

DETERMINANTES ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO
CULTURAL EN COLOMBIA

YAKELINE PINEDA ESTRADA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
NEGOCIOS INTERNACIONALES
TRABAJO DE GRADO
MEDELLÍN
2020

DETERMINANTES ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO
CULTURAL EN COLOMBIA

YAKELINE PINEDA ESTRADA

Trabajo de grado para optar al título de
Negociadora internacional

Asesor
PhD CARLOS MONTOYA ARROYAVE
Economista

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
NEGOCIOS INTERNACIONALES
TRABAJO DE GRADO
MEDELLÍN
2020

Contenido

| | |
|---|----|
| 1. Introducción | 1 |
| 2. Metodología | 6 |
| 3. Evolución del Turismo en Colombia | 8 |
| 3.1. Turismo Cultural, Patrimonio y Desarrollo en el Ámbito Nacional..... | 15 |
| 3.2. Turismo Cultural en Perspectiva de Desarrollo Endógeno Territorial. | 17 |
| 4. Marco Normativo e Institucional del Turismo Cultural en Colombia. | 19 |
| 5. Recursos Culturales que Impulsan el Turismo Colombiano. | 31 |
| 6. Desafíos para el Turismo Cultural en Colombia | 36 |
| 7. Conclusiones | 40 |
| Bibliografía | 43 |

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Lineamientos estratégicos de la Política de Turismo Cultural de Colombia.

Resumen

El turismo cultural en Colombia ha registrado un positivo crecimiento anual en años recientes, demostrando su gran protagonismo y potencial para consolidarse como un sector de talla mundial y estratégico para el desarrollo del país; toda vez que, ha tenido avances en materia de seguridad y cuenta con una diversidad y riqueza cultural que se destaca con respecto a otros países, e incluso, las tendencias en el mediano plazo revelan importantes oportunidades para este sector. Sin embargo, también se evidencia que la gestión con respecto a su normatividad, sitios y actividades culturales, demanda importantes desafíos para lograrlo. De acuerdo con lo anterior, el presente artículo está enfocado en identificar: ¿Qué capacidades y potencialidades caracterizan el sector turístico cultural para emprender un efectivo proceso de transformación, que lo convierta en un sector estratégico para la economía colombiana? En este orden de ideas, los hallazgos permiten establecer que el turismo cultural colombiano cuenta con una amplia gama de determinantes estratégicos para su fortalecimiento a nivel nacional e internacional, entre los cuales se encuentran: su Patrimonio Cultural Mundial de la Humanidad junto con numerosos sitios turísticos culturales e históricos localizados en diversas zonas del país; los eventos culturales, la gastronomía, las artesanías, los museos y sus avances en normatividad nacional e institucional. Desde esta perspectiva, se hace especialmente importante realzar el valor de lo local y lo territorial, democratizar el turismo cultural y optimizar los sistemas de información digitales para obtener datos actualizados del sector, aquellos requeridos para lograr una gestión integral del mismo.

Palabras clave: Turismo Cultural, Patrimonio Cultural de la Humanidad, Determinantes Estratégicos, Turismo Histórico, Turismo Gastronómico.

1. Introducción

Uno de los aspectos más relevantes en la dinámica de la globalización, a partir de los años 90, lo constituye la creciente participación del sector servicios; no es casualidad que hoy en día más de dos tercios del PIB y del empleo de los países desarrollados sea generado por el sector servicio, en tanto muchas de las economías en desarrollo siguen una tendencia similar. Sin embargo, una mirada al comercio internacional evidencia que sigue predominando el intercambio de mercancías; lo que determina un importante reto para las economías en donde los esfuerzos por la transformación productiva deberá acompañarse de cada vez mayores emprendimientos e innovaciones que posibiliten una creciente participación de los servicios en el comercio mundial, al menos así se desprende de los resultados del comercio mundial del 2016, en donde las exportaciones de servicios alcanzaron los 4,7 billones de dólares, mientras que las exportaciones de bienes ascendieron a 15,46 billones.

Y si bien muchas de las explicaciones aparecen ampliamente vinculadas a los avances en materia de liberalización de los mercados producto de decisiones unilaterales (aperturas económicas), multilaterales (adscripción de los países a la OMC), bilaterales (tipo TLCs), esta es una realidad mucho más compleja que integra de forma decidida al desarrollo de las tecnologías de información y comunicación que ha supuesto una segmentación y definido un nuevo esquema de organización de la producción en términos de cadenas de valor globales (Baldwin, 2016); en donde curiosamente en no pocas ocasiones, el mayor valor añadido no se corresponde con la manufacturación del producto, sino en una serie de servicios auxiliares, lo que define un proceso de expansión de los servicios intrínsecos al proceso de manufacturación. Similar suerte corre los servicios como actividad productiva, en el que se incluyen actividades desde las comunicaciones hasta el transporte, las finanzas, la educación, el turismo y los servicios relacionados con el medio ambiente, que se han convertido en la

columna vertebral de la economía mundial y el componente más dinámico del comercio internacional.

Los servicios suponen una parte muy importante del comercio internacional. Las telecomunicaciones y tecnologías de la información han ayudado a hacer más accesible, barato y fácil que nunca el comercio internacional de servicio. Esto se evidencia en el comportamiento del valor nominal del comercio mundial de servicios que entre 2005 y 2018, habría pasado de los 2,6 billones de dólares a los 5,7 billones de dólares, lo que se traduce en un promedio anual del 6,5%, según datos facilitados por la Organización Mundial del Comercio (OMC), al tiempo que el comercio de bienes experimentó un crecimiento del 5,6%. De otra parte, la OMC estima que para el año 2040 la participación de los servicios en el comercio mundial crezca un 50% más.

La misma OMC destaca dentro del conjunto de los servicios el comportamiento del turismo, especialmente por su contribución al empleo, sus vínculos con otros importantes segmentos de la economía y como fuente de divisas. El sector de los servicios de turismo se ha ido abriendo paso hasta convertirse en uno de los más dinámicos de la economía. Datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT, WTO por su sigla en inglés) indican que las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 1.230 millones en 2016, lo que supondría un fuerte aumento con respecto a los 674 millones del 2000. Los ingresos alcanzaron la cifra sin precedentes de 1,22 billones de dólares EE. UU., es decir, un aumento impresionante respecto de los 495.000 millones de dólares EE. UU. del año 2000. Los ingresos provenientes del transporte internacional de pasajeros (es decir, las exportaciones de visitantes) se estimaron en 216.000 millones de dólares EE. UU. en 2016, con lo que los ingresos totales del turismo internacional ascendieron a 1,4 billones de dólares, lo que significa casi 4.000 millones de dólares por día. Para el 2018 se posiciona como el tercer mayor sector de comercio internacional, con el 10,4% del Producto Interno Bruto (PIB) y responsable de 313 millones de trabajo en todo el mundo (OMT, 2018).

Situación que advierte el papel fundamental del turismo internacional frente a un funcionamiento adecuado y predecible del comercio en los diferentes países.

Lo realmente llamativo lo constituye el hecho de que las mayores expectativas de llegadas de turistas internacionales, estimadas por la misma OMT siendo 1.800 millones para el 2030, terminará por convertirse en una importante opción para las economías emergentes, en donde su crecimiento logrará superar a las de las economías desarrolladas (un 4,4% al año frente a un 2,2%, respectivamente), posibilitando que su cuota de mercado que para 1980 representó el 30%, en el 2016 el 45%, sea superior al de las economías desarrolladas, alcanzando el 57% en 2030, lo que equivaldría a más de 1.000 millones de llegadas de turistas internacionales (WTO, 2018).

Colombia no es ajena a esta realidad, toda vez que su apuesta es constituirse en el principal destino turístico de Latinoamérica, buscando se consolide el país como un destino de calidad y de talla mundial. Para el 2018 al país ingresaron US\$6.630 millones en la cuenta de viajes y transporte, la cifra más alta en la historia del país; registrando la llegada de 4.276.146 visitantes no residentes, 7,56% más que en 2017. En el 2019, los visitantes no residentes llegaron a 4.515.932, superando la meta prevista y reflejando un crecimiento del 2,7% con respecto a 2018 (Mincomercio, 2019). Lo anterior significaría que el sector continúe con el desempeño positivo histórico, pues en la última década, el aporte del turismo al PIB se ha mantenido en una senda de crecimiento entre el 3,5% y 3,8%.¹, y para el 2023, el BBVA estima que el país recibirá 5 millones de turistas, lo que le permitirá superar los ingresos de exportación proveniente de actividades como el carbón. La forma como el sector genera encadenamientos en la economía y demanda de bienes, otros servicios, lo convierte en un impulsor del crecimiento económico e importante generador de empleos².

¹ Con estos resultados es claro que Colombia tiene el gran reto de aumentar la participación del turismo en el PIB del país. Comparado con otros países es notorio el rezago su industria: datos del 2018 indican que en México representa 7,1% del PIB; en Chile, 3,4% y en Brasil, el 2,9%. Al menos Colombia debería igualar o superar a Argentina, ya que en este país este sector representa 3,7% del PIB.

² Para el 2019 el país presentó récord en ocupación hotelera que alcanzó el 57,8%, en ingresos nominales de las agencias de viajes con un crecimiento del 3,7%, en ingresos de los hoteles con un aumento del 10,6%,

Los resultados más recientes indican su gran potencial. Entre el 2015 y 2019 el valor agregado turístico nacional habría crecido 31%, el sector subió siete puestos en el índice de Competitividad en Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial entre 2017 (puesto 62 / 136) y 2019 (55 / 140), y generó más de 1,9 millones de empleos en 2018 (3,7% más que en 2017) y 8,8% del total de empleos del país.

Con un promedio anual de crecimiento del turismo entre 2005 y 2018 superior al 12%, tres veces el promedio mundial, el turismo en Colombia muestra su gran protagonismo e importante potencial de crecimiento. Los avances alcanzados en materia de seguridad se suman a la diversidad cultural, la riqueza ecológica colombiana y las muy variadas regiones y climas que el país tiene en su interior, para definir una importante guía de transformación de la industria del turismo de la mano del turismo cultural y su gran crecimiento en los últimos años. En el 2016, la WTO estimaba que el turismo cultural representa cerca del 37% del total del sector turístico y vaticinaba crecimientos anuales superiores al 15%.

Es precisamente este el contenido que se desarrolla en este artículo el cual pretende responder a la pregunta ¿Qué aspectos respaldan el potencial de transformación del turismo cultural, de tal forma que se convierta en el gran jaloneador de la industria turística en Colombia?; lo que implica identificar: ¿Qué capacidades y potencialidades caracterizan el sector turístico cultural para emprender un efectivo proceso de transformación, que lo convierta en un sector estratégico para la economía colombiana? En este sentido, el propósito central con este estudio es caracterizar el comportamiento del sector de turismo cultural en Colombia, a partir de las capacidades y potencialidades que le permitan constituirse en un sector estratégico para el desarrollo competitivo en el país; el cual se cumplió con la ejecución de los siguientes objetivos específicos: 1) explicar la evolución y comportamiento del sector turístico en Colombia,

en conectividad internacional con 17 nuevas rutas y 39 nuevas frecuencias internacionales y en pasajeros movilizados nacional e internacionalmente que alcanzó los 41,2 millones de pasajeros.

enfaticando en el turismo cultural; 2) describir el marco normativo e institucional nacional que reglamenta la gestión del turismo cultural en Colombia; 3) referenciar los principales atractivos turísticos de carácter cultural disponibles en Colombia para potencializar este subsector turístico; 4) determinar los desafíos para el turismo cultural en Colombia, conforme con sus potencialidades y así, constituirse en el principal destino turístico de Latinoamérica.

El estudio constituye una fuente de información para el público y la sociedad en general, una herramienta de consulta que permita a la población interesada en el tema del turismo cultural en Colombia conocer que se trata de un sector con importantes ventajas que deberán potencializarse hasta constituirse en una opción relevante de comercio internacional, inversión, empleo y crecimiento económico. Advierte más allá de los recursos disponibles, la existencia de importantes desafíos en torno a la legalización y formalización de sus actividades, mejoras en la educación, infraestructura y logística enfocadas al turismo, que permitan mejorar los pronósticos y en un futuro a mediano plazo llegar a ser un país atractivo para la inversión extranjera.

