



**VNiVERSiDAD  
D SALAMANCA**

**FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA**  
**Programa de Doctorado “Nuevos Recursos y Sustentabilidad en**  
**Turismo”**

**TESIS DOCTORAL**

**Modelo de turismo sustentable en Suesca –**  
**Cundinamarca como área protegida**

**ALBA LIGIA LÓPEZ RODRÍGUEZ**

Director  
**DOCTOR VALENTÍN CABERO DIÉGUEZ**

2013

La presente Tesis Doctoral fue elaborada por Alba Ligia López Rodríguez, bajo la dirección del Doctor Valentín Cabero Diéguez, Catedrático de Geografía (Análisis Geográfico Regional) en el Departamento de Geografía de la Universidad de Salamanca, para optar al título de Doctor por la Universidad de Salamanca.

Salamanca, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2013

El Director,

---

Valentín Cabero Diéguez

La doctoranda,

---

Alba Ligia López Rodríguez

*“La teoría económica nos enseña que el turismo es una de las actividades más rentables en la historia del planeta. Se trata de un sector que no conoce fronteras, no solo por el hecho de basarse en los viajes, sino porque las ramificaciones de su industria tocan a múltiples aspectos de nuestra cotidianidad. El actual rumbo de la globalización, sin embargo nos impone también evaluar cuáles son los riesgos de apostar por el turismo como motor de desarrollo y en qué medida es posible combinar el impulso a esta actividad económica con la sostenibilidad social y ambiental. Poner el acento en la vinculación entre el turismo y el desarrollo significa analizar en qué condiciones el turismo puede contribuir de forma efectiva a la lucha contra la pobreza, la injusticia social y el deterioro ambiental y cómo puede, promoviendo el respeto, la hospitalidad y el diálogo, convertirse en un instrumento para la resolución de conflictos entre culturas”.*

Equipo Editorial.  
Revista @local.glob, Número 4, 2007, Editorial.

*“En este contexto histórico y geográfico agitado, es necesario repensar las formas de entender el territorio y los espacios en que vivimos, así como cuestionar las políticas y prácticas cotidianas que están en la base misma de los problemas medioambientales, de las desigualdades sociales y de los desequilibrios territoriales”.*

Cabero, Valentín (2006-b)  
*Por una lectura crítica del territorio: repensar el oikoumene.*  
Sociedad y Medio Ambiente

## AGRADECIMIENTOS

La culminación de esta etapa ha sido la más alta meta en mi vida profesional y una de las más grandes a nivel personal. De ella he aprendido a valorar y fortalecer la paciencia, la diligencia, la constancia, la confianza y la tolerancia, necesarias para enfrentar el gran reto de abordar esta investigación. Agradezco a Dios, por darme la lucidez y por guiarme en el camino que finalmente me ha llevado a culminar este documento. Agradezco el apoyo de mi familia, mi mamá y mis hermanos Carlos, Cristina y Sergio, quienes con su amor y comprensión me han proporcionado el apoyo moral para seguir adelante.

Mis más profundos agradecimientos al Dr. Valentín Cabero Diéguez por sus invaluable enseñanzas y la orientación proporcionadas en el desarrollo de esta tesis. Además, resalto en él el gran “*don de gentes*”, que me ha inspirado y motivado para aportar un “*grano de arena*” al desarrollo de mi país, mediante la investigación.

Igualmente, agradezco a todos mis profesores del doctorado en Nuevos Recursos y Sustentabilidad en Turismo de la Universidad de Salamanca, por las enseñanzas, que han sabido transmitir tan sabiamente y por el apoyo que me han brindado. Son ellos el Dr. Alfonso Hortelano, Dr. Luis Serrano Piedecabras, Dra. María Isabel Martín, Dr. Julio Villar Castro y Dr. Rubén Darío Utría.

Hago un reconocimiento especial a la Sra. Patricia Valencia Directora del Comité Turístico de Suesca y operadora turística en Suesca, al Sr. Oscar Alejandro Crisanchos profesor de danza folclórica y guía turístico en Suesca y al Sr. Javier

Ramírez dueño del hotel “La Posada de la Montaña” ubicada en Suesca, quienes me han facilitado la información de la tradición oral y leyendas del municipio de Suesca. A la Sra. Zoraida Pabón – Presidenta de CONAMIC<sup>1</sup>-, quien me ha apoyado y facilitado el acercamiento con microempresarios.

Finalmente hago un reconocimiento especial a la Universidad Antonio Nariño por el apoyo brindado por la Sra. Rectora, para desarrollar parte de esta investigación dentro del Grupo Calidad.

---

<sup>1</sup> CONAMIC: Corporación Nacional de Microempresarios Colombianos.

## **PROLOGO**

El presente documento se ha estructurado en cuatro partes así: en la primera parte *Introducción y planteamiento de la tesis doctoral*, se describe en el primer capítulo de introducción, los antecedentes que originaron la idea de investigación, la definición del objeto de estudio, el planteamiento del problema, las hipótesis y la metodología, y el diseño experimental.

En la segunda parte (capítulo dos), *marco teórico y fundamentos conceptuales*, se hace una revisión bibliográfica y el análisis crítico de la situación colombiana para profundizar en el estado del arte y evolución de temas relacionados con el ecoturismo o turismo de naturaleza, resaltando: a) el territorio como protagonista del desarrollo integral. También se realiza un estudio de las áreas protegidas como garantes para el equilibrio ambiental del planeta y del turismo sustentable como dinamizador de la economía local, regional y nacional; b) los orígenes y aspectos del desarrollo sostenible y su relación con el ecoturismo; c) el turismo como actividad económica mediante la cual se contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Además, se enfatiza en el potencial que ofrece el turismo, para la recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural y natural de cualquier destino; c) el entorno empresarial, los encadenamientos productivos y el papel de las Mipymes en el tejido empresarial del ecoturismo y la transcendencia de las TIC en el sector y d) finalmente se hace un análisis del comportamiento del sector a nivel mundial y en Colombia.

La tercera parte, *desarrollo metodológico – estudio de fuentes secundarias y primarias*, se constituye en el eje central del documento, pues es aquí donde se plasma la investigación para validar las hipótesis y desarrollar los objetivos de la

investigación. Esta parte del documento se tratan los siguientes temas: en el numeral 3.2 se hace una exposición de las políticas públicas, desde la Constitución Política de Colombia de 1991, hasta las políticas más recientes emanadas en 2012 y 2013, que en materia de turismo abarcan desde el ámbito nacional hasta el local pasando por el regional y el grado de implementación en el municipio de Suesca, objeto del presente estudio.

En los numerales 3.3 y 3.4, se exponen los antecedentes y potencial turístico del destino *Suesca- Cundinamarca*, describiendo los sitios naturales más sobresalientes, las amenazas de deterioro de los recursos que viene sufriendo el área, algunos estudios para recuperación de los sitios vulnerables, estrategias de recuperación y detención del deterioro ambiental y las acciones emprendidas por las autoridades. Un aspecto más puntual de diagnóstico es la revisión del estado actual de la cadena turística del destino, que es tratado acápite 3.5, exponiendo el estudio realizado por La Fundación Endesa de Colombia, la Fundación Al Verde Vivo y el Instituto Humboldt.

Teniendo en cuenta que en el presente estudio se considera el modelo de turismo sustentable para Suesca Cundinamarca, articulado con la cadena turística de Bogotá D.C., ya que por ser municipio aledaño a la capital, pertenece al “Programa de Bogotá – Región”, se hace mención a los aspectos relevantes de la cadena turística de Bogotá. Por ser la ciudad más visitada de Colombia, cuenta con varios estudios de diagnóstico del turismo y estadísticas (de fuentes confiables) que proveen información sobre el tema. Por lo tanto, en el apartado 3.6, se realiza un diagnóstico del turismo en Bogotá Distrito Capital y la oferta turística complementaria en los municipios. Asimismo, se describe la política pública para el desarrollo del turismo sostenible en el marco de Bogotá- Región y las debilidades que se presentan para consolidar en el futuro (2015) a Bogotá como destino turístico de clase mundial, como se manifiesta en el “Plan de competitividad turística de Bogotá 2015”.

Llegando al final de este documento, en la cuarta parte, *Consolidación de los resultados de la investigación, propuesta del modelo de turismo sustentable en Suesca – Cundinamarca y consideraciones finales*, se estructuran dos capítulos: el 4 y el 5; en el capítulo 4, se presenta la *Propuesta del Modelo de Turismo Sustentable en Suesca – Cundinamarca como área protegida*, partiendo de la descripción de los hallazgos obtenidos de las fuentes primarias y secundarias, apoyados en el estado del arte. El eje del Modelo, es la cadena turística del municipio que articula las acciones de los diferentes actores. La ejecución se basa en primer lugar, en las acciones de largo plazo y en segundo lugar, en las acciones de corto y mediano plazo; éstas últimas mediante proyectos de intervención en el municipio.

Para finalizar, en el capítulo 5 se presentan las consideraciones finales, derivadas del proceso de investigación, intentando dar respuesta a los objetivos específicos y explicar las hipótesis; además de una reflexión crítica del futuro del turismo de naturaleza en Colombia en el corto, mediano y largo plazo, considerando las escalas territoriales (nivel nacional, regional y local).



## CONTENIDO

	Página
<b>PRIMERA PARTE. INTRODUCCION Y PLANTEAMIENTO DE LA TESIS DOCTORAL</b>	
<b>1 INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>1</b>
1.1.1. <b>Entorno geográfico de la investigación</b>	1
1.1.1.1. Colombia	1
1.1.1.2. Departamento de Cundinamarca	6
1.1.1.3. Municipio de Suesca	8
1.1.2. <b>El Grupo Calidad</b>	9
1.1.3. <b>Tradiciones científicas colombianas</b>	13
1.1.4. <b>El turismo sostenible en Suesca como área protegida</b>	17
<b>1.2. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y FORMULACIÓN DE LAS HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>26</b>
<b>1.3. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL</b>	<b>29</b>
<b>SEGUNDA PARTE. MARCO TEORICO Y FUNDAMENTOS CONCEPTUALES</b>	
<b>2.1 INTRODUCCIÓN</b>	<b>34</b>
<b>2.2 EL TERRITORIO COMO PROTAGONISTA DEL TURISMO SOSTENIBLE</b>	<b>37</b>
2.2.1. <b>Una nueva visión del territorio en el esquema económico de la globalización</b>	38
2.2.1.1. El sentido del lugar y la cohesión social	44
2.2.1.1.1. <i>El sentido del lugar y el paisaje</i>	47
2.2.1.1.2. <i>La pérdida del sentido del lugar y cohesión social en Colombia</i>	49
2.2.1.2. Desigualdad y pobreza	55
2.2.1.3. El concepto de Territorio-Región, un modelo de desarrollo local y regional	60

2.2.2.	<b>El Concepto de destino turístico</b>	64
2.2.2.1.	Territorio y actividades turísticas	68
2.2.2.2.	Imagen del destino turístico	72
2.2.3.	La Planeación Integral y el Ordenamiento Territorial	78
2.2.3.1.	El Modelo de parque cultural para el aprovechamiento del patrimonio como recurso turístico	82
2.2.3.2.	La Capacidad de Carga Turística (CCT), un modelo para la planeación de espacios protegidos	87
<b>2.3.</b>	<b>DESARROLLO SOSTENIBLE</b>	<b>95</b>
2.3.1.	<b>Antecedentes</b>	95
2.3.1.1.	Impacto de la actividad humana sobre el planeta	95
2.3.1.2.	El significado ambiental y territorial de los espacios de montaña	97
2.3.1.3.	La crisis de los recursos hídricos	98
2.3.1.4.	Evolución histórica del desarrollo sostenible	101
2.3.1.5.	Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo	106
2.3.1.6.	El concepto de Desarrollo Sostenible	113
2.3.2.	<b>Turismo Sostenible y Ecoturismo</b>	114
2.3.2.1.	Parámetros internacionales sobre el Turismo Sostenible	116
2.3.2.1.1.	<i>Declaración de Manila sobre el turismo mundial</i>	117
2.3.2.1.2.	<i>Agenda 21 para la industria del turismo</i>	119
2.3.2.1.3.	<i>Carta del Turismo Sostenible</i>	121
2.3.2.1.4.	<i>Código ético mundial para el turismo</i>	121
2.3.2.1.5.	<i>Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo</i>	126
2.3.2.1.6.	<i>Declaración de Djerba sobre el Turismo y Cambio Climático</i>	128
2.3.2.2.	Tipología del Ecoturismo	130
2.3.2.3.	El turismo y los Objetivos de Desarrollo del Milenio	136
<b>2.4.</b>	<b>EL SECTOR TURISTICO: UNA VISIÓN EMPRESARIAL</b>	<b>139</b>
2.4.1.	<b>Empresas Turísticas</b>	144
2.4.1.1.	Aprendizaje organizacional	147
2.4.1.2.	Calidad y gestión	149
2.4.1.2.1.	<i>Calidad en el Servicio</i>	150
2.4.1.2.2.	<i>Normas técnicas de calidad</i>	154
2.4.2.	<b>Aglomeraciones Empresariales: clústeres, distritos industriales y cadenas productivas</b>	158
2.4.2.1.	Las nuevas tendencias del consumidor	164
2.4.2.2.	Clúster virtual	168
2.4.3.	<b>La trascendencia de las TIC en el sector del turismo</b>	174
2.4.3.1.	El papel de las redes sociales en el turismo	177

<b>2.5. EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE</b>	<b>179</b>
2.5.1. <b>Antecedentes</b>	179
2.5.2. <b>Comportamiento del turismo a nivel mundial</b>	182
2.5.3. <b>Comportamiento del turismo en Colombia</b>	187
2.5.3.1. Prueba piloto para la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo (CST) en Colombia	187
2.5.3.2. Estadísticas del turismo en Colombia	191
<b>TERCERA PARTE. DESARROLLO METODOLOGICO – ESTUDIO DE FUENTES SECUNDARIAS Y PRIMARIAS</b>	
<b>3.1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>197</b>
<b>3.2. ANÁLISIS DE POLÍTICA PÚBLICA NACIONAL, REGIONAL Y LOCAL</b>	<b>198</b>
3.2.1. <b>Política nacional de turismo. CONPES 3397</b>	202
3.2.1.1. Acciones propuestas	205
3.2.1.2. Políticas especializadas	205
3.2.1.2.1. <i>Política de calidad turística.</i>	208
3.2.1.2.2. <i>Certificación en calidad turística.</i>	213
3.2.2. <b>Plan Nacional de Desarrollo y Plan Sectorial de Turismo.</b>	215
3.2.2.1. Antecedentes del Plan Sectorial de Turismo (PST) 2010-2014	216
3.2.2.1.1. <i>Diagnóstico de los resultados de la Política Turística. Colombiana antes del año 2010</i>	217
3.2.2.1.2. <i>Contexto internacional</i>	221
3.2.2.1.3. <i>Contexto nacional</i>	222
3.2.2.2. Lineamientos estratégicos para el Plan Sectorial de Turismo (PST)- 2010-2014, formulados en el Plan Nacional de Desarrollo	225
3.2.3. <b>Plan de Ordenamiento Territorial (POT)</b>	227
3.2.3.1. Principios que orientan el EOT	246
3.2.3.2. Políticas de Largo plazo	246
3.2.3.3. Políticas de mediano plazo	247
3.2.3.4. Sistema vial primario	249
3.2.3.5. Sistema Turístico municipal	252
3.2.4. <b>Plan de Desarrollo Municipal</b>	253
<b>3.3. ANTECEDENTES Y POTENCIAL TURÍSTICO DE SUESCA</b>	<b>258</b>

3.3.1.	<b>Reseña histórica del municipio de Suesca</b>	258
3.3.1.1.	Época prehispánica	259
3.3.1.2.	La conquista y la colonia	262
3.3.1.3.	La independencia	264
3.3.1.4.	La República	265
3.3.2.	<b>Ubicación geográfica</b>	265
3.3.2.1.	Vías de comunicación	269
3.3.3.	<b>Características morfológicas del terreno, geografía y paisaje.</b>	270
3.3.3.1.	La Laguna de Suesca	273
3.3.3.2.	Las Piedras de Suesca (Declarado sitio de interés turístico por la Resolución No. 384 de 2007)	277
3.3.3.3.	Los Monolitos (Declarado sitio de interés turístico por la Resolución No. 384 de 2007)	282
3.3.3.4.	El cañón de la Lechuza y el túnel	284
3.3.4.	<b>Actividades económicas del municipio, como modificadoras del paisaje y la morfología del área.</b>	285
3.4.	<b>SUESCA COMO AREA PROTEGIDA Y DESTINO ECOTURÍSTICO SUSTENTABLE</b>	<b>289</b>
3.4.1.	<b>Plan de Uso Público y Ecoturismo liderado por la CAR</b>	291
3.4.1.1.	Capacidad de carga	293
3.4.1.1.1.	<i>Implementación del Modelo de CCT, según el Plan de Uso Público y Ecoturismo, liderado por la CAR</i>	295
3.4.1.2.	Inventario de recursos y servicios	299
3.4.2.	<b>Actividades de recuperación del área</b>	300
3.4.2.1.	Metodología para abordar la restauración ecológica en el marco de la sostenibilidad de la microcuenca.	301
3.4.2.2.	Recuperación de quebradas.	303
3.4.2.3.	Acolchados.	304
3.4.2.4.	Control De Cárcavas.	304
3.4.3.	<b>El turismo como alternativa de recuperación ambiental y sustentabilidad</b>	304
3.4.3.1.	Efectos negativos de la presión antrópica	305
3.4.3.2.	Efectos positivos de la presión antrópica	306
3.5.	<b>ANÁLISIS DEL ESTADO ACTUAL DE LA CADENA TURÍSTICA DE SUESCA</b>	<b>311</b>
3.5.1.	<b>Visión de la cadena turística de Suesca</b>	313
3.5.2.	<b>Objetivo general de la cadena turística de Suesca</b>	315
3.5.3.	<b>Mapa de la cadena turística de Suesca</b>	315
3.5.4.	<b>Definición de los actores de la cadena</b>	318

3.5.5.	<b>Identificación de los principales productos y actividades turísticas del municipio</b>	319
3.5.5.1.	Actividades turísticas	319
3.5.5.2.	Valoración de los atractivos turísticos.	334
3.5.6.	<b>Análisis empresarial y de mercados</b>	336
3.5.6.1.	Perfil del turista que visita a Suesca	336
3.5.6.2.	Demanda	340
3.5.6.3.	Demanda potencial	341
3.5.6.4.	Componente ambiental	342
3.5.7.	<b>Estrategia de fortalecimiento de la cadena.</b>	346
3.5.8.	<b>Ejes temáticos y líneas de acción</b>	352
3.6.	<b>ANALISIS DEL TURISMO EN BOGOTA. En el marco de Bogotá- Región</b>	353
3.6.1.	<b>Bogotá – Región como unidad de desarrollo y competitividad</b>	354
3.6.1.1.	Las cifras del turismo en Bogotá en 2008	356
3.6.1.2.	Las cifras del turismo en Bogotá en 2010 y 2011	359
3.6.1.3.	Bogotá como ejemplo de desarrollo sostenible para impulsar el turismo	364
3.6.2.	<b>El Plan Estratégico de Bogotá D.C.</b>	368
3.6.3.	<b>La Ciudad-Región como escenario para el desarrollo del turismo</b>	371
3.6.3.1.	Oferta turística complementaria en municipios aledaños	373
3.6.4.	<b>Descripción de la política pública turística Bogotá – Región</b>	375
 <b>CUARTA PARTE. CONSOLIDACION DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION, PROPUESTA DEL MODELO DE TURISMO SUSTENTABLE EN SUESCA – CUNDINAMARCA Y CONSIDERACIONES FINALES</b>		
4.	<b>PROPUESTA DEL MODELO DE TURISMO SUSTENTABLE EN SUESCA – CUNDINAMARCA COMO ÁREA PROTEGIDA</b>	381
4.1.	<b>INTRODUCCIÓN</b>	381
4.2.	<b>ANALISIS DE RESULTADOS. HALLAZGOS</b>	381
4.3.	<b>DESCRIPCION DEL MODELO DE TURISMO SUSTENTABLE EN SUESCA CUNDINAMARCA</b>	394

