

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Potencial turístico como estrategia de desarrollo social y económico del municipio de San Juanito Meta, Colombia

Tourism potential as a social and economic development strategy of the Municipality of San Juanito Meta, Colombia

Jeimmy Yolima Ortiz Moreno¹, Berleny Álvarez Holguín¹, Lina Fernanda Bello Hernández¹, Angie Tatiana Lee Peña¹

¹. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Villavicencio, Meta, Colombia

Email: jeimmyortiz@uniminuto.edu, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5302-7296>

Email: balvarezhol@uniminuto.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-2791-5630>

Email: lina.bello@uniminuto.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0007-5303-9055>

Email: angie.lee@uniminuto.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0004-3590-6002>

Recibido: 04/07/2024

Revisado: 01/08/2024

Aprobado: 01/08/2024

Publicado: 01/10/2024

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación es analizar el potencial turístico como estrategia de desarrollo social y económico del municipio de San Juanito Meta, Colombia. Se desarrolló una investigación con enfoque mixto, de tipo no experimental de corte transversal y alcance descriptivo que permitió obtener una instantánea del estado actual del turismo y la percepción de los locales. Para la recolección de la información se diseñaron dos encuestas, una aplicada a 260 habitantes de la región y otra a 390 turistas. Estas encuestas permitieron conocer las potencialidades turísticas de la región, los principales problemas existentes y las preferencias generales de los turistas. Se llegó a la conclusión de que el turismo es uno de los factores esenciales que puede contribuir al desarrollo de las zonas implicadas en el entorno urbano y rural. Se determinó que no existe suficiente divulgación sobre San Juanito Meta y sus sitios turísticos. Se muestra el interés de la población en el turismo de naturaleza y la necesidad del desarrollo de nuevas actividades para aumentar el bienestar del turista, así como la necesidad de mejorar la infraestructura de hoteles, restaurantes.

PALABRAS CLAVE: Potencial turístico; turismo y desarrollo; turismo de naturaleza; turismo.

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the tourism potential as a strategy for social and economic development in the municipality of San Juanito Meta, Colombia. A mixed approach, non-experimental, cross-sectional and descriptive research was carried out to obtain a snapshot of the current state of tourism and the perception of the local population. Two surveys were designed to collect information, one applied to 260 inhabitants of the region and the other to 390 tourists. These surveys made it possible to learn about the region's tourism potential, the main problems, and the general preferences of tourists. It was concluded that tourism is one of the essential factors that contribute in the development of the areas involved in the urban and rural environment. It was determined that there is not enough dissemination about San Juanito Meta and it shows the interest of the population in nature tourism and the need for the development of new activities to increase the wellbeing of the tourist, as well as the infrastructure of hotels, restaurants, and others to improve the quality of life of the population.

KEYWORDS: Tourism potential; tourism and development; nature tourism; tourism.

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios, según la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) por sus siglas en inglés (UNWTO, 2023). La actividad turística en la actualidad es reconocida como motor de desarrollo en un territorio provocando que los distintos gobiernos y entidades privadas, le otorguen una mayor atención promoviendo diferentes programas y actividades de fomento a la misma (Gambarota y Lorda, 2017).

De acuerdo con el modelo propuesto por García Chumioque et al. (2022), un sistema turístico está compuesto por cinco elementos, que comprende gobernanza, comunidad, infraestructura, ofertas turísticas y demanda. Así el turismo se puede concebir como un sector de empresas y organizaciones individuales que se combinan para realizar y ofrecer viajes, es decir, la actividad turística es multidimensional y multifacética, puesto que involucra vidas y actividades económicas diversas (Cueva Vega y Rojas Vin, 2023).

Poder definir el turismo se deben tomar en cuenta las cuatro perspectivas que lo conforman, las cuales son el turista, el negocio que proporciona bienes y servicios turísticos, el gobierno de la comunidad/área y la comunidad anfitriona (Matos Ceballo et al., 2022; Rivero Galvá et al., 2022). En este sentido, la actividad turista, de acuerdo con su planificación y desarrollo, puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores vidas. La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de



otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras (Morillo Moreno, 2010).

La actual forma de hacer turismo, o más bien conocida como turismo sostenible trata de minimizar el daño sobre el medio ambiente y maximizar a su vez los beneficios económicos (Briceño Nuñez, 2024; Vallejo Peralta, 2023). Los viajeros constantemente eligen un lugar turístico basado en sus preferencias, las razones por la que lo escogen dependen de muchos factores, sin embargo, en la actualidad muchos tienen en cuenta variables netamente ambientales (Gómez Lissarrague & Moral Jiménez, 2024).

Según la última medición realizada al Turismo Mundial de la OMT, el turismo internacional experimentó un fuerte repunte en los cinco primeros meses de 2022, con casi 250 millones de llegadas internacionales registradas. Esta cifra, en comparación con los 77 millones de llegadas registradas entre enero y mayo de 2021, significa que el sector ha recuperado casi la mitad (46%) del nivel anterior a la pandemia de 2019 (UNWTO, 2023). Entre las principales razones para que los turistas extranjeros visitan América Latina son: los paisajes y naturaleza (25%), el turismo de aventura, que incluye entornos terrestres y marinos únicos (23%), importancia histórica de las sociedades precolombinas y el colonialismo en América Latina (22%), y el deseo de experimentar y saborear la vasta cocina de las diferentes regiones (18%), entre otros (Dempsey, 2022).