Acorde con lo anterior, el presente artículo, adicional a esta introducción, está constituido por seis diversas secciones. En este sentido, buscando una contribución al limitado corpus teórico que acompaña a este tipo de fenómenos bajo el nombre de Turismo Cultural, Patrimonio y Desarrollo en el Ámbito Nacional, este artículo pretende ofrecer una propuesta conceptual y metodológica que reduzca la dispersión de acciones e ilustraciones sobre el turismo cultural en Colombia. Soportado en la importancia de un enfoque de carácter territorial enfatiza en la necesidad de articulación del turismo al ordenamiento de los territorios, algo por cierto, bastante débil en los desarrollos institucionales del país; posteriormente se explica el marco normativo e institucional que regula y respalda el turismo nacional y cultural en el país; continuando con la descripción de los lugares emblemáticos en Colombia asociados con el turismo cultural, así como las actividades y la oferta cultural en el territorio nacional. Seguidamente se referencian los desafíos actuales del

turismo cultural colombiano y se finaliza con las respectivas conclusiones de la investigación y las referencias bibliográficas de los documentos consultados y citados a lo largo de este trabajo.

2. Metodología

De acuerdo con los aportes teóricos de Hernández, Fernández y Baptista (2014), el enfoque de investigación cualitativo hace referencia a aquel que utiliza evidencias simbólicas verbales, audiovisuales o en forma de texto e imágenes; con la finalidad de revelar la perspectiva o interpretación de estos, sin necesita de analizar datos numéricos a través de la estadística. En este orden de ideas, es posible establecer que el presente estudio es de carácter cualitativo, dado que más que medir datos numéricos relacionados con el turismo cultural en Colombia, se pretende profundizar y comprender los factores que tienen injerencia en el desarrollo de este subsector de la economía y pueden contribuir con su reconocimiento en el contexto regional e internacional.

Según lo planteado por Bernal (2006), el desarrollo de esta investigación se efectuó mediante un método inductivo y analítico, ya que a partir de un acercamiento general sobre el turismo se va hacia lo específico que recae sobre el turismo cultural en Colombia, de ahí que se inicie con el planteamiento de generalizaciones concretas acerca del tema de estudio y de este modo, se obtienen reflexiones y observaciones detalladas al respecto. Así mismo, para desarrollar el perfil estratégico del turismo cultural en Colombia, se utilizó la metodología descriptiva, conforme con los postulados de Hernández, Fernández y Baptista (2014) y siguiendo las fases que se mencionan a continuación:

1) Identificación y delimitación del problema: en este caso, se precisaron las categorías analizadas con esta investigación, de acuerdo con el planteamiento del problema y los objetivos, las capacidades y potencialidades del turismo cultural colombiano y con su comportamiento en años recientes; entre las cuales se encuentran las limitaciones y los desafíos de este subsector.

2) Elaboración y construcción de los instrumentos: en virtud de la delimitación del tema, se definieron las técnicas e instrumentos para la recolección y el análisis de los datos. Para este caso, se elaboraron fichas analíticas de lectura, las cuales fueron utilizadas durante la revisión documental de informes sectoriales y artículos de revistas especializadas.

3) Registro de los datos: una vez recopilados y revisados los documentos mencionados en la fase anterior, se procedió con la selección de los datos relevantes registrados en las fichas de lectura previamente elaboradas. Se recopiló información entre otras bases de datos, de la Organización Mundial del Turismo (WTO) y de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. La primera ha publicado acerca del turismo y el desarrollo sostenible, gestión de destinos turísticos, productos turísticos, entre otros. Y la base de datos nacional aborda información sobre los planes estratégicos de desarrollo turístico.

4) Categorización de la información: después de seleccionar los datos relevantes de las fuentes documentales ya mencionadas, estos fueron organizados de acuerdo con las categorías definidas con las fichas de análisis de lectura, a las cuales se les otorgó una visión descriptiva e interpretativa con respecto al país y los sectores con mayor cúspide.

5) Análisis de la información: luego de tener categorizada la información, se procedió con el respectivo análisis, el cual se realizó con la descripción de los resultados obtenidos en cada categoría según las tendencias encontradas y después se continuo con el cruce de datos; elaborando una síntesis de estos, según los factores más estratégicos del sector de turismo cultural.

6) Perfil Estratégico del turismo cultural en Colombia: conforme con el análisis de la información efectuado en la fase anterior, se determinaron las capacidades y potencialidades del sector de turismo cultural en Colombia, según sus factores tecnológicos, comerciales, recursos humanos, entre otros.

Para complementar, la recopilación de la información se efectuó mediante la revisión de diversos documentos del orden nacional e internacional, publicados su mayoría entre los años 2017-2019, de los cuales se seleccionaron y analizaron 20 artículos de revistas especializadas (15 en español y 5 en inglés), enfocados en el turismo cultural en Colombia, desde sus diversas manifestaciones y teniendo en cuenta el desarrollo de este tipo de turismo en otros países, como México. Así mismo, se utilizaron informes sectoriales nacionales e internacionales y la normativa nacional proferida sobre este tema.

3. Evolución del Turismo en Colombia

En la actualidad, Colombia ha evidenciado un fuerte crecimiento respecto al sector turístico; su desempeño en los últimos años y la capacidad que ha demostrado para aprovechar sus recursos e incluso, superar diversos obstáculos que habrían impedido su desarrollo en tiempo atrás, como la inseguridad³, el narcotráfico, la mala gestión del gobierno, la corrupción, entre otros factores (Menchero, 2018); a los que se suman los favorables impactos asociados a los avances tecnológicos, nuevos modelos de negocio, unos costos de viaje asequibles y la implicación del régimen de visados, han permitido al país asumir una nueva dinámica y una mejor perspectiva de expansión de la industria. Gracias a estos avances, el país ha mejorado la seguridad de los viajeros, proyectado una imagen de país seguro, superando debilidades institucionales del sector y en particular, ha desarrollado rutas de comunicación más seguras, entre otras muchas actuaciones incorporadas en el Plan Estratégico Integral con el firme propósito de cambiar la historia del turismo del país, aumentar su aporte en generación de empleo sostenible y de calidad, crecimiento del PIB, atraer

³ La Revista Dinero (2018) reseña como resultado del Acuerdo de Paz con las FARC se habría presentado una mejora de los índices de confianza hacia el sector por parte de los visitantes extranjeros, permitiendo que en el año 2017 “entraran al país 6,5 millones de viajeros, representando un incremento de 150% frente a los 2,6 millones en 2010, lo cual constituyó un ingreso de divisas por turismo de 68,2%. Además, el país pasó de recibir US\$3.440 millones en 2010 a percibir US\$5.787 millones en 2017”.

mayor inversión privada y mejorar la calidad de vida y continuar realzando la imagen del país.

En este contexto, el gobierno nacional convierte al turismo en un renglón estratégico, una opción viable y rentable de desarrollo sostenible basada en su diversidad biológica y cultural, que terminará por fortalecer la competitividad del país, considerando que existe una serie de atractivos intrínsecos: el puesto número dos a nivel mundial en biodiversidad mundial, el quinto lugar en patrimonio cultural de América Latina, el acelerado crecimiento del sector, el significativo aumento de migrantes y visitantes no residentes experimentado en los últimos años, entre otros que visibilizan cada vez más al sector; permitiéndole al país concentrar los beneficios de un sistemático esfuerzo institucional.

El interés por ofrecer un escenario de oportunidades para el sector turismo deviene de compromisos institucionales no consolidados, cuando tiempo atrás, el país aceptó liberalizar la economía y buscar mejores opciones para la internacionalización, como se haría evidente con los esfuerzos realizados durante los gobiernos de Virgilio Barco (1986-1990) y Cesar Gaviria Trujillo (1990-1994); a quienes se les reconoce su compromiso con ofrecer mejores alternativas económicas para el país y potenciar aquellas actividades nacionales con mayor ventaja comparativa y capacidad competitiva (López Gallego, 2006). Se suma a estos esfuerzos la definición de la política de turismo cultural desarrollada durante el gobierno de Álvaro Uribe en el que se resalta la potencialidad del turismo para articular procesos de valoración, competitividad y sostenibilidad del patrimonio cultural. Desde entonces, el compromiso institucional se orientaría a fomentar el turismo cultural por Colombia, incentivar a nacionales y a extranjeros a conocer la cultura del país, recorrer sus paisajes, disfrutar sus costumbres y a apropiarse del patrimonio material e inmaterial colombiano, buscando beneficios para la comunidad, así como los medios y motivaciones para cuidar y mantener el patrimonio cultural, garantizar la sostenibilidad de los sectores cultural y turístico.

Este tipo de iniciativas incorporan la excelente ubicación estratégica del país, una demanda y oferta hotelera en crecimiento, la presencia cada vez mayor de negocios y eventos, rica biodiversidad y una variada gama de opciones turísticas de naturaleza ecológica y cultural (Proexport Colombia, 2018). De otra parte, el país hace esfuerzos importantes por el turismo de bienestar y turismo de naturaleza, con el Programa de Transformación Productiva (PTP) busca “convertir al territorio en un destino con oferta diferenciada, competitiva y sostenible para posicionarlo como un destino mundial emblemático” (PTP, 2018, párr. 6).

Todo este esfuerzo institucional viene de vieja data. Para el turismo colombiano la apertura económica de los años noventa significó el comienzo de un escenario mayormente favorable, pasando de 350.000 visitantes extranjeros en 1989 a 831.900 en el año 1990, cifras que disminuyeron considerablemente a partir del año 1995, cuando pasó de 1.399.000 visitantes en ese año a 631.000 extranjeros que llegaron al país en 1996, resultados que desde ese momento se caracterizaron por su continua fluctuación, con incrementos y disminuciones de 1997 al año 2002. Después de este último año, el turismo en Colombia, de acuerdo con el número de extranjeros que llegaban al país, comenzó de nuevo un sendero positivo y de crecimiento, con mayor constancia entre los años 2011 y 2018, pasando de 2.355.578 visitantes extranjeros a 4.276.146 en el 2018, equivalente a un incremento del 44,91%, en este último año, con la llegada de extranjeros, principalmente de Venezuela (33,7%), Estados Unidos (15,5%) y Argentina (5,2%) (Comunidad Andina, 2000; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012; Banco Mundial, 2018; Centro de Información Turística [CITUR], 2018).

Se destaca además, la dinámica positiva del sector turismo de acuerdo con su participación en el Producto Interno Bruto (PIB) anual, entre los años 2005 y 2017, según Ramírez (2018), se registró un incremento sostenido de esta variable, pasando de un 3,5% hasta el 3,8%; con un promedio anual durante este período equivalente al 3,61%. A partir del año 2013 principalmente, el PIB del

turismo nacional alcanzó un promedio anual del 3,72% “siendo incluso superior a la participación del sector en otros países suramericanos como Argentina, Ecuador, Chile y Uruguay, y similar a la participación del sector en Perú” (p. 166). Por su parte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) registra en CITUR (2018) que la entrada de divisas en el país por concepto de exportaciones por viajes y transporte entre el año 2014 y 2018, también reportó un aumento, desde 4.887 millones de dólares hasta 6.630, con un prominente incremento en los años 2017 y 2018, equivalente al 12,7%. El turismo aportó a la tasa de empleo nacional, un 46,1% de personal formal y un 53,9% de trabajadores informales.

Es preciso mencionar además, que la organización World Economic Forum (WEF, 2017), en su informe titulado: *“The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the way for a more sustainable and inclusive future”*; reportó para el sector turístico en Colombia, un Índice de Competitividad de Viajes y Turismo equivalente al 3,83, en una escala normalizada de 1 a 7, ocupando el puesto 62 en un ranking mundial con 136 países participantes, con una variación descendente de seis puntos desde el año 2015. Este ranking estuvo encabezado por España con un índice del 5,43 seguido de Francia y Alemania con una competitividad de 5,32 y 5,28, respectivamente. En contraste, Burundi (2,57), Chad (2,52) y Yemen (2,44), se ubicaron en los últimos puestos de este ranking. Con respecto a los resultados en América del Sur, Brasil ocupó la posición más alta en el ranking mundial (27), con un índice de competitividad igual a 4,49 seguido por Chile en el puesto 48 (4,06).

