

ANÁLISIS DEL PERFIL TURÍSTICO DE LOS VISITANTES DEL MUNICIPIO DE
GUADUAS - CUNDINAMARCA, PARA LA PROPUESTA DE ESTRATEGIAS QUE
CONTRIBUYAN AL DESARROLLO DE SU ACTIVIDAD TURÍSTICA

PAOLA ANDREA RUIZ ROZO

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

SECCIONAL DEL ALTO MAGDALENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT, CUNDINAMARCA 2026

ANÁLISIS DEL PERFIL TURÍSTICO DE LOS VISITANTES DEL MUNICIPIO DE
GUADUAS - CUNDINAMARCA, PARA LA PROPUESTA DE ESTRATEGIAS QUE
CONTRIBUYAN AL DESARROLLO DE SU ACTIVIDAD TURÍSTICA

PAOLA ANDREA RUIZ ROZO

Trabajo de grado para optar al título de Administrador Turístico y Hotelero

Asesores: SAUDY GIOVANNA NIÑO BERNAL

Mag. Responsabilidad Social y Sostenibilidad

Administradora Turística y Hotelera

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

SECCIONAL DEL ALTO MAGDALENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT, CUNDINAMARCA 2026

Dedicatoria

Al señor Eladio Ruiz Silva y a la señora Alba Yolanda rozo rubio, quienes fueron mi faro y mi compañía además de mis padres. A pesar de que su salud los obligó a estar ausentes en gran parte de todo mi proceso de vida, nunca dejaron de confiar en mí, gracias por acompañarme desde el amor que nos une porque aun cuando no estuvieron físicamente, nuestra unión de sangre me hizo tenerlos siempre a mi lado.

A mi padre, mi héroe eterno que partió de este mundo, pero nunca de mi vida y que vive en cada uno de mis logros, gracias por todo aquello que sembraste en mí, por salvarme en el peor momento de mi vida y por confiar en mis capacidades cuando ni siquiera yo creía en mí, tu amor y tus enseñanzas siguen guiando cada uno de mis pasos.

A mi madre por su amor incondicional, su dulzura y su fe, que me impulsó a no abandonar este sueño y terminarlo con orgullo, gracias por no soltar mi mano y siempre estar hay con una sonrisa y una mirada llena de paz, humildad e inocencia.

Este logro es de ustedes y para ustedes con todo mi amor.

Agradecimientos

No es fácil poder resumir en tan pocas palabras toda la gratitud que siento hacia todas las personas que hicieron que este logro a pesar del tiempo fuese posible.

En primer lugar, quiero agradecer a Dios porque por medio de su bondad y su presencia, me dio la fortaleza para mantenerme de pie, la sabiduría para llegar hasta aquí y la perseverancia necesaria para lograr culminar este proceso.

A mis padres, que por medio de su amor y su confianza y pese a las dificultades de salud que tuvieron que atravesar, siempre estuvieron presentes en mi vida, acompañándome desde el amor que nos une. A mi padre quien desde el cielo siempre será mi guía y mi héroe y a mi madre por su fuerza y por mantenerse aquí a mi lado.

A mi hermano que por su resiliencia día a día me ha enseñado a ser cada vez más fuerte que nunca y amar el núcleo de la manera más pura y genuina, a mi hermana mayor que, aunque ella no lo sepa siempre ha sido mi mayor admiración y la mujer más poderosa, astuta y sencilla que he conocido.

A mis sobrinos Jerónimo, Luciana y Josué que aun cuando no soy la tía más presente mis brazos y mi corazón siempre estarán para ustedes.

A rulos, un gran amigo que en muy poco tiempo me enseñó a amar la vida, amarme a mí misma, a ver el mundo tan hermoso como es, agradecer las cosas más sencillas que terminan siendo perfectas en la vida y que me recordó la bondad y abundancia que reinan en mí.

A mi docente Saudy Niño quien, a pesar de mi ausencia por largo tiempo, me acompañó en mi proceso académico y mi desarrollo profesional, y a la docente Wanda Erazo que posiblemente ya no hace parte de la cátedra, la cual me compartió parte de mi aprendizaje que después de años al decidir retomar mis estudios recordé de manera intacta gracias por su enseñanza tan creativa y especial.

A mi trabajo por darme la oportunidad de crecer personal y profesionalmente y enseñarme las bases necesarias para ser mejor cada día.

Por último y no menos importante, a Guaduas, el pueblo que me vio nacer y a todas aquellas personas que me regalaron enseñanza durante este recorrido y que voluntariamente me ayudaron con el desarrollo de esta investigación, gracias por permitirme aportar una pequeña semilla con la única intención de perfilar y potenciar a este bello municipio que debe ser reconocido y potencializado.

Tabla de contenido

1.Introducción.....	8
2.Planteamiento del problema	11
2.1. Descripción del problema.....	11
2.2. Formulación del problema.....	14
3.Objetivos.....	15
3.1. Objetivo general	15
3.2. Objetivos específicos	15
4. Marcos de referencia	16
4.1. Marco teórico-conceptual.....	16
4.2. Marco contextual	23
4.3. Marco legal	25
5.Metodología.....	28
6. Capítulo I: Caracterización del visitante del municipio de Guaduas, variables sociodemográficas y conductuales.	33
6.1. Aspecto sociodemográfico.....	35
6.2. Aspecto conductual.....	40
7. Capítulo II: Factores que inciden en la elección del municipio de Guaduas como destino turístico.....	49
8. Capítulo III: Estrategias para el fortalecimiento y desarrollo de la actividad turística del municipio de Guaduas	54
9. Recomendaciones	62
10. Conclusiones.....	64
11. Referencias.....	68

12. Anexos.....	74
Anexo 1. Estructura de la encuesta aplicada	74
Anexo 2. Guía de análisis de contenido	77

Índice de figuras

Figura 1	12
Figura 2	23
Figura 3	30
Figura 4	36
Figura 5	37
Figura 6	39
Figura 7	41
Figura 8	42
Figura 9	43
Figura 10	44
Figura 11	45
Figura 12	46
Figura 13	47
Figura 14	51
Figura 15	58

Índice de tablas

Tabla 1	28
---------------	----

1. Introducción

El municipio de Guaduas, ubicado en el departamento de Cundinamarca, se localiza estratégicamente en el corredor vial que conecta a Bogotá con el Magdalena Medio, condición que históricamente ha favorecido su dinamismo territorial y su papel como punto de tránsito y articulación regional; este territorio es reconocido como uno de los Pueblos Patrimonio de Colombia, distinguiéndose por su riqueza histórico-cultural, asociada a su importancia durante la época colonial y a su vínculo con procesos relevantes de la historia nacional, lo que se refleja en su arquitectura, sus tradiciones y sus bienes de interés cultural (Red Turística de Pueblos Patrimonio, s.f.). Estas características configuran a Guaduas como un territorio con un alto valor simbólico y patrimonial, cuya identidad se convierte en un elemento central dentro de su proyección turística.

En este contexto, la actividad turística se posiciona como un componente relevante para el desarrollo local, en la medida en que el municipio cuenta con una diversidad de atractivos que integran elementos históricos, culturales y naturales, sumados a condiciones climáticas favorables y a su cercanía con grandes centros urbanos. No obstante, el aprovechamiento de este potencial turístico no depende únicamente de la disponibilidad de recursos, sino de la capacidad para comprender las dinámicas de la demanda y orientar la oferta en función de las características del visitante, lo que hace necesario incorporar herramientas analíticas que permitan fortalecer la planificación y gestión del destino.

En este sentido, el perfil turístico “permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos” (Pat el al, 2012, p. 50). Su estudio no solo permite identificar quién es el turista, sino también cómo se comporta, qué busca en su experiencia y que factor influyen en sus decisiones de viaje. Por tanto, el análisis del perfil turístico se constituye en un insumo fundamental para la gestión y planificación del turismo, ya que posibilita segmentar la demanda, ajustar la oferta y orientar el desarrollo del destino en función de las dinámicas reales del mercado.

A pesar de su relevancia, en el contexto del municipio de Guaduas se evidencia una problemática asociada al desconocimiento del perfil turístico de sus visitantes, lo cual limita la

capacidad de estructurar una oferta coherente con sus necesidades y expectativas. Esta situación se encuentra vinculada, por una parte, a la ausencia de procesos sistemáticos de caracterización sociodemográfica y conductual del visitante, y por otra, a la falta de información relacionada con los factores motivacionales y los determinantes que inciden en la elección del destino.

Como consecuencia, se generan dificultades en la segmentación del mercado turístico, una oferta poco alineada con las preferencias de la demanda y, en última instancia, una afectación en la competitividad del municipio como destino turístico, evidenciando además vacíos en la planificación basada en información empírica.

Frente a este escenario, la presente investigación se plantea como objetivo general analizar el perfil turístico de los visitantes del municipio de Guaduas - Cundinamarca, con el propósito de formular estrategias que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo de su actividad turística. De manera complementaria, se proponen como objetivos específicos caracterizar al visitante a partir de variables sociodemográficas y conductuales, establecer los factores que inciden en la elección del destino y diseñar estrategias orientadas a la optimización de la actividad turística en función de los resultados obtenidos.

Para el cumplimiento de estos objetivos, se empleó un enfoque metodológico mixto, en el cual se integraron distintas técnicas de recolección y análisis de información; así, se aplicó una encuesta estructurada a visitantes del municipio, con el fin de obtener datos relacionados con su perfil sociodemográfico y conductual, para posteriormente desarrollar un análisis de contenido digital a partir de reseñas y comentarios en plataformas especializadas, permitiendo identificar percepciones, valoraciones y factores asociados a la experiencia turística; finalmente, se utilizó la matriz DOFA como herramienta de análisis, que permite la formulación de estrategias.

En términos de aporte, esta investigación genera beneficios tanto a nivel académico como práctico, en la medida en que proporciona información sistematizada sobre la demanda turística del municipio, contribuye a la comprensión de sus dinámicas de consumo y ofrece insumos para la toma de decisiones por parte de actores públicos y privados. Asimismo, permite orientar la planificación turística hacia un enfoque estratégico, sustentado en evidencia estadística y alineado con las tendencias del sector.

Finalmente, el documento se estructura en diferentes apartados que responden a la lógica del proceso investigativo, iniciando por el planteamiento del problema, seguido de los objetivos de la investigación, en donde posteriormente, se desarrollan los marcos de referencia que sustentan teóricamente el estudio, así como la metodología empleada. En los capítulos siguientes se exponen los resultados del análisis del perfil turístico, los factores de elección del destino y las estrategias propuestas; por último, se incluyen las recomendaciones y conclusiones, en donde se sintetizan los principales hallazgos y se plantean orientaciones para el fortalecimiento de la actividad turística en el municipio de Guaduas.

2. Planteamiento del problema

2.1. Descripción del problema

En Colombia, el turismo es uno de los sectores económicos con mayor aporte al PIB, de acuerdo con WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (2025) para 2024:

La actividad contribuyó con 21 mil millones de dólares al PIB (5% del total nacional) y superó los 1.2 millones de empleos (5.4% del total). Los viajes internacionales representaron el 64.8% del gasto total, mientras que los viajes domésticos representaron el 35.2%, contribuyendo 10.3 mil millones de dólares y 5.6 mil millones de dólares, respectivamente (párr. 5)

De esta manera, el turismo contribuye al desarrollo de múltiples territorios del país, al involucrar el desplazamiento de viajeros por motivos personales o profesionales, generando así un gasto turístico y concibiéndose como un fenómeno sociocultural y económico (ONU Turismo, 2008).

En este contexto nacional del crecimiento y consolidación del sector, los territorios con vocación histórica y cultural, poseen un potencial significativo para dinamizar su economía local a partir del turismo; no obstante, para llegar a hablar de desarrollo turístico es indispensable comprender quienes son los visitantes que llegan al destino, es decir, la demanda turística de este.

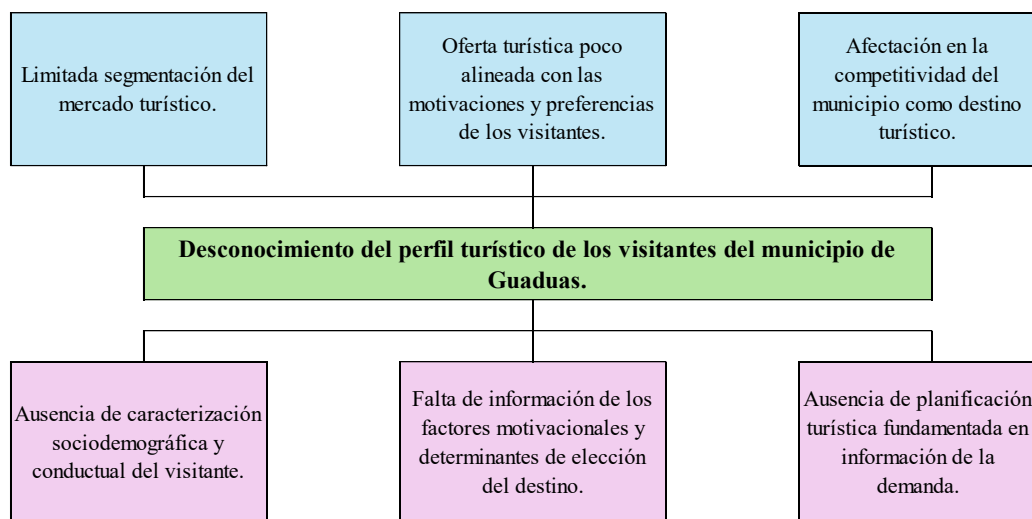
Así pues, esta investigación se sitúa en el municipio de Guaduas, perteneciente al departamento de Cundinamarca y reconocido por su legado colonial, al ser escenario de importantes acontecimientos durante la guerra independentista; como recuerdo de esta historia, el territorio cuenta con edificaciones y calles cuidadosamente conservadas, que reflejan la arquitectura y el urbanismo de la época colonial, mismas características por las que el municipio fue declarado Pueblo Patrimonio de Colombia, un distintivo que enaltece su papel como destino cultural e histórico (Colombia Travel, s.f.).

No obstante, pese a este reconocimiento patrimonial y a su potencial turístico, actualmente se presenta un limitado conocimiento sobre el perfil de sus visitantes (figura 1), una

situación que obstaculiza la toma de decisiones estratégicas relacionadas con la planificación, promoción y fortalecimiento de la oferta turística del destino.

Figura 1

Árbol del problema



Nota. La figura muestra las causas y consecuencias derivadas de la problemática central de la investigación. Fuente: Elaboración propia (2026).

Así pues, la problemática que se pretende abordar se origina por la ausencia de caracterización sociodemográfica y conductual del visitante, la falta de información sobre los factores motivacionales y determinantes de elección del destino y la carencia de planificación turística fundamentada en información de la demanda, situaciones que son el producto de ignorar que la comprensión de las características y preferencias de los visitantes resultar ser un insumo fundamental para el diseño y/o adecuación de los productos turísticos, de manera que, estos satisfagan las expectativas del turista (Proaño et al., 2018)

Como consecuencia de estas deficiencias, el municipio enfrenta una limitada segmentación del mercado turístico, lo que dificulta dirigir de manera efectiva las estrategias de promoción y posicionamiento; además, genera que la oferta turística disponible se encuentre poco alineada con las motivaciones y preferencias de los visitantes, en concordancia con Leguizamo (2025) “el desconocimiento no solo afecta la calidad del servicio ofrecido, sino también la sostenibilidad de los atractivos, la toma de decisiones públicas y privadas, y la

experiencia del visitante” (p.16). De manera más amplia, esta situación repercute directamente en la competitividad del destino, al reducir la capacidad del municipio para diferenciar, posicionar y fortalecer su oferta frente a otros destinos históricos del departamento y del país.

Así mismo, la relevancia de esta problemática se acentúa al considerar que, tal como lo establece el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Municipio de Guaduas 2016–2025, la competitividad del destino no depende únicamente de sus atractivos históricos y culturales, sino también de factores de soporte, gestión y articulación entre actores que permitan consolidar una experiencia turística exitosa (Agencia Consultora para la Asistencia al Desarrollo, 2016). En este sentido, la toma de decisiones orientadas al aprovechamiento de los recursos territoriales requiere información precisa sobre la demanda, pues este conocimiento permite transformar las ventajas comparativas del municipio en ventajas competitivas sostenibles, contribuyendo al desarrollo turístico del territorio.

Ahora bien, en consecuencia, del desconocimiento del perfil turístico, la planificación del destino tiende a fundamentarse en percepciones generales o supuestos, más que en evidencia estadística y/o formal. Esto puede derivar en estrategias de promoción poco segmentadas y diseño de productos turísticos que no responden plenamente a las motivaciones reales de los visitantes, aspectos que disminuyen los beneficios para los territorios, pues en palabras de López y Sastre (2021)

La segmentación de los visitantes reporta beneficios a ambas partes de la interacción turística. A los colectivos públicos y privados del destino les permite conocer las necesidades y preferencias de los diferentes grupos para enfocar sus acciones de marketing y promoción turística junto con el diseño de productos y servicios turísticos adecuados a cada clase de segmento, mientras que a los visitantes la segmentación los provee de una amplia oferta de destinos, servicios y productos turísticos ajustados a sus deseos y expectativas. (p. 04)

Así mismo, este desconocimiento de la demanda, resulta también en un uso ineficiente de recursos públicos destinados al sector, dificultades para fortalecer la competitividad del municipio frente a otros destinos históricos del departamento y del país, a la vez que dificulta identificar oportunidades de diversificación de la oferta y limita la posibilidad de proyectar un crecimiento turístico organizado y sostenible.

