e formalização de atividades econômicas que ofereçam oportunidades de crescimento econômico e trabalhista na região

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A tabulação das informações foi realizada através do desenvolvedor Delphi, MIC MAC, as variáveis determinantes estão de acordo com as quatro zonas do eixo cartesiano onde as zonas foram estruturadas a) Zona de poder esta mostra as tendências de maior influência e baixa dependência b) Zona de conflito, em que a tendência se mantém e cuja observação é a chave para as variáveis estratégicas cuja avaliação (influência média-alta, dependência média-alta) c) Tendências de Autônomos de baixo sucesso. (baixa influência, baixa dependência). São todas aquelas variáveis que devem ser atendidas para

operar o sistema d) As saídas são tendências nulas, precedidas por baixa influência e alta dependência.

Variável Zona de energia

- 02 Qualidade do serviço turístico
- 03 Geração de emprego
- 04 Avaliação de experiências ambientais
- 05 Experiência significativa para turistas
- 06 Satisfação local com o turismo

Variável Zona de conflito

- 01 Programas de capacitação em turismo
- 02 Qualidade do serviço turístico
- 02 Benefícios econômicos
- 02 Programas de sustentabilidade
- 01 produto de ecoturismo

Variáveis por conta própria

- 01 Clima
- 02 Gastronomia Típica
- 03 Pesquisa científica
- 03 Equipe treinada
- 04 Vias de acesso
- 05 Sinalização
- 05 Infraestrutura de saúde
- 06 Projeto de Trilha
- 06 Doações para conservação
- 07 Estatísticas e controles
- 11 Hospitalidade da população local
- 12 Acesso para pessoas com deficiência
- 15 Bilinguismo

Variáveis Partidas

- 02 Gastronomia Típica
- 03 Equipe treinada
- 02 Infraestrutura turística
- 03 Equipe treinada
- 04 Políticas de longo prazo

- 04 Estradas de acesso
- 01 Segurança urbana e rural
- 03 locais de ecoturismo
- 13 Uso de tecnologias atualizadas
- 04 Políticas de longo prazo
- 02 Programas de sustentabilidade
- 12 Planejamento interinstitucional
- 08 Gestão e controle de recursos
- 04 Práticas de Sustentabilidade Ambiental

4 INFLUÊNCIAS E DEPENDÊNCIAS VARIÁVEIS

Esses resultados serão representados nos gráficos a seguir de acordo com as variáveis para cada um dos quadrantes de zona de poder, conflito, autônomo e saída. Eles estão representados de acordo com a tabela a seguir:

Gráfico 1: Variáveis por quadrantes

	IMAGEN TURISTICA	FORMACIÓN	
	SERVIOO	IMPACTO	
	MARKETING+	RECURSO ECONÓMICO	
	PLAN DESASRROLLO	CONECTIVIDAD TECNOLOGIAS	
E1	IMAGEN TURISTICA+	MARKETING+	SERVIOO
E2	FORMACIÓN+	SERVIOO	MARKETING+
E3	RECURSO ECONÓMICO+	PLAN DESASRROLLO	
E4	IMPACTO	PLAN DESASRROLLO	
	PLAN DESASRROLLO	SERVIOO	