En observancia de las variables individuales evaluadas para estimar el índice de competitividad turística, Colombia arrojó su calificación más alta en cuanto a su apertura internacional con una valoración del 4,64 ubicándose en este caso en la posición cuatro. Este estudio resaltó el aumento significativo de su puntuación en cuanto a recursos culturales (3,37 puesto 20), dado que estos ahora se aprovechan mejor, por ejemplo, aumentando el número de expresiones culturales orales e intangibles que aparecen en las listas de la Organización de

las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y aumentando el interés en línea por las actividades culturales y de entretenimiento (WEF, 2017).

Y si bien estos resultados son halagadores, en tanto evidencian el avance del sector, resultan un tanto paradójicos. Colombia cuenta con un gran potencial alrededor del turismo, pero aún no ha logrado ser competitivo respecto a otros países; la superación de muchas dificultades no resulta suficiente en tanto persisten algunas limitaciones al respecto. La situación de conflictividad interna ha dejado rezagos importantes y el país registra aun una serie de obstáculos que tendrá que superar. Se observan muchos “sitios con potencial turístico (que) hasta hace pocos años eran campos de concentración o zonas de conflicto armado, por lo que resultaba muy difícil realizar inversiones en carreteras o capacidad hotelera” (Miranda, 2018, párr. 22). Adicionalmente, la informalidad del sector turístico junto a la presencia de diversos actores del conflicto que permanecen activos en varias regiones del país, y las limitaciones del gobierno para darle solución efectiva a estos problemas, ha generado que numerosas zonas del país que tienen potencial turístico, hayan sido rezagadas del contexto económico y social de la nación.

De otra parte, el compromiso institucional para hacer del turismo un sector estratégico para la economía del país, no logra concretarse en acciones y realizaciones. Todavía más, el potencial que se le asignan a otras actividades turísticas aun no es claro, tal como se infiere de las condiciones que caracteriza, por ejemplo, al turismo de salud⁴ o bien al turismo ecológico que, si bien han recibido importante atención por parte de la institucionalidad, la misma contrasta con la ausencia de registros sistemáticos que permitan brindar una mejor proyección de su potencial y las oportunidades que representaría para el sector y en general, para la economía.

⁴ Los registros ofrecen una idea general de que estos son demandados fundamentalmente por residentes de países europeos y particularmente de Estados Unidos, pero “la escasez de información actualizada del lado colombiano expone una dificultad para el seguimiento continuo del sector (...) y sobre la llegada de turistas con fines exclusivamente médicos” (De La Puente Pacheco, 2017, p. 306).

Aunque a nivel institucional en el país se promueven actividades para potenciar su desarrollo como en el caso de “Colombia más grande”, que tiene como finalidad conectar a nueve departamentos que estaban hasta hace poco afectados por el conflicto armado y ahora quieren abrir los brazos a los turistas (Miranda, 2018, párr. 23); la puesta en marcha de una serie de políticas para el desarrollo ecoturístico como: *la política para el desarrollo del ecoturismo, el plan estratégico de seguridad turística, plan sectorial de turismo “turismo para la paz 2014-2018”*; una política de calidad turística y la implementación de un Consejo Superior de Turismo; el plan integral de Turismo 2018-2022, no logra la cohesión e coherencia que permita consolidar una visión de futuro del turismo y defina con claridad los compromisos de los diferentes actores vinculados al sector.

Diversos autores referencian que Colombia se ha comenzado a destacar en diferentes tipos de turismo, con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas de un mayor número de turistas. El inventario de capacidades y potencialidades asociadas al alojamiento, servicios de comida, generación de empleo y ocupación, alienta a los más directos responsables, quienes determinan un panorama alentador que da cuenta del esfuerzo que realizan las diferentes entidades del sector para hacer de este una fuente sostenible de riqueza para el país. Se asume la existencia del gran potencial que tiene esta industria, no solo en lo concerniente con el turismo tradicional y de diversión, sino también de opciones que posibiliten el uso de servicios y las experiencias turísticas mayormente integrales. En este sentido, cabe mencionar el turismo en salud, reconocido a nivel mundial especialmente, por los paquetes de beneficios diseñados para mejorar las opciones de negocios (Barriga Castro, Farías Villarraga, Ruiz Barreto, Sánchez Victoria, & Jiménez Barbosa, 2011) y el turismo rural, el cual se sustenta en la multifuncionalidad y en la transversalización entre “la visión productiva tradicional del sector agropecuario y (...) la revalorización del territorio desde nuevas perspectivas productivas” (Pérez, 2010, p. 507). Sumado a esto, también se resalta la oferta ecoturística en el territorio nacional gracias a las bondades y riquezas naturales disponibles a lo largo y ancho del

país, como los parques nacionales naturales (Parque Tayrona, Parque Gorgona, etc.), el avistamiento de ballenas cerca a la Isla Gorgona, las migraciones de aves, buceo, entre otros (Ospina Díaz, Mora, & Romero Infante, 2013).

Con la creación de tres “buros” de convenciones: en Bogotá, Medellín y Cartagena y a la disponibilidad en la actualidad de once nuevos destinos, desde el 2010, se impulsa el turismo de negocios y convenciones (Universidad Externado de Colombia, 2018). Recientemente, otro tipo de turismo que paulatinamente se está potencializando en Colombia es el de avistamiento de aves, un subsector para el cual existe una cantidad alta de personas apasionadas, lo que permite al país explorar oportunidades en ciertas zonas donde abunda una multivariada de especies de aves que antes estaban aisladas por el conflicto armado en el país (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017).

Y aunque no podría obviarse cómo la diversidad de opciones turísticas le brinda nuevas oportunidades al sector, es claro que se requiere de logros en materia de organización, integración de esfuerzos, una mayor sistematización recursos y de una institucionalidad subsectorial y sectorial que haga una realidad su transformación productiva y mejore su competitividad. En particular, la investigación que acá se recoge ofrece una amplia reflexión sobre el turismo en Colombia, con énfasis en el cultural y en la realidad que reviste el potencial del país, dadas sus costumbres, monumentos, comunidades étnicas, tradiciones, patrimonio cultural, tanto material como inmaterial y arqueológico, entre otras.

En momentos en los cuales, independientemente de como se interpreta la cultura, es evidente que subyace al proceso de desarrollo, que es anterior a las estructuras económicas o políticas (Throsby, 2001, pág. 73), deberá asumirse como asunto de interés público y político que haga del mismo un catalizador de los procesos de desarrollo. Tan sólo piénsese que la cultura otorga un importante valor agregado al producto turístico y lo convierte en una industria cultural en la cual libros, revistas, espectáculos de luz y sonido, videos reinventan los paisajes

culturales y realzan el valor de los bienes muebles e inmuebles, usos y costumbres, gastronomía, ritos y la vida cotidiana, que se perfilan como activos que pueden contribuir al desarrollo socioeconómico de comunidades, empresas o individuos.

En este contexto, se valida el esfuerzo del Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Fondo Nacional del Turismo (FONTUR), que se concreta en el “*Plan Estratégico y de Negocio del Turismo Cultural de Colombia*”. En su contenido se cuenta con un amplio diagnóstico con respecto a las características y ventajas comparativas de la oferta del país en la materia, se definen los criterios adecuados para el posicionamiento estratégico de este turismo y se formula la propuesta de acciones pertinentes para fortalecer este sector (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [Mincit] & Fondo Nacional del Turismo [FONTUR], 2017).

3.1. Turismo Cultural, Patrimonio y Desarrollo en el Ámbito Nacional

No cabe duda de que Colombia registra un importante inventario de condiciones que animan el desarrollo de un turismo de cultura, sin embargo, este no puede caer en los escenarios comunes, de ahí, la propuesta de esta investigación de incorporar el patrimonio cultural como disciplina de los derechos culturales, y contribuir a la conformación de paradigma que se articula a las otros más, que buscan ofrecer aportes a las demandas de desarrollo.

Con el paso del tiempo el valor histórico y cultural que habría permitido la consideración del patrimonio como referente de riqueza ha ido quedando soslayado por la función como recurso de acumulación. El tratamiento efectuado, en ciertas ocasiones como valor directamente económico, no se aleja en muchos casos del dado como valor social o medio ambiental, en tanto fuentes de ingresos que evidencian un sesgo en favor de la dimensión económica; lo que implica reconocer que, en la actualidad en el contexto del desarrollo del territorio, bajo una perspectiva economicista, el patrimonio actúa como factor de atracción, como palanca de creatividad y fuente de riqueza (Barreiro, David y Parga-Dans, Eva 2013; Greffe, Xavier, 2014). Este constituye el marco de reflexión en el que

deberá soportarse el mayor perfeccionamiento del turismo cultural y deberá guiarse las discusiones a futuro de este.

De ahí que, el gran reto para Colombia sea, cómo de forma particular asume el compromiso y logra concretar desarrollos institucionales acordes a los derechos culturales y a la protección del patrimonio cultural. Y sin temor a caer en excesivo pragmatismo es claro que el camino estaría asociado a los desarrollos jurídicos y su relación con las concepciones, enfoques y herramientas de la planificación, específicamente aquellas que le son propias al ordenamiento territorial; que deberán converger hacia la identificación de formas de prevenir, contener y/o mitigar los efectos perjudiciales de la destrucción del patrimonio cultural, o potenciar el disfrute de los derechos humanos, incluidos los derechos culturales patrimoniales e impulsar las mejores prácticas a ese respecto.

En la actualidad, el país cuenta con una legislación patrimonialista, la creación y trayectoria de instituciones de patrimonio, restauración y estudio, la revalorización de los Centros Históricos; se evidencia en sus planes y programas e intervenciones, el uso creciente del concepto de “entorno cultural” y el interés por los pequeños poblados. A lo que se suman, el desarrollo de correctos y puntuales proyectos y trabajos de conservación de los sitios patrimonio; aspectos que han permitido la evolución de enfoques dinámicos que hoy día facilitan la presencia de definiciones apropiadas, y preparar directrices más objetivas para la implementación de estrategias pertinentes de manejo, gestión, conservación y desarrollo de los sitios de atracción turística.

Dentro de este tipo de enfoques habría que destacar aquel que permite superar los obstáculos derivados de una concepción de patrimonio tradicionalmente sometida al paradigma de la historia y el urbanismo, e incorporarla a las opciones altamente influenciada de paradigmas humanistas y ecologistas; cuya presencia estaría incidiendo en una reconceptualización del patrimonio que favorece la resiliencia. Este debería ser un importante argumento que motive y convoque a las diversas organizaciones sociales, gobiernos e instituciones privadas a la promoción e impulso de iniciativas que contribuyan a ayudar a las personas y

comunidades a anticiparse, prepararse, enfrentarse y recuperarse de aquellas tentativas de deterioro del patrimonio que comprometen las posibilidades de un desarrollo realmente integral, en el cual no sólo primen las motivaciones arquitectónicas, económicas o políticas, también tengan lugar, aquellas de carácter social y cultural, representadas en la consulta y adecuado y tratamiento del patrimonio.

3.2. Turismo Cultural en Perspectiva de Desarrollo Endógeno Territorial

El punto de partida lo constituye la apuesta por un desarrollo de un turismo sustentable, de carácter endógeno, en el cual se consulte las capacidades y potencialidades del territorio, sin duda amenazado por las diversas presiones, humanas o naturales, y en no pocas ocasiones, con mayor intensidad cuando en ellas confluyen diversos intereses, entre los que se cuenta aquellos que soportan realidades patrimoniales. Confluyen acá los desarrollos epistemológicos e institucionales, en lo que podríamos denominar un modelo endógeno de desarrollo sostenible y resiliente, este es un importante y atractivo escenario de reflexión que debería ser mayormente integrado a los procesos de planificación del turismo cultural del país.