En términos estructurales, la ausencia de un conocimiento claro del perfil del visitante afecta la articulación entre empresarios, comunidad receptora y gobierno local, ya que dificulta la coordinación de acciones orientadas a mejorar la calidad de los servicios, fortalecer la promoción y consolidar una gestión turística basada en datos. Esto repercute no solo en la experiencia del turista, sino también en la generación de ingresos y empleo para la población local.

En este sentido, atender el problema del desconocimiento del perfil turístico no constituye únicamente un ejercicio descriptivo, sino una necesidad estratégica para el municipio, tal como se evidencia en el Plan de Desarrollo Municipal de Guaduas [2024-2027] en la línea estratégica 2: Compromiso con la reactivación económica, en donde se fomenta la creación de estrategias que impulsen la innovación y el fortalecimiento de los sectores productivos (Alcaldía municipal de Guaduas, 2024).

En tanto a esto, la presente investigación reconoce que la comprensión de las características sociodemográficas, los patrones de gasto, la permanencia, las motivaciones y la percepción de los visitantes permite orientar la formulación de políticas públicas locales, optimizar la gestión del destino, fortalecer la articulación entre actores y mejorar la experiencia turística, de la misma forma en la que posibilita disponer de información confiable y actualizada facilita la toma de decisiones basada en datos, elemento fundamental en un contexto donde el turismo representa una actividad económica estratégica para el desarrollo territorial.

Por lo anterior, se hace necesario desarrollar un estudio que permita analizar el perfil turístico de los visitantes del municipio de Guaduas, como base para la consolidación de procesos de planificación y gestión estratégica del destino, contribuyendo así a un aprovechamiento más eficiente y sostenible de su riqueza histórica y cultural.

2.2. Formulación del problema

¿Cuál es el perfil turístico de los visitantes del municipio de Guaduas, Cundinamarca, y como puede contribuir a la propuesta de estrategias para el desarrollo de su actividad turística?

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Analizar el perfil turístico de los visitantes del municipio de Guaduas - Cundinamarca, para la propuesta de estrategias que contribuyan al desarrollo de su actividad turística.

3.2. Objetivos específicos

- Caracterizar al visitante del municipio de Guaduas, abarcando sus variables sociodemográficas y conductuales.
- Establecer los factores que inciden en la elección del municipio de Guaduas como destino turístico.
- Diseñar estrategias orientadas al fortalecimiento y desarrollo de la actividad turística del municipio de Guaduas, en función del perfil turístico de sus visitantes.

4. Marcos de referencia

4.1. Marco teórico-conceptual

Para el desarrollo de la actividad turística es importante entender los conceptos fundamentales; por ello, los autores Pérez & Villa (2011) explican que, en términos generales, el turismo es un fenómeno generado directamente por el turista, pues, cuando una persona o una gran cantidad de masas habitan un espacio alterno al de su residencia por más de 24 horas y menor a 180 días, se convierte en turismo. Con base en esto mismo, el autor explica que esta hipótesis solo puede ser cierta siempre y cuando las personas no participen en el mercado laboral o capital del lugar.

La premisa mencionada anteriormente, se complementa por el planteamiento de la ONU Turismo (2008), pues esta explica que, además de implicar el desplazamiento de una persona o varias a un lugar diferente a su residencia, el turismo puede ser desarrollado por fines laborales o de ocio. De este modo, según el exponente, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico.

Es así que, se da a entender que el turismo es un fenómeno que consiste en el desplazamiento de una persona fuera del entorno habitual en el que se rodea, siempre y cuando se establezca una interacción del visitante con el territorio, generando impactos en los aspectos socioculturales, económicos y ambientales.

Cuando se analiza el sistema turístico que propone Molina & Rodriguez (1991), es posible evidenciar que el turismo no funciona como algo aislado, sino como un engranaje donde interactúan elementos como la infraestructura, los atractivos, la demanda y la comunidad local. Esta visión permite entender que el éxito de un destino depende de que todas estas piezas se articulen bien entre sí. De esta manera, los autores expresan que planificar turismo requiere que la estructura administrativa y física del lugar estén en sintonía con lo que la comunidad y los visitantes requieren.

Con relación a esto Leiper (1979) argumenta de manera más que el turismo se compone por 5 aspectos, que se entrelazan uno del otro:

- Elemento humano: Turistas
- Elementos Geográficos: La región generadora (origen), la ruta de tránsito y la región de destino
- El elemento industrial: La industria turística

Teniendo en consideración lo propuesto por el autor, se debe tener presente que, pese a que el desarrollo general del turismo se establece en un punto donde el individuo realiza sus actividades, el recorrido que las personas atraviesan para llegar a él también forma parte de la experiencia; así se establece que, además de tocar aspectos sociales, el turismo atraviesa elementos psicológicos donde las personas construyen una idea previa, positiva o negativa, de aquel lugar que proyectan como adecuado para su desarrollo económico o personal. Esto permite comprender la relación o contradicción entre la región generadora u origen y la región de destino, así como su influencia mutua.

Así mismo se entiende que la imagen de un destino es un constructo multidimensional esencial para la lealtad del turista. Según Yang et al. (2022), esta se articula en tres niveles: la imagen cognitiva (creencias sobre el destino), la afectiva (sentimientos) y la conativa (intenciones futuras). Esta jerarquía sugiere que la percepción cognitiva influye en la respuesta afectiva, actuando esta última como mediadora para definir la intención final de visitar o recomendar el destino. Comprender este modelo es fundamental para que los gestores diseñen estrategias que conecten emocionalmente con el visitante, asegurando así su retorno.

Partiendo del hecho de que todo el concepto del turismo se desarrolla en un lugar en específico, es de vital importancia conocer qué es, en sí, el espacio turístico. Para ello, el autor Boulllon (2006) explica que el espacio turístico se describe como aquel territorio donde se da el turismo o donde se podría dar el desarrollo turístico en el futuro. No obstante, este mismo autor establece que existen zonas que no logran desarrollarse debido a que su acceso resulta complicado, ya sea por el escaso desarrollo de la infraestructura en la región o por aspectos físicos propios de su relieve escarpado.

Al situar el espacio turístico como una pequeña fracción de lo que es un espacio económico se entiende que el primero de estos “Es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no debemos olvidar, son la materia prima del turismo”

(Boulllon, 2006, pág. 65). Este argumento otorga a los espacios turísticos un factor social y cultural que se compone no solo por los visitantes de un territorio sino también por la comunidad que lo habita.

Bajo esta perspectiva, se puede entender que la viabilidad de un destino no depende únicamente de su existencia geográfica, sino de su funcionalidad sistémica. Para ello, se tiene a Boullón (2006), el cual argumenta que un espacio turístico no es realmente funcional solo porque una cantidad de personas visite un lugar esporádicamente.; así autor explica que el espacio debe clasificarse en dos escenarios: el espacio real y el espacio potencial.

Esta clasificación refuerza la idea de que la potencialidad debe ser gestionada, como explica Forero (2024), independientemente de a cuál de estas categorías pertenezca un lugar, es fundamental establecer una estrategia precisa para el aprovechamiento de los activos naturales y culturales del territorio; esto permite al espacio sobrevivir a largo plazo y, sobre todo, optimizar sus beneficios.

A partir de lo expuesto, se comprende que la gestión de un espacio turístico debe trascender la simple valoración histórica del sitio; es imperativo evaluar integralmente todos los factores que aseguren su vigencia operativa, garantizando así la preservación de su identidad cultural y la generación de beneficios socioeconómicos que perduren. Para alcanzar esta meta, Boullón (2006) sostiene que la clave reside en una selección estratégica de los atractivos, ya que estos funcionan como la materia prima que justifica la existencia de cualquier destino.

Bajo esta premisa, el autor propone organizar estos recursos en grupos específicos para que la planta turística se desarrolle de forma coherente con la naturaleza del lugar y no de manera improvisada. Esta organización es fundamental porque genera varios vínculos sociales, culturales y económicos de la zona generando así un crecimiento de tal magnitud que le permita al espacio turístico ser una zona real y no una en potencia.

Para el desarrollo del turismo, es importante entender que la experiencia turística no es solo un producto de consumo, sino un constructo multidimensional y subjetivo. Según los autores Villamarín-Ojeda et al. (2023), esta se centra en el individuo y en su vivencia personal y colectiva, trascendiendo de la mera adquisición de servicios, para convertirse en un proceso consciente, activo y voluntario, profundamente vinculado a los sentimientos, percepciones y

deseos de cada turista. En este sentido, la experiencia se debe entender como una construcción de valor que ocurre en cada etapa del viaje, capaz de generar efectos emocionales significativos en quienes la viven (Lombardi, 2023).

Desde esta perspectiva, la investigación científica clasifica a la experiencia en cuatro dimensiones fundamentales que son clave para cualquier gestor. En primer lugar, la dimensión económica, que analiza la experiencia turística como una oferta de consumo vinculada al marketing; la dimensión psicológica, que se centra en la subjetividad, los procesos cognitivos y el bienestar; la dimensión social-cultural, que aborda la interacción con el "otro" y el patrimonio; y finalmente, la dimensión tecnológica, que reconoce a la mediación digital como un factor clave para la concreción de valor (Villamarín-Ojeda et al., 2023).

Con base en esto mismo, es claro que el diseño de productos turísticos ya no debe basarse únicamente en la oferta, sino que debe considerar la demanda y a las nuevas tendencias de viaje.

Es así como el diseño de experiencias turísticas se presenta hoy como un campo en constante evolución, donde se busca crear vivencias auténticas, emocionales y memorables. Lombardi Valle y Tamayo Gutiérrez (2024) sostienen que el diseño efectivo debe basarse en un enfoque de aprendizaje y sostenibilidad, donde la participación de los visitantes en actividades culturales y comunitarias sea el eje central. Por tanto, la creación de propuestas novedosas y rentables requiere que los destinos dejen de competir únicamente por sus recursos naturales y comiencen a gestionar la experiencia bajo criterios de competitividad y coherencia con las expectativas del mercado actual (Lombardi Valle & Tamayo Gutiérrez, 2024).

Así mismo, para lograr este diseño efectivo, resulta indispensable conocer profundamente quien visita un destino, pues según Lombardi (2023), investigar al viajero es el paso fundamental y un requisito indispensable para el diseño de experiencias exitosas, ya que esto implica ir más allá del perfil sociodemográfico básico, para adentrarse en los estilos de vida, motivaciones, gustos y preferencias de los turistas. Solo a través de este proceso, que involucra el diagnóstico y el análisis de la demanda, es posible conceptualizar propuestas que generen satisfacción, fidelidad y una ventaja competitiva real frente a otros destinos (Lombardi Valle & Tamayo Gutiérrez, 2024).

Otro punto de desarrollo es la segmentación del mercado turístico, esta área permite dividir a los visitantes en grupos con necesidades y perfiles similares para diseñar ofertas más precisas. Según García Reinoso (2019), esta técnica es clave para abandonar el enfoque masivo, permitiendo a los destinos optimizar sus recursos al centrarse en segmentos específicos que aportan mayor valor; de acuerdo con este autor, al aplicar criterios demográficos o psicográficos, los gestores logran desarrollar productos a medida que aumentan la competitividad y satisfacen mejor las expectativas individuales de los turistas.

Por otro lado, la actividad turística en la actividad debe considerar la pandemia COVID-19 como un acontecimiento que marcó una inflexión profunda en la industria turística. Como señalan García et al. (2020), este suceso ha expuesto la fragilidad de un modelo basado en el crecimiento ilimitado, evidenciando la necesidad urgente de transitar hacia un paradigma que priorice la resiliencia y la seguridad sobre la mera masificación.

En este sentido, los autores sostienen que el sector se enfrenta a un entorno complejo caracterizado por la volatilidad y la incertidumbre, lo que exige una capacidad de adaptación rápida. Por esta razón, la improvisación debe ser reemplazada por estrategias que pongan la salud pública y el bienestar en el centro de la oferta, ya que el miedo al contagio se ha consolidado como un factor determinante en la decisión de viaje del consumidor.

Por su parte, Peralta (2022) argumenta que la recuperación no puede limitarse a volver a las cifras de 2019, sino que debe ser una oportunidad para construir un modelo más equitativo. La autora destaca que, para lograr una reactivación sostenible, es fundamental fortalecer la gobernanza colaborativa y asegurar que los beneficios del turismo se distribuyan de manera justa, evitando la precarización laboral y promoviendo la sostenibilidad ambiental y social.

Complementando esta visión, González y Gelós (2021) subrayan que el turismo postpandemia requiere una nueva mirada sobre los territorios, pues la recuperación debe revalorizar lo local y lo rural, promoviendo espacios donde la identidad territorial sea el motor de la experiencia. De esta manera, el sector puede transformarse en una herramienta regenerativa, donde la innovación y el respeto por la cultura local permitan una convivencia más armónica entre visitantes y residentes.

De este modo, es importante notar que el éxito de esta reactivación depende de la integración entre tecnología y compromiso social. Según González y Gelós (2021), la pandemia invita a pensar en una nueva normalidad donde el turismo no sea un fin económico, sino un medio para el bienestar humano y la conservación, asegurando que la actividad sea realmente un pilar para el desarrollo inclusivo a largo plazo.

Para abordar la caracterización del perfil del turista, es fundamental entender que el comportamiento del consumidor es el motor que permite la creación de productos especializados y competitivos, pues al analizar las motivaciones, gustos y preferencias de la demanda, los gestores pueden tomar decisiones informadas que aseguren una posición sólida en el mercado y aumenten la satisfacción del viajero (Salazar et al., 2018).

Esta necesidad de profundizar en el perfil del turista también se hace evidente al observar la diversificación del sector. Sierra et al. (2019) señalan que, si bien tradicionalmente se ha puesto mayor énfasis en el impacto económico debido a su facilidad de cuantificación en comparación con las variables sociales y culturales, la tendencia actual exige un análisis más integral; así el desarrollo turístico moderno no solo depende de la oferta, sino de la capacidad de entender la dinámica gnoseológica del viajero, permitiendo que la oferta no sea estática, sino que responda a un tejido argumentativo que conecte con las expectativas del mercado.

En la práctica, esto se traduce en una demanda que valora la autenticidad y la ética. De acuerdo con el estudio desarrollado por la Alcaldía de Santiago de cali (2023), los turistas actuales priorizan experiencias que incluyen el aporte a la comunidad local, la sostenibilidad ambiental y la inmersión en la cotidianidad del destino. Los datos demuestran que existe una alta disposición de los viajeros a colaborar económicamente con las comunidades anfitrionas si se garantiza un impacto social positivo, lo que valida la importancia de caracterizar al turista no solo por su procedencia o gasto, sino por su alineación con valores de sostenibilidad.

De este modo, es importante notar que el éxito de esta reactivación dependerá de la integración entre tecnología y compromiso social. Según González & Gelós (2021), la pandemia nos invita a pensar en una nueva normalidad donde el turismo no sea un fin económico, sino un medio para el bienestar humano y la conservación, asegurando que la actividad sea realmente un pilar para el desarrollo inclusivo a largo plazo.

Para lograr esto, es imprescindible caracterizar al turista, ya que, como explican Salazar et al. (2018), el perfil del viajero es el pilar sobre el cual se debe construir toda oferta. Sin un análisis detallado de sus motivaciones y preferencias, las estrategias de los destinos se basan en la intuición, limitando su capacidad para generar propuestas de valor significativas.

En consecuencia, la segmentación del mercado se convierte en un requisito crítico para garantizar la competitividad y la satisfacción del visitante. Salazar et al. (2018) sostienen que comprender a fondo el perfil del turista permite optimizar la gestión, transformando las necesidades del viajero en experiencias memorables. Al alinear estas propuestas con los objetivos de sostenibilidad, se asegura que la actividad turística no solo atraiga al público adecuado, sino que contribuya efectivamente al desarrollo responsable y duradero de los destinos.

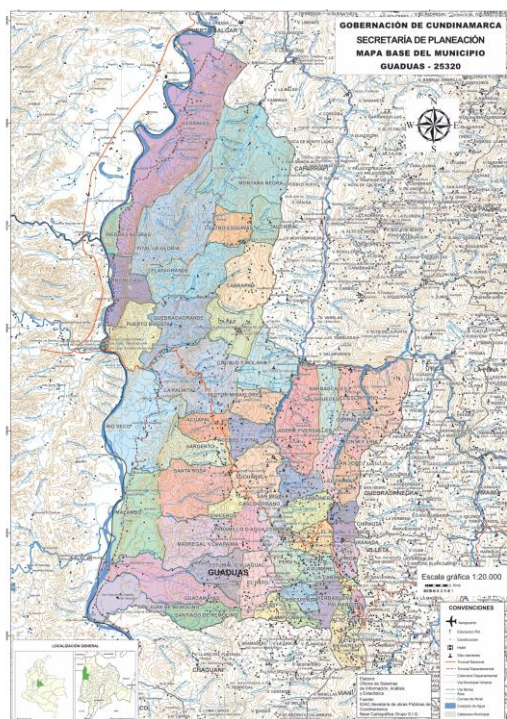
4.2. Marco contextual

Guaduas es un municipio situado en el Bajo Magdalena en el departamento de Cundinamarca, a una distancia de 110 kilómetros al noroeste de la capital del país, Bogotá, y limitando con los municipios de La Dorada, Honda, Armero, Puerto Salgar, Chaguaní, Caparrapí, Útica, Quebradanegra, Villeta y Vianí; con una historia remontada a la época prehispánica, el territorio ha sido reconocido por su relevancia en la historia del país como el lugar de nacimiento de Policarpa Salavarrieta (Gobernación de Cundinamarca, s.f.).