4.3.1.	<b>Propuesta de Largo Plazo</b>	400
4.3.1.1.	Articulación de la cadena turística	401
4.3.1.2.	Implementación de un sistema integrado de gestión para las MIPYMES	402
4.3.1.3.	Articulación de la Cadena Turística de Suesca con la cadena turística de Bogotá Región	403
4.3.2.	<b>Propuesta de Corto y Mediano Plazo</b>	404
4.3.2.1.	Fase de investigación	405
4.3.2.2.	Fase de capacitación	406
4.3.2.3.	Fase de asesoría, consultoría y desarrollo de aplicaciones basadas en TIC	407
4.3.2.4.	Plan de trabajo para la ejecución de la Propuesta de Corto y Mediano Plazo	408
<b>5.</b>	<b>CONSIDERACIONES FINALES</b>	<b>410</b>
5.1.	<b>El Turismo de Naturaleza como sector emergente de alto crecimiento en Colombia</b>	413
5.2.	<b>Resultados de la “Mesa de Mejoramiento de la Competitividad Turística”</b>	415
5.3.	<b>Situación del municipio de Suesca – Cundinamarca.</b>	419
5.4.	<b>Retos para el futuro del turismo sostenible en áreas protegidas</b>	425
	<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS</b>	<b>431</b>
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>441</b>
	<b>DESCRIPCION DE LOS ANEXOS</b>	<b>462</b>

	ÍNDICE DE FIGURAS	Página
1	Normas Sectoriales de Turismo en Colombia.	21
2	Nuevo Entorno del Desarrollo Regional.	61
3	Modelo conceptual del destino turístico.	75
4	Dimensiones que integra la imagen del destino turístico.	76
5	Tipos de Ecoturismo.	134
6	Estructura de SERVQUAL.	154
7	Clúster Virtual.	170
8	Externalidades de la concentración geográfica.	171
9	Externalidades del clúster virtual.	171
10	Condiciones fundamentales para la implementación de los negocios electrónicos en el clúster.	172

11	Relación entre subsectores asociados a la actividad turística.	176
12	Análisis conceptual del Título III de la Ley 300 de 1996. Planeación del sector turismo.	201
13	Análisis conceptual del Título IV de la Ley 300 de 1996. Ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo y turismo metropolitano.	201
14	Análisis conceptual del Título VIII de la Ley 300 de 1996. Aspectos operativos del turismo.	202
15	Objetivo General de la Política de Calidad Turística. Dirección de Turismo.	208
16	Integrantes del Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología.	209
17	Línea estratégica: Calidad en los destinos turísticos.	209
18	Línea estratégica: calidad en los prestadores de servicios turísticos.	211
19	Normas Sectoriales de Turismo en Colombia.	213
20	Marca de certificación de calidad turística.	214
21	Estructura de la política de turismo en Colombia en el período 2011-2014.	215
22	Composición del Índice de Competitividad de Turismo y Viajes del Foro Económico Mundial.	223
23	Normas Urbanísticas.	253
24	Pictogramas en las Rocas de Suesca.	281
25	Metodología de recopilación de información del inventario de recursos y servicios.	299
26	Esquema metodológico para abordar la restauración ecológica, conservación y producción sostenible en la microcuencia Santa Helena, Departamento de Cundinamarca – Colombia.	302
27	Metodología para estructurar la cadena de valor turística para el municipio de Suesca.	312
28	Mapa actual de la cadena de turismo en Suesca.	316
29	Árbol de problemas de la cadena de turismo en Suesca.	317
30	Altimetría y mapa de la Ruta Nemocón- Suesca, para ciclomontañismo.	323
31	Altimetría y mapa de la Ruta Suesca – Santa Rita, para ciclomontañismo.	324
32	Altimetría y mapa de la Ruta Suesca – La Laguna, para ciclomontañismo.	326
33	Llegadas de viajeros extranjeros no residentes. Principal ciudad de destino en 2012.	361
34	Actores del Modelo de turismo sustentable en Suesca- Cundinamarca.	395

## ÍNDICE DE GALERIAS FOTOGRAFICAS

Página

1	Humedal Gualí.	52
2	Cultivo de flores y explotación minera en Suesca	258

3	Choza indígena.	261
4	Estado de las vías de acceso a Suesca.	270
5	Unidades de paisaje en la cuenca de la Laguna de Suesca.	277
6	Formación farallones de Rocas de Suesca o Piedras Blancas.	278
7	Rocas de Suesca.	279
8	Los Monolitos.	283
9	El cañón de la lechuza.	285
10	Paisaje erosionado en Suesca – Cundinamarca.	308
11	Piedras de Suesca, junio de 2012.	314
12	Tipos de Escalada en Roca y Rapel.	321
13	Rafting en Suesca – Cundinamarca.	322
14	Ruta Nemocón- Suesca, para ciclomontañismo.	324
15	Ruta Suesca – Santa Rita, para ciclomontañismo.	325
16	Ruta Suesca – La Laguna, para ciclomontañismo.	326
17	Paisajes caminatas por Suesca.	328
18	Templo Doctrinero – Suesca- Cundinamarca.	330
19	Parque principal de Suesca.	332
20	Estación ferroviaria de Suesca.	333
21	Fotos de Bogotá D.C.	367
22	Atractivos turísticos de Tibirita.	419
23	Rocas de Suesca.	421

## ÍNDICE DE GRAFICAS

## Página

1	Arribo y gasto en turismo en el mundo.	184
2	Crecimiento del turismo y del PIB mundial.	185
3	Llegadas de turistas internacionales por regiones.	187
4	Número de viajeros extranjeros 2006 y 2007.	193
5	Número de viajeros extranjeros 2008 y 2009.	193
6	Número de viajeros extranjeros 2009 y 2010.	194
7	Comportamiento de la “cuenta de viajes y transporte” en la Balanza de Pagos.	195
8	Número de empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo en 2003.	204
9	Tipo de empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo en 2009.	204
10	Actores directos cadena turística Suesca.	318
11	Actores indirectos cadena turística Suesca.	319
12	Principales atractivos turísticos en Suesca.	336
13	Demanda de servicios turísticos en Suesca.	341
14	Principal Motivo de viaje de los turistas que ingresaron a Bogotá en 2008.	358
15	Actividades complementarias.	359
16	Llegada de viajeros extranjeros. Participación según ciudad de	360



- destino. Diciembre de 2010.
- 17 Llegada de viajeros extranjeros a Bogotá, hasta diciembre de 2011. 360

ÍNDICE DE MAPAS	Página
1 División político administrativa de Colombia	3
2 Mapa físico- político Colombia	5
3 División político- administrativa de Cundinamarca	7
4 Clasificación Planeada del Suelo de Suesca.	230
5 Cobertura y Uso Real del Suelo de Suesca.	232
6 Conflictos de Uso del Suelo de Suesca.	233
7 Explotación Minera en Suesca.	235
8 Zonificación Ambiental en Suesca.	236
9 Zonificación de la producción en Suesca.	238
10 Red Hídrica del municipio de Suesca.	239
11 Tratamiento del Suelo Urbano de Suesca.	241
12 Corredores Ambientales en el casco urbano de Suesca.	243
13 Zonificación de equipamiento urbano de Suesca.	244
14 Vista del Mapa Departamento de Cundinamarca y Boyacá. Detalla el Sistema vial del municipio de Suesca.	251
15 Mapa físico- político de Cundinamarca. Ubicación del municipio de Suesca.	267
16 División político- administrativa de Suesca	268
17 Geología del municipio de Suesca.	272
18 Procesos erosivos del municipio de Suesca.	309
19 Mapa de atractivos turísticos y servicios complementarios de Suesca- Cundinamarca.	334

ÍNDICE DE TABLAS	Página
1 Aportes conceptuales sobre la imagen del destino turístico.	74
2 Dimensiones de la Capacidad de Carga Turística (CCT).	90
3 Artículos del Código ético mundial para el turismo.	126
4 Lo que es y no es la Calidad Total.	149
5 Llegadas de turistas internacionales.	186
6 Ingresos por turismo internacional.	186
7 Resumen de legislación colombiana en materia de turismo.	200
8 Acciones propuestas en el CONPES 3397.	205
9 Políticas especializadas propuestas en el CONPES 3397.	207
10 Resumen de los propósitos de los PST 2006-2010 y 2008-2010.	217
11 Prestadores certificados en calidad 2010.	218
12 Recomendaciones para los países miembros de la OMT, frente a la recuperación del turismo.	222

13	Evolución histórica de la posición de Colombia en el Índice de Competitividad de Turismo y Viajes.	223
14	Lineamientos estratégicos de la Política Nacional de Turismo para el período 2011-2014.	227
15	Objetivos y alcances del Plan de Desarrollo del municipio de Suesca.	257
16	Cupos por sendero. Laguna de Guatavita.	296
17	Actores de la cadena turística de Suesca - Cundinamarca	318
18	Metodología de Cadenas de Valor, desarrollada por CIAT y el instituto Humboldt (2004).	335
19	Priorización de los atractivos turísticos en Suesca.	335
20	Demanda de servicios turísticos en Suesca.	340
21	Buenas prácticas en aspectos ambientales para los sitios turísticos de Suesca. Recomendaciones específicas.	344
22	Buenas prácticas en aspectos ambientales para los sitios turísticos de Suesca. Aspectos socio- económicos.	345
23	Estrategia de fortalecimiento de la cadena turística de Suesca.	351
24	Agrupación de líneas de acción por ejes temáticos.	353
25	Oferta turística complementaria en municipios aledaños a Bogotá.	375

# **PRIMERA PARTE. INTRODUCCION Y PLANTEAMIENTO DE LA TESIS DOCTORAL**

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Abordar este proyecto de investigación tuvo ante todo motivaciones personales y profesionales; las primeras, surgidas del ámbito académico del doctorado, de la inquietud intelectual inspirada por los maestros que tuve la suerte de tener y las segundas, derivadas de mis actividades profesionales como investigadora en el área empresarial y de turismo que me han convencido de la necesidad que tiene el país de fortalecer la investigación, la innovación y el desarrollo científico en el sector eco- turístico o de turismo de naturaleza, para que sea competitivo y sostenible, sobre todo en áreas protegidas.

#### **1.1.1. Entorno geográfico de la investigación.**

##### **1.1.1.1. Colombia.**

La República de Colombia se ubica entre los 12°27'45" N en Punta Gallinas (Departamento de la Guajira) hasta los 04°13'30" S, en la confluencia de la Quebrada San Antonio con el río Amazonas (Departamento del Amazonas), y 79°01'23" O en Cabo Manglares en la desembocadura del río Mira, en el Océano Pacífico (Departamento de Nariño) hasta los 66°50'54" E en el río Negro

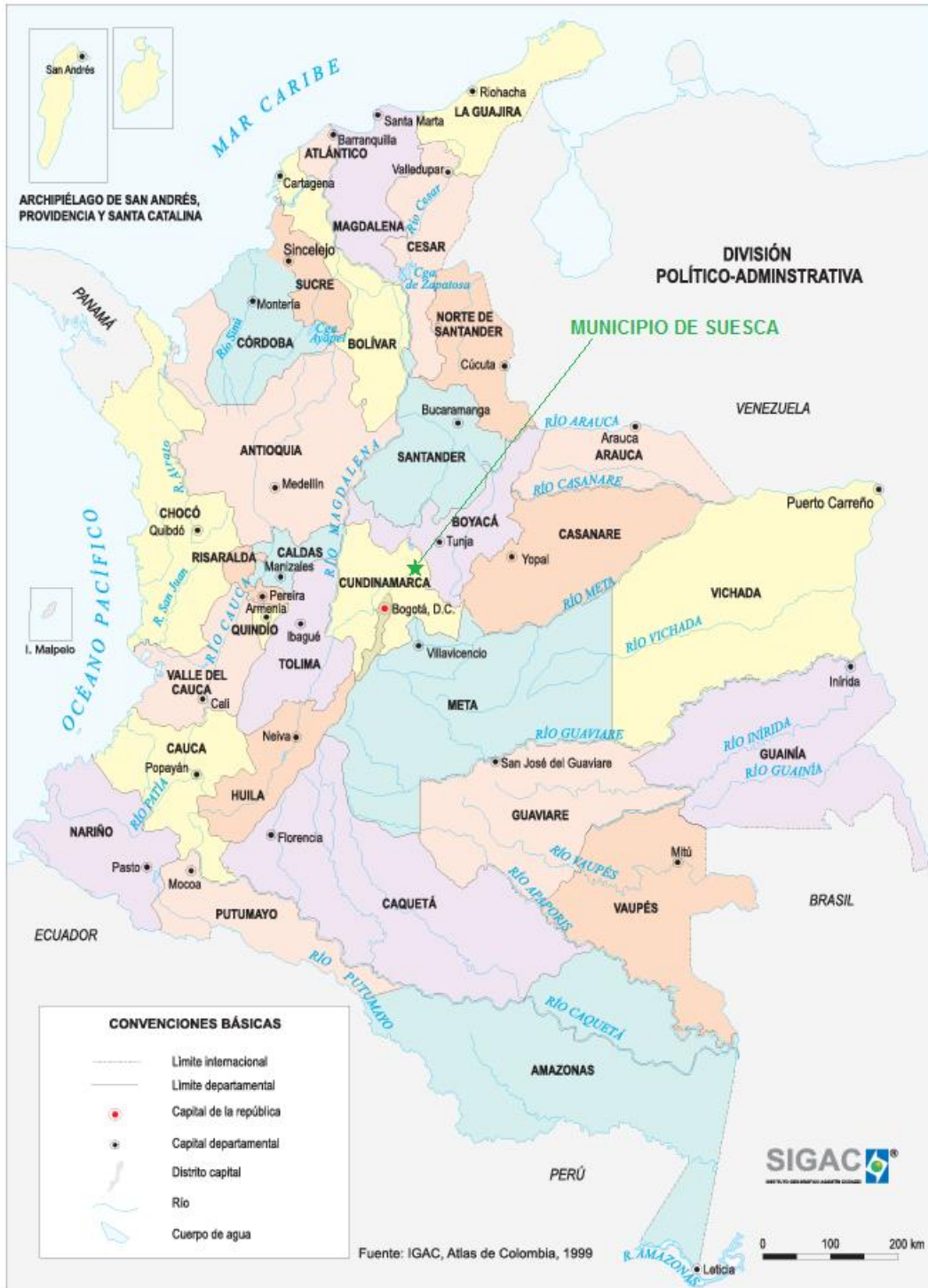
frente a la Piedra del Cocuy (Departamento del Guainía). El territorio colombiano representa el 0.7% de la superficie terrestre (1´141.748 km<sup>2</sup>) y en Suramérica es el cuarto país más extenso. Pose costas en el Mar Caribe y en el océano Pacífico. “El área marítima es de aproximadamente 928.660 km<sup>2</sup>, de los cuales 589.360 corresponden a la cuenca del mar Caribe y 339.300 a la cuenca del océano Pacífico (Morales et ál., 2007, p. 18.).

Colombia limita por el norte con el mar Caribe, por el oriente con Venezuela y Brasil, por el sur con Perú y Ecuador y por el occidente con el océano Pacífico y Panamá. Esta ubicación pone al país en un sitio geoestratégico como entrada al continente Suramericano y gran extensión de costas tanto en el mar Caribe como en el océano Pacífico.

El territorio colombiano se encuentra dividido en cinco regiones geográficas: Caribe, Pacífico, Andes, Orinoquía y Amazonía. Administrativamente el país está dividido en 32 departamentos, 4 distritos, 1.095 municipios, 20 corregimientos departamentales y 5 áreas metropolitanas. La capital del país es Bogotá D.C. (Distrito Capital).

En cuanto a la población, según el Censo General de 2005- último censo nacional-, hay 42´090.502 habitantes, lo cual indica que respecto al censo de 1993 hubo un incremento poblacional del 10.58%. La población es fruto del mestizaje originado desde la época colonial, encontrándose tres grandes grupos étnicos: el aborígen, el blanco y el negro; a los cuales se debe la gran diversidad étnica del país.

Las ciudades más grandes son Bogotá D.C –capital de la República- y las capitales de departamentos como Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Cartagena. El siguiente es el mapa político de Colombia.



Mapa No. 1. División político administrativa de Colombia. Para mayor detalle ver Anexo A.

Fuente: Sitio oficial de la presidencia de la República de Colombia.

El país posee una diversidad geográfica significativa, debido su ubicación latitudinal y a que es atravesada por la cordillera de los Andes, de manera, que aproximadamente el 33% del territorio es montañoso y el restante 67% se distribuye entre valles interandinos, altiplanicies y llanuras bajas. La porción montañosa pertenece a cuatro ramales formados por la cordillera de los Andes<sup>2</sup>: cordillera Occidental, cordillera Central<sup>3</sup>, cordillera Oriental y cordillera de la costa. Esta última se ubica debajo de la superficie del océano Pacífico y sus formaciones más altas emergen dando origen a la isla de Malpelo y la serranía del Baudó, (ver mapa No. 2).

También se encuentran relieves periféricos como: la Serranía de la Macarena (ubicada al borde de los llanos orientales); la Sierra Nevada de Santa Marta en el litoral Caribe, que abarca los departamentos de Magdalena, Cesar y la Guajira y donde se encuentran los picos nevados más altos del país – Simón Bolívar y Cristóbal Colón con 5.775 m de altitud-; la Serranía del Darién y las serranías de Macuira, Jarara y Cocinas.

Dentro de las áreas planas del territorio colombiano se destacan al norte, las llanuras del Caribe; en el oriente, los Llanos Orientales de la Orinoquía; en el suroriente y sur, la llanura Amazónica y en el occidente la llanura del Pacífico. También son representativos los valles interandinos de los ríos Cauca y Magdalena; además de altiplanicies como el Altiplano Cundiboyacense<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Como se describe en el *Atlas de páramos de Colombia* (Morales et ál., 2007, p. 18.): "en el sur del territorio, en el departamento de Nariño, la cordillera de los Andes forma el Nudo de los Pastos. En ese lugar, la cordillera principal se bifurca y da origen a la cordillera Occidental. El otro ramal se prolonga hacia el noroccidente y forma el Macizo Colombiano, a la altura de los departamentos del Cauca y Huila, donde se bifurca formando las cordillera Central y Oriental. La cordillera Occidental en el norte del departamento de Antioquia, forma el nudo de Paramillo y más adelante se divide en tres serranías que reciben los nombres de Abibe, San Jerónimo y Ayapel las cuales son bajas y próximas a la llanura del Caribe".