El potencial turístico de varias regiones de Colombia y en especial la del municipio de San Juanito Meta, aún es desconocido. Este municipio se encuentra localizado al noroeste de Villavicencio y su clima es frío, cuenta con hermosos paisajes colmados de flora y fauna que hacen de él un lugar muy tranquilo y a la vez un atractivo turístico. Las causas por las cuales el turismo en estas zonas del país no se ha implementado de manera exitosa y dinámica son: el conflicto armado en Colombia, especialmente desde los años 1990 hasta la actualidad, que influyó en la seguridad, accesibilidad e imagen nacional e internacional de la gran mayoría de los destinos colombianos (Sánchez, 2018).

Teniendo en cuenta estos referentes teóricos, el objetivo del presente trabajo de investigación es analizar el potencial turístico como estrategia de desarrollo social y económico del municipio de San Juanito Meta, Colombia.

MÉTODOS

Se estableció una investigación con enfoque mixto, de tipo no experimental de corte transversal y alcance descriptivo, donde no hubo manipulación de variables, y se abordó tanto a turistas que visitan Villavicencio-Meta como a habitantes locales de San Juanito Meta. Esta elección permitió capturar una instantánea precisa de las dinámicas turísticas y las percepciones locales en un período específico.



Para la recolección de la información se diseñaron dos encuestas, una aplicada a los habitantes de la región y otra a los turistas. Estas encuestas fueron validadas mediante la revisión de expertos de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Además, se realizaron entrevistas semiestructuradas para profundizar en las percepciones locales. Las variables de investigación incluyeron género, edad, estado civil, nivel de formación, ocupación, zona de residencia, conocimiento sobre San Juanito Meta, preferencias turísticas, entre otras. Estas variables se seleccionaron con base en su relevancia para comprender los factores que influyen en el turismo y la percepción local.

Para la investigación se trabaja con un universo de 2.241 habitantes del municipio de San Juanito Meta y una población de 830 habitantes del área urbana con aproximadamente. La población para los turistas de Villavicencio se considera infinita, no hay un dato preciso de la cantidad de turistas. Para el cálculo de la muestra se utiliza la fórmula 1.

$$n = \frac{N * z^2 * P * Q}{(N - 1) * e^2 + z^2 * P * Q} \quad [1]$$

Donde

N: Muestra

N: Población objeto de estudio

P y Q: probabilidad de éxito

Z: Margen de confiabilidad 95%=1.96

E: Margen de error 5%

El resultado n de la muestra de habitante da $252.82 \cong 260$ y para los turistas a partir del cálculo muestral de poblaciones infinitas se determina una muestra de un total de 390 turistas a encuestar.

Para el levantamiento de la información se realizaron visitas directas en el municipio de San Juanito Meta a fincas turísticas, hoteles, administración municipal y comunidad en general. En Villavicencio, se abordaron a los turistas en los principales centros comerciales de la ciudad durante la semana santa.

Para llevar a cabo el análisis y la sistematización de la información obtenida a través de la encuesta, se siguieron los siguientes procedimientos: los datos se tabularon en el programa Microsoft Excel, en un formato previamente estructurado. Luego, esta información fue exportada al software SPSS V26, donde se realizaron los análisis descriptivos.

RESULTADOS

Como primer paso en el análisis del potencial turístico como estrategia de desarrollo social y económico del municipio de San Juanito Meta, se aplican las encuestas a 260 habitantes y a 390 turistas.



Tabla 1. Caracterización de la población encuestada.

Variable	Clasificación	Habitantes		Turistas	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%
Género	Femenino	115	44,20	237	60,77
	Masculino	145	55,80	153	39,23
Edad	Entre 18 – 30 años	56	21,54	189	48,46
	Entre 31-45 años	108	41,54	173	44,36
	Entre 46 – 60 años	60	23,08	12	3,08
	Más de 60 años	36	13,85	16	4,10
Estado civil	Soltero	68	26,15	169	43,33
	Casado	74	28,46	84	21,54
	Unión libre	85	32,69	115	29,49
	Separado	11	4,23	17	4,36
	Viudo	22	8,46	5	1,28
Nivel de formación	Sin estudios	29	11,15	6	1,54
	Estudios primarios	129	49,62	16	4,10
	Estudios secundarios	85	32,69	150	38,46
	Pregrado	11	4,23	169	43,33
	Posgrado	5	1,92	18	4,62
	Otro	1	0,38	31	7,95
Clasificación ocupacional	Ama de casa	46	17,69	28	7,18
	Estudiante	12	4,62	76	19,49
	Empleado	81	31,15	150	38,46
	Independiente	101	38,85	80	20,51
	Actividades profesionales	2	0,77	44	11,28
	Otro	18	6,92	12	3,08
Zona de residencia	Rural	113	43,46	63	16,15
	Urbano	147	56,54	327	83,85

La información recopilada por la encuesta sobre los habitantes de San Juanito Meta concuerda con los datos estadísticos del municipio, en el que se evidencia que en el municipio hay mayor cantidad de hombres que mujeres, un 56%. El 41,54 % de la población oscila entre 31 y 45 años. la variable educación primaria es predominante con un 49,6% esto puede ser por el contexto cultural en el que han crecido de trabajar en el campo y sentirse en un ambiente de confort en el que no creen necesario tener que capacitarse.