De acuerdo con el Plan de desarrollo municipal [2024-2027] Guaduas tiene un total de 19 barrios en la cabecera municipal, y 52 veredas junto con dos corregimientos en su área rural (Alcaldía de Guaduas, 2024); esta división político-administrativa se ilustra en la siguiente figura.

Figura 2

Mapa del municipio de Guaduas, Cundinamarca



Nota. La figura muestra los territorios que componen la zona rural y urbana del municipio de Guaduas. Fuente: Secretaría de Planeación. (s.f.).

En este contexto, y considerando tanto la relevancia histórica del municipio como su organización territorial, la investigación contempla la aplicación de los instrumentos de recolección de información en las zonas urbana y rural de Guaduas. Aunque una parte importante de los atractivos turísticos se concentra en la cabecera municipal, el territorio también cuenta con sitios de interés ubicados en el área rural, entre los que se destaca el mirador Piedra Capira, reconocido por su valor paisajístico y su popularidad entre los visitantes.

Esta investigación considera que, en términos turísticos, Guaduas se caracteriza por contar con una oferta que integra elementos de valor histórico, cultural y natural; entre sus principales atractivos se encuentran el Museo Casa de Policarpa Salavarrieta, la Catedral de San Miguel Arcángel, el Camino Real y diversos miradores naturales, los cuales forman parte del patrimonio y del paisaje que atrae visitantes al municipio; por tal motivo, estos espacios, distribuidos tanto en el área urbana como en la rural, configuran escenarios relevantes para analizar la experiencia y las percepciones de quienes visitan el destino.

Asimismo, el proyecto establece un marco temporal para el desarrollo del trabajo de campo, el cual se sitúa en el mes de marzo, en concordancia con las fechas de inicio de la investigación. Adicionalmente, se tiene en cuenta la presencia del puente festivo del 23 de marzo, correspondiente al día de San José, periodo en el que suele incrementarse el flujo de visitantes provenientes de ciudades como Bogotá hacia distintos destinos turísticos del país, lo cual favorece la aplicación de la encuesta como instrumento de investigación.

4.3. Marco legal

El sector turístico del municipio de Guaduas se encuentra enmarcado dentro de un conjunto de normativas de carácter nacional, departamental y municipal que regulan la planificación y gestión de la actividad turística en el país; por ello, en esta sección se encuentran las leyes, normas y decretos que tienen relación y relevancia con los objetivos de esta investigación.

Ley 300 de 1996 – Ley general de turismo

Establece el marco normativo general para el desarrollo de la actividad turística en el país, reconociendo al turismo como una industria esencial para el desarrollo económico, social y cultural del territorio colombiano, definiendo los principios de planeación descentralización, coordinación interinstitucional y la regulación para los prestadores de servicios turísticos.

En esta investigación es relevante al respaldar la planificación del desarrollo turístico y la gestión estratégica del destino.

Ley 397 de 1997 – Ley General de Cultura

Establece el marco normativo para la protección, conservación y promoción del patrimonio cultural en Colombia. Es relevante para el caso de estudio, pues que el destino posee un valor histórico y cultural significativo por lo que es necesario considerar los lineamientos para la protección del patrimonio material e inmaterial durante el proceso de investigación y para la formulación de estrategias.

Ley 1581 de 2012 – Ley de protección de datos personales

Determina las disposiciones para el tratamiento de datos personales en Colombia, incluyendo principios como legalidad, finalidad, libertad, transparencia y seguridad. Para este estudio proporciona los lineamientos para el manejo de la información y el respeto por los derechos de los titulares.

CONPES - Política de turismo sostenible

Define los lineamientos para integrar criterios ambientales, socioculturales y económicos en la gestión turística, promoviendo un modelo de desarrollo que minimice los impactos negativos y amplie los beneficios para las comunidades; de esta manera, para el presente proyecto constituye un insumo esencial en la formulación de estrategias de desarrollo turístico de acuerdo con los principios de la sostenibilidad.

Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia

Es una estrategia nacional orientada a fortalecer municipios con alto valor histórico, cultural y arquitectónico, promoviendo la conservación del patrimonio y el desarrollo turístico sostenible. Su relevancia para la investigación radica en que el destino estudiado se encuentra incluido dentro de esta estrategia, por lo que se deben de considerar los lineamientos que ofrece para la gestión, promoción y posicionamiento de destinos patrimoniales en el país.

Plan Nacional de Desarrollo 2022 – 2026 “Colombia, potencial mundial de la vida”

Constituye el principal instrumento de planificación nacional, en el que se reconoce al turismo como un sector estratégico para la transformación productiva, la inclusión social y el desarrollo territorial, por lo que esta investigación actúa como un marco macroestructural que debe ser considerado para la formulación de estrategias.

Plan Sectorial de Turismo 2022 -2026

Establece los enfoques para el fortalecimiento del sector turístico en Colombia, incluyendo competitividad, innovación, calidad, promoción y sostenibilidad; su importancia en este estudio radica en que promueve la generación y análisis de información estadística del turismo como base para la toma de decisiones, sustentando así la pertinencia de este proyecto.

NTC 6725:2023 – Requisitos de sostenibilidad para destinos y áreas turísticas

Es el conjunto de requisitos y lineamientos técnicos para la gestión de destinos turísticos en función de estándares de calidad, incorporando así criterios de planificación, sostenibilidad, articulación institucional, seguimiento y mejora continua. En este proyecto, proporciona un marco metodológico y fundamenta el estudio del perfil turístico de los visitantes del municipio de Guaduas, en consideración de estándares técnicos actualizados que fortalecen la competitividad y calidad del destino.

Plan de desarrollo Departamental de Cundinamarca 2024 -2027

Establece las directrices orientadas al bienestar social, la competitividad y la sostenibilidad en el departamento; es relevante para el presente estudiar al fijar los lineamientos y metas departamentales en materia turística, que sirven como marco de referencia y garantizan que los hallazgos del estudio se articulen con las políticas públicas vigentes a nivel regional.

Plan básico de ordenamiento territorial de Guaduas

Constituye el principal instrumento de planificación territorial del municipio, por lo que su importancia en esta investigación radica en que establece las bases normativas que regulan el espacio en el cual se desarrolla la actividad turística, permitiendo analizar cómo las disposiciones territoriales inciden en la sostenibilidad, accesibilidad y proyección del destino turístico.

Plan de Desarrollo Municipal de Guaduas 2024 - 2027

Define las metas, programas y proyectos prioritarios del gobierno local en el periodo correspondiente, incluyendo acciones relacionadas con promoción turística, fortalecimiento empresarial, infraestructura y sostenibilidad. Para esta investigación determina el enfoque estratégico del municipio frente al turismo y establece el marco institucional para la formulación de estrategias.

5. Metodología

La presente investigación se centra en el análisis del perfil turístico de los visitantes del municipio de Guaduas, Cundinamarca, pretendiendo generar una base para la formulación de estrategias que orienten al desarrollo de la actividad turística de este territorio; es así como, la metodología adoptada fue formulada bajo un enfoque mixto, el cual permite abordar la complejidad de las investigaciones de forma holística e integradora, al usar técnicas e instrumentos de investigación de carácter cuantitativo y cualitativo, permitiendo una versión más completa del fenómeno estudiado (Acosta, 2023).

Así mismo, como parte de este enfoque, este proyecto distribuye sus componentes con relación a cada objetivo específico, tal como lo muestra el siguiente cuadro metodológico.

Tabla 1

Cuadro metodológico

Metodología				
Objetivo general	Analizar el perfil turístico de los visitantes del municipio de Guaduas - Cundinamarca, para la propuesta de estrategias que contribuyan al desarrollo de su actividad turística			
Objetivos específicos	Enfoque	Tipo de investigación	Técnica	Instrumento
Caracterizar al visitante del municipio de Guaduas, abarcando sus variables sociodemográficas y conductuales.	Mixto	Exploratoria	Encuesta	Cuestionario
Establecer los factores que inciden en la elección del municipio de Guaduas como destino turístico.		Descriptiva	Análisis de contenido	Guía de análisis de contenido
Diseñar estrategias orientadas al fortalecimiento y desarrollo de la actividad turística del municipio de Guaduas, en función del perfil turístico de sus visitantes.			Análisis DOFA	Matriz DOFA

Nota. La tabla muestra los componentes metodológicos de la investigación en función a cada objetivo específico.

Fuente: Elaboración propia con base al estudio de Leguizamo (2025).

Así pues, la investigación parte como exploratoria, destinada a la comprensión de los visitantes, con enfoque en sus características sociodemográficas y conductuales, de acuerdo con Stewart (s.f.) este tipo de investigación “aporta flexibilidad y adaptabilidad, orienta nuevas investigaciones y ofrece una visión inicial de cuestiones complejas” (párr. 01).

De manera posterior a esta primera etapa, la investigación se vuelve de tipo descriptiva, misma que como su nombre lo indica pretende detallar las características del fenómeno estudiado proporcionando información sistemática del mismo permitiendo un análisis completo (Guevara et al., 2020). En esta fase, la investigación se orientó a la descripción de los factores que inciden en la elección de Guaduas como destino turístico, y al diseño y explicación de las estrategias para el fortalecimiento de la actividad turística; descripciones que son producto a su vez de los resultados de la fase exploratoria.

En cumplimiento a estos enfoques y objetivos, la investigación aborda como población de estudio a los turistas, específicamente a aquellos que visitaron el municipio de Guaduas durante el mes de marzo, periodo de tiempo definido en relación con las fechas de inicio de la investigación.

Como hecho subsecuente a las características de la población, el diseño muestral fue definido a través de un muestreo probabilístico por conglomerados, el cual “aprovecha la presencia natural de grupos o conglomerados en la población” (Rogerson, 2005). Esto se traduce en la selección de lugares específicos en donde se suele concentrar gran parte de la población de estudio, para así realizar la aplicación de instrumentos específicos en estas zonas, que, para el presente proyecto fueron los atractivos turísticos, como el mirador Piedra Capira, el Salto de Versailles y la Casa Museo de Policarpa Salavarrieta, en conjunto con sitios de interés como la Plaza de la Constitución y la Catedral San Miguel Arcángel.

Por otro lado, si bien el concepto de muestro por conglomerados permitió determinar los lugares para la aplicación de instrumentos en campo, su naturaleza probabilística posibilitó el establecer la cantidad de encuestas a aplicar, es decir, favoreció a la definición del tamaño exacto de la muestra mediante el uso de la fórmula para muestreo aleatorio simple, en donde se estableció un nivel de confianza del 90% (que traducido a los valores de la distribución normal equivale a 1.645) y un error del 5%, buscando utilizar criterios conservadores; el proceso se encuentra ilustrado en la siguiente figura.

Figura 3*Definición del tamaño de la muestra*

$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$ Z= nivel de confianza p= proporción esperada q= complemento de la proporción e= margen de error	Z= 90% = 1.645 p= 0.5 q= 0.5 e= 5%	$n = \frac{(1.645)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2}$ $n = \frac{2.706 * 0.25}{0.0025^2}$ $n = \frac{0.6765}{0.0025^2}$ $n = 270.6 \approx 271$
---	--	--

Nota. La figura muestra el proceso para establecer el tamaño de la muestra en función a las variables definidas.

Fuente: Elaboración propia (2026)

A través de este rigor estadístico, se logró establecer una muestra de 271 visitantes, estableciendo el valor de las variables de p y q como 0.5 al tener en cuenta que estos valores son utilizados “cuando no existen estudios previos o información suficiente sobre el comportamiento de la población investigada” (Leguizamo, 2025, p. 39).

Una vez definido el proceso de muestreo, la investigación estableció las técnicas e instrumentos para la recolección de información (tabla 1), tomando como punto de partida una encuesta con su respectivo cuestionario (anexo 1), en donde mediante la formulación de preguntas cerradas se recolectaron datos referentes a los aspectos sociodemográficos, conductuales y de percepciones del entorno turístico del municipio, mediante un formulario en línea, de manera que fue posible conocer al turista en función a sus gustos y preferencias, pero a su vez se abarcaron sus expectativas e inconvenientes en relación a su experiencia turística en el territorio, cuantificando esta información para un análisis objetivo.

Así mismo, se aplicó un análisis de contenido es cual consiste en:

Un método de investigación para interpretar y cuantificar datos textuales, como discursos, entrevistas, artículos, publicaciones en redes sociales, etc. (...) Permite a los investigadores examinar grandes volúmenes de datos para identificar patrones, temas o sesgos y convertirlos en variables cuantificables que puedan analizarse más a fondo. (Hecker y Kalpokas, s.f., párr. 03)

De esta manera, se logró analizar los comentarios referentes al municipio registrados en la plataforma de Tripadvisor, un espacio reconocido por presentar diversos atractivos y sitios de interés para la información de visitantes, permitiendo a los mismos registrar sus percepciones y experiencias en esta misma sección; así, se generaron categorías en función al contenido de estos comentarios, realizando en estas mismas una subclasificación en función a si representaban una percepción positiva o negativa; aquí se generó un proceso de cuantificación, en donde un mismo comentario podía contabilizarse en dos categorías si dentro de su contenido hacía referencia a más de una de estas, por lo que la sumatoria de las frecuencias relativas no sería equivalente al 100%, pero permitiendo observar que categorías eran las más populares y si lo eran de forma positiva o negativa.

Por último, la investigación se valió de un análisis y una matriz DOFA, una herramienta insignia de la administración, pero que permite el registro de factores internos y externos que afectan una variable, y la formulación de estrategias mediante el cruce de estos factores (Raeburn, 2025). Esto permitió el diseño de estrategias para el fortalecimiento de la actividad turística en el municipio de Guaduas, en función del análisis del perfil de sus visitantes, generando así una propuesta fundamentada en un estudio actual de la demanda y de las virtudes del territorio.

Así, el estudio utilizó fuentes de información de primer y segundo nivel, entendiendo que las fuentes primarias hacen referencia a la información obtenida de la población a través de trabajo de campo, mientras que las secundarias representan los datos recolectados mediante textos e investigaciones producidas por otros autores (Silvestrini y Vargas, 2008). Para el caso de este proyecto, las fuentes de información de segundo nivel corresponden a trabajos de grado, artículos de investigación y documentos de instituciones oficiales, como lo son los planes de desarrollo.

6. Capítulo I: Caracterización del visitante del municipio de Guaduas, variables sociodemográficas y conductuales.

El turismo, como un fenómeno de diversas características, requiere ser organizado de tal manera, que se facilite su estudio desde el contexto del desarrollo territorial, así pues, se habla de un sistema turístico, en el que se pretende estructurar las distintas dimensiones de la actividad (social, económica, cultural, ambiental y política) en la medida en que se plantean como componentes los subsistemas de superestructura, infraestructura, comunidad receptora, oferta y demanda turística (Varisco, 2013); así, estos elementos se interrelacionan entre sí permitiendo describirse unos a otros, de modo que no solo se abarcan las características del territorio sino que también se reconoce la relevancia de la comprensión de la oferta y la demanda de un destino en específico.

Por tanto, Naranjo y Martínez (2022) hablan de la oferta como el conjunto de atractivos, recursos, sitios y elementos de interés turístico que pretende la satisfacción de la demanda, entendiendo a esta última como la cantidad de bienes y/o servicios requeridos por los consumidores, lo que se traduce a su vez en el conjunto de visitantes (potenciales o efectivos) de un destino. De tal manera, las autoras realizan un énfasis en la importancia del estudio de la demanda turística como una herramienta para la toma de decisiones, la cual requiere de la segmentación del mercado y la identificación de tendencias.

En consideración a lo anterior, Delgado et al. (2019) abordan la caracterización de la demanda turística como un elemento que permite conocer a los visitantes, abordando distintas variables que permiten recopilar información para la configuración de la oferta en función a las características de sus consumidores, en la medida que posibilita el desarrollo de estrategias acordes al mercado.

De tal manera, la caracterización de un turista no se limita a los datos personales que tradicionalmente son solicitados a los visitantes al llegar a un hotel o al ser participe a una encuesta de satisfacción, sino que pretende abordar información específica que permita establecer los gustos, preferencias, motivaciones y expectativas de la demanda, por lo que se habla así de variables sociodemográficas y conductuales.

Con relación al primero de estos conceptos, se dice que hace referencia a las características personales, sociales y económicas de un individuo, incluyendo así datos como el género, ingresos, edad, estado civil y la ubicación geográfica; estas variables sociodemográficas, permiten identificar diferencias de hábitos y preferencias entre distintos grupos sociales (Fernández, 2023).

Así pues, mientras el aspecto sociodemográfico se centra en definir quién es el consumidor, las variables conductuales describen el comportamiento del individuo, pretendiendo entender hábitos de consumo, abarcando datos como la frecuencia de visita, motivaciones, duración de la estadía y las actividades realizadas (Licari, 2023). De esta manera, este tipo de variables se complementan una a la otra para un entendimiento más amplio de la demanda, permitiendo segmentar la oferta en función al tipo de turista y lo que este busca.

Al respecto, Pat y Calderón (2012) mencionan que “la caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos” (p. 50); se evidencia entonces, como estos procesos no solo producen beneficios para la gestión turística de un destino, sino que además favorece la planificación y formulación de estrategias desde la oferta turística, de manera que se genera un insumo para actores públicos y privados del sector, en función a los requerimientos de la demanda.