<sup>3</sup> La cordillera Central es la más antigua y en ella se ubican los principales volcanes nevados del país: el del Ruiz con 5.400 msnm; Tolima con 5.200 msnm; Santa Isabel con 4.920 msnm y Huila con 5631 msnm.

<sup>4</sup> Altiplano Cundiboyacense, "subregión colombiana de tierras altas y planas, localizadas en la cordillera oriental de los Andes colombianos, agrupada en tres regiones: la Sabana de Bogotá,



Mapa No. 2. Mapa físico- político Colombia. Para mayor detalle ver Anexo B. Fuente: Sitio oficial de la presidencia de la República de Colombia.

Los valles de Ubaté y Chiquinquirá y los de Duitama y Sogamoso” (Vásquez, Posada y Laytón, 2010, p. 149)

#### 1.1.1.2. Departamento de Cundinamarca.

La superficie del territorio del departamento de Cundinamarca es de 24.210 km<sup>2</sup>, con una población de 2'340.894 habitantes, según proyecciones del DANE<sup>5</sup> de 2005. Esto implica que la densidad de la población sea de 96.7 habitantes/ km<sup>2</sup>.

El departamento tiene 15 provincias que agrupan 116 municipios – entre ellos Suesca-, 14 corregimientos<sup>6</sup>, 177 inspecciones de policía<sup>7</sup>, numerosos caseríos y sitios poblados.

Se ubica sobre la cordillera Oriental y abarca ambos flancos de manera que se distinguen cuatro regiones fisiográficas: flanco occidental, altiplano de Bogotá (sabana de Bogotá), flanco oriental y piedemonte llanero. Por esto, el relieve del departamento es mixto entre planos y montañosos, con una rica biodiversidad por la presencia de varios pisos térmicos desde los 300 msnm (Valle del río Magdalena) y los de páramo con altitudes que oscilan entre los 3500 msnm como el Páramo de Sumapaz.

El sistema hidrográfico del departamento de Cundinamarca está formado por dos grandes cuencas: la cuenca del río Magdalena al occidente (entre las cordilleras central y oriental) y la cuenta del río Meta (en el piedemonte de los Llanos Orientales y la cordillera Oriental).

El mapa No. 3., muestra la división política del departamento y la ubicación del municipio de Suesca.

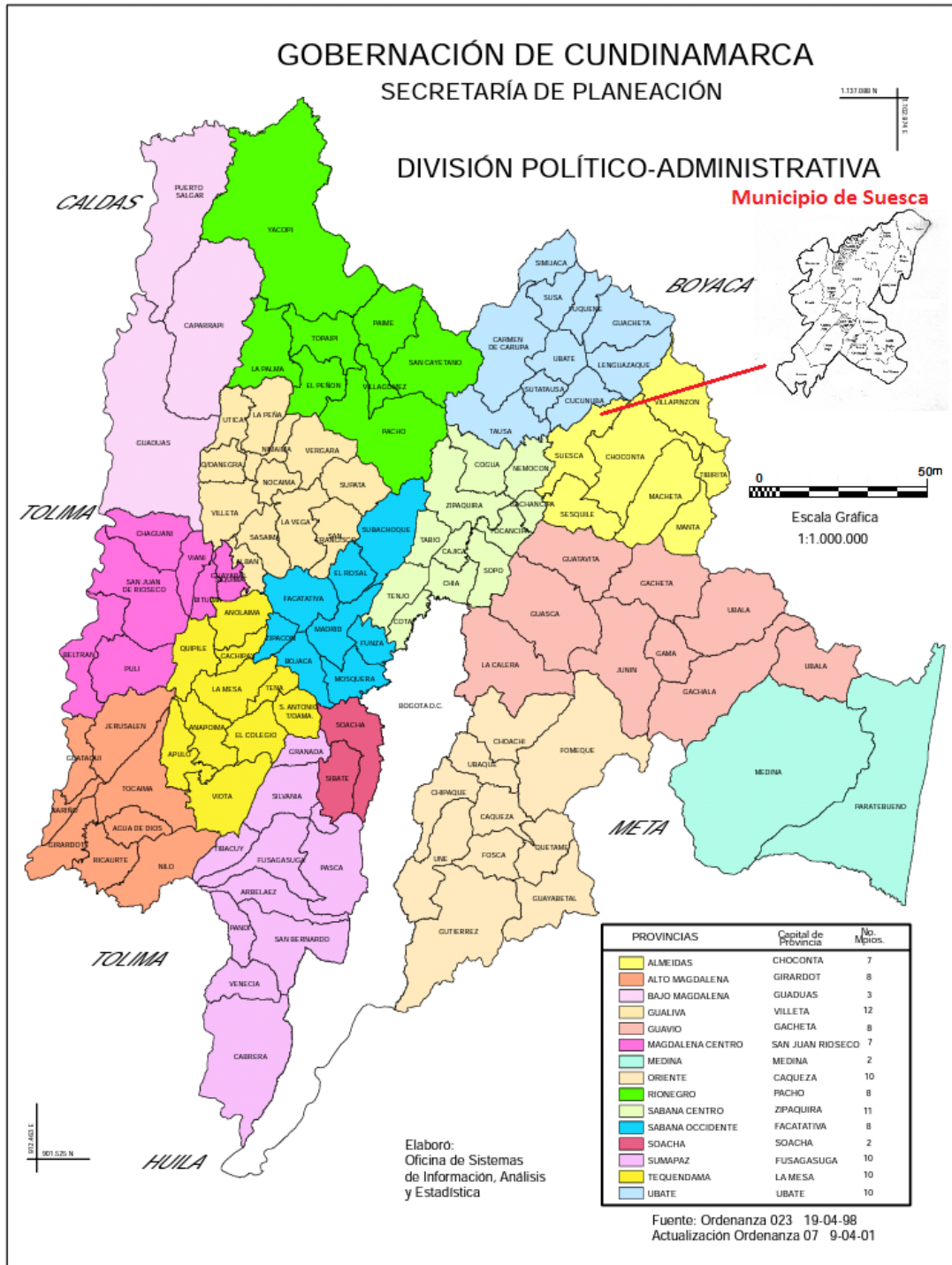
---

<sup>5</sup> DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

<sup>6</sup> Es una división del área rural del municipio que incluye un núcleo de población, creada con el fin de mejorar la prestación de los servicios públicos y asegurar la participación de los habitantes en los asuntos públicos de interés local.

<sup>7</sup> Una inspección de policía es un centro poblado con más de 20 casas seguidas, se crea con fines electorales y su máxima autoridad es un inspector de policía.





Mapa No. 3. División político- administrativa de Cundinamarca. Para mayor detalle ver Anexo C.

Fuente: Modificado a partir del mapa político administrativo de Cundinamarca disponible en el sitio oficial de la Oficina de Planeación de Cundinamarca.

### 1.1.1.3. Municipio de Suesca.

Con una extensión total de 177 km<sup>2</sup>, el municipio de Suesca se encuentra subdividida en 19 veredas. Las de mayor extensión son El Haltillo y Ovejeras con aproximadamente un 10% del territorio cada una.

La población del municipio es de 14.242 habitantes, según el censo de 2005. Una descripción más detallada del municipio se hará en la Tercera Parte de esta tesis.

Suesca Cundinamarca –objeto de estudio de esta tesis- es un municipio aledaño a Bogotá D.C. y declarado área protegida. Es un espacio geográfico muy rico en recursos naturales y culturales amenazados por actividades económicas de explotación no apta para las áreas protegidas (cultivo industrial de flores y extracción minera), lo cual ha obligado a los campesinos a correr la frontera agrícola hacia las áreas de páramo, acrecentando la difícil situación socio-económica de la población local y el deterioro de ecosistemas de páramo muy frágiles. Además, el riesgo de deterioro se potencia por falta de políticas públicas eficientes y coherentes que regulen el uso del suelo, en ambientes geográficos tan específicos como son las áreas de montaña protegidas.

En este sentido, Cabero (2006-a), advierte que las montañas, tienen un papel fundamental en la biosfera, ya que la mitad de la humanidad se abastece de agua dulce proveniente de ellas (los páramos son fábricas de agua que condensan el agua de las nubes y por otro lado, el hielo de los nevados es la reserva para abastecer los ríos en épocas cálidas y de sequías), además de ser reguladoras del clima y sustentar una gran biodiversidad en diferentes pisos térmicos. Pero son áreas sensibles a la erosión y al cambio climático.

Así las cosas, la propuesta de un Modelo de Turismo Sostenible para Suesca, es coherente y pertinente para recuperar y conservar el patrimonio natural y

cultural; cambiar la vocación de uso del suelo; mejorar la situación de desarrollo sostenible y la competitividad regional. Además, podría ser replicado en otros municipios con características similares.

En este contexto, la tesis doctoral se desarrolla dentro del Grupo Calidad<sup>8</sup>, cuya información se amplía en el siguiente acápite. Esta tesis se enmarca dentro de la línea de investigación “Calidad y sustentabilidad en Turismo” dentro de la cual se han desarrollado varios proyectos de investigación, trabajos de grado de estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Antonio Nariño y otros productos de proyección social. Asimismo, el conocimiento y experiencia adquirida dentro de las actividades de la Alianza Universidad- Empresas-Estado, han permitido confrontar con la realidad local y regional, las variables que soportan en el presente documento.

### **1.1.2. El Grupo Calidad.**

#### ***Visión***

Ser un grupo reconocido por la calidad humana e intelectual de sus colaboradores y la capacidad de desarrollo de nuevo conocimiento, transferencia de tecnología y aportes al desarrollo empresarial, favoreciendo la competitividad de las Mipymes, entidades del sector público y aporte a la I+D+i, acorde con las políticas nacionales y las tendencias mundiales. Por otra parte, desde la investigación propender por la excelencia docente, la responsabilidad y pertinencia social en la academia y la Acreditación de Alta Calidad de los programas de pregrado y postgrado que participen dentro del grupo.

---

<sup>8</sup> Grupo de investigación “Grupo Calidad”, clasificado en “D” en Colciencias (Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y Tecnología- Francisco José de Caldas-); creado en 2003 por Alba Ligia López y un equipo de docentes del área administrativa y de ingeniería de sistemas y avalado por la Universidad Antonio Nariño y la Universidad Autónoma de Colombia. El perfil del Grupo Calidad puede consultarse en:  
<http://201.234.78.173:8080/gruplac/jsp/visualiza/visualizagr.jsp?nro=00000000000924>

## **Misión**

El *Grupo Calidad* desarrolla proyectos de investigación interdisciplinarios que solucionen problemas de las empresas del sector real, de servicios y entidades del sector público, en áreas de la gestión empresarial, mejoramiento de procesos e innovación con la utilización de TIC, la promoción de la asociación empresarial mediante clústeres y/o cadenas productivas y cadenas turísticas, que contribuyan al desarrollo sostenible a nivel local, regional, nacional e internacional.

Dentro de las actividades del grupo se potencializará la relación Universidad-Empresa-Estado, de tal manera que se cuente con alianzas estratégicas y avales de instituciones pertenecientes a los tres sectores para desarrollar actividades de impacto y pertinencia, con responsabilidad social y velando por el desarrollo sostenible.

## **Objetivos**

### *Objetivo General*

El objetivo general del Grupo Calidad es la adecuación, desarrollo y aplicación de conceptos y teorías en el área de la gestión empresarial, desde un enfoque interdisciplinario integrando soluciones enfocadas al mejoramiento de la calidad, productividad, innovación y sustentabilidad en las empresas colombianas y latinoamericanas.

### *Objetivos Específicos*

- Desarrollar proyectos de investigación, desarrollo e innovación, con el apoyo de docentes y semilleros de investigación liderados por estudiantes.
- Desarrollar modelos empresariales pertinentes a las necesidades locales y regionales que conlleven al mejoramiento de los procesos productivos, desarrollo del capital humano, innovación, utilización de TIC (tecnologías de la información y la comunicación) y aprendizaje organizacional, contribuyendo de esta manera, a la competitividad del tejido empresarial colombiano y latinoamericano.
- Prestar asesorías y consultorías a las empresas y entes públicos - encargados de desarrollar las apuestas productivas- a nivel local y regional, como un medio de transferencia tecnológica en el marco empresa, Estado y academia, como lo establece la Ley 1286 de 2009.
- Participar en proyectos interinstitucionales de alto impacto en la competitividad empresarial.

### ***Retos en el corto y mediano plazo***

- Consolidarse como un grupo de investigación reconocido a nivel nacional e internacional.
- Buscar sistemáticamente el mejoramiento la clasificación del grupo en Colciencias, de tal manera que en la siguiente Convocatoria de Medición de Grupos de Colciencias, obtenga la categoría en B.
- Participar en redes de investigación nacional e internacional.
- Fomentar el desarrollo de tesis de maestría y tesis doctorales dentro del grupo.
- Contribuir efectivamente al mejoramiento de las empresas, especialmente las Mipymes y entidades del sector público.
- Contribuir efectivamente al fortalecimiento y desarrollo de destinos turísticos sostenibles y con la calidad que permitan destacarse como destinos de clase mundial.

## **Proyectos de investigación**

Cinco proyectos de investigación culminados:

- Capacitación y Asesoría para implementar en PYMES las Normas de Aseguramiento de la Calidad.
- Solución de problemas en el área de servicio al cliente.
- Un modelo de gestión de calidad sostenible en los destinos turísticos
- Sistemas Integrados para la Gestión Empresarial- SIGE.
- Empresa Virtual de Servicios Empresariales para Mipymes (EVSEM) con base tecnológica en TIC.

Un proyecto de investigación en curso:

- Utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el sector turístico colombiano.

## **Productos del grupo**

32 productos en la ventana de reconocimiento de GrupLac<sup>9</sup>; 6 productos de tipo A (3 artículos en revista indexada<sup>10</sup>, dos libros<sup>11</sup> y un software) y un artículo tipo C.

---

<sup>9</sup> **GrupLac** -Grupo Latinoamérica y el Caribe-, pertenece al grupo de herramientas informáticas (CvLac, GrupLac e InstituLac), pertenecientes al sistema SNCyT, “que actualizan el sistema de bodega de datos (data warehouse) de Colciencias”. Allí reposan y se actualizan las Hojas de Vida de los investigadores, innovadores, expertos y científicos. También se actualizan los datos de los grupos de investigación y las universidades, empresa e instituciones que avalen los grupos de investigación (Colciencias, 2012)k

<sup>10</sup> **Artículo:** Sistema Integrado de Gestión para empresas turísticas. *Estudios Gerenciales*, 25 (112), 131-150. Revista indexada A2. Disponible en el siguiente link: [https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/item/2100/1/6Modelo\\_calidad.pdf](https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/2100/1/6Modelo_calidad.pdf).

**Artículo:** Sistema Integrado para la Gestión Empresarial (SIGE). Dirigido a MIPYMES. Publicado el 06 de abril de 2012 en la Revista Espacios digital, Espacios. Vol. 33 (1) 2012. Pág. 24-46. Disponible en <http://www.revistaespacios.com/>

**Artículo:** El turismo de negocios como alternativa de Desarrollo Sostenible en Bogotá – Región. Economía y Desarrollo. Volumen 11, número 2, 2012.

<sup>11</sup> **Libro SIGE en librero on line:** Disponible en: <http://www.libreroonline.com/libros/27349/lopez-rodriguez-alba-ligia-vega-rodriguez-ricardo-arturo-tabares-parra-gustavo-enrique-hernandez/sistemas-integrados-para-la-gestion-empresarial-sige.html>

***Líneas de investigación, con la cuales se ha trabajado***

- Calidad y Sustentabilidad en Turismo.
- Gestión de la calidad.
- Solución de problemas en contextos organizacionales.
- Productividad y competitividad en las empresas colombianas.

***Redes a las que pertenece el grupo***

Red **ALIANZA Universidad–Empresa–Estado. Bogotá-Región**: Es una red de articulación con la participación de doce universidades de Bogotá, La Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, Gobernación de Cundinamarca y las empresas de Bogotá para la generación de proyectos conjuntos de I+D+i, con el fin de contribuir a elevar la innovación, la competitividad, la calidad de vida y el desarrollo de la ciudad y el departamento.

También pertenece a la red **OPEN Innovación Abierta**. Plataforma orientada a la gestión de la innovación y la integración de la universidad y la empresa colombiana.

**1.1.3. Tradiciones científicas colombianas.**

El desarrollo de actividades científicas y tecnológicas en el país, se inician desde la época colonial cuando se fundaron los primeros colegios y universidades. Un hecho sobresaliente en esta época fue la Expedición Botánica y algunas organizaciones de carácter científico asociadas a la agricultura y la minería. Desde los inicios de la república, se vislumbró el papel fundamental del conocimiento para el desarrollo y consolidación del país. Santander, por ejemplo, introdujo la concepción de universidad pública y estatal y organizó la

Universidad Central con sedes en Bogotá, Caracas y Quito; con misiones de científicos internacionales organizó el Museo Nacional y otras instituciones educativas.

Más adelante, el fomento de la investigación científica es contemplado desde la Constitución Política de Colombia de 1991, donde se refiere a la obligación del Estado para “promover y orientar el adelanto científico y tecnológico e incorporar la ciencia y la tecnología a los planes de desarrollo económico y social del país así como formular planes de ciencia y tecnología tanto para el mediano como para el largo plazo” (Vallejo y Rentería, 2006, p. 284).

Sin embargo, las tradiciones científicas formalizadas se remontan a épocas anteriores a la constitución de 1991 y se distinguen las siguientes etapas en el proceso de desarrollo institucional de Ciencia, Tecnología e Investigación (CT+I):

- De 1940 a 1967: se presentan algunos antecedentes, como la influencia de organismos multilaterales (OEA, BID y AID), para diseñar las reformas agraria, fiscal, educativa y del Estado. Además, se crean el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y se realizan algunos convenios de cooperación internacional.
- De 1968 a 1989: Se crea el Instituto Colombiano de Ciencia y Tecnología – Colciencias y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- De 1990 – 1999: se promulga la Ley 29 de 1990 para definir la Política Nacional de Ciencia y Tecnología. Por medio del Decreto reglamentario 585, se crean el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CNCTyT) y las Comisiones Regionales de Ciencia y Tecnología. Por otro lado, Colciencias pasa a ser un instituto adscrito al Departamento Nacional de Planeación y se crea el primer documento CONPES -2739 de 1994- de Ciencia y Tecnología; mediante el cual se formaliza una Política Nacional de Ciencia y Tecnología.
- De 2000 a la fecha: se emiten documentos de Política Nacional de Investigación (CONPES 3080 2000-2002; Reforma de los Programas



Nacionales de CT+I - Reforma del CNCyT; Política Nacional de Fomento a la Investigación y la Innovación - 2008 “Colombia Construye y Siembra Futuro”). Se adopta la Plataforma ScienTI en 2002, para impulsar la investigación con las herramientas (CvLac, GrupLac e InstituLac), además de la indexación de revistas. Por último la Ley 1283 de 2009 transforma a Colciencias en Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación y se crea el Sistema Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación SNCTI (Colciencias, 2012<sup>12</sup>).