Mientras, en la encuesta aplicada a turistas en la ciudad de Villavicencio se observa una mayor participación del género femenino con un 61%, el 43,3% de los turistas de Villavicencio pertenecen al estado civil “soltero”, permitiendo analizar que la participación de esta población se convierte en una nueva tendencia para la generación del turismo, gracias a que cuentan con mayor tiempo disponible para viajar. La edad de este grupo comprende ente 18 y 45 años con un 92,82%.

Los habitantes de San Juanito Meta son interrogados sobre las características del municipio y su opinión sobre el turismo.



Tabla 2. Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de San Juanito Meta.

Variable		Frecuencia	%
¿Está enterado de los sitios turísticos con los que cuenta el municipio de San Juanito Meta?	Si	256	98,46
	No	4	1,54
¿Conoce usted los sitios turísticos del Municipio de San Juanito Meta?	Si	255	98,08
	No	5	1,92
¿Cree usted que el turismo es una buena opción para promover la economía del municipio de San Juanito y del departamento?	Si	260	100,00
	No	0	0,00
¿Considera el turismo como fuente generadora de empleo?	Si	260	100,00
	No	0	0,00
¿Usted cree que es necesario dar a conocer el potencial turístico del municipio de san Juanito Meta?	Si	260	100,00
	No	0	0,00
¿Usted considera que el municipio de San Juanito Meta puede ser visitado en las diferentes temporadas?	Si	260	100,00
	No	0	0,00
¿Usted cree que el gobierno departamental brinda algún apoyo al impulso del turismo en el municipio de san Juanito Meta?	Si	260	100,00
	No	0	0,00
¿Usted cree que el turismo traería suficientes beneficios para el municipio de San Juanito Meta?	Si	259	99,62
	No	1	0,38
¿Existen Asociaciones del sector turístico reconocidas para promover el turismo en el municipio de San Juanito Meta?	Si	119	45,77
	No	141	54,23
¿Cree usted que la publicidad realizada para dar a conocer el turismo en el municipio es efectiva?	Si	120	46,15
	No	140	53,85
¿Está usted a favor del eco agroturismo?	Si	260	100,00
	No	0	0,00

Como resultados de la encuesta se muestra que un 98% de los habitantes de San Juanito Meta conoce los sitios turísticos del municipio, es claro que su rutina de fines de semana y el tiempo que tienen de ocio les permite conocer estos atractivos turísticos. Se destaca, que el 100% de ellos considera que el turismo ayudaría a promover la economía del municipio, ya que según su percepción este municipio puede ser visitado en cualquier temporada del año. En cuanto al apoyo que brinda el gobierno para el turismo, los participantes consideran que este no ha generado acciones para impulsar el turismo en el municipio, sin embargo, se reconoce que existe una necesidad inminente de explorar oportunidades, donde las asociaciones de viajes deben darse más a conocer; además destacaron que la publicidad no es efectiva con un 54% lo que dificulta que el turista pueda conocer el potencial turístico del municipio.

Al indagar sobre la temporada del año más propicia para visitar San Juanito Meta según los sus habitantes (Figura 1) es fin de año e inicio de año por el clima, el cual facilita el acceso teniendo en cuenta que es verano y sus vías se encuentran en buen estado.



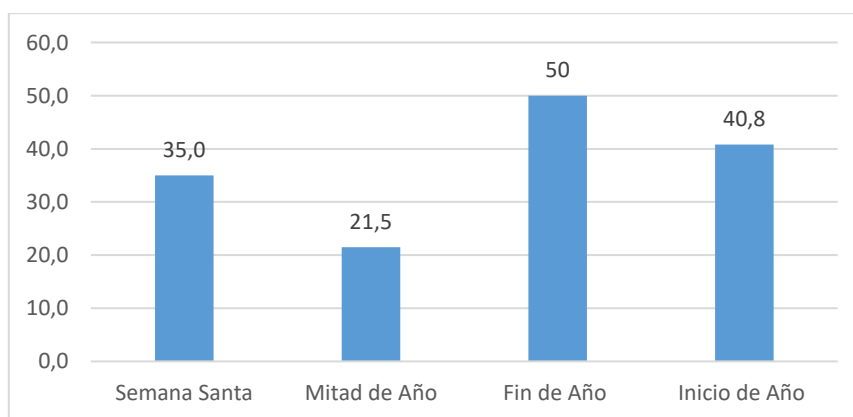


Figura 1. Temporada del año más propicia para visitar San Juanito Meta.

En cuanto a los medios que se usan para promocionar el turismo del municipio (Figura 2) se evidencia que en general redes como Facebook y WhatsApp son en las que han observado publicidad, pero también hay un porcentaje del 32,3% que no saben o no han visto que se promocioe el municipio y sus atractivos turísticos.

Tabla 3. Medios para promover el Turismo y su utilización.