Fonte própria

Análise de Mic Mac por região

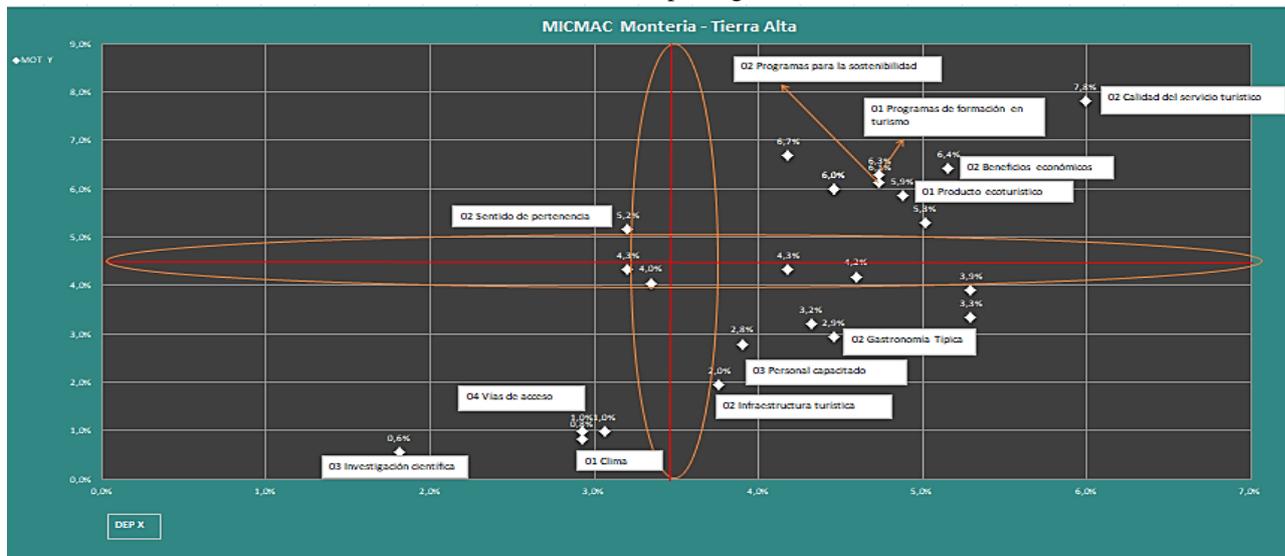


Figura 1. Área Monteria- Tierra Alta

N	ZONA	VARIABLE	DEP X	MOT Y
1	ZONA DE PODER	02 Sentido de pertenencia	3,2%	5,2%
2	ZONA DE CONFCTO	02 Calidad del servicio turístico	6,0%	7,8%
3	ZONA DE CONFCTO	02 Beneficios económicos	5,2%	6,4%
4	ZONA DE CONFCTO	01 Programas de formación en turismo	4,7%	6,3%
5	ZONA DE CONFCTO	02 Programas para la sostenibilidad	4,7%	6,1%
6	ZONA DE CONFCTO	01 Producto ecoturístico	4,9%	5,9%
7	AUTONOMOS	04 Vías de acceso	2,9%	1,0%
8	AUTONOMOS	01 Clima	2,9%	0,8%
9	AUTONOMOS	03 Investigación científica	1,8%	0,6%
10	SALIDA	02 Gastronomía Típica	4,5%	2,9%
11	SALIDA	03 Personal capacitado	3,9%	2,8%
12	SALIDA	02 Infraestructura turística	3,8%	2,0%