A partir de la nueva Constitución Política de Colombia en 1991, se legisló para: a- apoyar a las entidades que cumplan funciones de CyT; b- apoyar para que las entidades descentralizadas puedan asociarse con particulares para desarrollar proyectos de investigación y actividades de CyT; c- reglamentar los viajes de movilidad de investigadores para facilitar la relación entre pares nacionales e internacionales; d- desarrollar incentivos tributarios para las entidades y empresas que apoyen y desarrollen investigación y e- otros incentivos no tributarios como la cofinanciación de “proyectos de investigación, innovación y desarrollo tecnológico, que se realice entre una o más empresas y un centro de desarrollo tecnológico o grupo de investigación de una Universidad”, la financiación vía crédito con BANCOLDEX (Vallejo y Rentería, 2006, p. 286).

Por otro lado, en 2009 Colciencias, la Presidencia de la República y el Departamento Nacional de Planeación, emiten el documento “Visión 2019”, considerando que en Agosto de 2019, Colombia celebrará dos siglos de vida política independiente. Se propone, así, una discusión para estimular la participación de los colombianos en una reflexión sobre el pasado y el presente; sobre los logros y debilidades; sobre los aciertos y errores; pero sobre todo sobre sus potencialidades y su futuro.

---

<sup>12</sup> Consultado el 5 de junio de 2012 en el portal de Colciencias:  
[http://www.colciencias.gov.co/sobre\\_colciencias?vdt=info\\_portal%7Cpage\\_2](http://www.colciencias.gov.co/sobre_colciencias?vdt=info_portal%7Cpage_2)

En este documento se menciona la evidencia del rezago científico y tecnológico del país, debido a los conflictos y visiones pobres de algunos gobernantes provocando que la brecha tecnológica que nos separa de los países desarrollados se haya ampliado en las últimas décadas e incluso de otros países de Latinoamérica, lo cual se traduce en una escasa capacidad de innovación de la estructura productiva. Esta situación es generada, entre otras cosas por la baja inversión en ciencia y tecnología. También se considera que la única manera de ser competitivos a nivel mundial es agregar valor a los productos y servicios y esto se logra con CyT.

En marzo de 2000 el Consejo de la Unión Europea fijó lo que se conoce como la “meta de Lisboa”, que pretende un gasto en CyT del 3% del PIB para Europa. Para Colombia se recomienda por otra parte, tener una inversión no inferior al 2% del PIB en CyT y la proyección es que para el 2010 se tenga una inversión del 1% del PIB y del 2% para el 2019. Según las estimaciones en Colombia en 2006, este porcentaje era de apenas el 0.37% (del cual el 0.21% era aportado por el Gobierno y 0.14% aportado por el sector privado), mientras que en países como Israel y Suecia el porcentaje supera el 4% del PIB (Colciencias- DPN, 2009 y Vallejo y Rentería, 2006).

Asimismo, los bajos niveles de innovación de las empresas se relacionan directamente con la inversión en ACTI (Actividades Científicas y Tecnológicas e Innovación) en los sectores privado y público y como lo reflejan los resultados del Observatorio de Ciencia y Tecnología (OCyT, 2007), en 2006 la inversión en I+D en Colombia era apenas del 0,18% del PIB y en ACTI del 0,47%, lo que coloca al país muy por debajo de los estándares internacionales: Israel 4.65%, Suecia 3.73%, Estados Unidos 2.62%, China 1.43%, España 1.2%, Argentina, 0.49%, Colombia 0.18%, (DPN, 2009, pp. 5, 11).

Otros aspectos que ayudan al bajo desempeño del país en Ciencia, Tecnología, Investigación e Innovación son: a) la débil institucionalidad del Sistema

(SNCTel); b) la escasez de recurso humano para realizar investigación e innovación – especialmente con formación de maestrías y doctorados; c) ausencia de focalización en áreas estratégicas de largo plazo; d) disparidades regionales en capacidades científicas y tecnológicas, lo que en conjunto genera una “baja capacidad para generar y usar el conocimiento” (DPN, 2009, p. 10).

Frente a esta situación la Política Nacional en CTel, las metas propuestas en el largo plazo se describen a continuación:

- Lograr la articulación de las entidades públicas para el aporte de los recursos y su ejecución.
- Aumentar gradualmente la inversión en ACTI, de manera que en el 2019, se llegue al 2% del PIB.
- Se aumentará, en el país el número de profesionales con formación avanzada de manera que en el 2019 haya 3.600 doctores con una tasa de graduación de 450 por año.
- La exportación de bienes y servicios derivados del nivel de sofisticación de la oferta nacional pase de US \$12.332, exportados actualmente a US\$ 17.500 per-cápita en el año 2019 (DPN, 2009).

#### **1.1.4. El turismo sostenible<sup>13</sup> en Suesca como área protegida.**

El tema que nos convoca en este apartado, ha sido abordado desde dos ámbitos. El primero hace referencia al entorno nacional y el segundo al entorno regional y local del municipio de Suesca, teniendo en cuenta además, casos exitosos de otros países y de otras zonas de Colombia, en el manejo del turismo sostenible en áreas protegidas.

---

<sup>13</sup> Según la OMT, el turismo sostenible es “*aquel que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida*”). Es decir, que el turismo sostenible debe cobijar a cualquier tipo de turismo, independientemente de la actividad que se haga y del perfil del turista (Agustí, 2006 y EUROPARC, 2007). Este concepto será ampliado en la Segunda Parte de la Tesis Doctoral.

Haciendo referencia al primero de los ámbitos, el *Estudio de Competitividad del Sector Turístico* (MCIT, 2004) concluyó que el turismo podía ser para Colombia, dadas sus potencialidades y ventajas comparativas, una fuente de negocios e inversión tan buena como el petróleo y sus derivados pero ampliamente mejor en cuanto al reparto de sus beneficios y su efecto dinamizador sobre el resto de la economía.

Sin embargo, el sector turístico en Colombia presenta varias limitaciones competitivas, según el documento CONPES<sup>14</sup> 3397 (DPN, 2005) donde se considera que a pesar de las ventajas comparativas que posee nuestro país en cuanto a los magníficos escenarios turísticos naturales y su gran variedad cultural, no representan ventajas en el momento de diseñar productos turísticos, porque adolecen de la **calidad** necesaria para aprovechar las oportunidades de los mercados extranjeros y nacionales. Por lo tanto es necesario consolidar ventajas competitivas que dinamicen el sector, en aspectos como:

- Infraestructura y transporte.
- Deficiencias en la planta turística.
- Seguridad y orden público.
- **Promoción y comercialización de productos turísticos.**
- **Carencia o falta de continuidad de los Planes de Desarrollo Turístico Regional.**
- Deficiencias la formulación y ejecución de políticas de turismo.
- **Falta de encadenamiento de los prestadores de servicios turísticos.**
- **Programas de calidad.**
- **Educación y capacitación a los prestadores de servicios turísticos.**
- **Sensibilización turística. No existe cultura turística en: el turismo, el medioambiente y los rasgos culturales.**
- Carencia de estadísticas consolidadas en el sector. (DPN, 2005, p.p. 7-9).

---

<sup>14</sup> CONPES 3397 “Política Sectorial de Turismo”: Documento emitido por Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), Departamento Nacional de Planeación (DPN) de la República de Colombia

Asimismo, en la *Política de Calidad Turística* (MCIT, 2008 –b), se resalta como característica de los productos turísticos el tener un **alto componente de servicio**, en consecuencia, los esfuerzos que se adelanten para mejorar la calidad tienen una notable implicación en el desarrollo de ventajas competitivas, porque su impacto es transversal a muchas de las deficiencias del sector, por ejemplo la sensibilización y capacitación en la prestación de servicios es implícita a la calidad y con productos de alta calidad se facilita la promoción y comercialización de los productos turísticos. Los otros factores determinantes en la competitividad del sector pueden ser jalonados por la inercia provocada con la implementación de estándares de calidad en las empresas turísticas.

Una de las estrategias para superar las limitaciones del sector, es establecer una oferta turística competitiva, mediante la preparación de prestadores de servicios turísticos, ya que en su mayoría son Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas). Esta estrategia busca fortalecer la formación administrativa y gerencial de los empresarios con el fin de que puedan identificar y aprovechar las oportunidades; además, sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos para que legalicen sus empresas y se beneficien de los apoyos dispuestos por la Ley 905<sup>15</sup>, en temas referentes al desarrollo de las Mipymes.

Otra estrategia es fomentar el aseguramiento y gestión de la calidad mediante normas técnicas sectoriales impulsadas por las Unidades Sectoriales de Normalización, estableciendo *“estándares mínimos de calidad para los prestadores de servicios turísticos que deseen acceder a recursos o programas de apoyo público”* (DPN, 2005, p.p. 15-23), para lo cual hay hasta el momento normas sectoriales de turismo para: establecimientos gastronómicos; tiempo compartido; para alojamiento y hospedaje; turismo sostenible; guías de turismo y

---

<sup>15</sup> Ley 905 de 2004, o Ley Mipyme.

agencias de viajes desarrolladas por seis USN<sup>16</sup>, que documentan y divulgan mejores prácticas para el manejo de las operaciones turísticas según estándares internacionales y que permiten mediante certificaciones reconocer y promover los productos y servicios de calidad, para mercados locales e internacionales de clase mundial. Por otro lado, la Alcaldía Mayor de Bogotá y Cotelco<sup>17</sup>, han publicado la Cartilla de certificación de calidad para el transporte de turismo; el Manual BPM en hoteles y el Manual para el diseño de paquetes turísticos. En la Figura No. 1., se muestra un resumen de las normas emitidas y los establecimientos certificados a la fecha (noviembre de 2011).

Las normas sectoriales de turismo enfatizan por un lado, en la estructuración de procesos de prestación de servicios que garanticen la calidad, seguridad y repetibilidad y por otro lado en la identificación y formación de competencias laborales de los prestadores de servicios, como es el caso de los guías turísticos. Pero aquí hay que advertir que las normas sectoriales de turismo no proporcionan parámetros sobre la gestión de las empresas y es muy pobre el enfoque de *calidad en el servicio*, centrándose más en los procesos, por lo tanto son complementarias a las normas internacionales como ISO 9000:2000 (Sistema de Gestión de Calidad), que establece parámetros para que la empresa pueda garantizar desde su gestión, el cumplimiento de los requerimientos de los clientes y otras partes interesadas; Sistema de Gestión Ambiental definido por la norma ISO 14000:2004, que establece requerimientos para que la empresa gestione y controle los procesos para reducir o evitar el daño al medio ambiente y el Sistema de Inocuidad Alimentaria definido por la norma ISO 22000 que determina los requisitos exigidos en el control de la cadena alimentaria o sea el control desde el campo hasta el consumidor.

---

<sup>16</sup> Una USN – Unidades Sectoriales de Normalización- es una entidad reconocida por el Organismo Nacional de Normalización, que tiene como función la preparación de normas propias de un sector..., con la posibilidad de ser sometidas, al proceso de adopción y publicación de la NTC (Norma Técnica Colombiana).

<sup>17</sup> Cotelco: Asociación Hotelera y Turística de Colombia

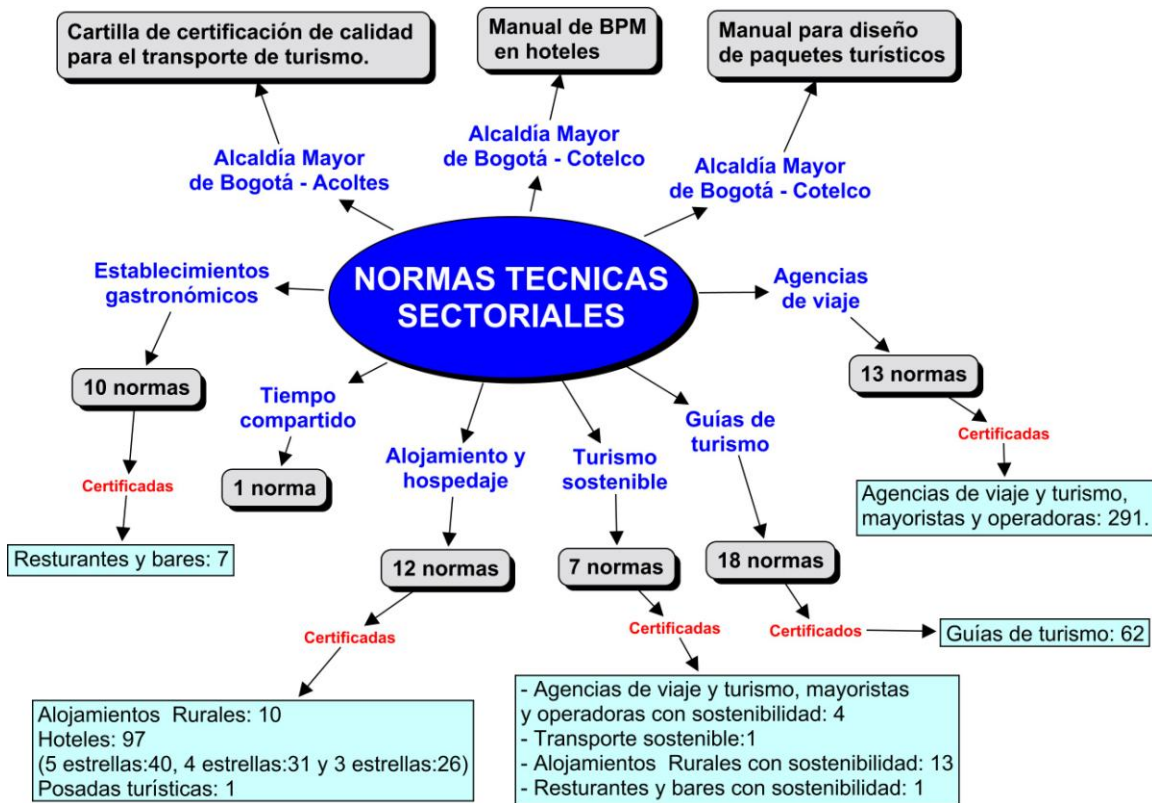


Figura No. 1. Normas Sectoriales de Turismo en Colombia

Fuente: elaboración propia<sup>18</sup>

Siguiendo con el tema de la certificación de empresas turísticas, existen dificultades debidas a la carencia de gestión adecuada en las Mipymes que no logran cumplir los requerimientos tanto legales como de calidad que los prestadores de servicios turísticos deben considerar al momento de diseñar sus productos, por lo tanto **un sistema integrado de gestión** es deseable para involucrar las variables que intervienen en la gestión empresarial y lograr la calidad deseada que permita a su vez, relacionar y articular la diversidad de servicios ofrecidos por diferentes actores dentro de la cadena, facilitando la estandarización y el control por los mismos actores de la cadena. Esto contribuirá a “Posicionar a Colombia como DESTINO DE CALIDAD diferenciado

<sup>18</sup> A partir de la información del sitio web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. Consultada el 01 de noviembre de 2011 en: <https://servicios.vuce.gov.co/Mincomercio/portal/mincomercio/publicaciones.php?id=16197>

y competitivo en los mercados turísticos”, como lo expresa la “Visión Turística 2020” MCIT (2008 – c, p.p. 21-22).

En consecuencia, se reconoce que el turismo en Colombia está en un proceso de consolidación que requiere investigación y la participación de los actores: público, empresarial, academia y sociedad para lograr los niveles de competitividad propuestos en la Política de Calidad Turística y en el Plan Sectorial de Turismo 2007-2010. Además, por ser del **sector terciario** con características específicas que lo diferencian de otros sectores de la economía, la calidad turística, no se puede entender sin un enfoque hacia “**la calidad en el servicio**” y la “**sustentabilidad del destino**”, que plantea diferencias en las perspectivas del cliente y en el hecho que los recursos turísticos son en su mayoría intangibles o recursos naturales y/o culturales de alta fragilidad.

En este sentido la “*Calidad Turística es desarrollo sostenible*”<sup>19</sup>, como se manifiesta en el informe “Estrategia Lanzarote en la biosfera”, donde la calidad turística es entendida como un mecanismo que mejore la calidad de vida de la población proveyendo una mejora en la economía, pero teniendo en cuenta la conservación del medio físico y el paisaje, mediante la capacitación del capital humano para mejorar los servicios conservando la identidad, potenciando los atractivos únicos y diferenciados, aumentando la satisfacción de los turistas, disminuyendo los deshechos y regulando la capacidad de carga o de acogida del destino (EUROPARC, 2007; Perdomo, 2007 y Rivas, 2004).

Es pertinente resaltar también, el papel fundamental de las cadenas productivas o cadenas turísticas dentro del sector, contemplado como una de las estrategias

---

<sup>19</sup> En 1987, se crea la **Comisión de Brundtland** por las Naciones Unidas, donde se habla del concepto de “Desarrollo Sostenible”, como política económica de las siguientes décadas. A partir de entonces se han realizado cambios en las políticas públicas de los países y el sector productivo ha ido incorporando este concepto en la actividad al interior de las empresas y en sus relaciones con clientes, proveedores y sector público. Así el Desarrollo Sostenible parte de que “las condiciones medioambientales que encuentra cualquier actividad productiva antes de su proceso, deben mantenerse por lo menos igual después de éste” (EUROPARC, 2007, p.2, Garay, 1999, p.68). Este concepto será ampliado en la Segunda Parte de la Tesis Doctoral.



y acciones del Plan Sectorial de Turismo mediante el programa “*Cadenas productivas eficientes en los destinos*”, que busca mediante convenios de competitividad consolidar cadenas turísticas para desarrollar destinos específicos, porque facilitan entre otras cosas:

- La posibilidad de que las Mipymes tengan acceso a tecnologías modernas de la información (TIC), que una sola empresa no podría poseer.
- El acceso y utilización a todos los actores de la cadena, de los resultados de la investigación y desarrollo que se pueden impulsar para un destino turístico específico, en lugar de ofrecerlos para sectores o empresas individuales.
- La implementación de sistemas de gestión y de normas sectoriales de calidad, definiendo objetivos comunes de calidad según las características del destino turístico y estableciendo procesos y procedimientos compartidos.
- El aprovechamiento de economías de escala, reduciendo los costos al compartir: tecnología, programas de promoción y mercadeo, capacitación del talento humano y proyectos de investigación específicos que solucionen problemas de gestión en las empresas de la cadena.
- La identificación de la vocación turística del destino. Por ejemplo en Boyacá se ha identificado que el turismo histórico - cultural es el producto que más ventajas comparativas tiene; en Bogotá la vocación turística se orienta a productos de negocios y cultura; en el Amazonas la visión de producto es el etno-ecoturismo y así se han identificado 35 cadenas turísticas en el país. (MCIT, 2008 - a).