	Facebook	WhatsApp	Folletos	Radio	Yotube	No Sabe
Si	60,8	24,6	0	0,8	2,7	32,3
No	39,2	75,4	100	99,2	97,3	67,7

Al realizar un análisis se observa que la mayoría de los habitantes de San Juanito Meta conocen los sitios turísticos de su municipio (Tabla 4) y que sería una gran fuente de impulso como capital humano.

Tabla 4. Actividades turísticas realizadas en San Juanito Meta y lugares aledaños.

	Cañón del río Guatiquia	Gruta Tablón	Senderismo	Mirador	Tumbas Indígenas	Chingaza	Cruz de Carpanta	Rajadero
Si	55,0	72,3	58,5	67,3	45,0	80,0	50,0	55,0
No	45,0	27,7	41,5	32,7	55,0	20,0	50,0	45,0

Lo habitantes de San Juanito Meta plantearon la necesidad de investigar para potenciar el agroturismo y así ofrecer mejores entornos a los visitantes quizás a mediano plazo y con la ayuda del estado se pueda consolidar una mejor oferta de servicios turísticos.

En cuanto a la seguridad del municipio el 100% de los participantes consideran que no es un municipio inseguro, también se resalta que hace muchos años no hay presencia de grupos armados al margen de la ley que puedan alterar el orden social, aspecto que garantiza confianza y tranquilidad para el turista.

Para lograr un mayor desarrollo del turismo es muy útil lograr una retroalimentación de la información por parte del turista. Para ello se aplicó una encuesta a 390 turistas.

Tabla 5. Resultados de la encuesta aplicada a los turistas.

Variable	Clasificación	Frecuencia	%
¿Sabe usted que hay un municipio en el departamento del Meta llamado San Juanito Meta?	Si	256	65,64
	No	134	34,36
¿Ha estado usted en el municipio de San Juanito-Meta?	Si	58	14,87
	No	332	85,13
¿Ha visto publicidad sobre atractivos o lugares turísticos del municipio de San Juanito Meta?	Si	108	27,69
	No	282	72,31
¿Se considera usted una persona que le gusta viajar y conocer lugares novedosos?	Si	353	90,51
	No	37	9,49
¿Cree necesario potencializar el turismo en el país y en los municipios?	Si	381	97,69
	No	9	2,31
¿Cree que el turismo traería suficientes beneficios para un municipio?	Si	385	98,72
	No	5	1,28
¿Le gustaría ir al municipio de San Juanito Meta y así poder disfrutar de un panorama natural de clima frio?	Si	372	95,38
	No	18	4,62
¿Considera que es más fácil gestionar excursiones de turismo por medio de asociaciones o expediciones que se encuentren organizadas?	Si	342	87,69
	No	48	12,31

Se indagó sobre el conocimiento que tienen los turistas participantes sobre el municipio de San Juanito Meta, en la cual el 65,6% sabe que existe un municipio con ese nombre, pero se resalta que solo el 14,9 % señala que en alguna oportunidad ha visitado el municipio. En cuanto a la publicidad o anuncios del municipio, la mayoría con un 72,3 % señalo que no ha visto publicidad de turismo a pesar de que está a solo 34,64 km de la capital del Meta, en la cual el 97,7% cree necesario impulsar el turismo, y así traer suficientes beneficios económicos y sociales.

Otro de los aspectos tratados es la época del año preferida para viajar (Figura 2), el 33,6% señaló que la temporada del año le es indiferente, lo que conduce a valorar que cuando un individuo tiene las condiciones (tiempo, recursos y toma la decisión) de viajar lo hace porque le favorece y no considera tiempos, ferias o demás factores para viajar.

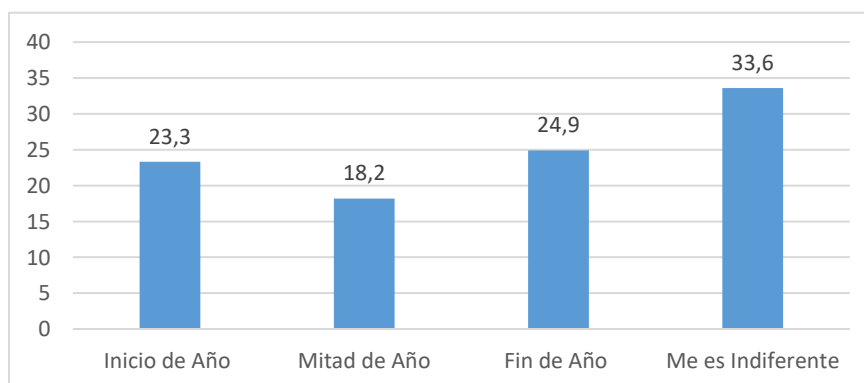


Figura 2. Temporada del año preferida para viajar.

También se destaca que un 24,9% de ellos considera que la temporada de fin de año es la mejor, y en este aspecto se aclara que ante la variable de clasificación ocupacional es claro que quienes trabajan en empresas esta temporada es la mejor porque pueden tomarse más de una semana para disfrutar en familia.

Se observa que factores como precio, distancia, clima y seguridad son factores muy importantes a la hora de viajar.