Tan sólo piénsese en lo que esto representa en el marco de búsqueda de oportunidades para territorios tradicionalmente sometidos al conflicto y que hoy cuentan con condiciones y recursos culturales que podrían contribuir a fortalecer sus economías. Al respecto, en los últimos avances institucionales que acompañan al desarrollo turístico se alude a la necesidad de implementar estrategias para construir y fortalecer la resiliencia a escala local; este enfoque habla de conceptos y prácticas como los derechos a las personas, preservar, y en su caso, reparar el Patrimonio Cultural e Histórico de los territorios, garantizar el reconocimiento de los derechos y la participación de pueblos y localidades originarios de acuerdo a sus usos y costumbres. El llamado es a reconocer que hay territorios capaces de renovarse y experimentar una revitalización, y la idea es preservarlos mediante la puesta en marcha de diversas estrategias que,

basadas en la cooperación entre diferentes actores públicos y privados, posibiliten la toma de decisión sobre cuestiones importantes que se comparten, permitan establecer acuerdos implícitos o explícitos que conlleven cierto reparto de responsabilidades.

Sea este el momento para precisar que dicha labor no sería posible sin la toma de conciencia de la importancia del ordenamiento territorial y la forma como ha ido evolucionando como instrumento de gestión y planificación del territorio; desarrollo que ha favorecido la inclusión de diversas dimensiones del desarrollo, que inspirado en los avances de la Carta Europea de Ordenamiento del Territorio (CEOT) de 1983 (CEMAT, 2011), permite que al mismo ordenamiento, en cumplimiento de su deber ser, se le caracterice a partir de tres grandes facetas que deben ser comprendidas de modo articulado: a) una rama académico-científica; b) una política pública y c) una herramienta de planificación; las mismas que son demandas en la perspectiva de hacer del ordenamiento una herramienta que promueva e impulse la resiliencia en los territorios con gran potencial de desarrollo turístico.

Al respecto, la adopción de este tipo de herramienta de sistematización del desarrollo en el espacio geográfico y la consulta de acciones del Estado concertadas y dirigidas a buscar una organización del uso de la tierra en medio de crecientes demandas y exigencias propias de las dinámicas de transformación social y económica, haría inminente el hecho de comprometer los poderes locales y la participación ciudadana. Y más allá del debate que suscita el hecho de ser esta una forma de hacernos conscientes de nuestras riquezas culturales y naturales que suscitan el interés de los turistas, su consulta refleja la necesidad de medidas descentralizadoras, la puesta en marcha del poder de las escalas regionales/locales en el marco de la política de desarrollo turístico del país.

Lo que muy seguramente permitirá contribuir a generar la conciencia de emisión de acciones en favor del turismo de cultura, el reconocimiento de accesos a derechos y de su valor como cohesionador social, a la vez que como recurso

generador de riqueza. Y aunque muy seguramente frente a estas realidades habría de estarse atento a cómo sería el procedimiento, las herramientas y mecanismos de gestión; se trata de reconocer la existencia de una serie de limitaciones que son el producto de una realidad que requiere aún integrar mayor conocimiento –piénsese en la ausencia de un corpus teórico-, el proceso de evolución institucional y el uso de herramientas que se correspondan con las características que hacen posible la existencia de territorios capaces de incorporar un turismo sostenible y en algunas ocasiones, resiliente.

Muy seguramente, el dominio de realidades, la transferencia de conocimientos, y su cada vez mayor difusión, permitirían hacia adelante determinar hechos regulares que posibiliten avanzar hacia un patrón de institucionalización del ordenamiento orientado al desarrollo turístico cultural y sostenible en los territorios. Algo por cierto pretensioso al momento, si se considera la diversidad de cultura y patrimonios y la existencia de contextos extensamente variados y dinámicos en espacio y tiempo. En foros nacionales e internacionales se destaca cada vez, con mayor énfasis, la necesidad de establecer un equilibrio entre la lógica del turismo, el patrimonio cultural y la naturaleza de la gestión cultural, pues con estas dimensiones no cabe duda de que están presentes en los bienes y servicios culturales. La Declaración de Santo Domingo (VI Conferencia Iberoamericana de Cultura, OEI, 2002), reconoce la condición vulnerable del patrimonio cultural, lo cual obliga a los Estados más débiles a pronunciarse a favor del equilibrio y respetar la potestad de los Estados nacionales de adoptar políticas culturales de fomento cultural en el marco del cumplimiento normativo del comercio internacional.

4. Marco Normativo e Institucional del Turismo Cultural en Colombia.

Colombia reconoce la gran diversidad de atractivos naturales y culturales que posee en su territorio, así como la importancia que ha suscitado el sector turístico en el crecimiento económico del país; por este motivo, se ha adoptado una serie de estrategias para su fortalecimiento, a través de la “potencialización de sus

ventajas competitivas, el posicionamiento de la marca país, y la generación de las condiciones institucionales y de infraestructura física necesarias para su desarrollo” (Consejo Nacional de Política Económica y Social [CONPES]. Documento Conpes 3397, 2005, p. 1). Desde esta perspectiva, juega un papel crucial el trabajo integral de los sectores, privado y público, tanto nacional como regional, a través de la formulación e implementación de diversas políticas y planes orientados hacia el fortalecimiento de la competitividad turística nacional desde sus diversos subsectores.

En este sentido, un primer avance al respecto y que está enfocado en el turismo colombiano en su totalidad, es la Ley 300 de 1996: Ley General de Turismo, con la cual se consagra la protección especial que tiene esta industria dada su importancia para el desarrollo nacional, un sector conformado por entidades oficiales, mixtas y privadas. En la actualidad, el sector oficial está constituido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), sus entidades adscritas y vinculadas, las entidades territoriales y Prosocial, entidades públicas que tengan asignadas funciones relacionadas con el turismo, con los turistas o con la infraestructura. A su vez, el sector mixto está integrado por el Consejo Superior de Turismo, el Consejo de Facilitación Turística y el Comité de Capacitación Turística. Y el sector privado está conformado por los prestadores de servicios turísticos, sus asociaciones gremiales y las formas asociativas de promoción y desarrollo turístico existentes y las que se creen para tal fin (Congreso de Colombia. Ley 300, 1996, art. 3).

Sumado a lo anterior, la Ley 300 de 1996, define los diversos subsectores de turismo especializado disponibles en el país, a saber: ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo, turismo metropolitano, de interés social, para la tercera edad, pensionados, minusválidos y turismo juvenil. Se evidencia que el contenido de esta Ley no hace referencia de forma explícita al turismo cultural, sin embargo, es posible dilucidar que este tipo de turismo complementa otras actividades turísticas, como se identifica con el turismo metropolitano, ya que este, si bien se enfoca en los grandes centros urbanos también promueve las

actividades con fines culturales, educativos y recreativos, que dan lugar a la conservación de su patrimonio histórico y cultural. Algunas de las estrategias y acciones promulgadas con la Ley 300 de 1996 para el fortalecimiento competitivo del sector, son: Incentivos tributarios para los turistas extranjeros, consolidación del Registro Nacional de Turismo a través de las Cámaras de Comercio para todos los prestadores de servicios turísticos y la creación de los circuitos metropolitanos turísticos para el mejoramiento de la prestación de estos servicios mediante la integración de ciertos municipios estratégicos (Congreso de Colombia. Ley 300, 1996).

Particularmente, en el artículo 16 de la Ley 300, se instó al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) a la elaboración del Plan Sectorial de Turismo; el mismo que se consagró por primera vez, con el Documento Conpes 3397 del año 2005, teniendo como propósito central la consolidación de un *Nuevo Modelo de Desarrollo Turístico*, basado en seis grandes estrategias competitivas circunscritas en el ámbito nacional y regional.

Otro esfuerzo normativo en Colombia para fortalecer su actividad turística se materializa con los *Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo de Convenciones y Congresos*, Documento Conpes 3640 del año 2010, se trata de un conjunto de estrategias con el cual se pretende lograr un “desarrollo planificado y sostenido del turismo de convenciones y congresos y de esta manera contribuir al logro del objetivo que tiene Colombia de convertirse en un destino turístico de clase mundial” (CONPES. Documento Conpes 3640, 2010, p. 19). El plan de acción de esta política propone las siguientes líneas de acción: 1) Apoyar a las ciudades/regiones en la identificación de su potencial en materia de turismo de convenciones y congresos; 2) Apoyar el desarrollo de la oferta de infraestructura e instalaciones para alojar convenciones y congresos de acuerdo con los criterios de apoyo definidos; 3) Generar incentivos a la inversión en infraestructura para el desarrollo del turismo de centros de convenciones y congresos; 4) Apoyar el mejoramiento del producto turístico del destino, como complemento al turismo de convenciones y congresos y 5) Fortalecer la

promoción de Colombia como destino para turismo de convenciones y congresos en el ámbito internacional y en el mercado nacional (CONPES. Documento Conpes 3640, 2010).

Se suma al desarrollo normativo la Ley 1558 de 2012 que tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad. En sus artículos 8 y 9 - Desarrollo social, económico y cultural y Desarrollo sostenible, respectivamente- señala que conforme al artículo 52 de la Constitución Política, el turismo es un derecho social y económico de las personas, dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades; al tiempo que advierte sobre su desarrollo en armonía con los recursos naturales y culturales, a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones.

En la actualidad, el sector turístico en el país dispone desde el año 2018 de la nueva versión del Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 denominado “*Turismo: el propósito que nos une*”. Este nuevo plan tiene como objetivo general “mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT], 2018, p. 6). Para lograr este propósito se formularon seis líneas estratégicas para el sector turístico, con las cuales se establecieron las respectivas rutas de acción durante este cuatrienio, tanto a corto como a mediano y largo plazo, las cuales se sintetizan en la tabla 1.

Tabla 1.

Estrategias competitivas propuestas con la Política Sectorial de Turismo 2018-2022.

| Metas Sectoriales | Objetivo | Estrategias Competitivas |
|---|---|---|
| Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo | Fortalecer la institucionalidad para el turismo y la gestión de sus recursos, como herramientas para mejorar la coordinación, cooperación, responsabilidad, gobernanza y sostenibilidad de la actividad a nivel nacional y regional. | Fortalecer la institucionalidad para el turismo |
| | | Mejor gestión de los recursos económicos del turismo |
| | | Generar información eficiente para las políticas públicas en turismo |
| | | Propender por un turismo más responsable y sostenible |
| Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística | Fortalecer los procesos de gestión e innovación del desarrollo del turismo sostenible en los destinos del país, de manera que se incremente la competitividad de la oferta de productos, actividades y servicios de alto valor agregado en los territorios. Fortalecer los procesos de gestión e innovación del desarrollo del turismo sostenible en los destinos del país, de manera que se incremente la competitividad de la oferta de productos, actividades y servicios de alto valor agregado en los territorios. | Fortalecer la planificación y ordenamiento territorial para el turismo |
| | | Desarrollar productos turísticos diferenciados y de alto valor |
| | | Fortalecer la integración regional para el turismo |
| | | Seguridad turística moderna |
| Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo | Generar herramientas de gestión y coordinación interinstitucional público-privada para articular los requerimientos y necesidades del sector turístico en el desarrollo de la infraestructura del país; para dinamizar la inversión | Atracción de la inversión para planta e infraestructura turística sostenible de talla mundial |
| | | Aumento de la inversión extranjera directa en turismo |
| | | Fortalecimiento de la inversión público - privada para la infraestructura turística |

| | | |
|---|--|--|
| | extranjera y nacional en el desarrollo de planta y servicios turísticos de talla mundial; así como para optimizar la conectividad integral asociada a este sector en los destinos. | Más y mejor conectividad aérea |
| | | Mejor conectividad terrestre, digital, fluvial, marítima y náutica |
| | | Infraestructura sostenible para el turismo |
| Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo | Fomentar herramientas especializadas para fortalecer el desarrollo empresarial, la cultura de la innovación y un ambiente propicio para los negocios del sector turístico. | Mejorar el ambiente de negocios para el turismo |
| | | Impulsar el desarrollo de emprendimientos turísticos |
| | | Empleabilidad decente para el sector |
| | | Innovación para potencializar el sector |
| Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo | Fortalecer la educación, formación, capacitación y vinculación del talento humano que requiere la actividad turística en Colombia, con altos estándares de calidad y competencia. | Capacidades para el talento humano vinculado al sector turismo |
| | | Guianza turística pertinente y más profesional |
| | | Fortalecimiento del Programa Colegios Amigos del Turismo (CAT) |
| Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad | Aumentar la demanda de productos turísticos de Colombia a través del posicionamiento, mercadeo y promoción nacional e internacional de sus destinos; la simplificación de procedimientos y el desarrollo de incentivos para mejorar la decisión de viaje, la visita y permanencia turística en el país, con énfasis en la garantía del derecho al aprovechamiento del tiempo libre a través del turismo, fortaleciendo la función social del Estado en esta materia. | Promoción turística efectiva de Colombia como destino turístico. |
| | | Facilitación turística. |
| | | Turismo con equidad para todos los colombianos |

Fuente: adaptado del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT, 2018).