Ahora bien, pasando al segundo ámbito planteado al inicio de este apartado y que hace referencia al entorno regional y local del municipio de Suesca, se hacen las siguientes reflexiones, derivadas del estudio de fuentes primarias y secundarias realizado en el municipio:

- a- El ecoturismo es un medio para el desarrollo local y regional contribuyendo al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (Araujo et ál., 2004; OMT, 2009; Venturini, 2003; Ley de Turismo<sup>20</sup>).
- b- El turismo sostenible en áreas protegidas es incipiente en Colombia y falta articulación entre los planes turístico de la capital y los municipios de su área de influencia (CAR<sup>21</sup>, 2004; El Tiempo, enero 22, 2011 y Fundación ENDESA<sup>22</sup>, 2007).
- c- El municipio de Suesca es un área protegida por la CAR, debido a su importancia estratégica para la conservación del recurso hídrico de la sabana de Bogotá y los Llanos Orientales y, además, porque posee ecosistemas sensibles que se encuentran amenazados por la intervención humana (intervenciones antrópicas), especialmente por las actividades agrícolas, floricultura industrial, ganadería y minería.
- d- Por otro lado, los recursos naturales, culturales, históricos y paisajísticos de la región, son indiscutibles e investigados por organizaciones como la CAR, la Gobernación de Cundinamarca, la Alcaldía de Suesca, el Instituto Humboldt, La Fundación Endesa, La Fundación Al Verde Vivo, estudios y proyectos de tesis de universidades como: Universidad Antonio Nariño, Universidad Javeriana, Universidad de los Andes, entre otros. Dichos estudios e investigaciones abarcan temas como: análisis del impacto ambiental causado por las intervenciones antrópicas; estudios detallados de los recursos hídricos, de fauna y flora; estudios y análisis de los potenciales productos turísticos y análisis de la cadena turística del municipio.
- e- Además de lo anterior, el interés eco-turístico de la región ha sido destacado en documentos como: “Plan de Uso Público para las Áreas Protegidas Piloto de la CAR: Marco general territorial de uso público en las

---

<sup>20</sup> Ley 300 de 1996- Colombia

<sup>21</sup> CAR: Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca. Es una corporación cuyo objeto es la ejecución de las políticas, planes, programas y proyectos sobre medio ambiente y recursos naturales renovables, adscrita al MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE en Colombia.

<sup>22</sup> Fundación ENDESA Colombia en cooperación con la Fundación Al Verde Vivo y el Instituto Von Humboldt, vienen adelantando el Programas “Las Rocas del Río”

áreas protegidas del Sistema Regional de la CAR” (CAR, 2004); “Cadena de valor de turismo sostenible de Suesca: diagnóstico de las dimensiones social, productiva y ambiental para la cadena de valor de turismo sostenible del municipio de Suesca, cuenca alta del Río Bogotá” (Fundación ENDESA Colombia, 2007); Esquema de Ordenamiento Territorial –EOT de Suesca Cundinamarca (Consejo Municipal de Suesca, 2002). Sin embargo, no se aprecia un desarrollo turístico de la región y el deterioro ambiental continúa, como lo menciona La Rotta (2009) y es reconocido por la CAR (2004).

- f- El eco-turismo en el municipio de Suesca es la mejor solución para frenar el deterioro ambiental por actividades de agricultura, floricultura industrial, minería y ganadería, cambiando el uso del suelo y propendiendo por la recuperación de los ecosistemas perdidos, dentro del desarrollo sostenible. Además, tiene gran potencial para desarrollarse como destino eco-turístico por su patrimonio natural único y su variado patrimonio histórico y cultural, que aún no se han puesto en valor (CAR, 2004). Además de tener una ubicación estratégica a 68 Km, de Bogotá, con una excelente vía primaria de acceso.
- g- El Programa “Bogotá-Región” ubica a la capital como núcleo de desarrollo regional, siendo la principal economía del país con una participación en el PIB del 23% y el principal receptor de turistas a nivel nacional (más del 50%) (CCB<sup>23</sup>, 2003; DPN, 2005 y MCIT, 2008-a).

Siguiendo con el orden planteado al inicio del presente apartado, se mencionan a continuación varias experiencias exitosas del desarrollo de proyectos eco-turísticos en áreas protegidas en Latinoamérica y Colombia, las cuales revelan la necesidad de realizar una intervención interdisciplinaria que involucre: a- Investigación de los sitios (diseño de la capacidad de carga que contempla aspectos medioambientales, sociales y la gestión del sitio); b- Plan de mercadeo y promoción de los productos (caracterización de los clientes potenciales, diseño de rutas turísticas, diseño de marcas, diseño de folletos, mapas y sitios web); c-

---

<sup>23</sup> CCB: Cámara de Comercio de Bogotá

Capacitación a los empresarios (que en la mayoría de los casos son Mipymes) en temas de desarrollo empresarial, calidad de los productos y servicios ofrecidos y asociación empresarial para el desarrollo de la cadena turística del destino; d- sensibilización a las comunidades para incentivar el emprendimiento con empresas y negocios formales que beneficien directamente a la comunidad receptora y e-Involucramiento de los actores público, empresarial y académico para el desarrollo exitoso de los proyectos. Los siguientes son algunos ejemplos de casos exitosos:

- “Proyecto de turismo eco-cultural para la provincia de Catamarca” en Argentina (Ratto, 2000).
- “Proyectos de inversión en desarrollo turístico” (Mincetur, 2007).
- “Proyectos de desarrollo turístico en áreas rurales del municipio de La Paz”. Bolivia. (Chávez, 2010).
- “Evaluación de proyectos de desarrollo turístico rural desde la perspectiva del turismo sostenible: proyecto para el fortalecimiento del turismo agroecológico en los municipios de Nimaima y Vergara. Departamento de Cundinamarca”. Colombia (Cala, 2006).
- “Proyecto Desarrollo Turístico para Mipymes en la región de Tequila”. México (BID, 2009).
- “Desarrollo Turístico Rural en el Territorio Paraíso. Departamento del Valle del Cauca, Colombia” (Fundación Carvajal, 2008).
- “Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura- OEA). Costa Rica” (Blanco, 2008).

## **1.2. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y FORMULACIÓN DE LAS HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo aborda como **objeto de investigación** el municipio de Suesca perteneciente al “*Corredor Eco turístico Rocas de Suesca y San Marino*”

de las “Áreas Protegidas Piloto de la CAR” (CAR, 2004), ubicado en el departamento de Cundinamarca en Colombia. El problema se identifica desde la perspectiva del desarrollo sostenible y las potencialidades que tiene el ecoturismo como actividad económica, considerando variables de tipo ambiental, socio-económico y cultural. Asimismo, se considera la cercanía que tiene el municipio a la capital de la República y las políticas públicas emanadas para fortalecer el desarrollo de *Bogotá- Región*, como una oportunidad para impulsar el ecoturismo en Suesca, dentro de la cadena turística de Bogotá.

En este contexto se plantea la pregunta de investigación **¿Cómo debe ser el modelo de turismo sostenible en Suesca – Cundinamarca como área protegida para lograr los objetivos de desarrollo propuestos?**, buscando que dicho modelo sea una alternativa para el desarrollo territorial sustentable del municipio de Suesca; para la mejora a la gestión empresarial de los diferentes actores de la cadena turística, promoviendo la certificación de las Mipymes involucradas; para acercarse a la excelencia del servicio prestado en conjunto por toda la cadena; para la reducción de costos y otros beneficios derivados y reconocidos a nivel internacional con este sistema de asociación empresarial, manteniendo la independencia administrativa de cada Mipyme y enfatizando en variables críticas para el turismo y que no son tan relevantes en otros sectores, como es la **sostenibilidad** y la **calidad en el servicio**, que se pueden potencializar dentro de la cadena turística.

Dado este panorama, el grado de innovación del proyecto se reflejará en la capacidad del modelo para integrar a los diferentes actores (sector público, sector privado, sociedad y academia), dentro de los planes de desarrollo turístico, e integrar las cadenas turísticas de los municipios a la cadena turística de la ciudad capital, para potenciar el desarrollo sostenible a nivel local y regional. Se espera que con la propuesta se logre cambiar el uso del suelo para orientar la actividad económica hacia el ecoturismo, actividad que puede reversar los daños ambientales causados y propender por un desarrollo

económico y social sostenible de acuerdo a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (OMT, 2009).

En este orden de ideas, se plantearon tres objetivos específicos así:

- Diagnosticar el destino turístico en Suesca, como destino eco-turístico en área protegida.
- Diagnosticar el turismo en el marco de Bogotá-Región, como destino de negocios, compras y cultural, con una oferta de ecoturismo en los municipios aledaños.
- Relacionar elementos de la política pública nacional, regional y local; las actividades de empresas privadas y agremiaciones y las experiencias de otros países, en aspectos de sostenibilidad o sustentabilidad ambiental, cultural, económica y social, para proponer el modelo más adecuado para Suesca - Cundinamarca.

## **Hipótesis**

1. Aunque el turismo en las áreas protegidas se reconoce como estrategia de para el desarrollo sostenible, no se tienen logros significativos, con un deterioro ambiental progresivo y bajo nivel de desarrollo socio-económico de las comunidades, debido a la falta de un modelo de planeación y gestión que integre los diferentes actores dentro de una cadena turística y propenda por el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) que cumplan los estándares de calidad y gestión ambiental.
2. En el caso de Suesca- Cundinamarca, por su cercanía a Bogotá, tiene un alto potencial para desarrollarse como destino eco-turístico de clase mundial, si se articula correctamente la cadena turística del municipio con la de “Bogotá-Región”.

3. Un modelo de turismo sostenible para áreas protegidas en Colombia, facilitaría la planeación del sector y propendería por el progresivo desarrollo sostenible a nivel local y regional.

### **1.3. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL**

Dado que el estudio pretende identificar características del universo de investigación y plantear soluciones aplicadas, se hará un estudio descriptivo que permita validar las hipótesis.

El marco de referencia teórico y práctico, se contempla en tres etapas: en la primera se hace una revisión bibliográfica, en la segunda se realiza una investigación de campo en los destinos turísticos específicos seleccionados generando estudios parciales y en la tercera se ajusta el **modelo de turismo sostenible en Suesca – Cundinamarca como área protegida**.

En el estudio descriptivo se acude a técnicas específicas en la recogida de la información como la *observación* que permite identificar necesidades, en este caso los estudios de campo ayudan a establecer las prioridades en los destinos estudiados.

Como técnica de recogida y análisis de la información se acude a la metodología propuesta por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para diagnosticar cadenas turísticas, la cual utiliza la Matriz de Marco Lógico, la elaboración del árbol de problemas y soluciones y, la Matriz DOFA para identificar al interior de la cadena las fortalezas y debilidades, y como externas, las oportunidades y amenazas.

Otras técnicas utilizadas en el método descriptivo son *los paneles de expertos* (focus group) y *los cuestionarios*, que se utilizan para sondear los problemas que tienen las empresas y los responsables de articular la cadena turística, además

de las expectativas y necesidades de los turistas. Los informes y documentos elaborados por otros investigadores son de gran ayuda para seleccionar la información pertinente en cada caso estudiado.

## **Diseño**

La primera etapa se fundamenta en la revisión de fuentes secundarias representadas, en primer lugar, en documentos y estudios de entidades públicas como Plan Sectorial de Turismo; planes de desarrollo nacional y regionales; planes de ordenamiento territorial y/o usos del suelo; estadísticas del turismo; Política nacional de turismo; normas sectoriales de turismo; normas legales; estudios de áreas protegidas; normas internacionales de gestión de calidad, ambiental, de seguridad y salud ocupacional, de seguridad alimentaria y de responsabilidad social; entre otros documentos , con lo cual se logra que el *modelo* sea coherente con las políticas nacionales, regionales y locales, y sea pertinente con la realidad del país.

Por otro lado, se tienen en cuenta estudios y recomendaciones de organizaciones mundiales como la OMT, OMC, CEPAL, UNESCO, etc., que han expedido orientaciones internacionales para el desarrollo del turismo sostenible y por último se estudian las experiencias de otros países, para repetir sus aciertos y prevenir los riesgos que conlleva la mala planificación del turismo en destinos vulnerables o áreas protegidas.

En la segunda etapa, se levanta información de fuentes primarias en Suesca, identificando los productos orientados al ecoturismo y turismo de aventura –los más reconocidos- con la práctica de deportes como: Rappel<sup>24</sup>, Trekking<sup>25</sup>,

---

<sup>24</sup> El Rappel es un sistema de descenso por cuerda utilizado en superficies verticales, especialmente roca.

<sup>25</sup> El Trekking o senderismo es una actividad deportiva no competitiva realizada por caminos. En Suesca es actividad es practicada en los farallones.



escalada en roca, Rafting<sup>26</sup>, Espeleología<sup>27</sup>, parapente, cabalgata, ciclo montañismo, kayak, cuatrimotos, buggys<sup>28</sup> y torrentismo<sup>29</sup>. Además, se hace un estudio de mercadeo, el cual incluye la oferta (representada en las micro y pequeñas empresas que tienen actividades relacionadas con el turismo) y la demanda (turistas que actualmente van a Suesca y los potenciales turistas que podrían visitar el municipio si se promociona el destino en Bogotá).

También se contemplan estudios de fuentes primarias y secundarias en Bogotá como ciudad- región, que tiene una fuerte vocación en el turismo de negocios, turismo de compras y turismo cultural, pero que además puede potencializar el turismo en los municipios aledaños, por su influencia como urbe receptora de la mayor cantidad de turistas nacionales y extranjeros.

En ambos casos se hace el diagnóstico de la cadena turística en cada uno de ellos, identificando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Lo que constituye la base para la propuesta del **modelo de turismo sostenible en Suesca – Cundinamarca como área protegida**.

La tercera etapa se propone el modelo de turismo sostenible en Suesca – Cundinamarca como área protegida. Este modelo se plantea con 3 etapas alcanzables en el largo plazo: a- estructurar la cadena turística del sitio, basándose en las herramientas propuestas por ONUDI, CEPAL y el Instituto Humboldt, pero adaptada a las necesidades locales; b- Implementación de un sistema integrado de gestión para las Mipymes, basándose en el Modelo SIGE propuesto por López, A.; Tabares, G y Vega, R. (2008) y c- articulación de la Cadena Turística de Suesca con la cadena turística de Bogotá Región.

---

<sup>26</sup> El Rafting o descenso de ríos es una actividad deportiva que se caracteriza por recorrer el cauce de los ríos en la dirección de la corriente

<sup>27</sup> La espeleología es una ciencia que se dedica a la exploración y estudio de las cavidades subterráneas.

<sup>28</sup> Buggys, es un vehículo diseñado para andar en la arena.

<sup>29</sup> Torrentismo es un deporte extremo que consiste en hacer descensos por caídas naturales de agua con la ayuda de una cuerda o arnés que se ajusta a la cintura y las piernas.

Por otro lado, se hace una propuesta de intervención para el corto y mediano plazo, mediante un proyecto interdisciplinario liderado por el grupo de investigación *Grupo Calidad*, reconocido en Colciencias y con la participación mediante alianzas de otras instituciones, incluyendo la alcaldía del municipio de Suesca.

La base para la formulación del proyecto fueron los resultados del diagnóstico de la cadena turística del municipio, los resultados del estudio de fuentes secundarias y la investigación de una serie de experiencias exitosas en Colombia y en otros países.

### **Fuentes y técnicas para la recogida de la información.**

Como *fuentes primaria*, se recurre directamente a prestadores de servicios; responsables de la articulación de la cadena turística; autoridades oficiales de turismo en los destinos investigados; gremios o asociaciones de prestadores de servicios turísticos y entidades promotoras de turismo.

Como técnicas para la recogida de la información se tienen las siguientes según las necesidades identificadas:

- Observación Directa. Visita a los sitios objeto de estudio.
- Aplicación de herramientas de diagnóstico validadas para tal fin, como la caracterización de destinos turísticos propuesta por la CAR y el análisis de carga de cada sitio de interés turístico.
- Paneles de expertos.
- Encuestas. (usuarios del servicio y actores de la cadena).

Como *fuentes secundaria*, se revisa la información existente en libros, revistas especializadas, documentos emitidos por entes públicos, organizaciones promotoras de turismo y organismos internacionales relacionados con el sector. Otra fuente secundaria de gran valor son los sitios web de las entidades públicas

(Ministerios, Gobernaciones, Alcaldías, Instituciones promotoras de turismo, e-libro, ProQuest y otras que garanticen el rigor científico requerido para la investigación).

También son fuente de la investigación las Leyes, Decretos y Resoluciones expedidas por los diferentes órganos de control del Estado y las normas sectoriales de turismo.

### **Tratamiento de la información**

Toda la información numérica se sistematiza utilizando herramientas estadísticas y la información teórica se ordena de acuerdo al plan de trabajo y a la pertinencia de la misma.

### **Muestras**

Las muestras se seleccionan según las características del universo estudiado, teniendo en cuenta que sea representativa para el objeto de estudio.

## SEGUNDA PARTE. MARCO TEORICO Y FUNDAMENTOS CONCEPTUALES

### 2.1. INTRODUCCIÓN

Esta parte del documento tiene la finalidad de aportar a la investigación, los conceptos necesarios y el *Estado del Arte* –tanto nacional como internacional-. Se abordan los temas con un sentido crítico desde la interdisciplinariedad considerando las particularidades que identifican a Colombia como nación. Asimismo, se intenta tener todos los elementos de juicio necesarios para el desarrollo de la investigación que finalizará con la propuesta del *Modelo de turismo sustentable en Suesca – Cundinamarca como área protegida*. De ahí que se profundiza en conceptos relacionados con: **el territorio** como soporte del medio ambiente y de todas las actividades socio-económicas del hombre; **el desarrollo sostenible** como garante de la conservación del planeta y por consiguiente de las generaciones futuras; **el turismo sostenible** como actividad económica que protegerá el patrimonio en áreas protegidas y **la industria turística** a nivel empresarial para el logro de la productividad y como consecuencia el aporte al desarrollo local y regional.

A continuación y a modo de introducción, los siguientes párrafos contienen una breve justificación de la importancia del turismo como actividad económica con un crecimiento sostenido a nivel mundial.

La actividad turística ha evolucionado desde la revolución industrial, intensificándose después de la posguerra, debido a la disminución de costos y

resurgimiento de los medios de transporte eficientes que garantizan el desplazamiento rápido entre puntos alejados. Esta actividad es considerada como una de las más sobresalientes del sector de servicios y la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013), por poner un ejemplo, informa que en 1995 generó 3.9 miles de millones de dólares de ingresos empleando 204 millones de personas.

Por su gran expansión y diversificación es uno de los sectores que más crece en el mundo. A pesar de hechos puntuales como el atentado del 11 de septiembre de 2001 y la crisis económica, las llegadas internacionales de turistas no han dejado de crecer, con pocas variaciones. Así en 1950 se registraron 25 millones de llegadas internacionales; en 1980 se pasó a 277 millones; en 1990, 435 millones; en 2000, 675 millones y se llegó en 2011 a 940 millones (Cervantes & Gómez, 2007; Jaume & Ordinas, 2003; OMT, 2011 y Lewin, 2006).

Aunque el 2012 fue un año difícil debido a la inestabilidad económica mundial, el turismo creció un 4%, alcanzando por primera vez 1.035 millones de turistas internacionales; lo cual corrobora que la tendencia de largo lazo estimada en el estudio de la OMT *Tourism Towards 2030* (OMT, 2012, p.2), se está cumpliendo. En este estudio “se calcula que el número de llegadas de turistas internacionales en el mundo crecerá en un 3.3% al año de media entre 2010 y 2030 (...), lo cual llevaría a alcanzar un total de 1.800 millones de llegadas en 2030”.