Tabla 6. Aspectos importantes a la hora de viajar

	Precios	Clima	Distancia	Seguridad	Todas las anteriores
Si	73,3	84,9	87,4	79,5	44,4
No	27,7	15,1	12,6	20,5	55,6

En cuanto a los lugares preferidos para visitar (Figura 3) cuando se decide viajar, el 71.5% eligió lugares con mucha naturaleza, lo que revela que son lugares de sano esparcimiento y descanso y San Juanito Meta ofrece estas condiciones, además, su gastronomía que presenta un 17,7% de preferencia.

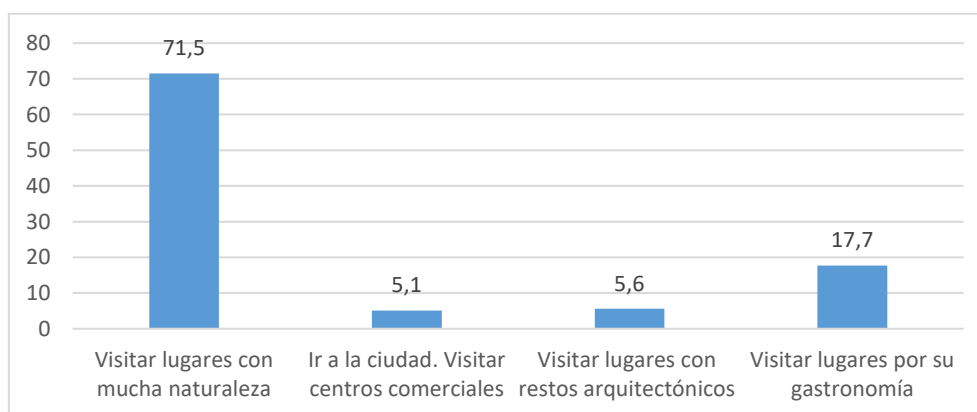


Figura 3. Lugar preferido para visitar.

Las respuestas a la pregunta en que medio le gustaría ver información turística del municipio de San Juanito Meta se pueden ver en la tabla 7. Considerando la tendencia en el ámbito de las redes sociales se les pregunto a los turistas donde les gustaría encontrar información del turismo del municipio de San Juanito Meta, a lo que respondieron con 74,1% Facebook y 32,3% WhatsApp.

Tabla 7. Medios en que les gustaría ver información turística.

	Facebook	WhatsApp	Folletos	Radio	YouTube	Instagram	TikTok	No sabe
Si	74,1	32,3	15,1	7,7	15,4	2,8	4,6	3,3
No	25,9	67,7	84,9	92,3	84,6	97,2	95,4	96,7

De igual manera se indagó sobre cuál es el clima que prefiere cuando va a realizar un viaje (Figura 4) y el 33,1% respondió que le es indiferente, aunque otros señalaron que el clima cálido es propicio para unas buenas vacaciones de descanso, otros por el contrario disfrutaron el clima. frio y templado.



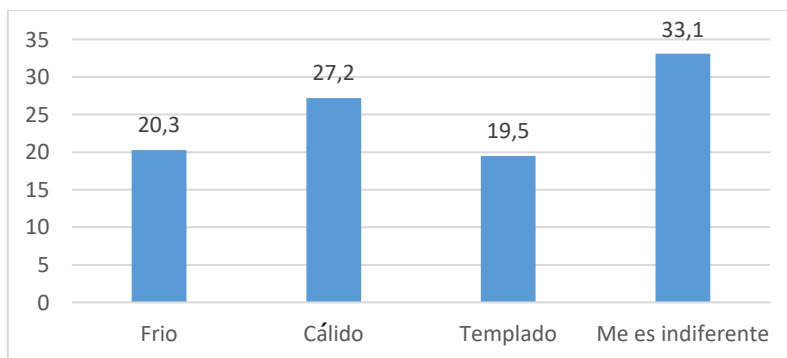


Figura 4. Que clima prefiere al hacer un viaje.

Con base en las opciones turísticas con las que cuenta el municipio de San Juanito Meta (Figura 5), el 67,2 % de las personas están interesadas en vivir todas las experiencias.