De acuerdo con los registros del sector, el país ha presentado resultados positivos, gracias a las estrategias y acciones implementadas a través del Plan Sectorial de Turismo del año 2005, tal como consta con el incremento en el número de turistas extranjeros que han llegado al país, pasando de 933.000 en el año 2005 hasta 4.276.146 en el año 2018 (Centro de Información Turística [CITUR], 2018). Sin embargo, se evidencia con el nuevo Plan Sectorial de Turismo 2018-2022, que estas estrategias se han quedado cortas para lograr todas las mejoras requeridas en el proceso de apuntalar la competitividad del turismo, principalmente en cuanto a la consolidación de los sistemas de información turística y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación que posibiliten recopilar datos clave relacionados con los intereses de los turistas, los motivos de llegada al país, entre otros. Con referencia al turismo cultural, este nuevo plan reconoce su relevancia junto con el del turismo de naturaleza, salud y bienestar y el turismo de reuniones; debido a las potencialidades altamente diferenciadoras que poseen con respecto a los países competidores. Específicamente, con relación al turismo cultural, se expone que:

La amplia diversidad cultural de Colombia presenta una gran posibilidad para liderar este segmento en Suramérica, donde según FONTUR (2016) en promedio el gasto asociado al turismo cultural oscila entre USD\$ 1.870 y USD\$ 3.140, dependiendo del destino. Así mismo, representa una oportunidad para promover el desarrollo de la economía naranja y valorizar nuestra gastronomía, música, artesanía y moda, entre otras industrias creativas; las expresiones y bienes del patrimonio material e inmaterial, las festividades y eventos, así como el etnoturismo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT], 2018, p. 17, 18).

De acuerdo con el citado texto, se visualiza que el turismo cultural ha logrado un mayor posicionamiento en los países suramericanos, lo cual obedece en parte, a dos asuntos en particular. Por una parte, la transversalidad del sector, es decir las diversas modalidades y actividades que integran el turismo cultural, las

cuales permiten llegar a un segmento mayor de turistas potenciales, lo que incrementa de forma paulatina el número de viajeros interesados y que llegan al país en busca de este tipo de turismo. Por otra parte, es una realidad el crecimiento económico que ha tenido el turismo cultural, gracias al alza de la demanda de turistas internacionales.

Este inventario de logros institucionales se podría unir a la *“Política de Turismo Cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio”*, promulgada en el año 2007, con la cual se determinó que “todo desplazamiento turístico tiene una implicación cultural: sin la cultura no se explica el turismo” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Cultura, 2007, p. 4); al tiempo que enfatiza en dos claras ventajas diferenciales del turismo cultural en Colombia, a saber:

- Transversalidad con otros tipos de turismo: adicional al turismo puramente cultural, esta práctica turística en particular incluye otras actividades complementarias que también motivan a realizar turismo cultural, algunas de estas, son: gastronomía local, las visitas a monumentos y museos, asistencia a eventos, ferias, fiestas, exposiciones, representaciones teatrales, culturales y folclóricos de trascendencia y la adquisición de productos tradicionales artesanales.
- Multiterritorialidad: dado que los recursos asociados al turismo cultural son los monumentos, el patrimonio arquitectónico, los bienes muebles, restos arqueológicos, museos o tradiciones populares; por lo tanto, este puede encontrarse en todo el territorio nacional (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Cultura, 2007).

Conforme con lo anterior, también se destaca en la Política de Turismo Cultural de Colombia, una serie de atractivos turísticos culturales, muchos de ellos reconocidos como Bienes de Interés Cultural de carácter Nacional, Patrimonio Mundial de la Humanidad, Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad, entre

otros; los cuales se explican con mayor detalle en la siguiente sección de este artículo, con la finalidad de hacer un acercamiento con respecto a las potencialidades que los mismos poseen, para lograr la consolidación a futuro del turismo cultural en Colombia. Grosso modo, el propósito fijado con esta Política de turismo cultural, fue posicionar al país como “un destino de turismo cultural nacional e internacional que, a través del aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural, genere dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Cultura, 2007, p. 12).

Por otra parte, esta Política se rige por los principios de participación, identidad, sostenibilidad, equidad, coordinación, concertación y descentralización. Adicional a esto, registra los lineamientos estratégicos para la gestión, la promoción turística cultural y la implementación de esta política, pueden observarse en la figura 1.

| Sostenibilidad del turismo cultural | Gestión del turismo cultural | Sinergia, Información e Investigación |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> •Desarrollar en forma sustentable los recursos turísticos, protegiendo el patrimonio natural y cultural del país. •Promover la corresponsabilidad institucional en la protección patrimonial y divulgación cultural. | <ul style="list-style-type: none"> •Mejoramiento de la oferta para el turismo cultural. •Investigación de mercados. •Diseño del producto turístico cultural. •Participación de las comunidades receptoras y estructuración del sector. •Formación del talento humano para el turismo cultural. •Gestión de la información para la promoción del turismo cultural para el turista. •Mercadeo y promoción del turismo cultural. | <ul style="list-style-type: none"> •Articulación con otras entidades del Estado en sus diferentes niveles; a través de organizaciones civiles y de la empresa privada (sinergia). •Implementación de metodologías de compilación y actualización de información, difusión y utilización de datos (información). •Identificar y documentar el patrimonio cultural mediante evaluaciones de impacto del sector de turismo cultural (investigación). |

Figura 2. Lineamientos estratégicos de la Política de Turismo Cultural de Colombia.

Fuente: adaptado de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Cultura (2007).

Valga resaltar que para la implementación de la Política de Turismo Cultural, el país cuenta con la participación de una serie de entidades nacionales, territoriales, asociaciones y agremiaciones, entre las cuales, cabe mencionar las siguientes: Presidencia de la República, los diferentes Ministerios del país, Departamento Nacional de Planeación (DNP), Fondo de Promoción Turística de Colombia, PROEXPORT, SENA, COLCIENCIAS, FINDETER S.A., BANCOLODEX, FOMIPYME, Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH), Instituto Geográfico Agustín Codazzi, DANE, Museo Nacional de Colombia y Red Nacional de Museos, Gobernaciones, Alcaldías Municipales y Distritales, Fondos territoriales de promoción turística y de cultura, ANATO, COLTELCO, Universidades y entidades educativas que cuenten con programas del sector cultural y turístico, Empresas privadas del sector turístico y cultural, etc. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Cultura, 2007).

Es pertinente señalar que de esta Política de Turismo Cultural se derivan diversos cuerpos normativos de carácter específico, es decir que se enfocan en preceptuar otros subsectores turísticos y culturales estratégicos, así como determinadas prácticas culturales asociadas con este tipo de turismo. Según el Ministerio de Cultural (2015), entre estas se encuentran:

Política para la Protección del Patrimonio Cultural Mueble (2013) enfocada en la protección de los objetos que los seres humanos, en este caso, los colombianos producen ya que, son parte constitutiva de la vida, de las dinámicas y las relaciones sociales y representan no solo las ideas, sino, en general, la cultura.

Política para el Conocimiento, la Salvaguardia y el Fomento de la Alimentación y las Cocinas Tradicionales de Colombia (2013): busca valorar y salvaguardar la diversidad y riqueza cultural de los conocimientos, prácticas y productos alimenticios de las cocinas tradicionales de Colombia, como factores fundamentales de la identidad, pertenencia y bienestar de su población.

Política para la Gestión, Protección y Salvaguardia del Patrimonio Cultural (2013): su propósito es lograr la apropiación del patrimonio cultural por parte de la ciudadanía y de todos los demás actores del Sistema Nacional de Patrimonio Cultural (SNPC). En este sentido, se comprende que el patrimonio cultural de la nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana⁵ (Congreso de Colombia, Ley 1185 de 2008, artículo 1°, que modifica el artículo 4° de la Ley 397 de 1997).

Política de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) (2011). Orientada hacia el fortalecimiento de la capacidad social de gestión del PCI para su salvaguardia y fomento, como condición necesaria del desarrollo y el bienestar colectivos. En esta norma también se hace referencia al Decreto 2491 de 2009, con el que se estableció que el procedimiento para incluir determinada manifestación cultural a la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial se efectúa mediante la presentación previa de un Plan Especial de Salvaguardia, el cual debe contar con la aprobación del Consejo de Patrimonio departamental respectivo, o nacional, según corresponda.

Política de Museos (2015). Su objetivo es la protección, conservación y desarrollo de los museos existentes y la adopción de incentivos para la creación de nuevos museos en todas las áreas del Patrimonio Cultural de la Nación. Así mismo, para estimular el carácter activo de los museos al servicio de los diversos niveles de educación como entes enriquecedores de la vida y de la identidad cultural nacional, regional y local.

Al respecto, son notorios los esfuerzos ejecutados por el Gobierno Nacional desde el contexto normativo e institucional, para impulsar y consolidar la

⁵ El patrimonio cultural de la nación está integrado por: la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, filmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico (Congreso de Colombia, Ley 1185 de 2008, artículo 1°, que modifica el artículo 4° de la Ley 397 de 1997).

competitividad del sector turístico en Colombia, mediante la intervención y el trabajo integral de todos los actores internacionales, nacionales y locales involucrados con este sector. Particularmente, en cuanto al turismo cultural, se evidencian importantes oportunidades para su potencialización, gracias a los diversos atractivos turísticos que han sido reconocidos por entidades internacionales como la UNESCO, lo que contribuye con la promoción y la aceptación de estos por parte de la población local y los visitantes extranjeros.

Según su desarrollo institucional queda en evidencia que, el sector Turismo no está exento de normatividad, esta podría considerarse abundante, aunque no por ello está exenta de revisión para actualizar, modernizar, organizar y direccionar la política turística frente a la nueva realidad caracterizada por el aumento en el número de visitantes, un creciente interés internacional y muchísimas tareas pendientes en todos los ámbitos de organización de la cadena de producción. Aún esta pendiente el desarrollo de actuaciones que mejoren la institucionalidad y posibiliten una mejor coordinación de esfuerzos; estos son claves al momento de proveer de mejores condiciones al país en pro de una mayor inversión e infraestructura adecuada, capacitación y formalidad en toda la cadena; aspectos que resultan determinantes en el propósito de un turismo con estándares mínimos de calidad y seguridad, con servicios adecuados y una oferta diversificada. En este contexto una revisión del marco normativo debería dar cuenta del papel de las regiones, que deberán lograr mayor articulación de su potencial con el ordenamiento territorial, al tiempo que sus políticas y planes se pongan a tono con la política nacional y que, los destinos integren sus respectivos planes de ordenamiento territorial con una planeación turística. Avanzar en esta dirección permitiría hacer cada vez más viable un proyecto a gran escala y una proyección mayor del turismo cultural de Colombia a nivel internacional.

De otra parte, persisten importantes vacíos normativos de carácter nacional y territorial que superados permitirían incorporar de forma clara y contundente un turismo sostenible que genere equilibrio entre lo social, económico y ambiental, posibilite el aprovechamiento de economías de escala, al tiempo que garantice

a los pequeños y grandes inversionistas, seguridad jurídica. Se trata de pensar en un marco normativo que oriente el propósito colectivo de construir un sector turístico que aproveche sus importantes ventajas y potencialice el desarrollo de estas. Armonizar el marco normativo e institucional con la disponibilidad de recursos y atractivos turísticos culturales de forma que se puedan emprender y consolidar procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural, sigue siendo tareas pendientes en Colombia.