El turismo como “industria”<sup>30</sup>, ha sido abordado por muchos expertos que lo ven como una actividad económica que ha proporcionado excelentes resultados en

---

<sup>30</sup> La palabra *turismo* fue admitida por La Real Academia Española en 1925 y definió el turismo como “afición de viajar por gusto de recorrer un país, generalmente un país extranjero”. En la última edición del diccionario de la Real Academia Española, se amplía el concepto como sigue: “turismo es, en primer lugar, la actividad o hecho de viajar por placer. En segundo lugar, el conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes. Turismo es también el conjunto de personas que realizan este tipo de viajes destacando la dimensión masiva de que dice la gente que es turismo” (Muñoz, 2007, p.11-12).

varios países que han logrado consolidar esta actividad. Sin embargo, abordar el estudio del turismo desde la investigación es “tan complejo que ha de ser tratado con esquemas conceptuales únicos e intransferibles” (Muñoz, 2007, p.6-7). Por esta razón para comprender las variables que se involucran en el turismo es necesario intentar definirlo como una actividad *sui generis* y compleja, ya que hay varios puntos de vista o enfoques desde los cuales se le puede definir, entre ellos el económico, el sociológico, el geográfico y últimamente gana relevancia el tema medioambiental y como resultado el **turismo sostenible**. Así, abordar el turismo como objeto de estudio en una investigación requiere revisar varios conceptos, teorías e incluso ciencias que intervienen, dado su carácter multidisciplinar.

En este sentido, Palafox (2005, pp. 15-16), considera a la investigación como una valiosa herramienta que permite tener el conocimiento del fenómeno de la actividad turista, favoreciendo la toma de decisiones acertadas y el impulso de la actividad con planeación adecuada para que llegue a convertirse en una actividad económica de transformación social y desarrollo local y regional.

Para tener Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) en el turismo, se requiere contar con talento humano cualificado, suficientes recursos y una constante revisión científica, porque “la investigación en turismo requiere ser multidisciplinaria, recordando que no constituye una ciencia social y que atendiendo a la clasificación tradicional de las actividades económicas no constituye un sector económico, de manera que se debe recurrir a las diferentes miradas del fenómeno turístico para su completo entendimiento”. (Palafox, 2005, p.6). En este sentido, el auge del turismo ha capturado la atención de estudiosos de varias disciplinas como la Geografía, Demografía, Economía, Ecología, Politología, Sociología, Psicología, Antropología, entre otras, debido su efecto transversal.

## 2.2. EL TERRITORIO COMO PROTAGONISTA DEL DESARROLLO INTEGRAL

El concepto del territorio ha cambiado y además de ser el soporte de la actividad humana, hoy se lo mira como un ente que evoluciona con el tiempo y es necesario ordenarlo en el presente y planificarlo para el futuro; sin embargo, en muchos lugares ya se tiene en cuenta el pasado, es decir ese legado histórico heredado del territorio que se convierte en “un patrimonio territorial”, compuesto por la acción humana, representada en construcciones y modificaciones geográficas fruto de la explotación minera, agricultura u otra actividad desarrollada por nuestros antepasados y por los “monumentos naturales”, dignos de valorar (Del Pozo Paz, 2007).

Para Cabero (2006-a), el territorio es el escenario donde se dan todas las relaciones socio-económicas de los habitantes. Estas relaciones soportadas por los recursos naturales, generan también, una lucha de poderes que en muchos casos origina las desigualdades sociales de las comunidades, asociadas al usufructo y despilfarro de los recursos y al deterioro de los mismos por la alteración reiterativa de los ecosistemas. Además, considera necesario el establecimiento de políticas que integren las escalas cambiantes para procurar un desarrollo equilibrado en el ámbito territorial, dado el desarrollo desigual en las diferentes escalas geográficas, fenómeno que profundiza las desigualdades sociales. En otro artículo, “Por una lectura crítica del territorio: repensar el oikoumene”<sup>31</sup> el Dr. Valentín Cabero, plantea la necesidad de “repensar las formas de entender el territorio y los espacios en que vivimos”, además de reflexionar acerca de las políticas y prácticas medioambientales y de desarrollo.

---

<sup>31</sup> “La palabra ecumenismo deriva del griego *oikoumene* cuyo significado es *lugar habitado por la humanidad*. Era usado en el Imperio Romano para referirse a la totalidad de las tierras conquistadas. Actualmente, ecumenismo se refiere a aquellas iniciativas que pretenden lograr la unidad religiosa mundial”. Consultado el 4 de abril de 2012 de: <http://enciclopedia.us.es/index.php/Ecumenismo>

Y asegura que hemos participado de los cambios que trae la globalización y presenciado las paradojas que se muestran, por un lado, con el avance tecnológico y por otro, con el evidente impacto ambiental y la aparición de desastres naturales no vistos anteriormente (Cabero, 2006-b, p. 182).

Una mirada a otros factores y políticas de carácter territorial; medioambiental; patrimonio histórico y cultural; económicos y sociales que se relacionan con las actividades turísticas, como lo plantean autores como Cabero (2006-a); Cabero (2006-b); Castrillón (2010); Frax (2005); Iribe (2005); Melgosa (s.f.); Otero (2007); entre otros, permite señalar que el *capital territorial* está conformado por los recursos físicos que constituyen el medio ambiente. Visto desde lo económico, el medio ambiente sustenta las necesidades de las comunidades y es elemento fundamental para el desarrollo territorial. Así, el territorio es un actor principal en las políticas públicas que contemplan la valorización y conservación para lograr la competitividad territorial que garantice el desarrollo sostenible. Y es en este marco, donde los autores plantean cómo debe entenderse el concepto de destino turístico; por ejemplo, Melgosa (s.f., p. 1) se refiere a los problemas medioambientales que el turismo ha ocasionado: “no es demasiado arriesgado predecir que, en un futuro no muy lejano solo serán viables aquellos negocios turísticos comprometidos con la sostenibilidad”.

### **2.2.1. Una nueva visión del territorio en el esquema económico de la globalización.**

El desarrollo basado en la innovación y los avances tecnológicos que han facilitado el desplazamiento de las personas y la explotación masiva de los recursos -planteado en el nuevo esquema económico de la globalización-; ha generado efectos poco deseables; como la pérdida de ecosistemas y de especies que finalmente terminan alterando drásticamente el equilibrio del territorio; la pérdida de valioso patrimonio cultural y de la cohesión social.



Por otro lado, el desarrollo de los medios de comunicación y transporte, han acelerado la vida en las ciudades a tal punto que han surgido grupos que apuestan a la “ciudad lenta” (slow city), es decir a una reducción en la “velocidad” de muchas actividades cotidianas como cambiar conceptos de “comida rápida” por “comida lenta” (slow food). Así, el auge de las TIC ha tenido un efecto sobre el común de las personas que aún no logran entender y asimilar el papel fundamental de la cultura en la identidad y cohesión social, siendo atraídos por modas y un estilo de vida de otras culturas - más desarrolladas-, que venden “el sueño de una vida mejor (...) no son capaces de superar la ignorancia dominante acerca de los hechos fundamentales relacionados con la culturas...”. Una lectura crítica del territorio llevará a reflexionar sobre temas como el tiempo y el espacio; el redescubrimiento del sentido del lugar y las escalas intermedias como referencia integradora geográfica y territorial (Cabero, 2006, p.187).

Bajo este panorama se hace necesaria una *nueva visión del territorio*. Para Otero (2007), la tecnología es un aspecto que se debe considerar en la relación del territorio y las empresas. Es una realidad que los avances en las comunicaciones y en el transporte modifican la relación *espacio – tiempo*<sup>32</sup> de las empresas y organizaciones originando la formación de redes empresariales en una economía globalizada. Así, la localización geográfica de las empresas se ve afectada por dos circunstancias: el incremento en el uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y el desarrollo del transporte aéreo<sup>33</sup>. Considerando **el impacto de las TIC**, ahora han cambiado los paradigmas, se han eliminado fronteras, de manera que una parte de la

---

<sup>32</sup> Cabero (2006-b), habla de las interpretaciones isotrópicas que tienen su origen en el desarrollo de los medios de comunicación y el auge del transporte aéreo y terrestre que generan “una contracción del espacio- tiempo”, borrando la memoria histórica de los territorios y creando la conciencia y la visión isotrópica del mismo, de acuerdo a intereses particulares -la mayoría de las veces económicos- con poder para modificarlo.

<sup>33</sup> El auge del transporte aéreo, por bajos costos y eficiencia, ha facilitado la movilidad de las personas y como consecuencia, el desarrollo del turismo y la internacionalización de las economías; razón por la cual los gobiernos regionales en varias partes del mundo tienden su mirada a los aeropuertos como “motor del desarrollo territorial” (Ramos, 2012, p. 6).

actividad económica realizada a través de las TIC, tienen lugar entre personas que viven en diferentes países y no necesariamente dentro de las fronteras de uno solo.

En segundo lugar, considerando **el impacto del transporte aéreo**. Para algunos, es parte fundamental del desarrollo territorial mientras otros, cuestionan los beneficios, aduciendo impactos ambientales no deseados<sup>34</sup>.

Por ejemplo, en el estudio de caracterización realizado por Ramos (2008), se advierte que los viajeros que utilizan el avión como medio de transporte ya no pertenecen una clase privilegiada, debido al bajo costo de las tarifas y de las promociones atractivas. En este contexto la cuota de mercado de los “low cost”, en España ha pasado del 4% de la oferta de asientos en 2001 al 28% en 2007, con tendencia creciente. En este escenario, el “marketing aeroportuario” se convierte en una estrategia de conectividad para facilitar la llegada de los viajeros a los destinos.

Por consiguiente la globalización viene acompañada de conceptos como la competitividad, el conocimiento y la innovación. Se considera, además, que la actual es la era del conocimiento y el territorio no es ajeno a este esquema siendo posible entender la visión del territorio en términos de *un aprendizaje colectivo*<sup>35</sup> y como un actor indirecto en la competitividad regional. Así pues, las empresas, especialmente las Mipymes, deberían tener ese aprendizaje colectivo

---

<sup>34</sup> Por ejemplo, el cambio climático debido a la contaminación del transporte aéreo, considerando que el único medio de energía que utiliza la industria aérea son los combustibles fósiles los cuales demanda en altas cantidades. En 2006 el 6.3% de los productos refinados del petróleo a nivel mundial se destinaron al transporte aéreo. Además la contaminación por ruido y sus efectos, es otro factor desfavorable a la industria aérea (Cabero, 2006-b & Gamir y Ramos, 2011)

<sup>35</sup> En este contexto, Otero (2007) considera que la innovación y el aprendizaje son factores determinantes para la competitividad del territorio y de las empresas que se encuentran en él.

que les permita competir, ya que el aislamiento y no su tamaño es el factor que las pone en desventaja<sup>36</sup>.

Alrededor de la competitividad y la globalización se han acuñado una serie de términos nuevos que vale la pena mencionar, ya que su uso se ha ido extendiendo. Así se habla de *coopetencia*, para referirse a la capacidad de cooperar para mejorar la competitividad. El término *glocal*, se emplea para describir “la simbiosis entre la dimensión global y local y un neologismo que debe ser leído en dos sentidos. Hay que pensar globalmente para actuar localmente (para las empresas) y pensar localmente para actuar globalmente (para las personas)” (Otero, 2007, p.92).

Pero es posible que las TIC sean aprovechadas para promover el conocimiento de los territorios, la sustitución de prácticas depredadoras por otras más amigables con el medio ambiente, como el *turismo sostenible*, que cambien el uso del suelo y la relación entre el territorio y las empresas, propendiendo por la conservación y recuperación de los recursos naturales y culturales. Luego aquí es necesario hacer un balance *costo/beneficio* sobre la utilización de las nuevas tecnologías, considerando además, que su utilización es una realidad que no se puede detener y más bien, hay que aprovechar las oportunidades que se derivan de ellas.

El turismo ha sido una de las actividades que más ha cambiado con el uso de TIC, el viajero ya no compra servicios sino *experiencias memorables* que proporcionen valor a través de emociones y sentimientos a lo que se le ha llamado el *Dream Society*. El cambio de paradigma para Ramos y Gómez (2010), supone el cambio hacia la *Sociedad de la Información* y como consecuencia cambian los hábitos de consumo, convirtiéndose en una variable compleja que ha cambiado drásticamente la estructura del mercado turístico,

---

<sup>36</sup> Para Otero (2007, p. 92), el **aprendizaje colectivo** y otras formas de “**asociatividad**” demanda “una fuerte dosis de capital social”, el cual determina cómo las personas se relacionan entre sí, dependiendo de sus valores y actitudes.

obligando tanto a las empresas como a los destinos territoriales a adaptarse a las nuevas tecnologías. Algunos de los cambios son:

- Surgen nuevas formas de producción y de prestación de servicios, favoreciendo la creación de empresas pequeñas, es decir, se favorece el surgimiento de Mipymes, con alta capacidad de flexibilización y personalización de los servicios.
- Hay una oferta diversificada de los destinos turísticos en áreas geográficas antes desconocidas.
- Se genera un enfoque turístico internacionalizado.
- Se estimula el aumento de viajes debido a la oferta de paquetes *low cost*.
- Hay un mayor nivel de personalización en la oferta turística.
- Más claridad en la responsabilidad social, la protección al medio ambiente y la solidaridad.
- Un aumento del *turismo en el Interior*<sup>37</sup>, factor favorecido por la expectativa *experencial*<sup>38</sup> en períodos cortos de ocio (de fin de semana o en los puentes festivos de dos o tres días).

Ahora presenciamos un “boom” de las redes sociales, lo cual según varios autores (Alvarado, 2012; Cerezo, 2006; Jiménez, 2011 y Ramos & Gómez, 2010) favorece los viajes sociales, muy valorados en el turismo de naturaleza. Según Ramos y Gómez (2010), las redes sociales están impulsando cada vez más el *turismo del interior*, con lo cual se vuelve al reconocimiento del territorio como un destino único y diferenciado. Esta modalidad de turismo ha ganado espacio en sitios que tradicionalmente no se consideraban con atractivos turísticos. Pero casi en cualquier parte se pueden desarrollar destinos turísticos, identificando y diseñando productos turísticos atractivos y únicos; sólo es

---

<sup>37</sup> Turismo del Interior, se refiere al turismo que se da en zonas geográficas alejadas de los litorales. Se privilegia el turismo de naturaleza, el turismo cultural, el turismo de negocios, entre otros. Para Ramos y Gómez (2010), es una tipología turística que se desarrolla en áreas geográficas ubicadas en el interior de los países, lejos de los litorales y de las grandes ciudades. Esta tipología no debe confundirse con el turismo doméstico.

<sup>38</sup> Experencial. Se refiere a la experiencia. En los últimos años se ha popularizado este término para referirse al turismo donde la experiencia es el mayor motivador del viajero.

cuestión de imaginación y de buscar el medio adecuado para promocionarlo y despertar el interés y emoción en el turista.

Independientemente de la particularidad de cada región se han identificado aspectos comunes como:

- Destinos con patrimonio cultural único, diferenciado y poco conocido.
- Los habitantes nativos conservan sus rasgos culturales y su identidad.
- Regiones poco desarrolladas que conservan su estado natural- muchas veces son las zonas más pobres y deprimidas de un país.
- Poca infraestructura de servicios básicos. Lo cual limita la capacidad de carga del destino.
- Se mantienen prácticas económicas tradicionales especialmente asociadas a la agricultura, la ganadería o la minería; que en la mayoría de las veces son poco rentables.
- Son territorios con alta vulnerabilidad no solamente desde el punto de vista del medio ambiente, sino también desde lo socio cultural.

El turismo del interior puede contribuir efectivamente al logro de los Objetivos del Desarrollo del Milenio, debido a que involucra varios sectores económicos, favoreciendo el desarrollo de empresas pequeñas (Mipymes). También es una fuente generadora de empleo acogiendo a personas de variadas profesiones y cualificación. El turismo también permite ir formando una masa crítica de *Recurso Humano*, cualificado en la prestación de servicios y atención al turista con lo cual se va construyendo y consolidando la imagen del destino y como consecuencia se va mejorando la calidad de vida de las comunidades; aspecto que no se logra con actividades del sector primario (agricultura, ganadería y minería), ya que no son intensivas en uso de mano de obra y no generan valor agregado.

En definitiva, la evolución del turismo ha generado diferentes percepciones sobre los beneficios o perjuicios que tiene en el territorio y el desarrollo socio-

económico de las regiones. Al respecto, el estudio de Jafar, J. (1994) - referenciado por Guevara et ál. (2009, p. 27)- plantea las siguientes plataformas:

- “Plataforma del bien”, que apareció en los años 70, considera que el turismo es una actividad muy beneficiosa para la economía de un país porque puede generar recursos económicos para zonas deprimidas con poca inversión y no necesita mucha inversión.
- “Plataforma del mal” donde se rebatían las bondades del turismo y se ponía de manifiesto el impacto negativo hacia los recursos naturales y la cultura de las comunidades de acogida.
- “Plataforma de adaptación”, debido a la polarización entre las plataformas del bien y del mal surge el enfoque del turismo alternativo (responsable, sostenido, blando, ecoturismo), donde se daba prioridad a la comunidad receptora para proteger su cultura y costumbres. Esta plataforma no contempla el turismo de masas y propone identificar la mejor plataforma, basada en la investigación para comprender las estructuras y funciones del turismo.

#### 2.2.1.1. El sentido del lugar y la cohesión social.

Otra consecuencia de la globalización y la modernidad es el desarraigo o la pérdida de identidad con el territorio. El sentido de pertenencia es una característica del *hombre social*<sup>39</sup> que le permite desarrollar la *cultura*<sup>40</sup> individual y colectiva con el grupo social al que pertenece proporcionándole identidad, visión de futuro y seguridad. La pérdida del arraigo genera un sentimiento

---

<sup>39</sup> Como lo pensó Aristóteles, el hombre como individuo necesita a sus semejantes para suplir sus necesidades y aspiraciones. De ahí que las sociedades sean agrupaciones de individuos unidos por fines comunes.

<sup>40</sup> Respecto al tema de la cultura, en la Carta de Sao Paulo (2004), la UNESCO, define la cultura como “el patrimonio material y simbólico de las sociedades, grupo sociales e individuos y cada uno de éstos tiene un patrimonio cultural singular a partir del cual surge su identidad”. Ahora bien, desde una mirada antropológica, *el lugar*, proporciona el sentido de morar o de habitar donde el individuo pertenece a un colectivo social. De esta manera el lugar aporta el sentido del *hogar*, al cual se pertenece y forma parte de la existencia humana. Así se tiene el espacio propio y sagrado, pero a la vez social y público, formando parte del pensamiento y sentimientos del individuo y como consecuencia de los sentidos de pertenencia e identidad.

progresivo de inseguridad promoviendo la insensibilidad, el egoísmo y la desconfianza. En grupo sociales genera la pérdida de cohesión, eliminando valores como la solidaridad y la obligación de asistir a los semejantes en momentos desafortunados, de desastres o dolor. Cabero (2006-b) comenta como el desarraigo y la falta de sentido de pertenencia que caracteriza a las generaciones actuales, ha dejado en el olvido las costumbres y el legado cultural de muchas regiones, dando paso a la “moda” que normalmente es copia de países industrializados<sup>41</sup>. El *lugar* representa para los seres humanos la esencia misma de su identidad, de su relación con las otras personas y es donde se forma y se mantiene todo el legado cultural que acompaña al individuo como perteneciente a un grupo social.