IMAGEN TURISTICA	FORMACIÓN
SERVICIO	IMPACTO
MARKETING	

Figura 2. Área do Ibagué –Chaparral

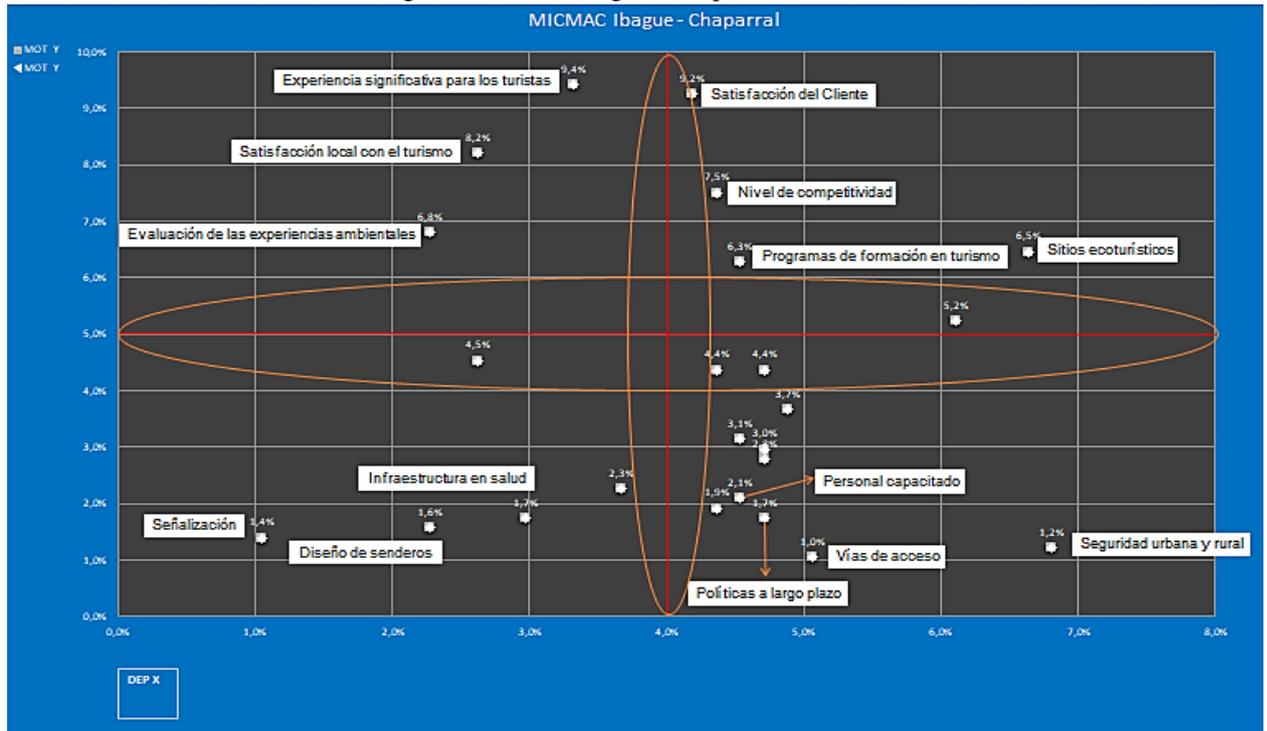


Tabela 2. Área do Ibague - Chaparral

N	ZONA	VARIABLE	DEP X	MOT Y
1	ZONA DE PODER	05 Experiencia significativa para los turistas	3,3%	9,4%
2	ZONA DE PODER	06 Satisfacción local con el turismo	2,6%	8,2%
3	ZONA DE PODER	04 Evaluación de las experiencias ambientales	2,3%	6,8%
4	ZONA DE CONFCTO	04 Satisfacción del Cliente	4,2%	9,2%
5	ZONA DE CONFCTO	06 Nivel de competitividad	4,4%	7,5%
6	ZONA DE CONFCTO	01 Programas de formación en turismo	4,5%	6,3%
7	ZONA DE CONFCTO	03 Sitios ecoturísticos	6,6%	6,5%
8	AUTONOMOS	06 Diseño de senderos	2,3%	1,6%
9	AUTONOMOS	05 Señalización	1,0%	1,4%
10	AUTONOMOS	05 Infraestructura en salud	3,0%	1,7%
11	SALIDA	03 Personal capacitado	4,5%	2,1%
12	SALIDA	04 Políticas a largo plazo	4,7%	1,7%
13	SALIDA	04 Vías de acceso	5,1%	1,0%
14	SALIDA	01 Seguridad urbana y rural	6,8%	1,2%