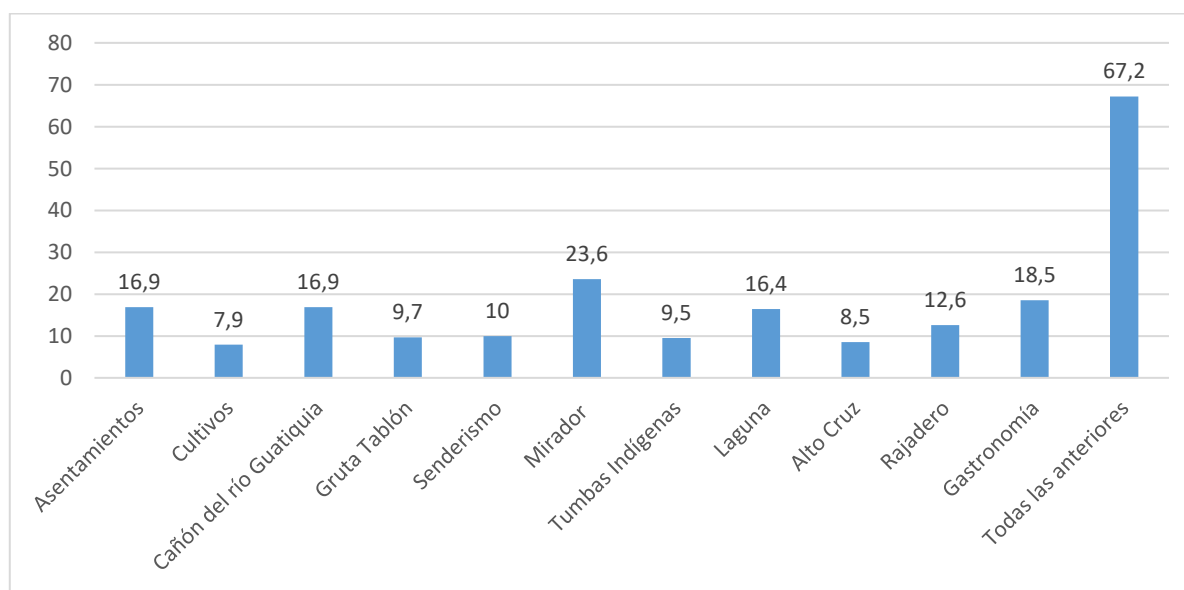


Figura 5. De las opciones turísticas de San Juanito Meta cuál le gustaría experimentar.

Es importante también conocer por parte del turista como califica al turismo de San Juanito Meta vs. otras regiones del país (Figura 6). Este se encuentra en un porcentaje del 62.7% relacionando las variables (Regular, mal y muy mal), lo cual es preocupante y no se están tomando las medidas necesarias para minimizar estos resultados.

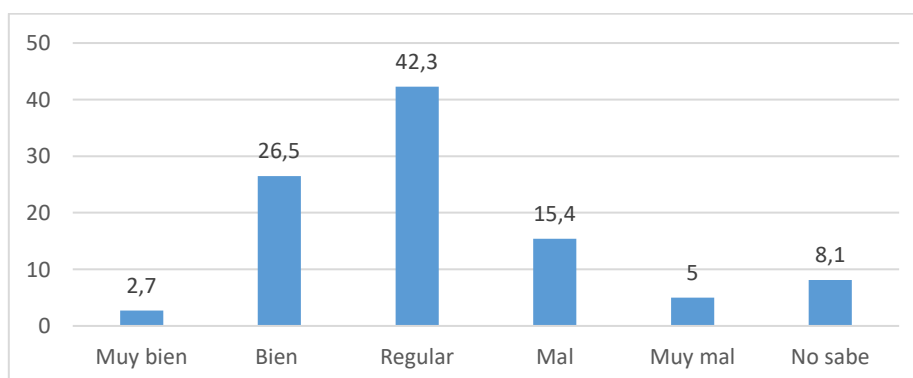


Figura 6. Turismo San Juanito Meta vs. otra regiones.

Señalaron importantes aspectos en el municipio de San Juanito Meta (Figura 7) como el avistamiento de aves, el desarrollo del agroturismo, apertura de nuevos miradores, la inclusión de los deportes extremos, el desarrollo de talleres artesanales y gastronómicos, entre otras actividades que pueden convertirse en un atractivo del turista.

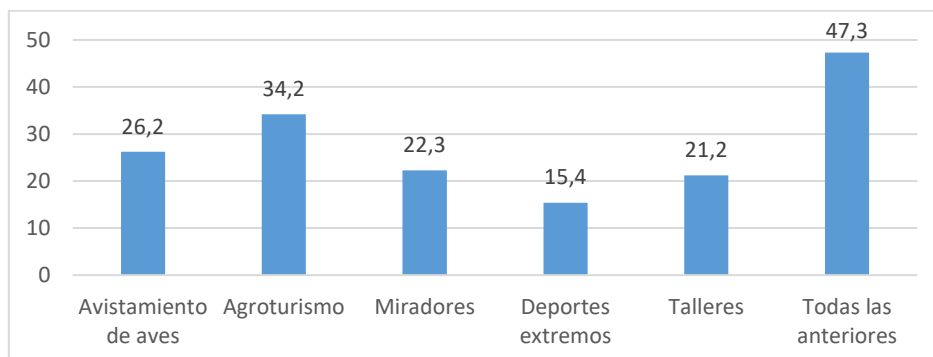


Figura 7. Atractivos recomienda para fortalecer el turismo de San Juanito Meta.

Para mejorar el nivel de turismo (Figura 8) en el contexto señalaron que es importante la publicidad como elemento clave con un 38,8 %, para generar un flujo de viajeros. Este factor es responsable de promover los recursos naturales, la cultura, el patrimonio, etc. que ayudan a cada visitante a experimentar el destino escogido. También se debe capacitar en áreas como servicio al cliente y además mejorar la infraestructura de hoteles, restaurantes y en general la integración de todos los aspectos a mejorar para impulsar el crecimiento turístico del municipio.