La falta de sentido del lugar o *desmemoria*, lleva a las personas a perder la sensibilidad por la identidad territorial, por su cultura y recursos naturales, olvidando incluso catástrofes naturales como las inundaciones que alteran drásticamente los paisajes y las formas de sustento de las personas que habitan dichas zonas.<sup>42</sup>

El efecto de la globalización en el “sentido del lugar”, según Cabero (2006-b) y Otero (2007), se manifiesta en el condicionamiento de la visión que se tiene del mundo y se exprese poco la cultura que identifica a los grupos étnicos o a las naciones. Por otra parte, la exposición a diferentes culturas no transforma la identidad de los individuos como pertenecientes a un país, por ejemplo, sino que

---

<sup>41</sup> El *hombre-económico*, ha ocasionado la pérdida de identidad y la destrucción, en muchas ocasiones del patrimonio cultural del lugar. Por eso se aboga por el *hombre-habitante*, es decir, aquel que como dice Cabero (2006, p.188), “respeta con prudencia las condiciones del *oikoumene*”.

<sup>42</sup> El Dr. Valentín Cabero Diéguez, se refiere al tema sabiamente en los siguientes términos: “Esta perspectiva de entender y vivir el tiempo olvida que la contingencia de nuestro corto viaje en el universo ha de contar con las facultades de recordar el pasado y anticipar o soñar el futuro y el porvenir. La pérdida personal y colectiva para conjugar el pasado, el presente y el futuro, sin obsesión por dominar todos los resortes del presente, conlleva una pérdida de capacidad de relación con el otro, con la naturaleza y con nosotros mismos. Y la percepción del otro y de culturas distintas a las nuestras, al igual que el conocimiento de la naturaleza y sus paisajes exige como premisa elemental la observación detenida y la curiosidad epistemológica, si queremos rebasar o corregir los esquemas estáticos y cuestionar los modelos de interpretación y percepción cultural ” (Cabero, 2006-b, p. 185)

se presenta una hibridación de culturas. Así los países no se identifican por sus fronteras e historia sino por la masa de consumidores (trasculturización) que comparten determinados hábitos de consumo permitiendo identificar una forma peculiar de relacionarse con las redes internacionales. En este contexto las naciones y las etnias van perdiendo su poder de **cohesión social**.

Para Otero (2007, p. 95), el problema no es el riesgo que desaparezcan esas diferencias culturales “sino entender cómo se reconstruyen las identidades étnicas, regionales y nacionales en procesos globalizados de segmentación e hibridación intercultural”. Por su parte Ros (2005), refiriéndose al turismo, resalta los siguientes aspectos generados por esta actividad considerada de gran impacto en la cultura de los pueblos:

- Según las relaciones y transferencia de cultura, especialmente dado entre el turista y los habitantes del destino turístico. Como lo afirma el autor, el objeto tradicional de la antropología –el hombre primitivo- cambia hacia personajes que pueden recibir nombres como: turista, anfitrión, indígena, huésped.
- Así surge el tema de “aculturación”. Según Baré (1996), citado por Ros (2005, p.20) “El término aculturación designa los procesos complejos de contacto cultural por medio de los cuales, sociedades o grupos sociales asimilan o reciben como imposición rasgos o conjuntos de rasgos que provienen de otras sociedades”. Estos fenómenos se dan cuando hay diferencias significativas entre los grupos sociales que entran en contacto.

Dicho de otra manera, la cohesión social se basa en por lo menos dos aspectos: una memoria común y la existencia de un futuro y de posibilidades comunes. Así, en el caso colombiano esa memoria colectiva está dispersa y como lo afirma Maldonado (2008), sólo se encuentra en la literatura y la narrativa. En un alto porcentaje la memoria de las personas se centra en el desarraigo, el dolor y la injusticia. Ahora bien, frente a las posibilidades de futuro colectivo, también hay problemas porque en muchas regiones no hay oportunidades y los más



jóvenes salen para buscar un mejor futuro en las grandes ciudades o en el extranjero.

Si bien es cierto que el problema colombiano de pérdida de cohesión social y arraigo es muy complejo, hay que considerar, también, que el hombre es social por naturaleza y necesita tener un sitio y una cultura que lo identifique como individuo. Por lo tanto, es posible rescatar dichos valores y el turismo puede ser el instrumento para recuperarlos. Refiriéndose al tema de la cohesión social en Colombia, Castrillón (2010) y Maldonado (2008) plantean que las *redes sociales*<sup>43</sup> son la base fundamental. Estas redes son dinámicas, surgen espontáneamente y pueden desaparecer; se basan en factores como la amistad, la vecindad, la solidaridad, el amor, entre otros sentimientos que hacen del hombre *un ser social*. Hay que reconocer también que estos pequeños grupos tienen una alta carga política que puede ser aprovechada para impulsar proyectos de beneficio común para las comunidades y garantizar la productividad de las unidades de negocio.

Para concluir, se puede resaltar el papel benéfico del turismo de naturaleza o turismo del Interior, que permite conformar esas *redes sociales* a través de las cadenas turísticas que vinculan a la sociedad, las autoridades públicas, los empresarios, el sector educativo y donde se puede ir recuperando el arraigo o sentido del lugar, ya que es el legado cultural y natural parte del producto turístico y por consiguiente se puede ir recuperando la cohesión social ya que se ofrece ese otro ingrediente de *tener un futuro colectivo*.

#### 2.2.1.1.1. *El sentido del lugar y el paisaje.*

---

<sup>43</sup> “La noción de «redes» apunta hacia el carácter complejo, esto es, emergente y no lineal, de la vida social y, *a fortiori*, de la vida individual en comunidad (...). Las redes sociales no son instituciones ni son institucionales tienen esencialmente un carácter informal de relaciones interpersonales (...). Las redes sociales al mismo tiempo sostienen y alimentan la dinámica social – la dinámica de una comunidad, de una sociedad, de una región determinada. La construcción de las redes sociales es, por consiguiente, condición de los tipos de dinámica que una comunidad cualquiera tiene o puede tener”. (Maldonado, 2008, pp.14-15)

El paisaje es uno de los aspectos que afianza el *sentido del lugar*, al ser único para cada región o sociedad y muchas veces fruto de las manifestaciones culturales de los pueblos.

La palabra *paisaje* proviene del latín *pagus* que quiere decir *país*. El paisaje representa la vista de un sector geográfico producida o modificada por fuerzas geológicas y por el hombre, según su cosmovisión o cultura<sup>44</sup>. Asimismo, la noción de paisaje, abarca más que la escena que puede captar el observador, denominada por muchos “unidad de paisaje”, es la suma de varias vistas o conjunto de formas que caracterizan un sector determinado. Se distinguen aquí dos tipos de paisaje, el natural que incluye montañas, ríos, planicies, valles, etc., y el cultural<sup>45</sup> construido por la actividad humana en procesos de producción y explotación de la tierra como minas, campos de monocultivos, entre otros; en procesos urbanísticos o cualquier modificación realizada por asentamientos humanos como infraestructuras, edificios, carreteras vías ferroviarias, etc., y que se han ido creando como una evolución histórica (Bonells, 2001; Castrillón, 2010; Del Pozo Paz, 2007 y Miranda, 2006;).

De igual manera, en los espacios urbanos se encuentra la arquitectura como el legado cultural de los antepasados que han dejado la expresión de una época, con sus particularidades y que son parte del arraigo y cultura de los individuos. Como lo afirma Cabero (2006-b) son los arquitectos quienes más han estudiado el “sentido del lugar” con una visión crítica y sensible sobre las repercusiones

---

<sup>44</sup> “La dimensión objetiva de la realidad geográfica corresponde al medio ambiente, mientras que su representación o lectura se asimila al paisaje” (Zuluaga, 2009, p.42).

<sup>45</sup> Los paisajes culturales se forman por diversas manifestaciones de interacción entre el hombre y su medio ambiente. Según la UNESCO, hay tres categorías de paisajes culturales: la primera se refiere a los “paisajes claramente definidos”, diseñados y creados por el hombre de forma intencional como es el caso de los jardines y los parques; la segunda, se refiere a los “paisajes evolutivos” creados espontáneamente por la interacción del hombre con el medio ambiente según las condiciones religiosas, económicas, sociales y geológicas (paisaje fósil y paisaje continuo en el tiempo), y la tercera, es el “paisaje cultural asociativo” que involucra las creencias religiosas, las expresiones culturales y artísticas. Así, el paisaje cultural es un “recurso visual, escénico y cultural” que tiene una demanda social creciente para satisfacer las necesidades recreativas y turísticas y que además, son parte importante para la definición y consolidación de la imagen turística de un destino (Castrillón, 2010, pp.43-44).

medioambientales de algunos modelos que afectan la habitabilidad en ciertos proyectos denominados “cajas funcionales”, y que dañan la armonía del paisaje en aras de una supuesta funcionalidad<sup>46</sup>. En este sentido Bonells (2001, p.2) explica cómo las construcciones alteran notablemente el paisaje, sin embargo, al hacer parte de él, pueden ayudar con su arquitectura y la disposición de zonas verdes y jardines, a crear ambientes que respeten el entorno. “Un buen paisaje indica un acierto, una complacencia y un bienestar utilitario, un mal paisaje produce rechazo y abandono”. Por lo tanto el paisaje es un elemento que debe considerarse *a priori* y no *a posteriori*, como ocurre en muchos casos.

Así las cosas, como lo plantea Cabero (2006-b, p.190), urge la implantación de un modelo amigable con el medio ambiente y con sentido cívico que respete la memoria del *hábitat* urbano y rural reforzando su identidad “con sus raíces más originales y de la cultura vinculada al medio y a la memoria colectiva, sin renunciar a la innovación sensible e inteligente...”. En definitiva, un modelo de turismo sostenible puede ser la solución, diseñando productos que pongan en valor el legado cultural y natural del destino. De esto hay muchos ejemplos exitosos como Ávila en España, por poner un ejemplo.

#### *2.2.1.1.2. La pérdida del sentido del lugar y cohesión social en Colombia.*

En un país como Colombia que ha vivido en un conflicto de violencia por más de medio siglo, el tema de la cohesión social es bastante difícil de abordar sin considerar la institucionalidad y la dinámica social.

---

<sup>46</sup> Para Bonells (200, p.4) en los sectores urbanos los espacios verdes ya no son considerados como ornamentales solamente, sino que cumplen una función social, de mejora del medio ambiente, de la calidad de vida, cultural, educativo, etc. En este orden de ideas cada vez se da más importancia al paisaje como un componente que las personas aprecian y valoran por el efecto psicológico que proporciona la naturaleza (árboles, flores, aves, el ruido del agua, etc.) y fue desde la antigua Roma donde por primera vez se dio importancia a los jardines como sitios de ocio y recreo “y no solamente como naturaleza contemplativa”

Para Maldonado (2008, p.13), el dilema de la cohesión social en Colombia se manifiesta por ser “un país fraccionado, sin confianza institucional, en el que impera el conflicto y éste se acrecienta como violencia formal e informal en prácticamente todos los órdenes, en el que la legitimidad del Estado es erosionado en primer lugar por parte del propio Estado gracias a la permisividad de la corrupción –pública y privada-, un régimen extendido y creciente de impunidad, y a la violación sistemática –por acción o por omisión- de los derechos humanos y los derechos fundamentales...”. Entonces el dilema planteado es cómo hacer que los individuos asuman su propio destino junto con sus comunidades y puedan recuperar ese sentido de seguridad y de arraigo, en un mundo globalizado donde parece perderse las fronteras de los países y de las regiones.

Las consecuencias de la pérdida de arraigo territorial o *sentido del lugar*, se manifiesta con la crisis ambiental en Colombia, evidenciada por los desastres naturales y las prácticas depredadoras de medio ambiente –como la minería y la utilización inadecuada de las áreas protegidas-; el primero como consecuencia del deterioro ambiental y el segundo como manifestación de la corrupción, pero ambos por la pérdida de valores y compromiso.

El primer aspecto se refiere a los desastres por las lluvias, ocasionados por la destrucción de los ecosistemas; la falta de voluntad política para prevenirlos y solucionarlos; la corrupción que antepone intereses personales a la conservación de los recursos territoriales; entre otros aspectos que evidencian la falta de compromiso de arraigo. Así los problemas de desastres naturales (inundaciones y derrumbes), son el tema central de las noticias en épocas lluviosas, repitiéndose los mismos hechos provocados por las mismas causas, pero cada vez con mayor fuerza destructiva, debido a la falta de un Plan de Ordenamiento Territorial en los municipios que identifique los usos del suelo con un criterio de sostenibilidad y que se haga cumplir. Esto ha conducido a que

muchos terrenos pertenecientes a los humedales hayan sido ocupados para actividades agrícolas o de vivienda, con las consecuencias adversas, descritas.

Para poner un ejemplo, se hace mención al deterioro de los humedales de la Sabana de Bogotá y el Distrito Capital (incluyendo el humedal de Suesca), que pertenecen a la Cuenca del Río Bogotá y al Sistema geográfico del Altiplano Cundiboyacense<sup>47</sup>, lugar de alta relevancia en el continente para el paso de las aves migratorias. Se ha calculado que en 1940 la zona tenía 50000 hectáreas en humedales y hoy solo quedan 1500 hectáreas.

Los mayores impactos que han sufrido los humedales son de tipo antrópico, por la urbanización, la actividad agrícola especialmente la floricultura industrial el cultivo de papa, la ganadería y varias actividades industriales. Por otro lado, el comportamiento de la gente que asimila los humedales como botaderos de basuras y escombros, es lo que genera serios problemas de salubridad en áreas urbanas (Moreno y García, 2002).

Aún cuando existen normas respecto al tratamiento que deben tener los humedales, éstas se desconocen por parte de grandes empresas (como el caso de Big Cola que tiene sus instalaciones sobre el Humedal Gualí) o de intereses particulares de constructores o urbanizadores.

Las siguientes imágenes muestran el estado del humedal Gualí (ubicado en el municipio de Funza aledaño a Bogotá D.C.), perteneciente a la cuenca de la Sabana de Bogotá.

---

<sup>47</sup> Altiplano en la cordillera Oriental colombiana que pertenece a los departamentos de Cundinamarca y Boyacá.



Colegio construido en el área del Humedal Gualí.

Fuente: Archivo personal.



Deshechos plásticos recuperados por los estudiantes del Colegio.

Fuente: Archivo personal.

### Galería de Fotos No. 1. Humedal Gualí.

Ahora bien, abordando el segundo aspecto planteado anteriormente, los problemas ambientales de Colombia son expuestos por la Contralora de la República, Sandra Morelli, de acuerdo con el informe presentado al Congreso de la República sobre “El estado de los Recursos Naturales y del Medio Ambiente 2011-2012”. En este informe se resaltan situaciones como:

- “Faltan autoridades ambientales que hagan cumplir la Ley”, situación que pone a Colombia al borde del *desastre ambiental*.
- “Colombia firma todos los tratados del medio ambiente, de transporte de residuos tóxicos, de protección de los trabajadores en las zonas mineras, de controles d agua, de edad de los trabajadores; hace parte del observatorio informativo sobre la explotación del níquel; suscribe convenciones de medio ambiente de Kioto, de Río de Janeiro, y los funcionarios parecen olvidar su carácter vinculante”.
- Uno de los casos más sonados en los últimos meses es el de Cerro Matoso<sup>48</sup>. Esta empresa no tiene licencia ambiental y no hace un manejo

---

<sup>48</sup> La Mina de Cerro Matoso es propiedad de la multinacional BHB Billiton, la compañía minera más grande del planeta, ubicada en el Departamento de Córdoba, Municipio de Montelíbano. Empezaron las actividades de exploración en 1963 y la explotación en 1982. En 2012, se venció el contrato inicial que fue renegociado hasta 2029 con una opción de prórroga hasta 2044. Cerro Matoso es la mina de níquel a cielo abierto más grande en el continente y ocupa el cuarto lugar entre las más grandes del mundo. Ha explotado 910.000 toneladas de níquel equivalente a

ambiental adecuado, ignorando planes básicos como: manejo de aguas y vertimientos; no tienen un estudio de impacto ambiental y mitigación de impacto -documento que debería haberse radicado ante el Ministerio del Medio Ambiente-. Las consecuencias son evidentes; deterioro del medio ambiente, enfermedad de los trabajadores y de las personas que viven en las cercanías, entre muchos otros relatos dramáticos de pobladores y ex -trabajadores de la mina. Por otro lado, las regalías entregadas por la empresa en 30 años son apenas de 834 millones de dólares, los cuales han desaparecido (por artimañas corruptas); dejando al pueblo hundido en la miseria (Amat, 2012; Semana, 2012).

Sin embargo, Cerro Matoso no es el único caso, afirma la Contralora, hay emergencia ambiental en otras zonas del país donde existe explotación a gran escala como el Cerrejón en la Guajira<sup>49</sup>; la minería ilegal, Drummod en Santa Marta (que acaba de crear una emergencia ambiental con el vertimiento de carbón en el mar; el parque Tayrona, con la pretendida construcción de un hotel 5 estrellas; Santurbán, reserva natural, donde se aprobaron permisos para que la empresa multinacional Eco Oro Minerals Corp explorara y posteriormente explotara oro en dicho páramo, pero gracias a un grupo de ambientalistas que demostró que se ponía en riesgo el abastecimiento de agua para 2.2 millones de personas, el proyecto fue detenido.

En cuanto a la depredación de los recursos, se evidencia que los intereses particulares de grandes multinacionales o de personas poderosas que ejercen cacicazgos en las zonas, permiten la explotación salvaje de los recursos, en

---

11.000 millones de dólares; produce 50.000 toneladas anuales de ferroníquel que se exportan a todo el mundo.

<sup>49</sup> El Cerrejón es una empresa compuesta por las trasnacionales Billiton, Anglo American y Xstrata (Glencore); tiene la Concesión (desde 1985) para explotar el carbón térmico en La Guajira Colombia, siendo la mina a cielo abierto más grande del país. Para su operación se utilizan anualmente más de 61.000 toneladas de explosivos y se remueven aproximadamente 230 millones de metros cúbicos de tierra (Petronivis, 2012).

casos como los títulos mineros que se han otorgado en Colombia, incluso en áreas declaradas protegidas por su interés ambiental<sup>50</sup>.

Por otra parte, asistimos al espectáculo de la minería ilegal donde grandes extensiones de selva han sido eliminados para dar paso a las máquinas retro-excavadoras, que como monstruos míticos devoran montañas enteras. Pero el daño no es solamente en la vegetación y en los ecosistemas que dependen de ella, sino que se desatan otros problemas como la sedimentación que acaba con la vida en los ríos y afecta a las demás especies que se surten de esta agua, entre ellos los humanos pertenecientes a los grupos más vulnerables. Como si esto fuera poco, el daño causado por los productos químicos - como Mercurio y el Cromo<sup>51</sup> - que son utilizados en la extracción del oro y que se vierten en los acuíferos, están envenenando a los pobladores de estas zonas alejadas y quienes en la mayoría de los casos son etnias indígenas.