IMAGEN TURISTICA	FORMACIÓN
SERVICIO	IMPACTO
MARKETING	RECURSO ECONÓMICO

Figura 3. Área do Paz Ariporo - Casanare

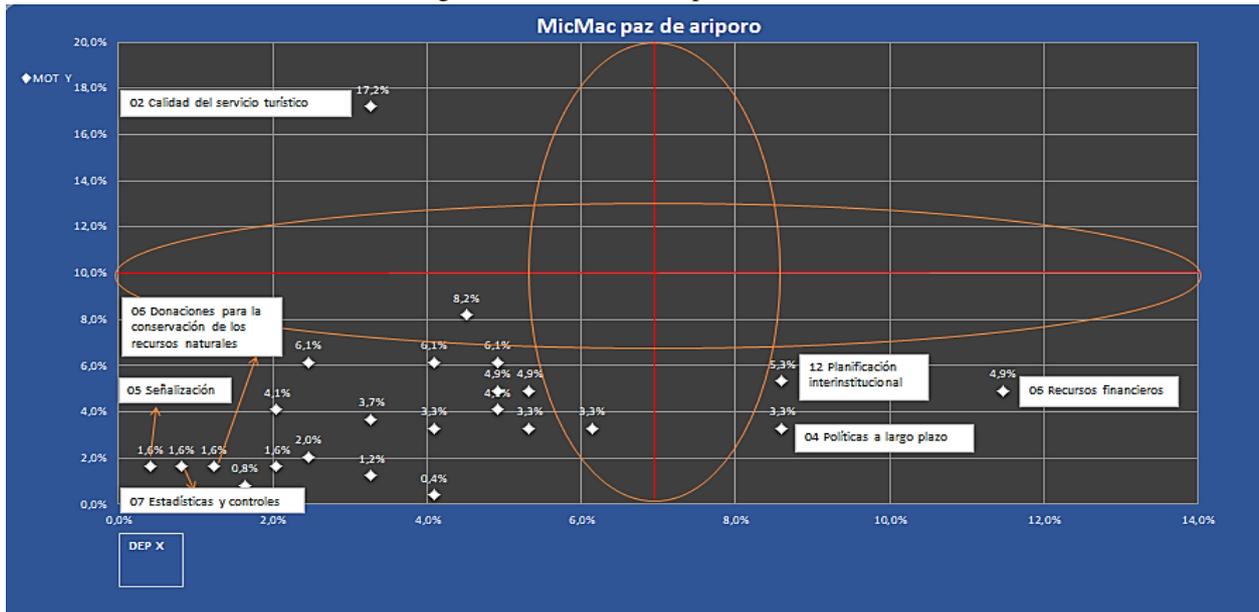


Tabela 3. Área do Paz de Ariporo

N	ZONA	VARIABLE	DEP X	MOT Y
1	ZONA DE PODER	02 Calidad del servicio turístico	3,3%	17,2%
2	AUTONOMOS	06 Donaciones para la conservación de los recursos naturales	1,2%	1,6%
3	AUTONOMOS	05 Señalización	0,4%	1,6%
4	AUTONOMOS	07 Estadísticas y controles	0,8%	1,6%
5	SALIDA	12 Planificación interinstitucional	8,6%	5,3%
6	SALIDA	04 Políticas a largo plazo	8,6%	3,3%
7	SALIDA	06 Recursos financieros	11,5%	4,9%