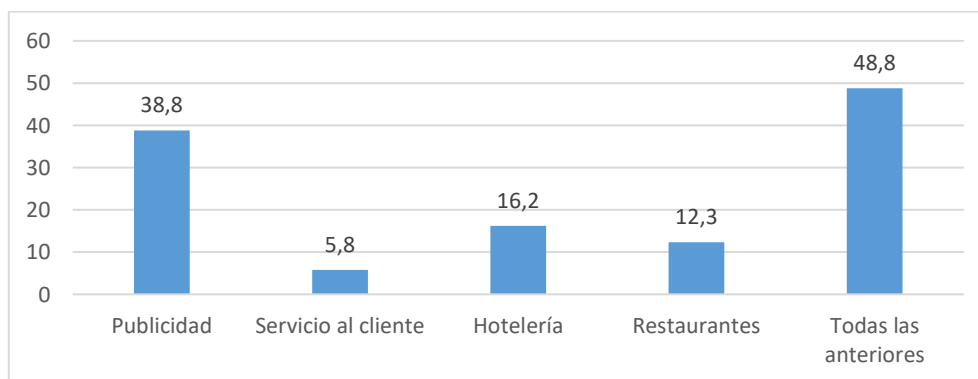


Figura 8. Aspectos por mejorar para potencializar el turismo en San Juanito Meta.

El gobierno juega un papel fundamental en el desarrollo del turismo. Es proporcionar información, perspectivas y recomendaciones valiosas a los responsables, para fomentar políticas y prácticas sostenibles en los diferentes destinos (Liu y otros, 2023).

DISCUSIÓN

El desarrollo del turismo es uno de los factores esenciales que puede contribuir al desarrollo, tanto en el entorno urbano como en el rural de las zonas implicadas (Wijijayanti et al., 2020). Además, también mejora el bienestar y la vida de la comunidad.



Para permitir una anticipación a las necesidades del turista y dar un mejor cumplimiento a sus expectativas, es importante conocer el perfil del personal que visita el municipio y las características de los recursos humanos que se dispone para el trabajo (Mora Márquez y otros, 2021). En este sentido se enfoca la primera parte de la encuesta realizada. Se determinó que el 92,82%. De los turistas se encuentra entre los 18 y 45 años y el 83,85% proviene del área urbana.

Más del 98% de los habitantes de San Juanito Meta conocen los lugares turísticos de la localidad y sus potencialidades y el 100% de los residentes están conscientes que el turismo ayudaría a promover la economía del municipio. El 53,85% de los habitantes plantean que no existe suficiente divulgación sobre San Juanito Meta y sus sitios turísticos. Esta opinión es confirmada por los turistas, el 72,31% afirma no haber visto publicidad del tema. Adicionalmente, los medios más consultados para determinar los destinos turísticos fueron Facebook con un 74,1% y WhatsApp con un 32,3%. El turismo debe adoptar nuevas formas de realizar negocios e interactuar con sus clientes. Internet brinda muchas ventajas para las empresas, ya que facilita la gestión del cliente a la hora de encontrar un buen lugar disminuyendo los tiempos de búsqueda.

En cuanto al turismo de San Juanito Meta con otras regiones del país, este se encuentra en un porcentaje del 26,5% evaluado de bien y el 42,3 de regular. Los habitantes reconocen que la capacidad hotelera no está totalmente dotada para cubrir las necesidades requeridas por los turistas y se debe capacitar en áreas como servicio al cliente. Para lograr una mejora en el turismo se debe mejorar la infraestructura de hoteles y restaurantes. Según Arumugam et al. (2023) resulta indispensable mejorar la reputación del destino turístico que se evalúa por el paisaje, las actividades desarrolladas, el hospedaje, las atracciones y la atención. Una mejor reputación influye en la disposición de los turistas a volver a visitar el lugar.

El estudio mostró que, entre los lugares preferidos para visitar, el 71,5% prefiere lugares con mucha naturaleza lo que coincide con la opinión de Nowacki et al. (2023). Se debe prestar atención también a factores como determinantes por parte del turista a la hora de efectuar la selección de su destino, como son la distancia 87,4%, el clima 84,9 %, el precio 73,3% y la seguridad 79,5%. En el municipio de San Juanito Meta se han identificado varios lugares turísticos reconocidos asociados a áreas naturales y en cuanto a la seguridad del municipio el 100% de los habitantes encuestados consideran que no es un municipio inseguro.

Para fomentar el desarrollo del turismo se deben elaborar actividades como: el agroturismo, talleres artesanales y gastronómicos, la fotografía rural, preparación y uso de medicina tradicional, entre otras. En el turismo rural es importante que el turista se incorpore de forma activa en la comunidad, pueda experimentar sobre la preparación de alimentos típicos, el cultivo, la cosecha y sea actor en los eventos tradicionales (Rivero Galva et al., 2022).



El turismo como un instrumento para lograr el desarrollo de las comunidades depende de la articulación de la política de desarrollo turístico con las políticas generales económicas, de inversión, agrícolas, energéticas y ambientales. Para lograr un desarrollo turístico sostenible es imprescindible que este incorpore el desarrollo de empleos, los sectores agrícolas y de servicios, que se estimule el desarrollo de la infraestructura, la mejora de las carreteras, vías de acceso y el apoyo a la inversión económica (Khan et al., 2020).

CONCLUSIONES

Con el estudio del marco teórico se llegó a la conclusión de que el turismo es uno de los factores esenciales que puede contribuir al desarrollo de las zonas implicadas tanto en el entorno urbano como en el rural.