Con relación a lo anterior, esta investigación reconoce al municipio de Guaduas Cundinamarca como un territorio destacado por su valor histórico y patrimonial, siendo el pueblo en donde nació y vivió varios años Policarpa Salavarrieta, y en donde durante la época de la colonia se reconoció como una parada en el Camino Real entre Honda y Santa Fe (Procolombia. s.f.).

Por tanto, gracias a su vocación como uno de los Pueblos Patrimonios de Colombia, el territorio de consolida como destino turístico con la llegada de visitantes, no obstante, los datos referentes al turista son limitados, con énfasis en sus preferencias, motivaciones, niveles de satisfacción y patrones de visita, de manera que se generan limitaciones para la planificación del territorio y su oferta.

En consecuencia, este proyecto genera como punto de partida una caracterización de los visitantes del municipio de Guaduas, a través del uso de una encuesta compuesta por preguntas cerradas y semiabiertas como técnica de recolección de información, en la cual, para conservar rigor estadístico durante su aplicación en campo, se realizó uso de la fórmula de muestreo probabilístico simple para población infinita, al considerar la dificultad para establecer el tamaño de la población.

Así pues, se utilizaron criterios conservadores, como un 90% de confianza y un 5% de error, de manera que se logró establecer una muestra de 271 turistas sobre los cuales aplicar el cuestionario correspondiente; así pues, este fue desplegado en puntos específicos del territorio, como el mirador Piedra Capira, el Salto de Versailles y la Casa Museo de Policarpa Salavarrieta, la Plaza de la Constitución y la Catedral San Miguel Arcángel, esto en respuesta a la lógica de conglomerados y a las características de la población investigada.

De esta manera, durante las fechas del puente festivo del Día de San José se logró el despliegue de instrumentos en campo, en donde de acuerdo con el enfoque de esta sección, se clasificaron los resultados entre aspectos sociodemográficos y conductuales, para permitir un estudio organizado de los datos en función a su naturaleza.

6.1. Aspecto sociodemográfico

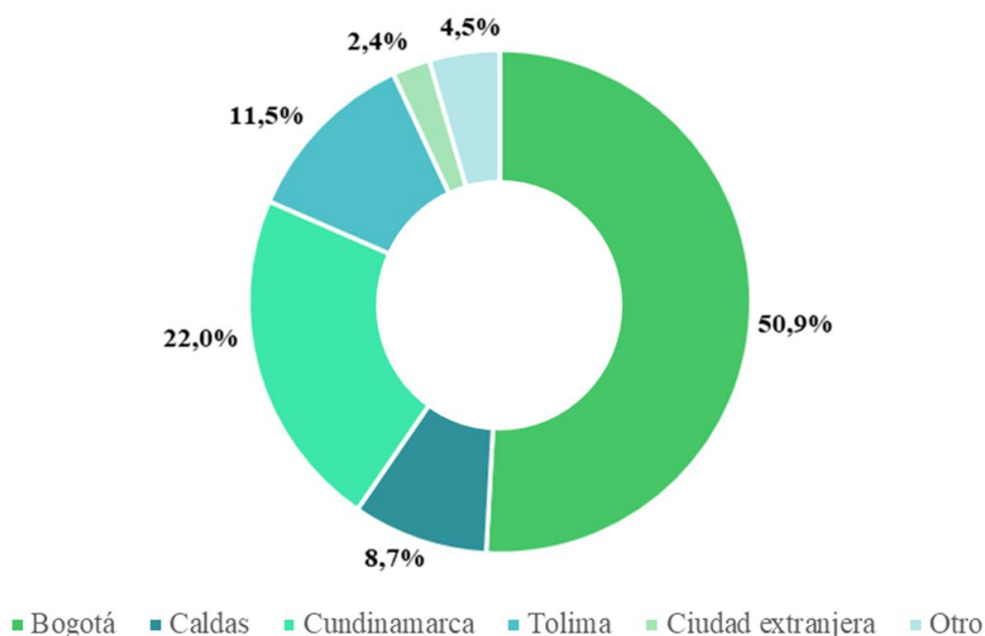
En el marco de la caracterización de la demanda turística del municipio de Guaduas, el análisis de estas variables adquiere especial relevancia, al entender que “el perfil sociodemográfico es el instrumento que sirve como ruta de navegación para la realización de diferentes actividades” (Giraldo, 2022, párr. 05). De esta manera, permite comprender no solo las características del visitante, sino también la forma en que estas se articulan con las condiciones territoriales del destino.

Así pues, considerando que Guaduas se reconoce como un municipio con vocación histórica y patrimonial, localizado estratégicamente en el corredor vial que conecta a Bogotá con el Magdalena Medio, dichas particularidades inciden directamente en la configuración de su demanda turística, orientándola hacia ciertos segmentos poblacionales y dinámicas de visita específicas.

En este sentido, se estudia como primera variable de este tipo, el lugar de procedencia (figura 4), pues “la información sobre los principales mercados emisores hacia un destino determinado contribuye a conocer el comportamiento de la demanda turística” (Mochón, 2004, citado en Narváez y Fernández, 2010, p.178).

Figura 4

Lugar de procedencia de los visitantes del municipio de Guaduas.



Nota. La figura muestra los principales lugares de los que proceden los visitantes del municipio de Guaduas, Cundinamarca. Fuente: Elaboración propia (2026)

Se evidencia entonces, una alta concentración de visitantes provenientes de Bogotá (50,9%) y del departamento de Cundinamarca (22,0%), lo que permite identificar una fuerte relación entre la cercanía geográfica del destino y la composición de su demanda; por tanto, se dice que la localización de Guaduas, sumada a su accesibilidad vial y a su reconocimiento como uno de los Pueblos Patrimonio de Colombia, favorece la consolidación de un turismo de proximidad, caracterizado por desplazamientos de corta duración, frecuentemente asociados a fines de semana o puentes festivos.

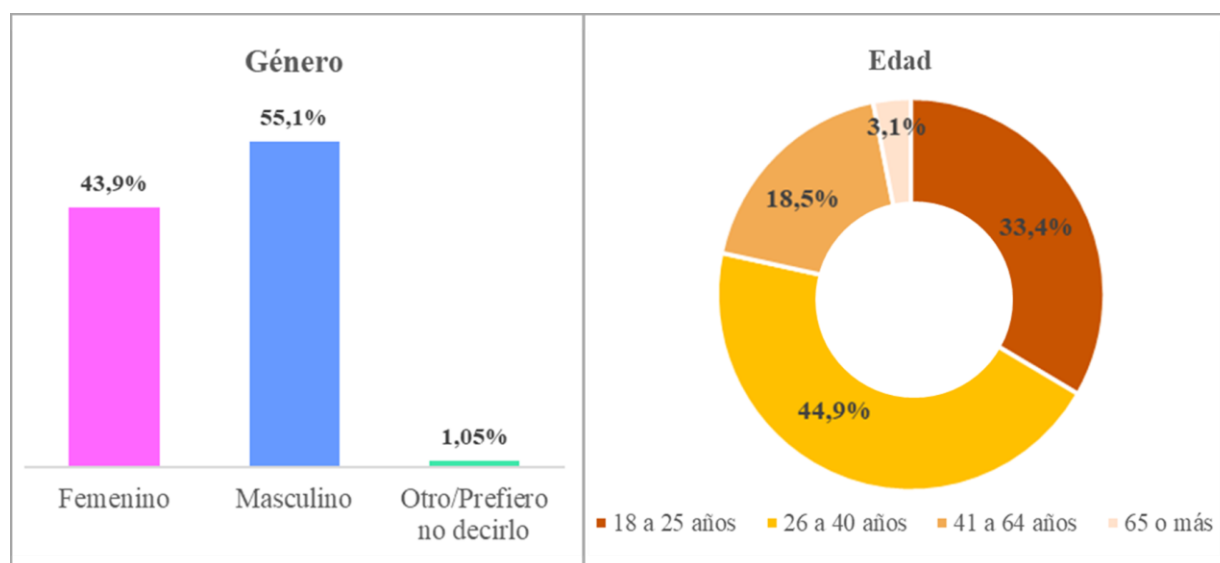
En concordancia con lo anterior, la participación de visitantes provenientes de departamentos como Tolima (11,5%) y Caldas (8,7%) sugiere una extensión moderada del área

de influencia del destino, mientras que la baja representación de turistas internacionales (2,4%) evidencia que, si bien el municipio posee un valor histórico relevante, este aún no se traduce en una fuerte atracción hacia mercados externos, lo cual podría estar relacionado con limitaciones en la promoción turística o en la estructuración de productos orientados a este tipo de público.

Así pues, se analiza de manera conjunta las variables de edad y género en la figura 5, al comprender que (en conjunto con el lugar de procedencia) “Establecer relaciones entre estas variables sociodemográficas y el grado de motivación y satisfacción turística es un primer paso para explicar la toma de decisiones a través de atributos personales y segmentar” (Bautista et al. 2015, p. 40); de esta manera, se logra una comprensión integral del perfil del visitante, en tanto se articulan elementos que permiten identificar su etapa del ciclo de vida y su distribución poblacional.

Figura 5

Edad y género de los visitantes del municipio de Guaduas.



Nota. La figura muestra la edad y el género de los visitantes del municipio de Guaduas, Cundinamarca. Fuente: Elaboración propia (2026)

De esta manera se observa que la mayor parte de los visitantes se concentra en rangos etarios entre los 26 y 40 años (44,9%) y entre los 18 y 25 años (33,4%), lo que permite identificar un predominio de población joven-adulta dentro de la dinámica turística del municipio. En este contexto, la naturaleza del territorio, caracterizada por la presencia de

atractivos históricos, culturales y paisajísticos, así como por su clima cálido y su cercanía a centros urbanos, resulta particularmente atractiva para este tipo de población, que suele presentar una mayor disposición al desplazamiento, al consumo de experiencias y a la realización de actividades recreativas en entornos de corta estancia.

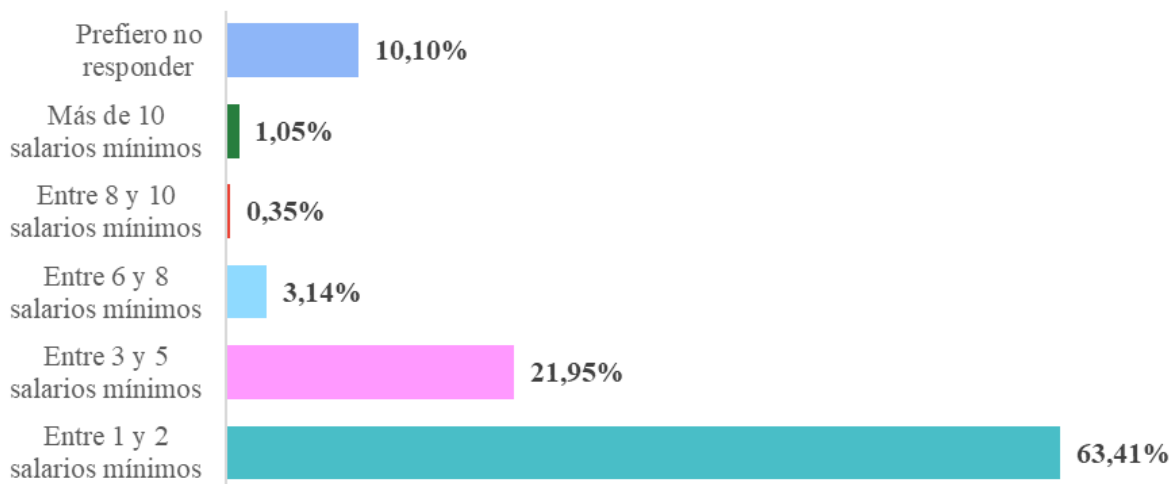
Por otro lado, en una menor proporción, se encuentran los visitantes entre 41 y 64 años (18,5%) y aquellos de 65 años o más (3,1%), lo que podría estar asociado a factores como las condiciones de accesibilidad, la infraestructura turística disponible o las preferencias propias de estos grupos etarios.

En cuanto al género, se presenta una distribución relativamente equilibrada, con una ligera predominancia del género masculino (55,1%) frente al femenino (43,9%), lo que indica que el destino no presenta una segmentación marcada en términos de género. No obstante, al articular esta variable con la edad y las características del territorio, es posible inferir que el tipo de oferta existente resulta atractiva para ambos géneros, particularmente en segmentos jóvenes que buscan experiencias accesibles, cercanas y de corta duración.

Por otra parte, en lo que respecta al nivel de ingreso mensual representado en la figura 6, se dice que “además de conocer quiénes visitan el municipio, es fundamental identificar con qué recursos cuentan, ya que el nivel de ingresos condiciona el gasto, el tipo de alojamiento y la percepción del destino” (Leguizamo, 2025, p. 53). Por tanto, esta investigación aborda su estudio, evidenciando una concentración significativa en los rangos entre uno y dos salarios mínimos (63,41%) y entre tres y cinco salarios mínimos (21,95%), lo que permite identificar que la mayor parte de los visitantes corresponde a un segmento con capacidad adquisitiva media y baja.

Figura 6

Nivel de ingreso mensual de los visitantes del municipio de Guaduas.



Nota. La figura muestra en salarios mínimos el nivel de ingreso mensual de los visitantes del municipio de Guaduas, Cundinamarca. Fuente: Elaboración propia (2026).

En consideración a lo anterior, esta característica se relaciona directamente con las condiciones del destino, en tanto Guaduas, al ser un municipio cercano a Bogotá y con una oferta turística relativamente accesible en términos de precios, se posiciona como una alternativa viable para este tipo de público. En contraste, la baja participación de visitantes con ingresos altos podría indicar que el destino aún no cuenta con una oferta suficientemente diversificada o especializada para captar segmentos de mayor poder adquisitivo, lo que plantea retos en términos de diversificación y cualificación de la oferta turística.

En consecuencia, la integración de las variables sociodemográficas analizadas, en articulación con las características territoriales de Guaduas, permite configurar un perfil del visitante que responde a una lógica de turismo de proximidad, compuesto principalmente por población joven-adulta y con niveles de ingreso medios y bajos, que encuentra en el municipio un destino accesible, cercano y con valor cultural y patrimonial; así, este análisis facilita la

comprensión de la demanda turística, aportando elementos clave para la planificación del destino, orientando la toma de decisiones hacia el fortalecimiento de la oferta existente y la identificación de oportunidades para la diversificación de mercados, en función de las dinámicas territoriales y las características del visitante.

6.2. Aspecto conductual

El análisis de las variables conductuales en el marco de la presente investigación permite profundizar en la comprensión de la demanda turística del municipio de Guaduas, en la medida en que trasciende la identificación del perfil del visitante para centrarse en la forma en que este interactúa con el territorio, toma decisiones y construye su experiencia turística; así lo expresan Neme et al. (2023), al mencionar que “El comportamiento del turista en los destinos es un factor relevante de la planificación turística y de gestión de los territorios, buscando con ello generar procesos de desarrollo económico alineados con la sostenibilidad ambiental, social y cultural.” (p. 01)

En este sentido, el estudio de este tipo de variables resulta fundamental dentro del sistema turístico, ya que posibilita reconocer patrones de consumo, niveles de fidelización y motivaciones de viaje, los cuales se encuentran directamente influenciados por las características del destino. De tal manera, este componente analítico se configura como un insumo clave para la planificación y gestión turística, en tanto permite orientar la oferta en función de comportamientos reales y no únicamente de características descriptivas de la población.

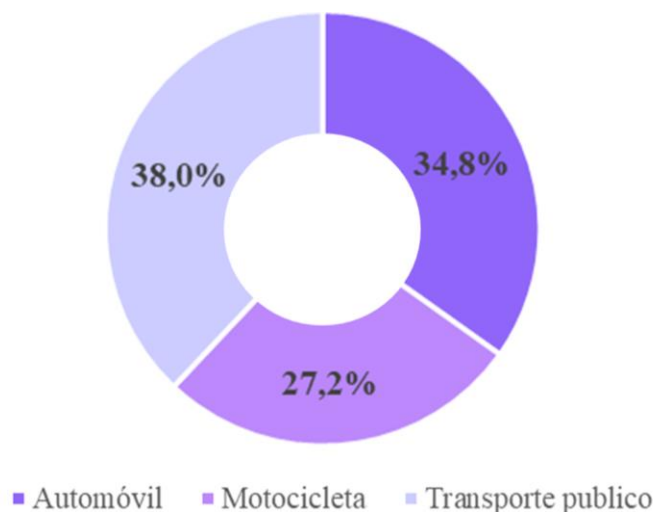
En primera instancia, se analizan los medios de transporte utilizados por los visitantes para acceder al municipio (figura 7) al entender que “La actividad turística se desarrolla en un entorno singular que implica un cambio de espacio. En este sentido, el transporte cumple funciones esenciales en su desarrollo, tanto como mecanismo de tránsito como experiencia turística” (Castaño y Valencia, 2016, párr. 02).

Así no solo se reconoce el transporte como un componente funcional dentro de la cadena turística, sino también como un factor estratégico que incide directamente en la percepción y satisfacción del visitante, al considerar que los medios de acceso condicionan aspectos como la comodidad, los tiempos de desplazamiento, los costos y, en muchos casos, la primera impresión del destino. Desde una perspectiva analítica, comprender qué tipos de transporte predominan

permite identificar posibles brechas en infraestructura, conectividad y calidad del servicio, un aspecto clave para la planificación turística del municipio.

Figura 7

Tipo de transporte utilizado por los turistas del municipio de Guaduas.