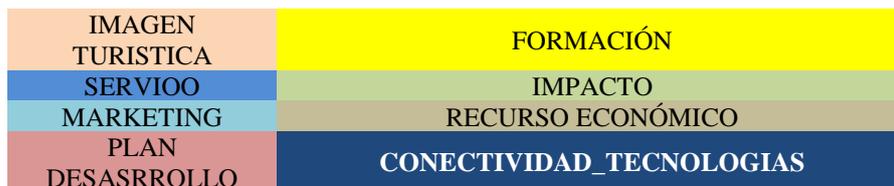


Figura 4. Área do Buritaca- SantaMarta

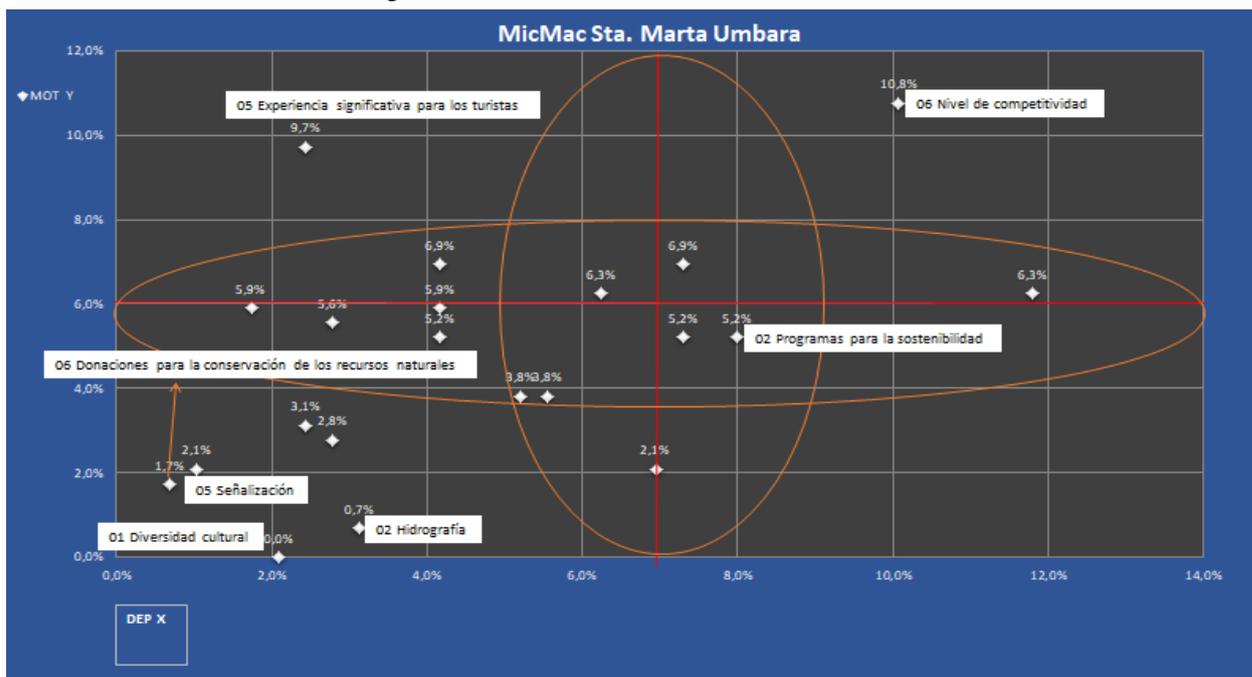


Tabela 4. Área do Buritaca- SantaMarta

N	ZONA	VARIABLE	DEP X	MOT Y
1	ZONA DE PODER	05 Experiencia significativa para los turistas	2,4%	9,7%
2	ZONA DE CONFLICTO	06 Nivel de competitividad	10,1%	10,8%
3	AUTONOMOS	05 Señalización	1,0%	2,1%
4	AUTONOMOS	06 Donaciones para la conservación de los recursos naturales	0,7%	1,7%
5	AUTONOMOS	02 Hidrografía	3,1%	0,7%
6	AUTONOMOS	01 Diversidad cultural	2,1%	0,0%
7	SALIDA	02 Programas para la sostenibilidad	8,0%	5,2%

IMAGEN TURISTICA	FORMACIÓN
SERVICIO MARKETING	IMPACTO RECURSO ECONÓMICO
PLAN DESARROLLO	CONECTIVIDAD_TECNOLOGIAS

Fonte própria

A Tabela 4. lista todas as variáveis das áreas de estudo e sua localização no MICMAC de acordo com a área, das variáveis relevantes ou selecionadas, podemos verificar que a área autônoma é onde as variáveis residem mais, seguida da área de saída e em um ponto médio as zonas de poder e conflito. Enquanto nas variáveis descartadas, a área de autônomo tem um número significativo, destacando-se entre as demais áreas do MICMAC. Pode-se dizer que os micmac são semelhantes em relação à localização de suas variáveis, isso nos dá um panorama mais global onde se localiza a maioria das variáveis e também nos informa que são poucas as variáveis localizadas nas áreas de

poder e conflito sendo a parte inferior do plano micmac onde mais residem as variáveis, é também de grande importância para a análise de uma variável a nível nacional, visto que procura também estabelecer se existe correlação de todas as áreas de estudo para saber se existe semelhança e é possível estabelecer um indicador a nível nacional ou não existe relação entre as diferentes áreas de estudo.