Desde esta perspectiva, a continuación, se reseñan los atractivos turísticos culturales que evidencian la necesidad de ir más allá de la conceptualización y determinar unos lineamientos institucionales que integren y potencialicen al sector.

5. Recursos Culturales que Impulsan el Turismo Colombiano.

A lo largo y ancho de su territorio, Colombia cuenta con una riqueza cultural diversa y representativa asociada a su desarrollo histórico, ampliamente reconocido tanto al interior como fuera del país. Al respecto, Díaz Criollo (2018a) y Espinal Monsalve y Ramos Ramírez (2017) señalan que el turismo cultural incluye la actividad desarrollada a través de museos y sitios patrimoniales que generan beneficios económicos y sociales relevantes para la nación. En los últimos años, se han visto realidades que potencializan esta actividad, como es el hecho que muchos sitios hayan sido declarados por parte de la Unesco como Patrimonio de la Humanidad, en los que se destacan aquellos patrimonios inmateriales, es decir, que incluyen tradiciones y festejos. En la actualidad Colombia cuenta con 9 sitios (6 culturales, 2 naturales y uno mixto).

En las siguientes líneas se referencian algunos de los atractivos turísticos de carácter cultural con los que dispone Colombia para potencializar este subsector turístico. En este sentido, es pertinente comenzar con Cartagena, una ciudad que, en 1984, consiguió la declaración de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, para la protección del conjunto monumental, el puerto y todas las

fortalezas de la bahía, lo que refrenda el papel que el conjunto defensivo tiene dentro del patrimonio cartagenero. Pero, además, esta declaración contribuye especialmente, con respecto al turismo internacional, ya que el rico imaginario turístico de Cartagena de Indias permitiría que la ciudad histórica fuera reconocida como Patrimonio Cultural. Esta cuenta con un grupo de bienes culturales integrados en el que se destaca el Castillo de San Felipe que recibe el 95% de las visitas efectuadas en torno al conjunto defensivo de la ciudad. Debido a la relevancia patrimonial y turística de estos lugares, desde el año 2012, a través de la Escuela de Taller de Cartagena, se inició un proceso de acondicionamiento de las murallas, el edificio de las bóvedas y posteriormente, las fortificaciones en su conjunto (Menchero Sánchez, 2017).

De acuerdo con el Ministerio de Cultura de Colombia (citado por Menchero Sánchez, 2017) la ciudad de Cartagena dispone de un catálogo de 95 Bienes Inmuebles de Interés Cultural, de los cuáles 41 de ellos son parte integrante de las fortificaciones de la ciudad y fueron incluidos, todas ellos al unísono mediante el Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995; la mayoría de estos inmuebles se integran dentro de las murallas, como baluartes (17), cortinas (12) y, en menor medida, se encuentran los fuertes (7) y baterías (7), así mismo, la mayor parte se encuentran en el centro histórico (23). Adicionalmente, algunas de las fortificaciones estudiadas por Mechero Sánchez (2017), fueron: 9 baluartes (Santa Bárbara, San José, El Reducto, San Francisco Javier, Santo Domingo, Santa Clara, La Merced, San Lucas y Santa Catalina); 5 castillos o fuertes (San Felipe Barajas, San Sebastián del Pastelillo, San Juan del Manzanillo, Castillogrande y San Fernando de Bocachica); 1 batería (Ángel San Rafael) y 2 edificios vinculados (Puerta del Reloj y Las Bóvedas).

Sumado a lo anterior, Menchero Sánchez (2017) identificó que las murallas de Getsemaní y San Diego, son visitadas principalmente por residentes y el resto de sectores amurallados, son frecuentados en su mayoría por turistas. Se evidencia un mayor número de turistas en el horario nocturno, especialmente parejas y familias, aunque en el horario diurno se observan numerosos grupos

guiados. La entrada a los sitios turísticos estudiados por este investigador, es gratuita, con la excepción de San Felipe que contempla cinco tipos de entradas: tarifa plena, nacional, reducida, mínima y gratuita. En términos generales, es posible señalar que la labor de la Escuela Taller ha contribuido con la conservación del patrimonio cultural cartagenero, en especial sus fortificaciones; sin embargo, también se le ha dado a estos sitios un uso diferente al turístico, ya que se han cedido en numerosas ocasiones para el desarrollo de eventos privados, principalmente bodas, lo que supone la privatización del patrimonio cultural en la ciudad, dificultando su disfrute por parte de los residentes y de los turistas.

Por otra parte, Rojas (2017) destaca en el departamento de Boyacá, específicamente en el municipio de Paipa, el Concurso Nacional de Bandas Musicales de esta localidad, un evento cultural que nació como concurso departamental en el año 1973 y en el ámbito nacional en 1975 y desde entonces se han incluido diversas formas de expresión musical como las *bandas juveniles* (bandas-escuela) en los 80s, las *bandas especiales* (de gran formato) en los 90s y las *bandas universitarias* (sinfónicas, con base en programas universitarios de carácter profesional) en 2005 (Rojas 2010 citado por Rojas, 2017). Gracias a su larga trayectoria, este concurso fue declarado por el Ministerio de Cultura como un Bien de Interés Cultural de Carácter Nacional en el año 2004, siendo este, el punto de partida para ser reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial, lo que tuvo una duración de una década aproximadamente y que después de un arduo proceso de patrimonialización, mediado por fuertes diferencias entre sus gestores pero siguiendo los requisitos definidos con el al Decreto 2491 de 2009, finalmente logró ingresar a la Lista Representativa por Resolución 3047 de 2013 del Ministerio de Cultura, como concurso (Concurso Nacional de Bandas Musicales de Paipa) y como encuentro (Encuentro Nacional de Bandas Musicales de Paipa).

Entre los recursos culturales turísticos que son potenciales en Colombia es importante hacer mención del Paisaje Cultural Cafetero⁶, el cual fue declarado Patrimonio Mundial por parte de la UNESCO en 2011, mismo año en el que fue reconocido como Patrimonio Cultural de la Nación. El Paisaje Cultural Cafetero está conformado por “47 municipios que constituyen el área principal, y 4 municipios que hacen parte de la zona de influencia. Los municipios del área principal se distribuyen (...), así: en Caldas (17), Quindío (11), Risaralda (10) y Valle del Cauca (9)” (CONPES. Documento Conpes 3803, 2014, p. 6).

En materia de turismo cultural, como su nombre lo indica, este gira en torno al café, desde su producción hasta su consumo, destacándose en esta zona su arquitectura religiosa (templos y cementerios), las tradiciones y manifestaciones de su patrimonio cultural inmaterial, los personajes y objetos asociados con la actividad cafetera y su proceso de colonización, la gastronomía en su mayoría paisa o montañera, sitios tradicionales de encuentro como las fondas camineras en la zona rural, y los cafés en la urbana, el vestuario, representado en el atuendo del arriero, las fiestas asociadas directamente con la cultura cafetera, tales como las Fiestas Nacionales del Café, en Calarcá; la Fiesta del Canasto, en Finlandia; y las Fiestas de La Cosecha, en Pereira, así como las fiestas que promueven la música o el folclor tradicionales, el fervor religioso o la herencia indígena o española⁷, las artesanías tales como el sombrero aguadero, las cestas o canastos de Finlandia, los objetos en madera, las esculturas y otros bienes culturales muebles, los mitos o leyendas que persisten en las zonas rurales de la región como la madre monte, la patasola, el hojarasquín del monte, el mohan o muán y el putas de Aguadas, entre otros y la música inspirada en el café (CONPES. Documento Conpes 3803, 2014).

⁶ De acuerdo con el Comité de Patrimonio Mundial, el término paisaje cultural “abarca una diversidad de manifestaciones de las interacciones entre la humanidad y su ambiente natural [es por ello que] (...) los paisajes culturales deberán seleccionarse sobre la base de su Valor Universal Excepcional y de su representatividad en términos de una región geocultural claramente definida y, en consecuencia, por su capacidad para ilustrar los elementos culturales esenciales y distintivos de dichas regiones (Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO, 2005).

⁷ El Carnaval de Riosucio; la Fiesta de la Guadua, en Córdoba; la Feria de Manizales; el Festival del Pasillo, en Aguadas; el Festival de la Bandola, en Sevilla; el Concurso Nacional de Duetos, en Armenia; el Concurso Nacional del Bambuco, en Pereira; y los alumbrados de Quimbaya y de Salamina (CONPES. Documento Conpes 3803, 2014, p. 10).

Al Paisaje Cultural Cafetero se vincularon las riquezas culturales turísticas de la ciudad de Manizales. En este caso, Díaz Criollo (2018b), explica que entre las principales actividades culturales y de patrimonio cultural se encuentran el Centro Histórico (Monumento Nacional), Monumento a los Colonizadores, Catedral Basílica, museos. Con relación a las manifestaciones culturales se destaca la reconocida Feria de Manizales, así como el Festival Internacional de Teatro. De igual forma, cuenta con el festival de la imagen, Manizales grita Rock, Temporada sinfónica, Festival de café, arte y orquídeas. También existe la declaratoria de Paisaje Cultural Cafetero (Patrimonio Cultural de la Humanidad).

En la Ciudad de Medellín, Espinal Monsalve y Ramos Ramírez (2017), identificaron que los museos de la ciudad son un potencial del desarrollo turístico cultural, estos alcanzaron un número de visitantes aproximadamente constante durante el período comprendido entre los años 2012-2014, destacándose el Museo de Antioquia y el Museo de Arte Moderno de Medellín (MAMM) y un ligero incremento en este resultado con respecto a los meses de diciembre y enero, dado que esta época coincide con las vacaciones escolares y con la de fin de año, tiempo durante el cual, en ciertas ocasiones, se disminuyen las tarifas y motivan a más visitantes, tanto locales como internacionales y nacionales. Es un espacio cultural que requiere de una mayor atención y una mejor gestión para que se sume a los logros del turismo internacional. Estos autores agregan en cuanto al Patrimonio ambiental y cultural de Medellín se destacan las visitas al Jardín Botánico Joaquín Antonio Uribe.

En términos de apropiación social es evidente que el país con cerca de 80 municipios que han registrado sus museos, requiera avanzar hacia la democratización de los museos haciéndolos más accesibles e incluyentes dentro de las políticas públicas locales, regionales y nacionales, resaltando el valor de sus colecciones y reivindicando su importancia educativa y participativa, así como fortalecer los públicos locales, actores fundamentales en la valoración y apropiación patrimonial. Ello requiere el fortalecimiento de la planeación estratégica, en función del afianzamiento institucional y el establecimiento de

redes de cooperación que permitan la sostenibilidad, el incremento de la oferta educativa, el posicionamiento con los públicos y la gestión de colecciones, entre otros aspectos. En este sentido, se hace evidente uno de los grandes vacíos institucionales: la necesidad de la aplicación de políticas, normativas y compromisos corporativos que estimulen a la concientización ambiental, la adopción de estándares técnicos museológicos que determinen procesos y procedimientos técnicamente adecuados para fortalecer el inventario, el registro y la clasificación de los testimonios y/o colecciones, cualificar los procesos investigativos y la producción y gestión del conocimiento, se constituye una actividad de primer orden.

Lo anterior deja en claro la necesidad de realizar un balance más profundo y completo del patrimonio y su relación con el desarrollo de los territorios, e invita a pensar en la forma cómo este tipo de investigaciones pueda contribuir a ampliar el espectro para que, de la mano de la academia, los gobiernos locales y nacionales e instituciones de cooperación internacional, caso Unesco, se avance en la dirección de ir llenando estos vacíos y ofreciendo posibilidades de hacer del patrimonio, un factor clave de desarrollo productivo y social del país. Ciertamente, la gestión pública y social del patrimonio tiene un conjunto de retos que deberán ocupar la agenda de acciones en favor del desarrollo, y en ellos, la sostenibilidad del patrimonio es fundamental; como lo son, el hecho de invocar decisiones públicas oportunas, la incorporación cada vez más activa de las comunidades, y de la empresa privada.