Nota. La figura muestra el tipo de transporte utilizado por los visitantes del municipio de Guaduas para llegar al municipio. Fuente: Elaboración propia (2026)

Se observa una distribución relativamente equilibrada entre el transporte público (38,0%), el automóvil (34,8%) y la motocicleta (27,2%), lo que evidencia la existencia de múltiples alternativas de acceso al destino. Esta situación se encuentra estrechamente relacionada con la localización estratégica de Guaduas dentro del corredor vial que conecta a Bogotá con el Magdalena Medio, lo que facilita el flujo constante de visitantes y reduce las barreras de acceso.

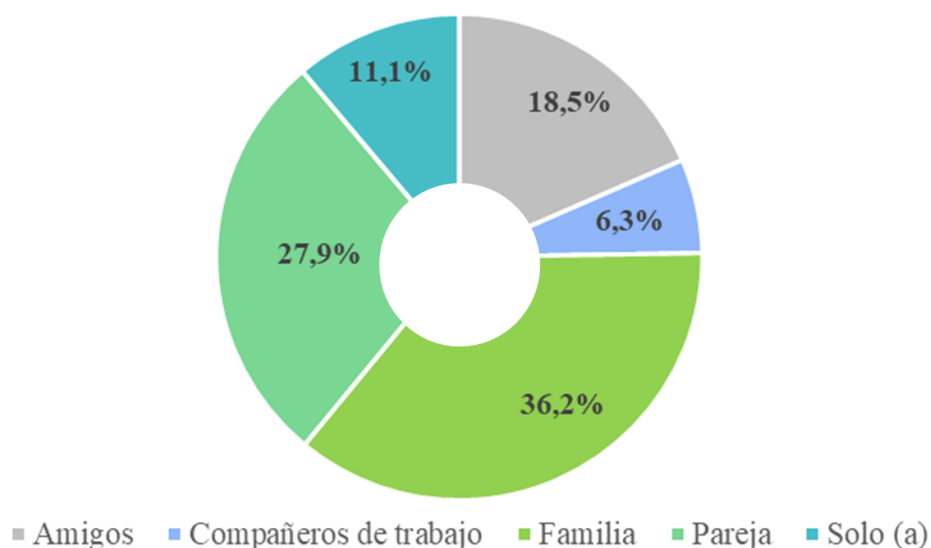
Esto, en relación con la alta concentración de turistas provenientes de Bogotá y Cundinamarca, se refuerza la idea de un destino que se integra a dinámicas de movilidad regional, en donde la cercanía geográfica permite la planificación de viajes espontáneos, de corta duración y con diferentes niveles de autonomía en el desplazamiento.

Por otra parte, la composición de los grupos de viaje (figura 8) permite evidenciar que la experiencia turística en Guaduas se desarrolla principalmente en contextos colectivos; desde el enfoque de Crompton (1979), la motivación “push” vinculada a la interacción social permite

comprender que la decisión de viajar no se construye de manera individual, sino que está mediada por las relaciones y vínculos del turista. En este sentido, identificar los compañeros de viaje (familia, pareja, amigos, grupos organizados o incluso viajes en solitario con intención social) se convierte en una variable clave dentro del proceso de caracterización del perfil turístico.

Figura 8

Compañeros de viaje de los visitantes del municipio de Guaduas.



Nota. La figura muestra la distribución de los turistas del municipio de Guaduas en relación con sus compañeros de viaje. Fuente: Elaboración propia (2026)

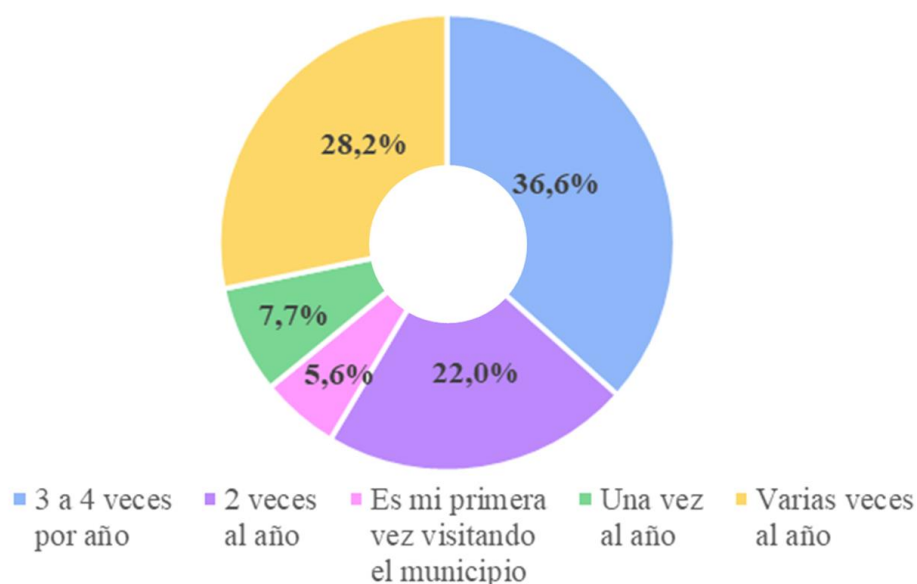
Destacan los viajes en familia (36,2%), en pareja (27,9%) y con amigos (18,5%), frente a una menor proporción de visitantes que viajan solos (11,1%) o por motivos laborales (6,3%). Este comportamiento se encuentra en coherencia con las características del territorio, el cual, al ofrecer un entorno tranquilo, seguro y con una combinación de atractivos culturales, históricos y naturales, favorece la realización de actividades compartidas orientadas al descanso y la recreación.

Asimismo, al relacionar estos resultados con la estructura etaria identificada en el análisis sociodemográfico, se puede inferir que estos grupos poblacionales tienden a privilegiar experiencias sociales, en donde el viaje se configura como un espacio de interacción y fortalecimiento de vínculos.

En esta misma línea, la frecuencia de visita constituye uno de los indicadores más relevantes dentro del análisis conductual, pues “esta variable permite conocer el grado de fidelización, la posible relación emocional con el municipio y la estabilidad del flujo turístico” (Leguizamo, 2025). En el caso de Guaduas, se evidencia mediante la figura 9 que un 36,6% de los encuestados visita el municipio entre tres y cuatro veces al año, mientras que un 28,2% lo hace varias veces al año, lo que refleja un patrón de recurrencia elevado. A estos datos se suman quienes visitan el destino dos veces al año (22,0%), evidenciando que la gran mayoría de los turistas ha desarrollado una relación constante con el municipio.

Figura 9

Frecuencia de visita de los turistas del municipio de Guaduas.



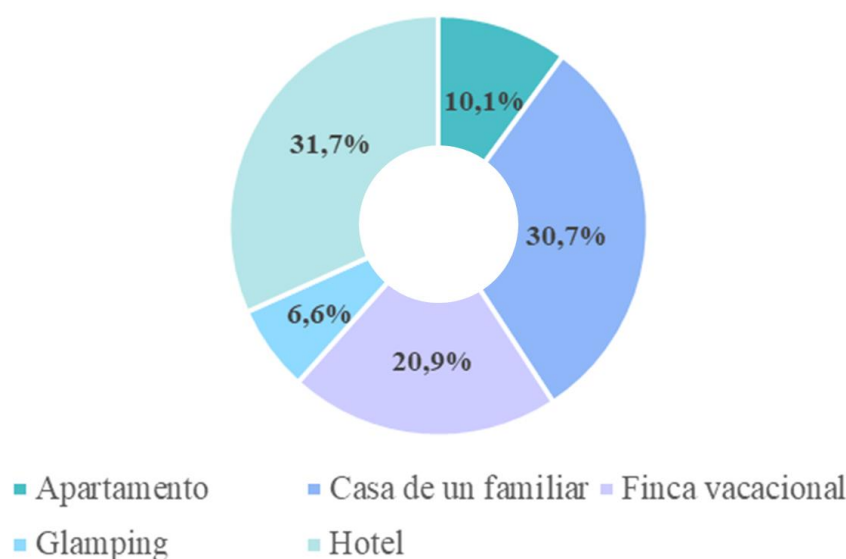
Nota. La figura muestra la frecuencia con la que los turistas visitan el municipio de Guaduas. Fuente: Elaboración propia (2026)

Al triangular esta información con la procedencia de los visitantes y sus niveles de ingreso, se consolida la idea de un turismo de proximidad accesible, en donde los bajos costos de desplazamiento y la cercanía geográfica permiten la repetición de la visita sin que ello represente una inversión significativa. De tal manera, Guaduas no solo se posiciona como un destino atractivo, sino también como un espacio recurrente dentro de las dinámicas de ocio de sus visitantes.

En cuanto al tipo de hospedaje utilizado (figura 10), se dice que “el servicio de alojamiento constituye un soporte estratégico de gran importancia en la actividad turística y, el conocimiento de su situación actual es vital para determinar y abordar los problemas de toda la actividad turística” (Oreja, 2000, citado en Morillo, 2009, p. 334)

Figura 10

Tipo de hospedaje utilizado por los visitantes del municipio de Guaduas.



Nota. La figura muestra la distribución de los turistas del municipio de Guaduas en relación con el tipo de hospedaje utilizado al visitar el territorio. Fuente: Elaboración propia (2026)

Así pues, los resultados evidencian una coexistencia entre modalidades formales e informales, con una distribución en la que los hoteles (31,7%) y las casas de familiares (30,7%) presentan una participación similar, seguidos por las fincas vacacionales (20,9%), los apartamentos (10,1%) y el glamping (6,6%). Este comportamiento refleja no solo la diversidad de la oferta disponible, sino también la importancia de las redes sociales y familiares dentro de la experiencia turística.

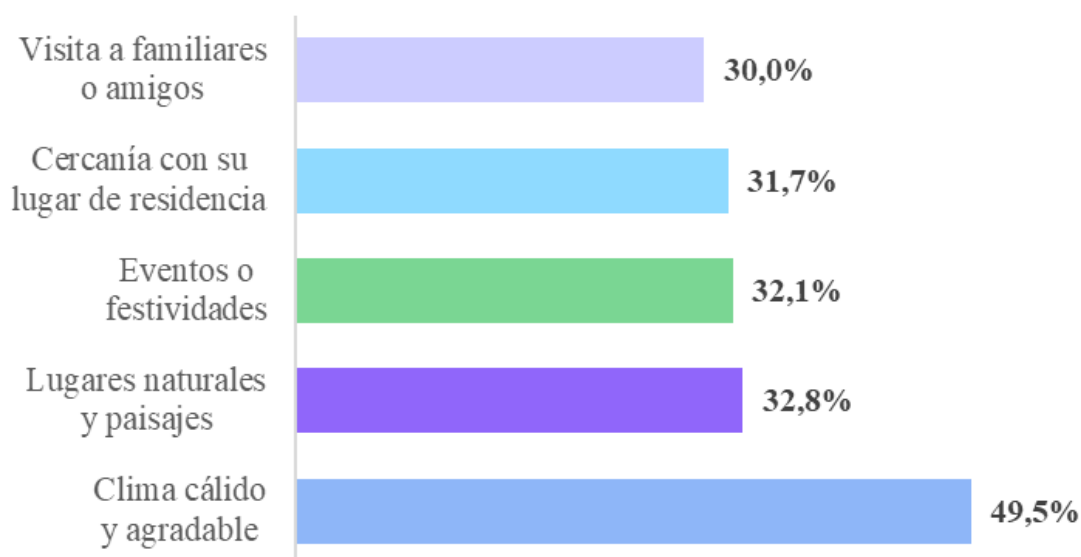
En este sentido, al relacionar estos resultados con los niveles de ingreso identificados, se puede inferir que la elección del alojamiento responde a estrategias de optimización del gasto, en donde el uso de viviendas de familiares o la selección de opciones más económicas permite

ajustar la experiencia a la capacidad adquisitiva del visitante. Asimismo, la presencia de modalidades como fincas vacacionales y glamping evidencia una diversificación incipiente de la oferta, orientada a experiencias más diferenciadas dentro del entorno rural.

De manera complementaria, los factores que influyen en la decisión de visitar Guaduas (figura 11) permiten comprender las motivaciones que estructuran la demanda, un aspecto importante ya que identificar con claridad los factores que inciden en cada una de las etapas del proceso de elección de un destino turístico resulta fundamental para comprender el comportamiento del turista y orientar la construcción de ofertas acordes con las características y motivaciones del público objetivo (Possebon et al., 2019).

Figura 11

Top 5 factores que influyen en la decisión de visitar Guaduas.



Nota. La figura muestra los factores que influyen en la decisión de los turistas de visitar el municipio de Guaduas.
Fuente: Elaboración propia (2026)

En este caso, se destaca el clima cálido y agradable (49,5%) como el principal elemento de atracción, seguido por los lugares naturales y paisajes (32,8%), los eventos o festividades (32,1%), la cercanía con el lugar de residencia (31,7%) y la visita a familiares o amigos (30,0%). Estos resultados evidencian una clara articulación entre las condiciones del territorio y las

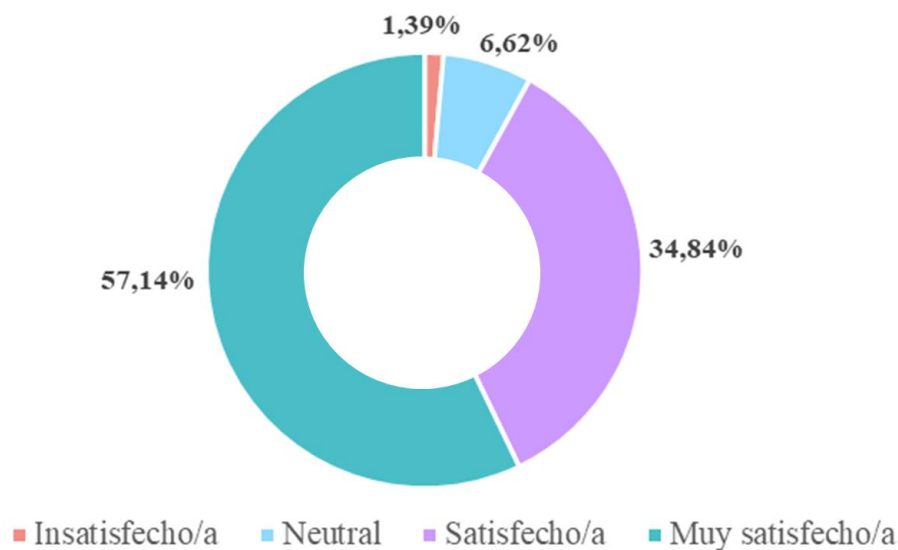
expectativas del visitante, en donde factores ambientales, culturales y relacionales convergen en la decisión de viaje.

Al integrar esta información con los resultados sociodemográficos, particularmente con la procedencia regional y la edad de los visitantes, se refuerza la idea de que Guaduas funciona como un destino de escape cercano, en el que los turistas buscan principalmente descanso, cambio de clima y experiencias en contacto con la naturaleza y la cultura local.

Ahora bien, en lo que respecta al nivel de satisfacción, se observa una valoración altamente positiva de la experiencia turística en la figura 12, con un 57,14% de los visitantes que se declaran muy satisfechos y un 34,84% satisfechos, frente a porcentajes considerablemente menores en las categorías neutral (6,62%) e insatisfecho (1,39%). Este resultado resulta coherente con la alta frecuencia de visita identificada previamente, en la medida en que la recurrencia suele estar asociada a experiencias satisfactorias.

Figura 12

Nivel de satisfacción de los visitantes del municipio de Guaduas.



Nota. La figura muestra la distribución de los visitantes en relación con su nivel de satisfacción con su experiencia turística de Guaduas. Fuente: Elaboración propia (2026)

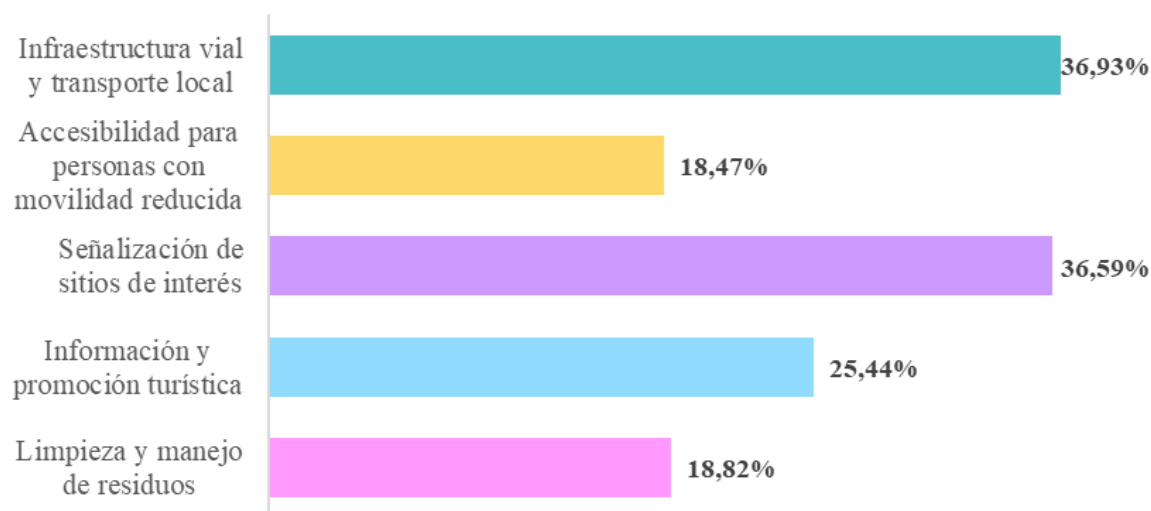
No obstante, se analizan de manera paralela los factores de mejora, al reconocer que

Es fundamental conocer de forma concreta qué aspectos perciben los visitantes como susceptibles de mejora, pues esta información ofrece insumos directos para la toma de decisiones estratégicas y permite priorizar intervenciones que puedan elevar la calidad de la experiencia turística (Leguizamo, 2025, p. 70)

Por tanto, en la figura 13 se identifican aspectos críticos que requieren atención, entre los que se destacan la infraestructura vial y el transporte local (36,93%), la señalización de sitios de interés (36,59%) y la información y promoción turística (25,44%). En menor medida, se mencionan la limpieza y manejo de residuos (18,82%) y la accesibilidad para personas con movilidad reducida (18,47%).