5 CONCLUSÕES

O ecoturismo na Colômbia desde uma perspectiva estratégica permite avançar no conhecimento das realidades deste setor, considerando sua importância e posicionamento dentro do setor econômico.

Com base na análise das variáveis e fatores, foram determinadas as necessidades de uso dos recursos naturais e ecoturísticos existentes nas áreas de estudo, com o objetivo de gerar conhecimento sobre possíveis projetos de implantação para o desenvolvimento do ecoturismo.

No setor de ecoturismo, é evidente que existem políticas e regulamentações que têm colaborado na geração de projetos de ecoturismo, que permitem a criação de cenários participativos como comunidades, onde os serviços de ecoturismo se limitam ao que o contrato dita, tendo como ponto fraco a apontar o planejamento e a estratégia prospectiva do período sobre como desenvolver o produto ecoturístico.

A vantagem competitiva de realizar pesquisas prospectivas é que abre uma lacuna nas possibilidades de concepção e visão da importância do ecoturismo no desenvolvimento econômico da região.

O que permite com este estudo é antecipar os movimentos futuros do ecoturismo nas diferentes regiões em estudo. Os cenários prospectivos das 10 áreas de estudo e suas diferentes zonas estão listados abaixo, tais como:

O Cenário 1 (E1), que corresponde à zona de potência (ESPERADO), é uma zona com tendência de sucesso e um cenário que se compromete a influenciar diretamente o ecoturismo na região, caracterizado por sua alta influência e baixa dependência.

O Cenário 2 (E2), que corresponde à zona de conflito (DESEJADA), e é outro cenário de nossa aposta, pois podem acontecer por serem tão voláteis e, portanto, podem influenciar e impactar mais no ecoturismo da região, caracterizado pela alta influência e alta dependência, com tendência a esperar e observar, pois poderiam passar relativamente à zona de poder com o tempo.

O Cenário 3 (E3), corresponde à Zona Autônoma (CORRENTE), caracterizada por sua baixa influência e baixa dependência, são variáveis que não têm importância para os diferentes atores. Com tendência de baixo sucesso.

O cenário 4 (E4), é a zona de saída (E4) (ASPIRACIONAL), caracterizada por sua baixa influência e alta dependência, zona de tendência zero.

6 RECOMENDAÇÕES

O desinteresse dos diferentes atores, bem como o sigilo por parte da população das áreas de estudo não contribuem para a promoção e o interesse dos atrativos turísticos da região, pelo que os diferentes atores devem promover um ambiente de confiança e empoderamento das comunidades. em novos projetos de ecoturismo que impactam a região (Saavedra,2020).

A elevada informalidade do emprego, a baixa participação dos órgãos do Estado em termos de apoios e recursos, bem como a incerteza das comunidades em termos de segurança, fazem com que os atrativos turísticos da região não tenham a visibilidade desejada ou a confiança gerada para os visitantes, portanto, devem trabalhar em conjunto com órgãos estaduais para o bom funcionamento dos sítios de ecoturismo (Guerrero,2018).

A otimização e tomada de decisão através da execução de diferentes modelos de simulação que, estando inseridos em organizações de ecoturismo, podem gerar crescimento na parte econômica, social e cultural das regiões, através do marketing ecológico otimizado.

Modelos devem ser implementados para criar novos cenários onde a proteção ambiental seja promovida com o turismo sustentável e a articulação da população e sua cultura em projetos de ecoturismo.

A importância da implementação de estratégias de marketing para alcançar um ecoturismo eficiente, conhecendo o problema e a necessidade de promoção e desenvolvimento do ecoturismo em áreas pós-conflito (Garzon,2003).

REFERÊNCIAS

Avendaño Prieto, G., Reyes Guzmán, M., Rodríguez Cantor, D. A., Mura, I., García Pérez, A., Velosa García, J. D., ... & Díaz Pulido, J. M. (2015). Cuaderno de Casos de Ingeniería 4.