6. Desafíos para el Turismo Cultural en Colombia

Colombia y sus diferentes regiones han dado pasos significativos en el proceso de potencializar el turismo cultural del país, especialmente por la diversidad de atractivos turísticos que poseen al respecto, a lo largo y ancho del territorio nacional; lo que ha derivado en el mejoramiento de la calidad de vida de la población vinculada con este tipo de actividades turísticas y de la imagen del país, la satisfacción de los visitantes nacionales e internacionales, así como el

paulatino crecimiento de la economía de las comunidades locales. No obstante, aún queda un arduo camino por recorrer para llegar a ser un destino turístico cultural ineludible entre las diferentes opciones existentes a nivel mundial y regional; para lo cual se requiere, de acuerdo con Rabbiosi y Giovanardi (2017), la diversificación de las perspectivas locales, hasta alcanzar una visión integral y abierta del entorno global, esto con la finalidad de generar oportunidades eficaces y para influenciar conexiones entre diferentes destinos turísticos, detectando el comportamiento empresarial de diferentes niveles (micro y macro).

Desde esta perspectiva, Díaz Criollo, (2018a, 2018b), plantea que debido a que algunas comunidades presentan riesgo de perder el patrimonio que tiene su territorio, surge la necesidad de definir e implementar lineamientos normativos y estratégicos que permitan lograr una operación turística cultural más eficiente, basada en la sostenibilidad, es decir asegurando las necesidades del presente sin comprometer los requerimientos de las generaciones futuras. Esto último, se puede conseguir, según Phillips y Stein (2013 citados por Díaz Criollo, 2018a), con la vinculación de la preservación histórica y el desarrollo económico de la comunidad. En este sentido, Menchero Sánchez (2017), señala que para alcanzar la perdurabilidad del turismo cultural en el tiempo, todos los actores tienen la responsabilidad de mejoras en la conservación de los inmuebles turísticos, revisando y verificando previamente sus condiciones actuales, para efectuar las medidas preventivas y correctivas requeridas para cada uno de estos inmuebles. Leal Londoño y Medina (2017), agregan que se hace necesario, fortalecer las capacidades de los actores (dueños, promotores y ejecutores del plan de mejoras y estratégico) que les permita realizar una autogestión a más largo plazo de manera que se garanticen iniciativas de esta índole en el futuro.

Dado que los turistas son sujetos complejos, tienen múltiples motivaciones para realizar sus viajes y sus intereses turísticos están en constante evolución, es indispensable que las organizaciones relacionadas de una u otra forma con el turismo cultural colombiano estudien continuamente a los visitantes locales e

internacionales con la finalidad de hallar explicaciones a estas cuestiones (Prada-Trigo, López-Guzmán, Pesántez, & Pérez-Gálvez, 2018); gestionen información clave para diseñar y ejecutar acciones estratégicas que contribuyan con su satisfacción y de este modo, contemplen la posibilidad de regresar al país a disfrutar de este tipo de turismo. Así mismo, es primordial que estas empresas reconozcan el nuevo perfil del turista en la era digital y la innovación como fundamento de sus estrategias (López Rodríguez & López Rodríguez, 2018).

De acuerdo con Naranjo Arango, Naranjo Africano y Leones Viana (2018), una de estas estrategias, es la identificación y reconocimiento de la multiculturalidad gastronómica del país, con la finalidad de generar una identidad y marca al respecto, mediante la creación de platos que demuestren la calidad y la riqueza culinaria colombiana en el exterior. En este sentido, Bunakov, Eidelman, Fakhrutdinova y Gabdrakhmanov (2017), consideran conveniente el desarrollo de la industria de alimentos nacional y local basada en la nutrición saludable, para impulsar el crecimiento del turismo cultural. Sumado a esto, otra estrategia válida para potencializar el turismo cultural, según lo planteado por González Vergara y Baquero Tobías (2018), es promover el turismo artesanal, gracias a la vocación histórica que tienen numerosas comunidades colombianas con respecto a la producción de objetos autóctonos de sus propias regiones, los mismos que son fuertemente apetecidos por los turistas nacionales e internacionales. Para esto, se hace relevante la búsqueda de una grata experiencia para los turistas mediante la habilitación de espacios agradables donde puedan operar los servicios turísticos asociados con esta actividad y donde los artesanos exhiban de una forma especial, sus productos, posibilitando el ingreso a personas con movilidad reducida, así como fomentando la sana convivencia y el respeto por las culturas.

La investigación acá presentada reafirma que, otra de las acciones esenciales que se debe ejecutar en el país para optimizar su turismo cultural, es el mejoramiento de los sistemas de información turística, principalmente según Espinal Monsalve y Ramos Ramírez (2017), mediante “la consolidación [y

actualización frecuente] de un sistema de datos turísticos confiables que permitan abordar desde diferentes perspectivas el estudio del turismo cultural y el impacto que éste tiene sobre el desarrollo local” (p. 78). Así mismo, Pupiales Rosero (2018) enfatiza en la necesidad de que los actores involucrados con este sector, realicen un cambio de mentalidad y de apropiación con respecto a las Tecnologías de la Información y la Comunicación digitales para integrarlas a la gestión turística cultural y de este modo, lograr el posicionamiento de los atractivos turísticos de este tipo. Todo esto en particular puede lograrse porque el país ha estado mejorando en conectividad y ha iniciado su propia transformación digital, aunque también se requiere aumentar el acceso a Internet de banda ancha para cerrar las brechas a los servicios digitales e incrementar la velocidad de Internet, para que el *Big Data*, *Cloud*, el uso de inteligencia cognitiva y otras tecnologías emergentes sea óptimo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [Mincit] & Fondo Nacional del Turismo [FONTUR], 2017).

Se ha evidenciado además, en correspondencia con lo planteado por Lombana Martínez (2017) que, en algunos sitios turísticos culturales en Colombia, se hace importante aumentar la seguridad de los turistas, el apoyo por parte de los emprendedores, empresarios y empleados de las instituciones gubernamentales en la promoción efectiva de estos lugares, efectuar brigadas de limpieza, mantenimiento y mejoramiento de la infraestructura de estos inmuebles.

De otra parte, es evidente que el país debe realizar un gran esfuerzo que traiga consigo un marco normativo e institucional del sector turístico, más consecuente con la actividad cultural y proyecte el turismo de forma integral ya que si bien el ordenamiento jurídico nacional cuenta con diversas leyes y políticas públicas para regular y fortalecer estas actividades, también persisten vacíos y una falta de integración que potencialice al sector. En la coyuntura actual, es claro que el Estado colombiano según lo señalado por Velandia Silva (2017), tiene el desafío de mejorar el Consejo Nacional de Política Económica y Social — CONPES en el Plan Nacional de Desarrollo y vincularlo al Tratado de Paz, para que de este modo, se integren a los planes turísticos nacionales y regionales aquellas zonas

que fueron aisladas durante el conflicto armado del país y que son estratégicas para convertirse en iconos del turismo histórico, cultural y de memoria colectiva. Así mismo, estos autores agregan la creciente necesidad de reforzar la conservación del paisaje y continuar con el plan de acción estratégico de turismo.

7. Conclusiones

Los elementos expuestos permiten, en principio, reflexionar críticamente sobre la autenticidad que guarda el invocar un turismo cultural en Colombia, sin desconocer el gran potencial del país y que la cultura no disocia los individuos, por el contrario, los integra; de ahí que las iniciativas en favor de esta actividad deberán incorporar el concepto de construcción colectiva. El turismo cultural deberá ser una consecuencia lógica de las experiencias vividas por los individuos y las comunidades y de la capacidad de acompañar los desarrollos institucionales mediante una activa participación y gestión. Este es un gran vacío en las iniciativas de promoción e impulso del turismo cultural en Colombia que se recrea bajo criterios aspiracionales y sobre la base de recursos disponibles, restando real importancia a un tratamiento auténtico de la cultura. Una iniciativa de esta naturaleza podría incorporar el concepto de culturas emergentes como elemento clave en la promoción del turismo como iniciativa de desarrollo local, regional y nacional.

El estudio realizado realza el valor de lo local y lo territorial como elemento clave para la reflexión e impulso de iniciativas en favor del desarrollo turístico de carácter cultural; sin embargo, no son pocas las experiencias vividas en el país en los que se hace explícita una híper-localidad, con serias implicaciones que comprometen el sentido económico e incluso patrimonial que debe acompañar este tipo de opciones turísticas. Se trata de hacernos conscientes e internalizar en la normatividad, políticas y programas el hecho de que, como alternativa de desarrollo, esta no rivaliza con los intereses individuales y cosmovisiones de las colectividades, la necesidad de preservación del patrimonio y las opciones de desarrollo, al tiempo que brinda oportunidad a auténticas riquezas culturales.

Piéñese tan sólo que no todas las comunidades son recursos turísticos, ni están a disponibilidad para el turista. En el caso de las opciones asociadas al patrimonio inmaterial, estas pueden ser de reivindicaciones, o convertirse en mecanismos de resistencia; algo por cierto relevante en momentos en los que las políticas y acciones del orden nacional y regional pretenden convertir a muchos de los territorios, en otrora espacios de conflicto, en territorios resilientes, promovidos incluso con acuerdos de conveniencia internos a la comunidad. Esto no sólo garantizaría el adecuado tratamiento del potencial turístico, quizás lo más importante, traería consigo la consulta de nuevas formas de asumir a la cultura como valor patrimonial y valor económico, al tiempo que evitaría la explosión de la demagogia e ideologización del turismo cultural.

En la actualidad, el turismo cultural en Colombia cuenta con una amplia gama de determinantes estratégicos para convertirse en un destino de visita obligatoria por parte de propios y extranjeros, comenzando con aquellos sitios y actividades turísticas de connotación histórica y cultural, que han sido declarados Patrimonio Cultural, Inmaterial o Mundial de la Humanidad por la UNESCO, tales como: el Distrito Turístico y Cultural de Cartagena (1984) y el Paisaje Cultural Cafetero (2011); el Concurso y el Encuentro Nacional de Bandas Musicales de Paipa, declarado como un Bien de Interés Cultural de Carácter Nacional (2004) y el Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación (2013); a las que se suman tradicionales sitios y eventos culturales de gran atracción⁸. Sin embargo, es claro que estos operan en su gran mayoría como alternativas turísticas sin mayor integración; lo que obliga a pensar en una adecuada gestión por parte de los actores mayormente comprometidos, quienes deberán buscar que la perspectiva del turismo cultural adquiera cada vez más, una dimensión internacional.

⁸ Se destacan, además, algunas fiestas, festivales y eventos culturales ejecutados en diferentes lugares, entre estos, la Feria de Manizales y las Fiestas Nacionales del Café. Se suma a esto, la multivariada de museos y que se pueden encontrar en diversos municipios del país, como el Museo de Chocolate en Villa de Leyva, el Museo de Antioquia y el Museo de Arte Moderno de Medellín (MAMM), entre otros. Adicionalmente, se reconocen las fortalezas de la actividad artesanal en Morroa y Sampues en Sucre y en años recientes, Colombia culturalmente

Pensar en un futuro más halagüeño para el turismo de Cultura en Colombia, implica reconocer que el país se ha destacado a lo largo y ancho del territorio nacional por la presencia de importantes potencializadores de esta actividad, tal como ocurre con su gastronomía. En la mayoría de las regiones, esta evoca costumbres, historia y tradiciones, brinda una oferta exquisita y con una rica diversidad de sabores para deleitar el paladar de los turistas nacionales e internacionales. Una política de promoción turística deberá integrar una gastronomía autóctona, con altos estándares de calidad. Se trata de darle cada vez, un mayor desarrollo industrial al sector.

No basta con los desarrollos institucionales *per se*, ni con una normatividad de la cual puedan derivarse importantes programas o proyectos que se quedan en el papel. Se requiere democratizar el Turismo cultural y hacer de este, una realidad producto del compromiso permanente del gobierno y autoridades locales, de la institucionalidad propia del sector, empresarios y comunidades quienes en un lenguaje común deberán permitir que el turismo cultural emerja como una opción de riqueza y bienestar en los diferentes territorios del país. Es este quizá el mayor reto que acompaña el futuro del turismo cultural en Colombia y el cual hará posible que irrumpa con verdadera autenticidad y aprovechamiento de su enorme potencial, tanto nacional como internacionalmente.