Figura 13

Tops 5 factores de mejoría en la oferta turística del municipio de Guaduas.



Nota. La figura muestra los principales factores de mejoría señalados por los encuestados. Fuente: Elaboración propia (2026)

En este sentido, se evidencia una relación dual entre satisfacción y percepción de mejora, en donde el destino cumple con las expectativas generales del visitante, pero aún presenta limitaciones en componentes estructurales que inciden en la calidad de la experiencia.

Desde una perspectiva integradora, la triangulación de las variables conductuales con los resultados sociodemográficos permite consolidar una interpretación más robusta de la demanda turística. En efecto, la predominancia de visitantes jóvenes, provenientes de contextos urbanos

cercanos y con niveles de ingreso medios y bajos, se traduce en comportamientos caracterizados por la recurrencia, la búsqueda de experiencias accesibles y la preferencia por viajes en grupo. De tal manera, las condiciones del territorio no solo explican la llegada de turistas, sino también la forma en que estos se comportan dentro del destino.

En consecuencia, el análisis del componente conductual permite concluir que el municipio de Guaduas se configura como un destino de turismo de proximidad, en el cual predominan dinámicas de visita frecuentes, colectivas y motivadas por factores tanto territoriales como sociales. Este apartado evidencia, por tanto, la importancia de comprender las prácticas y decisiones del visitante como un elemento esencial para la planificación turística, en tanto permite identificar oportunidades de mejora y orientar el desarrollo de la oferta hacia las necesidades reales de la demanda.

Finalmente, al integrar los hallazgos correspondientes a las variables sociodemográficas y conductuales, en articulación con el enfoque metodológico adoptado en la investigación, se logra consolidar una caracterización integral del visitante del municipio de Guaduas. En este sentido, la aplicación de un instrumento estructurado bajo criterios de muestreo probabilístico permitió obtener información representativa que, al ser analizada de manera sistemática, evidencia la existencia de un perfil de visitante predominantemente regional, joven, con ingresos medios y bajos, que presenta comportamientos de viaje recurrentes, sociales y altamente influenciados por las condiciones del territorio.

De tal manera, la articulación entre teoría, metodología y resultados no solo valida el enfoque del estudio, sino que además proporciona una base sólida para la toma de decisiones orientadas al fortalecimiento de la planificación turística, la mejora de la experiencia del visitante y el desarrollo sostenible del municipio de Guaduas.

7. Capítulo II: Factores que inciden en la elección del municipio de Guaduas como destino turístico.

Según Vanegas et al. (2005) “La elección de un lugar por parte de un turista está influenciada por diversos factores, tanto internos como los gustos, expectativas y posibilidades del viajero, así como externos, históricamente presentes y desarrollados por el destino” (p.356). Así pues, se entiende que la decisión de visitar un territorio no es aleatoria, pues más allá de la caracterización del perfil del turista, es importante entender y establecer las virtudes del territorio, de manera que estas puedan ser reconocidas, comunicadas y articuladas dentro de una propuesta turística coherente con las características del lugar.

Pese a esto, el reconocimiento de estos atributos por sí solo no garantiza su aprovechamiento turístico, por lo que resulta necesario traducir dichos diagnósticos en acciones concretas de gestión y planificación.

De ahí que resulte imperioso explorar nuevas fórmulas que permitan pasar de la etapa de planificación a la de acción y concitando el apoyo de todos los actores diseñar programas operativos para materializar las acciones recomendadas y establecer una agenda de actividades que permitan a los destinos turísticos elevar su nivel de calidad y competitividad en un marco de desarrollo sustentable (Szmulewicz & Oyarzún, 2002, p.01).

En este contexto, comprender las características y atributos de un destino turístico no solo implica identificarlos desde la planificación territorial, sino también reconocer cómo estos son percibidos por quienes lo visitan; frente a ello, Crompton (1979) hace referencia a los denominados factores pull, los cuales corresponden a los atributos del destino que ejercen un efecto de atracción sobre los visitantes. Estos se relacionan con elementos tangibles e intangibles del territorio, tales como los paisajes, historia, la infraestructura, los servicios turísticos o la organización del destino, mismos que influyen en la percepción y valoración que los turistas construyen durante su experiencia.

Bajo este enfoque, la presente investigación recurrió al análisis de contenido como técnica de recolección y análisis de información, considerando que este se entiende como un procedimiento cualitativo aplicado al estudio de comunicaciones, permitiendo reelaborar y reducir la información textual mediante procesos sistemáticos de categorización e interpretación (Cáceres, 2003).

Así, esta investigación analizó los comentarios y reseñas de visitantes, publicados en la plataforma TripAdvisor, debido a la popularidad de esta plataforma como herramienta para la búsqueda de información sobre destinos y atractivos turísticos, así como por la estructura de su sección de comentarios, la cual facilita la revisión sistemática y comparativa de las percepciones expresadas por los usuarios (Leguizamo, 2025).

Como instrumento complementario a la técnica se diseñó una guía de análisis de contenido (anexo 2), mediante la cual se establecieron criterios para la selección y clasificación de la información. En este sentido, se definió como criterio de inclusión aquellos comentarios y reseñas que mencionaran el municipio de Guaduas y sus atractivos a partir de percepciones o valoraciones sobre los mismos; asimismo, se delimitó un parámetro temporal comprendido entre los años 2016 y 2026, con el fin de considerar opiniones recientes que permitieran identificar tendencias en la valoración del destino.

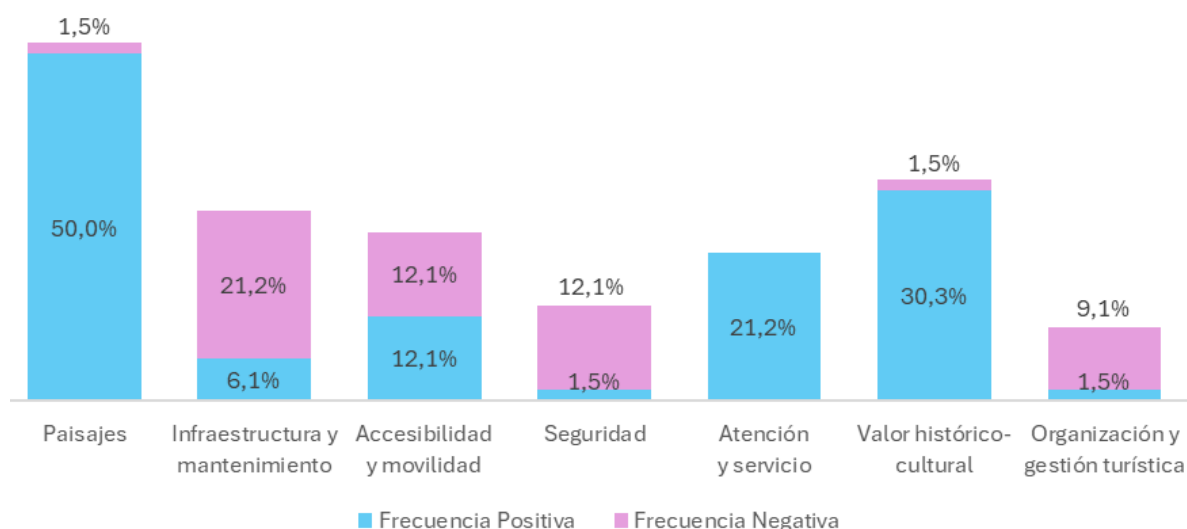
Posteriormente, tras realizar una revisión preliminar del contenido de cada reseña y comentario, se establecieron siete categorías de análisis orientadas a organizar la información recopilada: paisajes, infraestructura y mantenimiento, accesibilidad y movilidad, seguridad, atención y servicio, valor histórico-cultural y organización y gestión turística. Para cada una de estas categorías se definieron dos subcategorías analíticas, correspondientes a percepciones positivas y percepciones negativas, lo que permitió diferenciar la orientación de las valoraciones expresadas por los visitantes.

Por su parte, la unidad de análisis estuvo determinada por la frecuencia de comentarios asociados a cada categoría y subcategoría, motivo por el cual, se estableció como regla de codificación, aquellos comentarios que contuvieran palabras o frases que expresaran una percepción relacionada con alguna de las categorías definidas, razón por la cual, un mismo comentario podía ser clasificado en más de una categoría y subcategoría cuando en su contenido se hiciera referencia a diferentes aspectos del destino; así, para el cálculo de las frecuencias

relativas y absolutas se tomó como base el total de comentarios analizados (66); de esta manera se construyó la siguiente figura.

Figura 14

Resultados del análisis de contenido.



Nota. La figura muestra la frecuencia relativa en relación con cada una de las categorías y subcategorías de análisis.

Fuente: Elaboración propia (2026)

De forma general, se evidencian valoraciones diferenciadas entre los diversos componentes del destino, pues mientras algunos aspectos concentran apreciaciones mayoritariamente positivas, otros presentan una tendencia predominantemente negativa o percepciones divididas. Estas variaciones permiten reconocer los elementos del territorio que son percibidos como más atractivos por los visitantes, así como aquellos que generan observaciones críticas relacionadas con las condiciones de la oferta turística y su gestión.

En primer lugar, la categoría de paisajes muestra una valoración predominantemente positiva, pues aquí los comentarios destacan de forma recurrente el valor escénico del municipio, especialmente las vistas panorámicas del valle del río Magdalena y el entorno natural que caracteriza al territorio. En este sentido, el paisaje aparece como uno de los principales atributos que motivan la visita al destino, posicionándose como un elemento central dentro de la experiencia turística, tendencia que sugiere la importancia de preservar y poner en valor estos

recursos naturales, así como de integrarlos de manera estratégica en la oferta turística del municipio, dado que constituyen uno de los elementos más reconocidos por los visitantes.

De manera similar, la categoría de valor histórico-cultural presenta también una inclinación mayormente positiva en las percepciones de los visitantes, ya que las opiniones resaltan la presencia de arquitectura colonial, espacios museísticos y referencias a personajes históricos vinculados al municipio. En consecuencia, el patrimonio cultural de Guaduas se configura como un componente relevante dentro de la experiencia del visitante, al aportar contenidos históricos y simbólicos que enriquecen la visita, por lo que dicho reconocimiento sugiere la pertinencia de fortalecer las estrategias de interpretación y difusión del patrimonio, de modo que estos recursos puedan consolidarse como ejes estructurantes de la oferta turística local.

Asimismo, frente a la categoría de atención y servicio, se registran percepciones favorables, en las que se destacan la amabilidad y disposición de los anfitriones, guías y prestadores de servicios turísticos, lo que indica que la interacción con la comunidad constituye un elemento significativo en la experiencia del visitante. En este contexto, la calidad de la atención se perfila como un factor que contribuye a la valoración positiva del destino, resaltando la importancia de continuar fortaleciendo las capacidades de los actores locales vinculados al sector turístico.

En contraste, algunas categorías evidencian percepciones en su mayoría negativas; tal es el caso de infraestructura y mantenimiento, donde los comentarios señalan problemas asociados al deterioro de ciertas estructuras, al estado de algunas instalaciones y a la falta de adecuaciones que faciliten el disfrute de los atractivos turísticos. Estas observaciones sugieren que, pese al potencial de los recursos presentes en el municipio, existen limitaciones en su acondicionamiento y mantenimiento, lo cual puede incidir en la calidad de la experiencia turística y en la forma en que los visitantes perciben el destino.

Por su parte, la categoría de accesibilidad y movilidad presenta percepciones divididas, pues mientras algunos visitantes consideran que el acceso al destino y a sus atractivos resulta relativamente sencillo, otros mencionan dificultades relacionadas con el estado de las vías, la señalización limitada o ciertas restricciones para el acceso vehicular, evidenciando que las condiciones de acceso al destino no son percibidas de manera homogénea, lo que sugiere la

necesidad de fortalecer aspectos relacionados con la señalización turística y la articulación de rutas de acceso a los principales atractivos.

En cuanto a la seguridad, las percepciones tienden a ser mayormente negativas, principalmente asociadas a las condiciones físicas de algunas estructuras en miradores o espacios turísticos, así como a ciertas sensaciones de riesgo derivadas de dichas condiciones. Este tipo de apreciaciones pone de manifiesto la importancia de implementar acciones orientadas al mejoramiento de las condiciones físicas y al mantenimiento de los espacios turísticos, con el fin de garantizar entornos más adecuados para la visita.

Por último, la categoría de organización y gestión turística también refleja una tendencia predominantemente negativa, aquí los comentarios señalan limitaciones relacionadas con la señalización de los atractivos, el acceso restringido a algunos espacios y la percepción de una escasa articulación en la gestión del patrimonio turístico, sugiriendo la necesidad de fortalecer los procesos de planificación y coordinación entre los actores vinculados al sector turístico, de manera que los recursos disponibles puedan ser gestionados de forma más integrada.

En conjunto, los resultados permiten observar que, por un lado, atributos como el paisaje, el patrimonio histórico-cultural y la calidad de la atención se consolidan como elementos que favorecen la atracción turística del municipio y que contribuyen a la valoración positiva de la experiencia por parte de los visitantes. No obstante, las percepciones negativas asociadas a infraestructura, seguridad, accesibilidad y gestión turística sugieren que la experiencia del visitante no depende únicamente de la existencia de recursos atractivos, sino también de las condiciones en que estos son gestionados y puestos en uso.

En este sentido, el fortalecimiento de los aspectos operativos y de gestión aparece como un elemento clave para potenciar los atributos ya valorados positivamente y avanzar hacia una experiencia turística más coherente con el potencial del destino.

8. Capítulo III: Estrategias para el fortalecimiento y desarrollo de la actividad turística del municipio de Guaduas

En el contexto del desarrollo territorial, el turismo se configura como una actividad compleja que integra múltiples dimensiones y cuya adecuada gestión incide directamente en la competitividad y sostenibilidad de los destinos (ONU Turismo, 2008). En este sentido, el municipio de Guaduas, ubicado en el departamento de Cundinamarca, se reconoce como un territorio con una marcada vocación turística, sustentada en su valor histórico, su riqueza patrimonial y su localización estratégica en el corredor vial que conecta a Bogotá con el Magdalena Medio.

Dichas características no solo han favorecido la consolidación del municipio como un destino relevante a escala regional, sino que también han propiciado dinámicas específicas de visita asociadas principalmente al turismo de proximidad, un aspecto importante al considerar que este no solo es una forma de viajar cerca, sino una estrategia territorial, ya que transforma lo cotidiano en recurso turístico y activa procesos económicos, sociales y culturales que impulsan el desarrollo local (Díaz y Llurdes, 2013).

Ahora bien, comprender la actividad turística en Guaduas implica asumir una perspectiva analítica que trascienda la mera identificación de atractivos, para centrarse en la interacción entre los componentes del sistema turístico, particularmente la oferta y la demanda, de manera que la interacción entre ambos componentes se configure como un eje orientador para la planificación del destino, al permitir ajustar su desarrollo a las condiciones reales del mercado.

En esta línea, el análisis perfil del turista se configura como un elemento central, pues este “es el estudio detallado de las características sociodemográficas, motivacionales y de comportamiento de los visitantes de un destino, con el fin de comprender quiénes son, qué buscan y cómo consumen productos y servicios turísticos” (Hosteltur, s.f., párr. 01).

Por tanto, permite caracterizar la demanda a partir de distintas variables, de manera que su estudio no solo identifica al visitante, sino que aporta insumos estratégicos para la

segmentación del mercado, la adecuación de la oferta y la toma de decisiones en la gestión turística.

Así pues, estos procesos contribuyen a un enfoque estratégico, en donde Catachura (2024) menciona que:

La gestión estratégica en el turismo ha evolucionado significativamente en las últimas décadas, transformándose en una herramienta esencial para asegurar la sostenibilidad y competitividad de los destinos en un mercado global. Esta disciplina se enfoca en la planificación a largo plazo y la toma de decisiones informadas que no solo buscan la rentabilidad económica, sino también la conservación del patrimonio cultural y natural (p. 07)

Desde esta perspectiva, la gestión turística se entiende como el conjunto de procesos orientados a la planificación, organización y control de la actividad turística en un territorio, con el objetivo de optimizar el uso de los recursos disponibles y maximizar los beneficios derivados de la actividad; de este modo, emerge como un enfoque que permite analizar de manera integral las condiciones internas y externas de un destino, con el fin de formular acciones orientadas a su desarrollo sostenible. Así, la planificación estratégica en turismo no se limita a la definición de objetivos, sino que implica un ejercicio sistemático de diagnóstico, en el cual se identifican las capacidades del territorio, las limitaciones existentes y las condiciones del entorno que pueden incidir en su evolución.