(UNODC), O. d. (2018). Monitoramento de territórios afetados por cultivos ilícitos. Bogotá Colômbia.

Cardenas, J. e. (2009). ESTRATÉGIAS DE PLANEJAMENTO E MARKETING PARA ECOTURISMO. Recuperado em 7 de março de 2019, em http://bdigital.unal.edu.co/870/1/1038404041_2009.pdf

Chamorro. (2012). O MARKETING ECOLÓGICO. Obtido em <https://ciberconta.unizar.es/leccion/ecomarketing/ecomarketing.pdf>

Citur. (2019). Centro de Informações para turistas. Obtido em 08/04/2019, em <http://www.citur.gov.co/estadisticas>

Delgado, h. e. (Novembro de 2015). Negociações de paz na Colômbia: uma perspectiva da construção da paz. Recuperado em 6 de março de 2019, em <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/papelpol/article/view/18191/14304>

Dias, R. (junho de 2008). marketing ecológico e turismo. Recuperado em 06 de março de 2019, a partir de documentos especiais: https://www.researchgate.net/publication/237026969_Marketing_ecologico_y_turismo

Fernandez. (2003). POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO DO ECOTURISMO. Bogotá DC.: Governo da Colômbia.

Issa Fontalvo, S. M., Robles Panetta, E. J., & González Castillo, F. D. J. (2019). Cultura de innovación turística: una apuesta para el cierre de brechas sociales y tecnológicas.

Garzon, g. j., Parra, a. d., & Pineda, a. s. (2003). O pós-conflito na Colômbia: coordenadas para a paz. Recuperado em 05 de março de 2019, em <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere5/TESIS47.pdf>

Guerrero, G. A. (dezembro de 2018). O desafio dos conflitos ambientais no cenário pós-conflito na Colômbia. Recuperado em 5 de março de 2019, em <https://revistas.unal.edu.co/index.php/gestion/article/view/77959/0>

Humboldt, i. V. (2009). Mecanismos de facilitação na convenção. Obtido em <http://www.humboldt.org.co/es/chmcolombia/biodiversidad.htm>

Lacouture. (2013). Ecoturismo: diagnóstico e proposta estratégica para a oferta de destinos de ecoturismo na Colômbia por agências de turismo localizadas em Bogotá, D.C. Bogotá DC.: Cadernos de Administração da América Latina, vol. IX, não. 17, 2013, pp. 7-28 Universidade El Bosque.

Mosquera-Laverde, W. E., Vásquez-Bernal, O. A., & Gómez-Espinosa, C. P. (2018). Green engineering that focuses on ecotourism as an environmental strategy. *Global Journal of Engineering Education*, 20(2), 132-139.

PENAGOS, C. D., & ORTIZ, J. S. (2018). ANÁLISE DE VARIÁVEIS CHAVE PARA O DESENHO DE CENÁRIOS PROSPECTIVOS EM ECOTURISMO, ÊNFASE DO MARKETING ECOLÓGICO EM TODAS AS ÁREAS DE ESTUDO Bogota DC.

Saavedra, O. E. S., Laverde, W. E. M., Castro, C. H. C., & Rodriguez, J. C. B. (2020). Difficulties in the Supply Chain in Post-conflict Zones in Colombia. In *Proceedings of the Seventh International Forum on Decision Sciences* (pp. 143-149). Springer, Singapore.

Scace. (2013). Ecoturismo: diagnóstico e proposta estratégica para a oferta de destinos de ecoturismo na Colômbia por agências de turismo localizadas em Bogotá, D.C. Bogotá DC.: *Cadernos de Administração da América Latina*, vol. IX, não. 17, 2013, pp. 7-28 Universidade El Bosque.

Schwartz. (2006). *Análise estratégica e prospectiva em saúde*. Rio de Janeiro: FIOCRUZ.

Tovar, t. c. (2015). cidade e habitat no pós-conflito na Colômbia e no mundo. Recuperado em 05 de março de 2019, de <http://magazines.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/53175/html00>