Bibliografía

- Banco Mundial. (23 de septiembre de 2018). *Colombia: Turismo internacional, número de arribos*. Obtenido de api.worldbank.org: <http://api.worldbank.org/v2/es/indicator/ST.INT.ARVL?downloadformat=excel>
- Barreiro, D., & Parga-Dans, E. (2013). *El valor económico del patrimonio cultural: estrategias y medidas posibles para estimular la innovación social y los emprendimientos*. Obtenido de digital.csic.es: http://digital.csic.es/bitstream/10261/90238/1/valor_economico_patrimonio_Barreiro.pdf
- Barriga Castro, A., Farías Villarraga, M., Ruiz Barreto, Á., Sánchez Victoria, A., & Jiménez Barbosa, W. (enero-junio de 2011). Turismo en salud: una tendencia mundial que se abre paso en Colombia. *Ciencia y Tecnología para la Salud Visual y Ocular*, 9(1), 125-137. Obtenido de <https://revistas.lasalle.edu.co/index.php/sv/article/view/226/167>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (2 ed.). México D.F.: Pearson Educación.
- Bunakov, O., Eidelman, B., Fakhrutdinova, L., & Gabdrakhmanov, N. (2017). Development of the food industry for the tourism industry. *Revista QUID N°1, Special Issue*, 1310-1314. Obtenido de <http://revistas.proeditio.com/iush/quid/article/view/1981/1989>
- Camacho Gómez, M., & Mejía Rocha, M. (julio-diciembre de 2018). Turismo gastronómico del cacao y el chocolate, tendencias latinoamericanas. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*(18), 58-76. Obtenido de <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/47/19>

Centro de Información Turística [CITUR]. (2018). *Estadísticas Nacionales*. Bogotá D.C.: Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros/all/4

Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO. (2005). *Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial*. Francia: Comité Intergubernamental de protección del Patrimonio Mundial cultural y natural. Obtenido de <https://whc.unesco.org/archive/opguide05-es.pdf>

Comunidad Andina. (11 de enero de 2000). *Estadísticas de turismo de la Comunidad Andina 1990 - 1998*. Obtenido de intranet.comunidadandina.org: <http://intranet.comunidadandina.org/documentos/DInformativos/SGdi214.PDF>

Congreso de Colombia. Ley 1185. (12 de marzo de 2008). Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 –Ley General de Cultura– y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial No. 46.929*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1185_2008.html

Congreso de Colombia. Ley 300. (30 de julio de 1996). Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones: actualizada. *Diario Oficial No. 42.845*. Obtenido de <https://www.anato.org/sites/default/files/Ley300de1996-Actualizada2006.pdf>

Consejo Nacional de Política Económica y Social [CONPES]. Documento Conpes 3397. (2005). *Política Sectorial de Turismo*. Bogotá, D.C.: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2005/CONPES_3397_.pdf

- Consejo Nacional de Política Económica y Social [CONPES]. Documento Conpes 3640. (2010). *Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo de Convenciones y Congresos*. Bogotá D.C.: Departamento Nacional de Planeación, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & PROEXPORT. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3640.pdf>
- Consejo Nacional de Política Económica y Social [CONPES]. Documento Conpes 3803. (2014). *Política para la preservación del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia*. Bogotá D.C.: Departamento Nacional de Planeación (DNP). Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3803.pdf>
- De La Puente Pacheco, M. (2017). Turismo médico comparado en Colombia y Singapur: Estudio sectorial y perspectivas de desarrollo. *Revista de Derecho*(47), 290-309. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/dere/n47/0121-8697-dere-47-00290.pdf>
- Delgado i Clavera, E., Jiménez, L., Barbero, J., & Ortiz, R. (2005). *Cultura y Sustentabilidad en Iberoamérica*. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura [OEI].
- Díaz Criollo, D. (2018a). El Patrimonio Cultural: una apuesta para el turismo sostenible desde el marketing cultural. *Revista Investigación y Gestión*, 1(1), 4-17. Obtenido de <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/ID/article/view/1513/1418>
- Díaz Criollo, D. (2018b). Modelo de gestión para el turismo cultural sostenible: una apuesta para Manizales, Colombia. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(2), 237-248. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6640380.pdf>

- Equipo de comunicaciones Mincomercio. (2019). *Informe al Congreso de la República 2018-II a 2019-I*. Bogota.
- Espinal Monsalve, N., & Ramos Ramírez, A. (2017). Aproximaciones al turismo cultural en Medellín, Colombia. *Revista Transitare*, 3, 63-82. Obtenido de <http://transitare.anahuacoaxaca.edu.mx/index.php/Transitare/article/view/37/21>
- González Vergara, M., & Baquero Tobías, A. (2018). Producto turístico cultural artesanal en Morroa y Sampués Sucre-Colombia. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(1), 7-28. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6358758.pdf>
- Greffé, X. (2014). El Valor Económico del Patrimonio . *Manual Atalaya -Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía*. Andalucía .
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana de Editores S.A.
- Leal Londoño, M., & Medina, F. (2017). Effects of Cultural and Tourism Policies on Local Development: the Case of Food Trails in Medellin, Colombia. *Almatourism Journal of Tourism, Culture and Territorial Development, Special Issue(7)*, 89-106. Obtenido de <https://almatourism.unibo.it/article/view/6757/6560>
- Lombana Martínez, O. (2017). Rutas de turismo cultural alternativo en Bogotá. *Cinco miradas al turismo cultural*, 155-190. Obtenido de <http://editorial.universidadean.edu.co/acceso-abierto/cinco-miradas-al-turismo-cultural-9789587564471.pdf>
- López Gallego, F. (2006). La competitividad en Colombia: Apertura económica, instituciones de apoyo y seguridad democrática. *Revista Universidad EAFIT*,

42(142), 9-25. Obtenido de <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/view/799/708>

López Rodríguez, A., & López Rodríguez, S. (2018). Impact of ict in tourism: the colombian case. *Cuadernos de Turismo*(41), 699-701. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/327081/228961>

Menchero Sánchez, M. (2017). Las fortificaciones de Cartagena de Indias y su función turística en el turismo cultural de la ciudad. *Methodos. Revista de ciencias sociales*, 5(1), 100-118. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4415/441550663009.pdf>

Menchero, M. (2018). Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 20(39), 415-438. doi:10.12795/araucaria.2018.i39.20

Mincomercio. (2019). *Informe al Congreso de la República 2018-II a 2019-I*. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Cultura. (Septiembre de 2007). *Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio*. Obtenido de www.mincultura.gov.co: <http://www.mincultura.gov.co/SiteAssets/documentos/Turismo/Politica.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [Mincit] & Fondo Nacional del Turismo [FONTUR]. (4 de julio de 2017). *Plan Estratégico y de Negocios de Turismo Cultural*. Obtenido de [mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co): http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=81496&name=Completo__Plan_Estrate?gico_y_de_negocios_del_turismo_cultural_de_Colombia.pdf&prefijo=file

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT]. (diciembre de 2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018-2022: "Turismo: el propósito que nos une"*. Obtenido de www.mincit.gov.co:
<http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (agosto de 2012). *Colombia: nuestros avances y retos para ser un destino de clase mundial*. Obtenido de [mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co):
http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=63924&name=PRESENTACION_COTELCO_CARTAGENA.pdf&prefijo=file
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2017). *Colombia: destino mundial de avistamiento de aves*. Obtenido de [mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co):
<http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=79707&name=EstrategiaAvistamientodeAvesMinCit.pdf&prefijo=file>
- Ministerio de Cultura. (2015). *Políticas Culturales*. Obtenido de www.mincultura.gov.co:
<http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/Paginas/default.aspx>
- Miranda, B. (8 de febrero de 2018). Qué hay detrás del espectacular boom del turismo que vive Colombia. *BBC Mundo en Colombia*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-42982719>
- Moreno Arias, M., & Correa Sandoval, J. (28 de febrero de 2018). Conoce el Museo del Chocolate, el lugar más dulce de Colombia. *El Espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/cromos/turismo/conoce-el-museo-del-chocolate-el-lugar-mas-dulce-de-colombia-26351>

- Naranjo Arango, R., Naranjo Africano, G., & Leones Viana, A. (enero-abril de 2018). La gastronomía colombiana. Atractivo turístico en crecimiento. *Revista Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 24(68), 103-115. Obtenido de <http://revistas.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/2509/1921>
- Ospina Díaz, M., Mora, R., & Romero Infante, J. (2013). Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia por parte de las agencias de turismo localizadas en Bogotá, D.C. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 9(17), 7-28. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4096/409633955002.pdf>
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3), 507-513. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/14688/28963>
- Prada-Trigo, J., López-Guzmán, T., Pesántez, S., & Pérez-Gálvez, J. (2018). Turismo cultural, patrimonio inmaterial y elementos que inciden en la diferente satisfacción del visitante a partir del estudio del sombrero de paja toquilla. *Cuadernos de Turismo*(41), 555-573. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/download/327151/229091/>
- Procolombia. (2017). *Inversión en el sector Servicios en Colombia*. Obtenido de inviertaencolombia.com.co: <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/servicios.html>
- Proexport Colombia. (2018). *Turismo en Colombia, una oportunidad de inversión*. Obtenido de [inviertaencolombia.com.co](http://www.inviertaencolombia.com.co): http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/086_Brochure%20INV%20Turismo%20ESP-web.pdf

- Programa de Transformación Productiva [PTP]. (2018). *Sectores: Turismo de Naturaleza*. Obtenido de ptp.com.co: <https://www.ptp.com.co/ptp-sectores/servicios/turismo-naturaleza>
- Pupiales Rosero, J. (2018). Los sistemas digitales y el turismo en el paisaje cultural cafetero, departamento del Quindío, Colombia. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(3), 265-272. Obtenido de <http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/399/397>
- Rabbiosi, C., & Giovanardi, M. (2017). Editorial. *AlmaTourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development Special Issue*, 8(7), 1-6. Obtenido de <https://almatourism.unibo.it/article/view/6746/6554>
- Ramírez, J. (septiembre de 2018). Análisis del sector turístico colombiano 2010-2018. *Revista Estudios Económicos*, 3(1), 165-174. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=944f5407-bd34-40d3-a8b7-a54ec26232af>
- Revista Dinero. (18 de julio de 2018). El buen momento del turismo colombiano durante el gobierno Santos. *Revista Dinero: Balance Turismo*. Obtenido de <https://www.dinero.com/pais/articulo/balance-del-sector-del-turismo-en-colombia-2010-2018/260174>
- Rojas, J. (2017). El Patrimonio Cultural Inmaterial en Colombia como Política de Estado: El Caso del Concurso Nacional de Bandas. *Revista Encuentros*, 15(3), 212-224. Obtenido de http://ojs.uac.edu.co/index.php/encuentros/article/view/1088/pdf_78
- Throsby, D. (2001). *Economía y Cultura*. Cambridge University Press, 73.
- Universidad Externado de Colombia. (2018). *El turismo de reuniones, la nueva apuesta de nuestro país*. Obtenido de uexternado.edu.co:

<https://www.uexternado.edu.co/administracion-de-empresas-turisticas-y-hoteleras/el-turismo-de-reuniones-la-nueva-apuesta-de-nuestro-pais/>

Velandia Silva, C. (2017). The Coffee Cultural Landscape of Colombia. *Journal of World Heritage Studies, Special Issue*, 44-50. doi:<http://doi.org/10.15068/00148448>

Vidal Fócil, A. (2017). El festival del chocolate como estrategia de Promoción del turismo cultural en el estado de Tabasco, México. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(2), 501-512. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6132934.pdf>

World Economic Forum [WEF]. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the way for a more sustainable and inclusive future*. Ginebra: WEF. Obtenido de http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

World Tourism Organization [UNWTO]. (2018). *UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition*. Madrid: UNWTO. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284419876>