En consecuencia, planificar el desarrollo turístico a partir de las características de la oferta y la demanda permite establecer una relación directa entre el territorio y el mercado, evitando procesos de planificación desarticulados de la realidad. En este sentido, el conocimiento del perfil del turista, previamente desarrollado en esta investigación, se convierte en un elemento fundamental para orientar la formulación de estrategias, en tanto permite identificar tendencias, patrones de comportamiento y niveles de satisfacción que inciden directamente en la competitividad del destino.

En consideración a la interior, esta investigación implementa un análisis DOFA, al reconocerlo una herramienta de diagnóstico que permite examinar la situación de un elemento a

partir de la identificación de sus factores internos y externos, facilitando la formulación creativa de estrategias acordes con su contexto actual (Dehaquiz, 2009).

De esta manera, se presenta como una técnica de planificación estratégica que permite organizar y relacionar los factores que inciden en el desarrollo de un destino turístico del municipio de Guaduas. clasificando los elementos internos en fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. De esta manera, la elaboración de una matriz DOFA facilitó una lectura estructurada de la realidad del destino, permitiendo no solo identificar dichos factores, sino también establecer relaciones entre ellos para la formulación de estrategias específicas.

Así pues, la aplicación de la matriz DOFA en el presente estudio se justifica en su capacidad para integrar los resultados derivados de la caracterización del visitante con el análisis del contexto territorial, permitiendo traducir la información en lineamientos estratégicos orientados al fortalecimiento de la actividad turística. En este sentido, la técnica no se limita a un ejercicio descriptivo, sino que se configura como un instrumento analítico que posibilita la articulación entre diagnóstico y acción, en coherencia con los objetivos de la investigación, tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 15

Matriz DOFA de la actividad turística del municipio de Guaduas.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1.Alto nivel de satisfacción del visitante 2.Ubicación estratégica en corredor vial Bogotá–Magdalena Medio 3.Reconocimiento como destino patrimonial 4.Diversidad de atractivos 5.Condiciones climáticas favorables 6.Identidad histórico-cultural consolidada	1.Deficiencias en infraestructura vial y transporte local. 2.Baja señalización turística en sitios de interés. 3.Limitaciones en promoción e información turística. 4.Problemas en accesibilidad para personas con movilidad reducida. 5.Dependencia de turismo de proximidad
OPORTUNIDADES	FO	DO
1.Programa de Pueblos Patrimonio 2.Crecimiento del turismo de proximidad y experiencias cortas post-pandemia. 3.Tendencia hacia turismo cultural, sostenible y de naturaleza. 4.Uso de plataformas digitales para promoción. 5.Posibilidad de articulación con rutas turísticas regionales (Cundinamarca–Tolima). 6.Iniciativas de financiación pública y cooperación para infraestructura turística. 7.Incremento del interés por destinos alternativos cercanos a grandes ciudades.	1.Diseñar productos turísticos integrados basados en patrimonio, atractivos y clima, alineados con el turismo cultural y sostenible. 2.Posicionar a Guaduas como destino de turismo de proximidad mediante campañas digitales enfocadas en su ubicación y satisfacción del visitante. 3.Consolidar la oferta turística dentro de circuitos regionales mediante experiencias complementarias.	1.Gestionar recursos para mejorar infraestructura vial, accesibilidad y condiciones de los atractivos turísticos. 2.Implementar un sistema integral de información turística para la orientación e interpretación del patrimonio. 3.Fortalecer el posicionamiento digital mediante contenidos segmentados y diferenciados.
AMENAZAS	FA	DA
1.Competencia con otros destinos cercanos con mejor infraestructura turística. 2.Cambios en condiciones económicas que afectan el gasto turístico. 3.Percepción negativa en plataformas digitales por fallas en servicios. 4.Débil articulación institucional a nivel regional. 5.Riesgos asociados a seguridad y mantenimiento de espacios turísticos. 6.Dependencia de temporadas de alta afluencia turística	1.Implementar un plan integral de seguridad turística orientado a la gestión del riesgo y la percepción del visitante. 2.Diversificar las experiencias turísticas para fortalecer la competitividad del destino. 3.Desarrollar una estrategia de comunicación basada en identidad territorial y satisfacción del visitante para la gestión de reputación digital.	1.Diseñar e implementar un sistema integral de señalización turística. 2.Fortalecer la articulación institucional mediante una mesa técnica de turismo. 3.Implementar un sistema de seguimiento de la experiencia del visitante para la gestión de percepciones.

Nota. La figura muestra los factores internos y externos que influyen sobre la actividad turística del municipio de Guaduas, y el conjunto de estrategias producto del cruce de estos actores. Fuente: Elaboración propia (2026)

En primera instancia, los resultados de la matriz DOFA muestran las fortalezas identificadas, las cuales reflejan la existencia de una base territorial consolidada sobre la cual se ha estructurado la actividad turística del municipio. El alto nivel de satisfacción del visitante, en conjunto con el reconocimiento patrimonial, la diversidad de atractivos, las condiciones climáticas favorables y la identidad histórico-cultural, configuran un escenario propicio para la consolidación del destino.

Sin embargo, estas fortalezas no deben interpretarse como elementos estáticos, sino como recursos estratégicos que requieren ser gestionados de manera intencionada. En este contexto, las estrategias orientadas al diseño de productos turísticos integrados adquieren relevancia, en tanto permiten articular estos atributos en experiencias coherentes con las tendencias actuales del mercado, particularmente aquellas relacionadas con el turismo cultural, sostenible y de naturaleza.

De igual forma, la ubicación estratégica del municipio, sumada a los niveles de satisfacción evidenciados, ofrece una oportunidad significativa para su posicionamiento en mercados de proximidad; no obstante, el aprovechamiento de esta condición exige una gestión activa de la comunicación del destino, en donde las campañas digitales no solo cumplan una función promocional, sino que construyan una narrativa territorial basada en la experiencia del visitante. En esta misma línea, la integración de la oferta turística dentro de circuitos regionales se presenta como una estrategia clave para ampliar el alcance del destino, permitiendo trascender su carácter de visita puntual y consolidarlo como parte de dinámicas turísticas más amplias.

Por otra parte, las debilidades evidencian limitaciones estructurales que, si bien no han impedido la consolidación del destino, sí condicionan su competitividad y la calidad de la experiencia turística, pues las deficiencias en infraestructura vial, la limitada señalización y las barreras de accesibilidad reflejan brechas en la adecuación del territorio para la recepción de visitantes, lo que pone de manifiesto la necesidad de intervenciones orientadas a mejorar las condiciones físicas del destino. En este sentido, la gestión de recursos provenientes de programas públicos y esquemas de cooperación se configura como una estrategia pertinente, en tanto permite canalizar esfuerzos hacia el fortalecimiento de aquellos componentes que inciden directamente en la experiencia del visitante.

De manera complementaria, las limitaciones en promoción e información turística evidencian una desconexión parcial entre la oferta existente y su proyección en el mercado; frente a ello, la implementación de sistemas integrales de información turística se posiciona como una acción estratégica que no solo mejora la orientación del visitante, sino que también contribuye a la interpretación del patrimonio y a la construcción de una experiencia más estructurada. Asimismo, el fortalecimiento del posicionamiento digital, orientado a segmentos específicos de la demanda, permite superar la dependencia de dinámicas espontáneas de visita, avanzando hacia un modelo de gestión más proactivo.

En cuanto a las oportunidades, estas reflejan un entorno favorable que, de ser adecuadamente aprovechado, puede potenciar el desarrollo turístico del municipio; allí se encuentra la existencia de políticas públicas orientadas al turismo patrimonial, el crecimiento del turismo de proximidad y las tendencias hacia experiencias culturales y sostenibles configuran un escenario que se alinea con las características del territorio; no obstante, la materialización de estas oportunidades depende de la capacidad del destino para articular sus fortalezas con dichas tendencias, lo que se traduce en la necesidad de estructurar productos turísticos coherentes con las expectativas del mercado.

En este contexto, el uso de plataformas digitales emerge como un elemento transversal, no solo como herramienta de promoción, sino como un medio para gestionar la imagen del destino y fortalecer su posicionamiento. De igual manera, la articulación con rutas turísticas regionales permite ampliar el alcance del municipio, integrándolo en dinámicas de mayor escala que favorecen la diversificación de la demanda; así, las oportunidades no se limitan a condiciones externas favorables, sino que requieren ser activadas mediante estrategias que permitan su aprovechamiento efectivo.

Por su parte, las amenazas evidencian la existencia de factores externos que pueden incidir negativamente en el desarrollo turístico del municipio, particularmente en términos de competitividad y sostenibilidad, como lo es la presencia de destinos cercanos con mejores condiciones de infraestructura que plantea un escenario de competencia directa, en el cual Guaduas debe diferenciarse a partir de sus atributos territoriales y la calidad de la experiencia ofrecida; aquí, la diversificación de la oferta y el fortalecimiento de la identidad del destino se convierten en elementos clave para contrarrestar dicha presión competitiva.

Adicionalmente, las percepciones negativas en plataformas digitales y los riesgos asociados a la seguridad y mantenimiento de los espacios turísticos ponen de manifiesto la importancia de una gestión integral del destino; por tanto, la implementación de un plan de seguridad turística se presenta como una estrategia fundamental, en tanto permite abordar de manera articulada aspectos relacionados con la gestión del riesgo, el mantenimiento de los espacios y la percepción del visitante. Asimismo, el diseño de estrategias de comunicación orientadas a mitigar impactos negativos en entornos digitales contribuye a la construcción de una imagen más sólida del destino.

En relación con la débil articulación institucional, se evidencia la necesidad de fortalecer los mecanismos de coordinación entre los actores del sector turístico, en tanto la gestión del destino no depende exclusivamente de la existencia de recursos, sino de la capacidad para administrarlos de manera conjunta. En este sentido, la consolidación de espacios de articulación, como mesas técnicas de turismo, permite avanzar hacia una gestión más integrada y coherente con las necesidades del territorio; de igual forma, la implementación de sistemas de seguimiento de la experiencia del visitante posibilita anticipar problemáticas y ajustar la oferta en función de las percepciones reales del mercado.

En términos generales, el análisis integrado de los factores internos y externos, en articulación con las estrategias formuladas, permite evidenciar que el desarrollo turístico del municipio de Guaduas no depende únicamente de la existencia de atributos favorables, sino de la capacidad para gestionarlos de manera estratégica en un entorno dinámico y competitivo, por lo que la planificación turística se configura como un proceso continuo que requiere la actualización permanente de la información, la articulación entre actores y la adaptación a las tendencias del mercado.

Finalmente, resulta pertinente señalar que la formulación de estrategias, más allá de constituir un ejercicio técnico, implica un proceso de toma de decisiones que debe considerar tanto las particularidades del territorio como las expectativas de la demanda. Así, el tránsito hacia un modelo turístico más estructurado no solo supone la implementación de acciones concretas, sino también la consolidación de una visión de desarrollo que articule los diferentes componentes del sistema turístico. En consecuencia, el fortalecimiento de la actividad turística en Guaduas dependerá, en gran medida, de la capacidad del destino para transformar el

conocimiento generado en acciones sostenidas que permitan consolidar su posicionamiento y garantizar su sostenibilidad en el tiempo.

9. Recomendaciones

En el marco de los hallazgos obtenidos, se reconoce la necesidad de avanzar hacia una gestión turística más estructurada, en la cual la planificación se materialice en acciones concretas orientadas al fortalecimiento de la oferta y la mejora de la experiencia del visitante, por tanto se sugiere la formulación de proyectos turísticos integrales que articulen los atributos históricos, culturales y naturales del municipio, incorporando criterios de sostenibilidad, innovación y diferenciación, de manera que respondan tanto a las motivaciones identificadas en la demanda como a las tendencias actuales del sector. Paralelamente, se considera fundamental consolidar sistemas de información turística que permitan el registro, seguimiento y análisis continuo de datos, con el fin de respaldar la toma de decisiones y evaluar el impacto de las estrategias implementadas.

Así mismo, desde la perspectiva de la calidad del servicio, resulta pertinente promover la adopción de estándares técnicos y esquemas de certificación que fortalezcan la competitividad del destino, especialmente en un contexto donde los visitantes valoran cada vez más la formalidad, la sostenibilidad y la calidad en la prestación de los servicios turísticos.

A su vez, se recomienda impulsar procesos de capacitación permanente dirigidos a los actores del sector, abordando temáticas como atención al cliente, gestión de experiencias, transformación digital, sostenibilidad y diseño de productos turísticos, de manera que se fortalezcan las capacidades locales y se fomente la innovación dentro del destino; en relación a esto, se recomienda a la par incentivar procesos de formalización empresarial mediante estrategias de acompañamiento que faciliten el cumplimiento normativo y el acceso a beneficios institucionales.

Por otra parte, se identifica la importancia de intervenir sobre aquellos elementos que, si bien no constituyen el principal motivo de visita, inciden de manera directa en la percepción del destino; por tanto, se recomienda desarrollar acciones orientadas al mejoramiento del espacio público, la señalización turística, la accesibilidad y las condiciones de infraestructura, entendiendo que estos componentes forman parte integral de la experiencia del visitante. De

igual manera, la implementación de estrategias de seguridad turística y mantenimiento de los atractivos se presenta como un factor determinante para fortalecer la confianza del turista y consolidar una imagen positiva del municipio.

Adicionalmente, se considera necesario fortalecer la promoción del destino a través de estrategias digitales segmentadas, que no solo incrementen la visibilidad del municipio, sino que comuniquen de manera coherente su identidad histórico-cultural y su propuesta de valor. Esto implica avanzar hacia una gestión más estratégica de los contenidos, las plataformas y la interacción con los visitantes, incorporando herramientas que permitan gestionar la reputación del destino y aprovechar las dinámicas de recomendación propias del entorno digital.

Finalmente, se plantea como un aspecto prioritario la consolidación de espacios de articulación entre los diferentes actores del sistema turístico, incluyendo entidades públicas, sector privado, comunidad local y academia. La generación de estos escenarios de coordinación permitirá integrar esfuerzos, optimizar recursos y garantizar una gestión más coherente del destino, en la cual las acciones no respondan a iniciativas aisladas, sino a una visión compartida de desarrollo turístico; por tanto, la articulación institucional se configura como un elemento clave para asegurar la sostenibilidad de las estrategias propuestas y su impacto a largo plazo en el municipio de Guaduas.

10. Conclusiones

El proceso de la caracterización del visitante no se limita a un ejercicio descriptivo, sino que se configura como una herramienta estratégica que posibilita interpretar patrones de comportamiento, motivaciones de viaje y niveles de interacción con el territorio, siendo así un insumo fundamental para la planificación de los destinos, en la medida en que permite orientar la oferta hacia segmentos específicos y responder de manera más precisa a las transformaciones del mercado.

En el caso del municipio de Guaduas, los resultados evidencian una marcada orientación hacia el turismo de proximidad, sustentada en la alta participación de visitantes provenientes de Bogotá y Cundinamarca, así como en la recurrencia de las visitas a lo largo del año; esta dinámica confirma la consolidación del destino como un espacio de escapada corta, en el cual factores como la cercanía geográfica, el clima cálido y la accesibilidad vial inciden de manera directa en la elección del destino; no obstante, más allá de esta vocación predominante, se identifican elementos asociados al interés por experiencias culturales, naturales y patrimoniales, lo que sugiere la existencia de oportunidades para diversificar la oferta y ampliar el alcance del destino hacia nuevos segmentos de mercado.

A partir de lo anterior, se reconoce que las características del visitante se encuentran estrechamente vinculadas con las condiciones de la oferta turística del municipio. Si bien Guaduas cuenta con atributos consolidados, como su identidad histórico-cultural, la diversidad de atractivos y un alto nivel de satisfacción del visitante, también se evidencian limitaciones estructurales relacionadas con la infraestructura, la señalización, la accesibilidad y los procesos de promoción. Dichos aspectos no solo inciden en la experiencia del turista, sino que condicionan la capacidad del destino para posicionarse de manera competitiva en un entorno cada vez más exigente.

En este contexto, la dinámica turística del municipio puede interpretarse como un escenario en el que coexisten elementos consolidados con procesos incipientes de transformación. Por un lado, se mantiene una base estable de visitantes que reconocen el destino como un espacio accesible y recurrente; por otro, emergen nuevas motivaciones vinculadas con

la búsqueda de experiencias diferenciadas, en donde el patrimonio, el paisaje y la interacción social adquieren un papel relevante; dicha dualidad plantea la necesidad de equilibrar la permanencia de los atributos tradicionales con la incorporación de innovaciones que respondan a las nuevas demandas del mercado.

De este modo, los resultados permiten advertir que la sostenibilidad del turismo en Guaduas no depende exclusivamente de la consolidación de su demanda actual, sino de su capacidad para ampliar y diversificar su base de visitantes; por otro lado, la predominancia de un turismo regional representa una ventaja en términos de estabilidad, pero también implica un riesgo en la medida en que concentra la actividad en segmentos específicos. En consecuencia, el fortalecimiento del destino requiere estrategias orientadas a la captación de nuevos públicos, así como a la generación de productos turísticos que incrementen el tiempo de permanencia y el nivel de gasto del visitante.

Adicionalmente, el análisis del entorno evidencia que el desarrollo turístico del municipio se encuentra condicionado por factores externos que inciden en su competitividad, pues la presencia de destinos cercanos con mayor capacidad en infraestructura, las fluctuaciones económicas, las percepciones construidas en plataformas digitales y las limitaciones en la articulación institucional configuran un escenario que exige una gestión más estratégica del turismo. En este sentido, la planificación no puede concebirse como un proceso aislado, sino como una práctica que debe integrar las dinámicas regionales y las tendencias del sector.