Se desarrollo una investigación con enfoque mixto, de tipo no experimental de corte transversal y alcance descriptivo. Lo que facilitó obtener una instantánea del estado actual del turismo y la percepción de los locales.

Se determino que 71,5% de los turistas encuestados prefiere lugares con mucha naturaleza. San Juanito Meta ofrece estas condiciones, rico en paisajes naturales, flora y fauna tiene el potencial para convertirse en un importante destino para el de sano esparcimiento y el descanso.

Los resultados de la encuesta arrojaron que 53,85% de los habitantes y el 72,31%de los turistas plantean no existe suficiente divulgación sobre San Juanito Meta y sus sitios turísticos. Este es un aspecto básico para el desarrollo del turismo, por ende, resulta imprescindible aumentar la divulgación, fundamentalmente por las redes sociales Facebook y WhatsApp. que son los medios más consultados a la hora de escoger un destino.

Para lograr el desarrollo de turismo se debe trabajar en mejorar la infraestructura de hoteles y restaurantes. También es necesario capacitar áreas como la del servicio al cliente para mejorar la reputación de San Juanito Meta como destino turístico. Es importante desarrollar nuevas actividades para aumentar el bienestar del turista como son el avistamiento de aves, el agroturismo, talleres artesanales y gastronómicos, la fotografía rural y el desarrollo de deportes extremos.

REFERENCIAS

- Arumugam, A., Nakkeeran, S., y Subramaniam, R. (2023). Exploring the Factors Influencing Heritage Tourism. *Sustainability*, 15(15). <https://doi.org/10.3390/su151511986>
- Briceño Nuñez, C. E. (2024). Festividades tradicionales y turismo sostenible: el caso del Corpus Christi en Matão, São Paulo. *Milenaria, ciencia y arte*, 23, 89-95. <https://doi.org/10.35830/mcya.vi23.427>



- Cueva Vega, E., y Rojas Vin, S. (2023). El turismo como fuente de desarrollo socioeconómico: caso Cocachimba, Amazonas 2020. *Revista Aportes de la Comunicación y la Cultura*(34), 131-142. <https://n9.cl/a3s1i>
- Dempsey, C. (19 de Junio de 2022). *El Prometedor Futuro del Sector Turístico en América Latina*. <https://n9.cl/6oymb>
- Gambarota, D. M., y Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local, *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359. <https://n9.cl/nbug>
- García Chumioque, F. G., Servat Herrera, J., Huatuco Lozano, M., y Ochoa Paredes, F. (2022). Diagnóstico turístico del distrito de Huarmey en Perú. *Retos de la Dirección*, 16(2), 249-273. <https://n9.cl/indjv8>
- Gómez Lissarrague, A., y Moral Jiménez, M. d. (2024). Turismo SLOW: Motivaciones turísticas en función de rasgos de personalidad y variables sociodemográficas. *Cuadernos de Turismo*, (53), 23–42. <https://doi.org/10.6018/turismo.616121>
- Khan, A., Bibi, S., Ardito, L., Lyu, J., y Babar, Z. U. (2020). Tourism and Development in Developing Economies: A Policy Implication Perspective. *Sustainability*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/su12041618>
- Liu, Y.-L., Chiang, J.-T., y Ko, P.-F. (2023). The benefits of tourism for rural community development. *Humanities & Social Sciences Communications*, 10(1), 1-12. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01610-4>
- Matos Ceballos, J. J., Mullo Romero, E. d., Juanes Giraud, B. Y., y Álvarez Hernández, I. (2022). Management in tourism and its experiences in Latin America. *Universidad y Sociedad*, 14(5), 649-658. <https://n9.cl/cqbgq2>
- Mora Márquez, C. M., de Medina Jurado, M. C., Ramos Jurado, M., y Valverde Maestre, G. A. (2021). Turismo rural en la provincial de Córdoba (España). *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 17(1), 61-77. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2021000100061>
- Morillo Moreno, M. C. (2010). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135-158. <https://n9.cl/1p5l3>
- Nowacki, M., Kowalczyk-Anioł, J., y Chawla, Y. (2023). Gen Z's Attitude towards Green Image Destinations, Green. *Sustainability*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/su15107860>
- Rivero Galva, A., Portela Peñalver, L., y Cabrera Alvarez, E. N. (2022). Turismo de naturaleza en la modalidad de agroturismo para el desarrollo local sostenible en Guamuhaya. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(5), 204-214. <https://n9.cl/x6fvz>
- Sanchez, M. M. (2018). Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 39(20). <https://n9.cl/5lryi>
- UNWTO. (2023). *Glosario de términos de turismo*. Organización Mundial de Turismo: <https://n9.cl/15cp>



Vallejo Peralta, B. (2023). Mitigar la brecha de género para un turismo sostenible. *Tourism and Hospitality International Journal*, 18(2), 27-30.

[https://doi.org/10.57883/thij18\(2\)2022.31099](https://doi.org/10.57883/thij18(2)2022.31099)

Wijijayanti, T., Agustina, Y., Winarno, A., Istanti, L. N., y Dharma, B. A. (2020). Rural Tourism: A Local Economic Development. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(1), 5-13. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v14i1.2>