En consecuencia, la presente investigación permite comprender el turismo en Guaduas como un proceso en constante construcción, en el que convergen las características del territorio, el comportamiento de la demanda y las condiciones del entorno; así, el análisis desarrollado evidencia la necesidad de orientar la gestión turística hacia un enfoque estratégico, en el cual la toma de decisiones se sustente en datos e información del sistema turístico.

Finalmente, el principal desafío del municipio radica en su capacidad para transitar de un modelo basado en la inercia de la demanda hacia uno fundamentado en la planificación y la innovación; esto, implica no solo fortalecer los atributos existentes, sino también desarrollar propuestas que respondan a una demanda más diversa y dinámica, articulando la identidad del territorio con las exigencias del mercado. En esta tensión entre consolidación y transformación se define el futuro turístico de Guaduas, en tanto su competitividad dependerá de la manera en

que logre integrar sus recursos, gestionar sus limitaciones y proyectarse como un destino sostenible en el tiempo.

11. Referencias

- Acosta Faneite, S. F. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(8), 82–95. <https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Agencia Consultora para la Asistencia al Desarrollo. (2016). Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Municipio de Guaduas 2016–2025. <https://es.scribd.com/document/403437799/PEDT-GUADUAS-docx>
- Alcaldía municipal de Guaduas. (2024). *Plan de desarrollo municipal [2024 –2027]*. <https://mapas.cundinamarca.gov.co/documents/896d5e022d824b288076efa88a316d9d/about>
- Alcaldia de Santiago de cali. (2023). *PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA A CALI 2023*. Obtenido de <https://siturvalle.com/wp-content/uploads/2024/07/Perfil-del-Turista.pdf>
- Bautista, V., Martín, C., Fernández, J. y Da Silva, R. (2015). *RELACIONES ENTRE FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS GÉNERO-EDAD, NACIONALIDAD, MOTIVACIÓN Y SATISFACCIÓN TURÍSTICA: ANÁLISIS EXPLORATORIO EN UNA MUESTRA DE TURISTAS DE LA CIUDAD DE MADRID*. REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO, n° 20, 2º semestre 2015, pp. 39-45
- Boulllon, R. (2006). *Universidad Nacional de Mar del Plata*. Obtenido de Espacio turístico y desarrollo sostenible : <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=27610203>
- Boullón., R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Mexico: Trillas.
- Cáceres, P., (2003). ANÁLISIS CUALITATIVO DE CONTENIDO: UNA ALTERNATIVA METODOLÓGICA ALCANZABLE. *Psicoperspectivas* , II (1), 53-81.
- Castaño, V. & Valencia, A. (2016). *El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: un análisis bibliométrico*. *Revista Geográfica Venezolana* , vol. 57 , núm. 2 , págs. 280-295 , 2016
- Catachura, A. (2024). *Gestión estratégica y turismo sostenible (1ra Edición)*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.

- Colombia Travel. (s.f.). *Guaduas*. <https://colombia.travel/es/guaduas>
- COUNCIL, W. T. (2025). *RESEARCH HUB*. Obtenido de <https://wttc.org/news/el-sector-turistico-de-colombia-podria-aportar-21-6-mil-millones-de-dolares-a-su-economia-en-2025#:~:text=Para%202025%2C%20el%20WTTC%20prev%C3%A9,el%207.6%25%20de%20la%20econom%C3%ADa.>
- Crompton, J. L. (1979). *Motivations for pleasure vacation*. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Dehaquiz, J. (2009). *Análisis DOFA*. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/215>
- Delgado, M., Méndez, M. y Orozco, M. (2019). *Caracterización del turista 2.0 como sustento para desarrollar estrategias de promoción en los establecimientos de hospedaje*. *Revista de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional RILCO*, n. 4 (noviembre 2019). En línea: <http://hdl.handle.net/20.500.11763/rilco04e-turista>
- Díaz Soria, I., & Llurdés Coit, JC (2013). REFLEXIONES SOBRE EL TURISMO DE PROXIMIDAD COMO UNA ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO LOCAL. *Cuadernos de Turismo* , (32), 65-88.
- Fernández, I. (2023). Datos sociodemográficos. *¿Qué son y cómo se usan?*. Wearetesters. <https://www.wearetesters.com/investigacion-de-mercados/datos-sociodemograficos/>
- García Reinoso, N. (2019). *Segmentación y valoración del mercado turístico: Estudio del destino Patrimonio de la Humanidad Trinidad de*. Obtenido de *Revista Venezolana de Gerencia*: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29060499010&utm_source=copilot.com
- García, L. M., Torralba, L. T., & Forteza, C. M. (2020). *Turismo Y Recreación Post Covid-19 Perspectivas, reflexiones y propuestas para una nueva realidad del campo disciplinar*. Obtenido de Ediciones Universidad Salamanca: https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/145619/Turismo_PostCovid.pdf
- Giraldo, C. (2022). *Importancia de las encuestas y el perfil sociodemográfico*. Incheck. <https://inchecksas.com/las-encuestas-y-el-perfil-sociodemografico/>

Gobernación de Cundinamarca. (s.f.). Guaduas.
<https://www.cundinamarca.gov.co/municipios/Guaduas>

González, R. C., & Gelós, M. B. (2021). *Turismo Y Recreación Post Covid-19 Perspectivas, Reflexiones Y Propuestas Para Una Nueva Realidad Del Campo Disciplinar*. Obtenido de Universidad Nacional del Comahe:
<https://rdi.uncoma.edu.ar/bitstream/handle/uncoma/16836/Turismo%20y%20Recreacion%20post%20Covid-19%20Digital.pdf?sequence=1>

Guevara, G., Verdesoto, A. & Castro, N. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

Hecker y Kalpokas. (s.f.). *Guía definitiva de la investigación cualitativa - Parte 2: Tratamiento de datos cualitativos*. ATLAS.ti. <https://atlasti.com/es/guias/guia-investigacion-cualitativa-parte-2/analisis-del-contenido>

Hosteltur. (s.f.). *¿Qué es el análisis del perfil del turista?*. <https://www.hosteltur.com/hosteltur-responde/analisis-perfil-turista>

Leguizamo, M. (2025). *Análisis del perfil turístico de los visitantes del municipio de Girardot y sus interacciones con la oferta turística*. Universidad Piloto de Colombia.
<https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/14474/An%c3%a1lisis%20del%20perfil%20tur%c3%adstico%20de%20los%20visitantes%20del%20municipio%20de%20Girardot.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Leiper, N. (1979). *The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry*. Annals of Tourism Research.

Licari, S. (2023). Segmentación conductual: definición, variables y ejemplos. HubSpot.
<https://blog.hubspot.es/marketing/segmentacion-conductual>

López, G. & Sastre, J. (2021). Perfil, motivación y satisfacción del visitante turístico: el caso de Cuenca, ciudad patrimonio de la humanidad. *Ayana. Revista de Investigación en Turismo*, 1(2), 009. <https://doi.org/10.24215/27186717e009>

- Molina, S., & Rodriguez, S. (1991). *Planificación integral del turismo*. Obtenido de <https://downacademia.net/downloads/proxy/33611>
- Morillo Moreno, MC, (2009). *Expectativas y percepciones del turista sobre el servicio hotelero. Caso: Hoteles de turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida, Venezuela*. Fermento. Revista Venezolana de Sociología y Antropología , 19 (55), 331-364.
- Naranjo, M. y Martínez, M. (2022). Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística. Revista de Ciencias Sociales (Ve) , Esp. 28 (5), 359-375.
- Narváez, M. & Fernández, G. (2010). *EL TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA DEMANDA. LUGAR DE ESTUDIO: PENÍNSULA DE PARAGUANÁ – VENEZUELA*. Revista U.D.C.A Actualidad & Divulgación Científica 13 (2): 175-183
- Neme-Chaves, S. R., Forero-Molina, S. C., y Lesmes Ortiz, L. V. (2023). Modelo de la conducta planificada para la promoción del turismo civilizado: caso Villa de Leyva (Boyacá, Colombia). Revista CEA, 9(19), e2469. <https://doi.org/10.22430/24223182.2469>
- ONU Turismo. (2008). *Glosario de Términos de Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Pat Fernández, L. A., & Calderón Gómez, G. (2012). *CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL TURISTICO EN UN DESTINO EMERGENTE, CASO DE ESTUDIO DE CIUDAD DEL CARMEN, CAMPECHE. MÉXICO*. Gestión Turística, (18), 47-70.
- Possebon, J., Cervi, C. & Knebel, D. (2019). Factores que influyen en la decisión de compra de viajes turísticos: Un estudio en el Noroeste de Rio Grande do Sul (Brasil). *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(4), 903-922. Recuperado en 03 de abril de 2026, de https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322019000400003&lng=es&tlng=es.
- Proaño Chipantaxi, P. L., Pazmiño Valle, P. M., & Tapia Novillo, F. C. (2018). Perfil del turista en función de las motivaciones para productos turísticos patrimoniales – caso Ruta del Hielo II. *Siembra*, 5(1), 105–110. <https://doi.org/10.29166/siembra.v5i1.1431>

- Procolombia. (s.f.). *Guaduas*. <https://colombia.travel/es/guaduas>
- Raeburn, A. (2025). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos)*. Asana. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Red Turística de Pueblos Patrimonio. (s.f.). Villa de Guaduas Cundinamarca. <https://redturisticadepueblospatrimonio.com.co/es/pueblos/villa-de-guaduas>
- Rogerson, P. (2005). *Spatial Sampling*. Elsevier pp. 633-638. <https://doi.org/10.1016/B0-12-369398-5/00346-7>.
- Salazar, D., Guerrero, M., Núñez, J., Zambrano, N., & Tixilema, E. (2018). *Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias*. Obtenido de Ciencia digital: https://www.researchgate.net/publication/329869624_Perfil_del_turista_en_funcion_de_sus_motivaciones_gustos_y_preferencias/link/63de660cc465a873a28bc46b/download?_t_p=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19
- Secretaria de Planeación. (s.f.). *Guaduas*. Gobernación de Cundinamarca
- Sierra, H. E., Chávez, P. R., Trejo, G. Z., Freitas, Z. M., & Castellano, M. I. (2019). *Turismo de Cruceros El Perfil del Turista y su Satisfacción Caso México*. Obtenido de Cooperacion universitaria del caribe: <https://repositorio.cecar.edu.co/server/api/core/bitstreams/fdacf46c-9d41-4eb6-97f3-ff51d8100262/content>
- Silvestrini, M. & Vargas, J. (2008). FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS, SECUNDARIAS Y TERCARIAS. Universidad Interamericana de Puerto Rico. <https://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>
- Stewart, L. (s.f.). *Investigación Exploratoria: Definición, Cómo Llevarla a cabo y Ejemplos*. ATLAS.ti. <https://atlasti.com/es/research-hub/investigacion-exploratoria>
- Szmulewicz E., P., y Oyarzún M., E. (2002). Fortalecimiento de la gestión en destinos turísticos. Recomendaciones para el diseño de programas operativos. Turismo Y Sociedad, 1, 7–15. Recuperado a partir de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2189>

- Vanegas, J., Valencia, M., Mayorga, C. & Restrepo, J. (2025). Motivaciones en la elección de un destino por parte del turista: un estudio comparado en Medellín y Ambato. *Revista Pasos* Vol. 23 N.o 2. Págs. 355-374. https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/41974/PS_23_02_%282025%29_05.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Varisco, Cristina. (2013). *Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. In Benseny, Graciela (Coord.), Gestores costeros. De la teoría a la práctica: una aplicación en áreas litorales (pp. 63-78). Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. ISBN 978-987-543-755-5
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. (2025). *El sector turístico de Colombia podría batir récords y aportar 21.6 mil millones de dólares a su economía durante el 2025: WTTC*. <https://wttc.org/news/el-sector-turistico-de-colombia-podria-aportar-21-6-mil-millones-de-dolares-a-su-economia-en-2025#:~:text=Para%202025%2C%20el%20WTTC%20prev%C3%A9,el%207.6%25%20de%20la%20econom%C3%ADa.>

12. Anexos

Anexo 1. Estructura de la encuesta aplicada

1. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

- a) Bogotá
- b) Cundinamarca
- c) Tolima
- d) Caldas
- e) Ciudad extranjera
- f) Otro ¿Cuál?

2. ¿Cuál es su edad?

- a) 18 a 25 años
- b) 26 a 40 años
- c) 41 a 64 años
- d) 65 o más

3. ¿Cuál es su género?

- a) Masculino
- b) Femenino
- c) Otro/Prefiero no decirlo

4. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

- a) Entre 1 y 2 salarios mínimos
- b) Entre 3 y 5 salarios mínimos
- c) Entre 6 y 8 salarios mínimos
- d) Entre 8 y 10 salarios mínimos
- e) Más de 10 salarios mínimos
- f) Prefiero no responder

5. ¿Qué tipo de transporte usa para llegar a Guaduas?

- a) Motocicleta
- b) Automóvil

- c) Transporte publico

6. ¿Con quién suele viajar?

- a) Solo (a)
- b) Familia
- c) Amigos
- d) Pareja
- e) Compañeros de trabajo

7. ¿Con que frecuencia visita Guaduas?

- a) Es mi primera vez visitando el municipio
- b) Una vez al año
- c) Dos veces al año
- d) De tres a cuatro veces por año
- e) Varias veces al año

8. ¿De los siguientes lugares en cual se hospeda cuando visita la zona?

- a) Hotel
- b) Glamping
- c) Apartamento
- d) Finca vacacional
- e) Casa de un familiar

9. ¿Qué factores influyen en su decisión de visitar Guaduas? (Puede seleccionar más de una respuesta)

- a) Clima cálido y agradable
- b) Cercanía con su lugar de residencia
- c) Cercanía a otros municipios con atractivos turísticos
- d) Oferta cultural o patrimonial
- e) Eventos o festividades
- f) Lugares naturales y paisajes
- g) Recuerdos o experiencias previas positivas
- h) Visita a familiares o amigos
- i) Trabajo

10. ¿Qué tan satisfecho está con su experiencia turística en Guaduas?

- a) Muy satisfecho/a
- b) Satisfecho/a
- c) Neutral
- d) Insatisfecho/a
- e) Muy insatisfecho/a

11. ¿Qué factores considera que se deben mejorar en Guaduas para mejorar su experiencia turística? (Puede seleccionar más de una respuesta)

- a) Seguridad en espacios públicos
- b) Limpieza y manejo de residuos
- c) Información y promoción turística
- d) Señalización de sitios de interés
- e) Calidad del servicio en establecimientos turísticos
- f) Precios de productos y servicios turísticos
- g) Accesibilidad para personas con movilidad reducida
- h) Infraestructura vial y transporte local
- i) Diversidad oferta turística
- j) Horarios de servicio de la oferta turística (ampliarlos)

Anexo 2. Guía de análisis de contenido

Tema	Factores que inciden en la elección del municipio de Guaduas como destino turístico			
Plataforma	Tripadvisor	Enlace	https://www.tripadvisor.co/Tourism-g4454193-Guaduas_Cundinamarca_Department-Vacations.html	
Intervalo de tiempo	2016 - 2025		Comentarios revisados	66
Categorías	Subcategorías	fi	hi	Percepciones generales
Paisajes	Percepciones positivas	33	50,0%	Destaca ampliamente el valor escénico del municipio, especialmente las vistas panorámicas del valle del río Magdalena y el entorno natural. La apreciación del paisaje constituye el atributo más valorado por los visitantes y uno de los principales factores que motivan la visita al destino.
	Percepciones negativas	1	1,5%	
Infraestructura y mantenimiento	Percepciones positivas	4	6,1%	Se evidencia una valoración mayormente negativa respecto al estado de algunas instalaciones turísticas, señalándose problemas de mantenimiento, deterioro de estructuras y falta de adecuaciones que permitan un aprovechamiento turístico más seguro y cómodo de los atractivos.
	Percepciones negativas	14	21,2%	
Accesibilidad y movilidad	Percepciones positivas	8	12,1%	Las opiniones muestran percepciones divididas frente al acceso a los atractivos. Mientras algunos visitantes consideran que es relativamente fácil llegar, otros mencionan dificultades asociadas al estado de las vías, la señalización limitada y ciertas restricciones para el acceso vehicular.
	Percepciones negativas	8	12,1%	
Seguridad	Percepciones positivas	1	1,5%	Presenta una tendencia mayormente negativa, relacionada principalmente con el estado de las estructuras en algunos miradores y la sensación de riesgo que generan ciertas condiciones físicas del lugar.
	Percepciones negativas	8	12,1%	
Atención y servicio	Percepciones positivas	14	21,2%	Los visitantes destacan de manera positiva la atención recibida, resaltando la amabilidad de los anfitriones, guías y prestadores de servicios turísticos, lo cual contribuye significativamente a la experiencia del visitante.
	Percepciones negativas	0	0,0%	
Valor histórico-cultural	Percepciones positivas	20	30,3%	Se refleja una valoración positiva del patrimonio histórico y cultural del municipio, especialmente de espacios como museos, arquitectura colonial y relatos asociados a personajes históricos, los cuales fortalecen el interés cultural del destino.
	Percepciones negativas	1	1,5%	
Organización y gestión turística	Percepciones positivas	1	1,5%	Las percepciones señalan algunas debilidades en la gestión turística del destino, relacionadas con la limitada señalización, el acceso restringido a ciertos atractivos y la falta de mayor organización para el aprovechamiento turístico del patrimonio.
	Percepciones negativas	6	9,1%	