El problema de la minería ilegal<sup>52</sup>, especialmente la extracción del oro, es un fenómeno reciente en las proporciones que se están viendo en los últimos años; el cual surgió cuando los grupos armados al margen de la ley empezaron a encontrar en esta actividad un lucro mayor que el obtenido con los cultivos ilícitos y la producción y comercialización de estupefacientes, actividades

---

<sup>50</sup> Carlos Rodado Noriega – Ministro de Minas y Energía de Colombia- y el director de Ingeominas (Instituto Colombiano de Geología), declaran a la prensa que se están investigando irregularidades en la entrega de títulos mineros y calificó como “caótica” la situación, donde se han entregado más de 500 títulos a dos personas naturales sin ningún requisito. Por otro lado, mencionan que de 70 mil hectáreas tituladas en 2006 en zona de páramos se pasó a 122 mil hectáreas en 2009. En 2010 se promulgó la Ley 1382 que prohíbe la explotación minera en zonas de Páramo, pero a pesar de ello se entregaron 10 concesiones para estos fines (García, 2011)

<sup>51</sup> Tanto el Mercurio como el Cromo se consideran metales pesados que no son eliminados del cuerpo y que causan envenenamiento progresivo tanto de animales como de personas. El problema de la presencia de metales pesados en los ríos, es que los peces se contaminan y como ellos son el principal sustento alimenticio de los pobladores a lo largo del río, el problema se vuelve de grandes proporciones.

<sup>52</sup> El porcentaje de minas ilegales en el país alcanza el 50%. Este fenómeno además del tremendo daño ambiental crea problemas como: inseguridad, inestabilidad social y deterioro de la economía a nivel local y regional. El grupo ilegal FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia) hacen presencia en 7 departamentos; El ELN (Ejército de Liberación Nacional) está en 3 departamentos y las Bacrim (Bandas Criminales), controlan el negocio en 4 departamentos especialmente.



perseguidas por los gobiernos de la región. Respecto a este tema hay mucho que discutir, pero lo que se quiere resaltar aquí es que este fenómeno es un atentado contra toda la humanidad, porque además, no hay ningún beneficio económico para las poblaciones locales, sino al contrario se genera exterminio o desplazamiento aumentando la miseria. Además, la cultura y costumbres de los nativos se ven seriamente amenazados. Todo lo contrario al Desarrollo Sostenible. Es urgente diseñar políticas que frenen la situación ya que unos pocos años estará fuera de control.

Estos son apenas algunos de los casos más sonados últimamente sobre el problema de la explotación minera en Colombia, actividad considerada por el Presidente Juan Manuel Santos una de las estrategias de desarrollo económico. Pero como lo aseguran los expertos, los intereses económicos mediáticos tienen mayor peso sobre la conservación. Esto es agravado en el país por los intereses personales o de grupos de minorías inmersos en un conflicto dañino y depredador, donde todo vale (El Espectador, 2011 y Portafolio, 2013).

#### 2.2.1.2. Desigualdad y pobreza.

Una de las consecuencias inmediatas del deterioro ambiental, del desarraigo o falta de sentido del lugar y de la pérdida de cohesión social, que afecta gravemente a los territorios, son la pobreza y la desigualdad social<sup>53</sup> que se acrecienta cada vez más en muchos países y en Colombia en particular.

La mayoría de las causas de la pobreza y la desigualdad tienen su origen en el territorio. Como lo afirma Cabero (2006-b), hay una serie de heridas y cicatrices

---

<sup>53</sup> Platón en el siglo V a C. advierte en los siguientes términos a los legisladores de Atenas sobre las consecuencias de las desigualdades -como lo enfatiza (Cabero, 2006-a, p. 253)- “entre los ciudadanos no debería existir ni pobreza extrema ni tampoco riqueza excesiva pues ambas engendran un gran mal”.

en la interfaz vital del planeta que en muchos casos son irreversibles o pasarán muchos años (e incluso siglos) para recuperarse y que se generan por:

- Desastres naturales. Terremotos, tsunamis, huracanes, incendios forestales, tormentas de polvo, deslizamientos, avalanchas, inundaciones, entre otros. Algunos de ellos provocados por la intervención antrópica - como en el caso de la tormenta de polvo, causada por la agricultura irresponsable<sup>54</sup>, los deslizamientos en las áreas de montaña por el manejo inadecuado de los bosques, la explotación minera y las malas prácticas agrícolas.
- Los desastres causados por las guerras, ahondan aún más las brechas de desigualdad. Muchos de los conflictos se dan por la ambición desmedida de los más fuertes sobre los recursos de los países más débiles.
- El terrorismo brutal, que arrasa lo que encuentre sin considerar las consecuencias de la destrucción del patrimonio natural y cultural de los pueblos, ahondando los odios, las injusticias y las brechas de miseria.
- Los desastres industriales – derrames de petróleo, accidentes en plantas nucleares, derrame de químicos, etc.- causan perturbaciones en ecosistemas de los cuales subsisten comunidades, provocando desplazamientos, hambre y miseria.
- Las crisis económicas, desestabilizan países, continentes y ahondan los problemas de desigualdad, todo causado por el desenfreno de un capitalismo depredador en aras del progreso y del enriquecimiento mediático de unos pocos poderosos.
- El nuevo modelo económico de la globalización alienta un comportamiento depredador y de consumismo que ha llevado al deterioro ambiental provocando desastres naturales de alto impacto.

---

<sup>54</sup> Según el Diario M24 Digital In English (Junio 04 de 2012), una de las más recientes tormentas de polvo se produjo el 06 de julio de 2011 en Phoenix, Arizona. Esta tormenta descrita como “impresionante y apocalíptica” con nubes de polvo espesas y fuertes vientos, redujo la visibilidad, paró en tráfico terrestre y aéreo, provocó cortes de energía eléctrica, causó incendios y enfermedades a los residentes. Estas tormentas se volvieron frecuentes y cada año azotan con más furia. Según algunos estudios, las malas prácticas agrícolas en tierras secas \_los campesinos dejan el barbecho hasta que vuelva a llover lo que ocasiona que el viento levante la tierra reseca- y las malas prácticas de pastoreo, están agudizando el fenómeno.

En este sentido, la Comisión de Brundtland<sup>55</sup> concluye que hay modelos de desarrollo actuales que ocasionan daños ambientales, aumentando la pobreza, las desigualdades, la vulnerabilidad y afectación a ecosistemas. Por esto, urge la propuesta de modelos de desarrollo sostenibles que conlleven a una distribución más equitativa de los recursos y limitaciones en su uso. La ONU, advierte sobre la obsesión en el mundo por crecer económicamente a cualquier precio ignorando el agotamiento de los recursos naturales no renovables<sup>56</sup>, situación que con el tiempo compromete el futuro del país (Garay, 1999 y Petronivis, 2012). En el “Informe de Riqueza Inclusiva (IWI- por su sigla en inglés), se propone un nuevo indicador para la generación de riqueza en los países que propenda por el Desarrollo Sostenible. Este indicador IWI debe tener en cuenta además del PIB (Producto Interno Bruto) y el Índice de Desarrollo Humano (IDH), otros aspectos de la base productiva del país como:

- **Capital manufacturado:** compuesto por la infraestructura industrial del país, bienes e inversiones.
- **Capital Natural:** donde se consideran las reservas de recursos renovables y no renovables como: combustibles fósiles, minerales, bosques, pesquerías y tierras para la agricultura.
- **Capital Humano:** representado en la educación y las habilidades desarrolladas por los pobladores de un país.

En cuanto a la desigualdad en Colombia, los últimos estudios muestran que éste es uno de los países con mayor grado de desigualdades. En el artículo publicado por la Revista Semana<sup>57</sup>, se afirma que “Colombia es el país más

---

<sup>55</sup> La **Comisión de Brundtland**, se desarrolló en 1987, impulsada por las Naciones Unidas y es donde por primera vez se habla de Desarrollo Sostenible. Este tema se profundizará ampliamente en el Numeral 3 del presente documento.

<sup>56</sup> Se habla de desarrollo económico y se presencia la desigualdad social y los desequilibrios territoriales – que como lo afirma (Cabero, 2006-b, p. 182)- “amenazan gravemente a los recursos naturales y eco culturales que nos sustentan”- , generando grandes espacios de pobreza y de conflictos sociales, mientras algunos bloques económicos se lucran a costa de la miseria creciente, especialmente en los países en vía de desarrollo.

<sup>57</sup> Desigualdad extrema. Artículo publicado en Semana.com, el 12 de marzo de 2011. En él Samuel Azout, “alto consejero para la Prosperidad”, afirma que según el índice Gini de 0.58 – Coeficiente divulgado por las Naciones Unidas y que mide técnicamente la desigualdad de

desigual de América Latina y el cuarto en el mundo”. Aunque el PIB (Producto Interno Bruto) y el Gasto Público se han incrementado, no sucede lo mismo con la desigualdad que se mantiene desde hace veinte años con pocas variaciones en los indicadores (por ejemplo, el indicador Gini fue de 0.58 en 2005 y de 0.59 en 2008) y la pobreza extrema que sólo ha disminuido dos puntos porcentuales en el mismo lapso de tiempo (Semana.com, 2011).

Asimismo, las Naciones Unidas y otros economistas consideran que la desigualdad y la pobreza se relacionan estrechamente; pero la desigualdad cobija aspectos económico – sociales y diferencias regionales que impiden el desarrollo sostenible, además de profundizar dichas brechas. Por ejemplo, “la Encuesta de Calidad de Vida registra un récord que pocos países ostentan: En Colombia, el 10 por ciento más rico de la población se queda con la mitad del PIB, mientras el 10 por ciento más pobre apenas le caen de la mesa las migas del 0.6 por ciento del PIB” (Semana.com, 2011, p.2).

Ahora bien, respecto a las diferencias regionales y los desequilibrios territoriales en Colombia, los niveles de ingreso por habitante entre las regiones presentan diferencias apreciables (el ingreso de un habitante del departamento del Chocó es la sexta parte del ingreso de un habitante de Bogotá D.C., la capital del país. También, el desequilibrio entre las 10 principales ciudades consideradas polo de desarrollo, contrasta con la pobreza de más del 66% en 800 municipios del país<sup>58</sup>(Semana.com, 2011).

La solución a los problemas de desigualdad y de pobreza, parece no ser clara, como lo expresan los expertos entrevistados para el artículo “Desigualdad Extrema” publicado por la Revista Semana. Sin embargo, el Gobierno del

---

distribución del ingreso, en la que 1 es lo más alto.-, es uno de los más altos del planeta, apenas superado por unos pocos países. Otros expertos como Jairo Núñez (Fedesarrollo) y Juan Carlos Ramírez (CEPAL), opinan que el problema se viene presentado desde hace veinte años y que no hay tendencia en la mejoría del índice, lo cual constituye el verdadero tema de reflexión.

<sup>58</sup> En Colombia hay actualmente 1099 municipios, según el portal oficial Colombia Estadísticas: [http://www.colombiastad.gov.co/index.php?option=com\\_content&task=view&id=481&Itemid=90](http://www.colombiastad.gov.co/index.php?option=com_content&task=view&id=481&Itemid=90)

presidente Juan Manuel Santos, es optimista, con la reducción de la pobreza, pero poco se habla de la reducción de la desigualdad- según el presidente de la República, se propone reducir la pobreza a la mitad en el cuatrienio de su gobierno (2011-2014) y con respecto al índice Gini, disminuirlo de 0.58 a 0.54-.

Entonces frente a esto, hay que replantear muchos aspectos de tipo territorial y considerar las diferentes escalas espaciales, la desigualdad y la vulnerabilidad, para analizar los umbrales o límites que permitan el desarrollo sostenible. Es necesario fortalecer el desarrollo a nivel local y regional<sup>59</sup>, impulsando proyectos regionales como los esquemas “Ciudad – Región”, aspecto que será profundizado en el siguiente ítem.

Es posible encontrar un término medio que satisfaga las necesidades económicas de las comunidades preservando los recursos culturales y naturales, es decir, entendiendo desde lo político y privado, los preceptos del desarrollo sostenible y comprendiendo el papel que juega el territorio en la identidad de los pueblos como sustento de su patrimonio, siendo una de las soluciones para detener la degradación entrópica, garantizando el desarrollo sostenible y el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (Cabero, 2006-a; Melgosa, s.f. & Ramos y Gómez, 2010).

---

<sup>59</sup> El escenario “local y regional” es el más adecuado para nuestro entorno, con una tasa de crecimiento baja, con la inclusión de la comunidad y la participación local en las medidas ambientales, en contraste con modelos globales que presentan un crecimiento rápido aumentando las desigualdades. Por otro lado, también advierte que “la filtración o desarrollo de arriba hacia abajo” para promover el desarrollo sostenible, no ha sido efectivo, entre otras cosas porque no disminuye el extremo de la concentración de la riqueza. Lo que se requiere es la formulación de políticas públicas juiciosas y “convergentes” encaminadas a erradicar los desequilibrios sociales y geográficos, con metas medibles “apoyadas en políticas públicas fundadas en escalas territoriales”, de modo que se invierta el modelo y los ciudadanos participen en el “desarrollo de abajo hacia arriba” (Cabero, 2006-a, p. 254).

2.2.1.3. El concepto de “Territorio-Región”, un modelo de desarrollo local y regional.

El concepto de “Territorio-Región” facilita la intervención de los diferentes sectores (público, empresarial, academia y sociedad), a través de modelos de desarrollo sostenible, ya que se comparte un mismo territorio geográfico con costumbres, historia y cultura similares. Además facilita la implementación, control y seguimiento de políticas de Ordenamiento Territorial y la conformación de cadenas productivas, como un medio de integración empresarial favoreciendo el desarrollo de Mipymes en particular y el desarrollo local y regional en general. Varios autores coinciden que las escalas intermedias<sup>60</sup> – *mesoesclas* (ni grandes ni pequeñas)-, facilitan la comprensión del territorio favoreciendo su gestión y ordenamiento de acuerdo a los asentamientos humanos tradicionales, los recursos naturales, su cultura y costumbres, es decir, un “*territorio – región*” que permita la integración y la cohesión social (Cabero, 2006-b y Campo, Rincón y Castaño, 2009).

Considerando que el modelo de desarrollo regional y local debe integrar el ordenamiento del territorio de acuerdo al entorno actual, con la globalización y el avance tecnológico, Boisier (2003)<sup>61</sup>, propone tres escenarios descritos en la siguiente figura:

---

<sup>60</sup> Cabero (2006-b, p. 195) afirma que “una escala intermedia bien elegida y ajustada a los problemas territoriales contribuye a fortalecer la movilización de los esfuerzos y recursos humanos a escala local, comarcal y regional y favorece el impulso y asunción cívica de proyectos comunes o la resolución de los conflictos espaciales internos o externos, en especial los relacionados con el medio ambiente”.

<sup>61</sup> “Boisier, S. (2003). El desarrollo en su lugar (el territorio en la sociedad del conocimiento). Santiago de Chile. 14-25 pp.”. Referenciado por Otero (2007, p. 94)

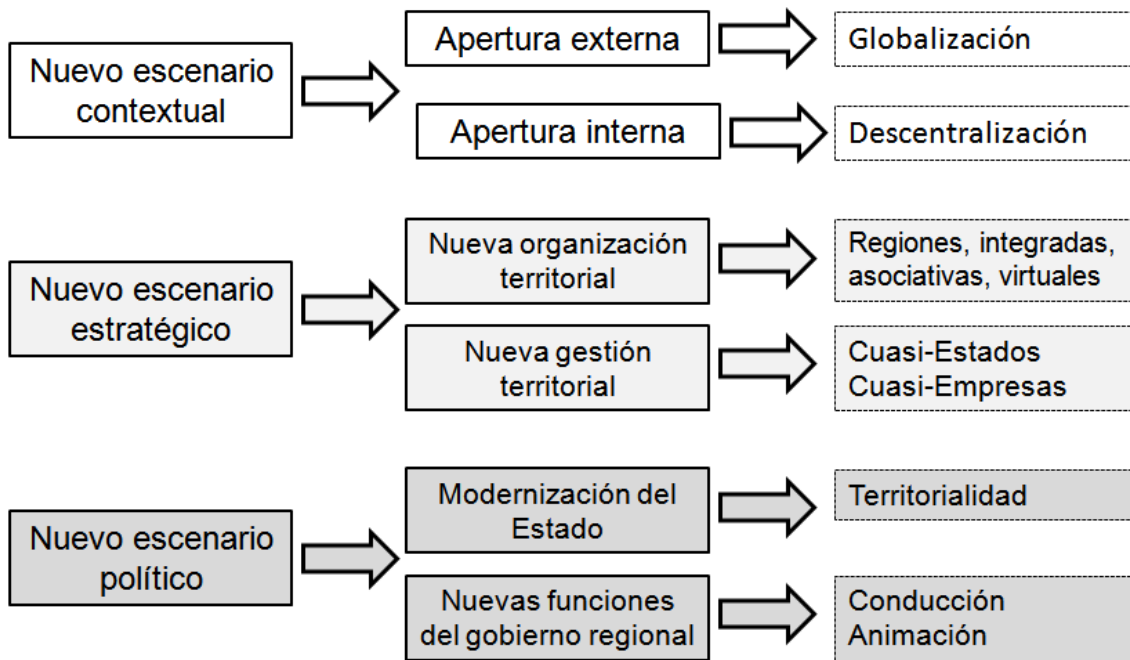


Figura No. 2. Nuevo Entorno del Desarrollo Regional.  
Fuente: Otero (2007, p. 94).

El primer escenario “*contextual*”, está determinado por dos procesos; uno de carácter económico, **la apertura externa**, delimitado por la globalización y los cambios que ella conlleva en cuanto a innovación y utilización de TIC. El segundo proceso es de carácter político y se refiere a la **apertura interna**, es decir la descentralización, ya que como lo dice Otero (2007, p. 93), “no es posible ser competitivo con estructuras de decisión centralizadas”.

El “*escenario estratégico*”, se construye también a partir de dos procesos; por una parte, la **organización territorial** que supone “una geografía política” integrada con elementos virtuales y asociación empresarial. Este proceso opera con la lógica del sistema y no depende de la voluntad del Estado. El segundo proceso, **nueva gestión territorial**, considera criterios políticos de gestión- normalmente Planeación Estratégica-, para mejorar la administración, eficiencia y eficacia de los gobiernos tanto local como regional y nacional.

El “*escenario político*”, incluye por una parte la **modernización del estado** para ser capaz de procurar el desarrollo a nivel territorial, y por otra parte, mejorar la **gestión de los gobiernos regionales** para que puedan ser el conductor (político) y el animador (social).

Es preciso insistir que el efecto de la globalización, del avance de las comunicaciones y de la modernización de los sistemas de transporte, ocasiona la pérdida de las fronteras de localización geográfica y se forman redes empresariales, cada vez más complejas y mundializadas. Así, surge una nueva lógica de articulación territorial, *espacio de flujos*, compuesto por redes empresariales. En contraste el *espacio de los lugares*, es aquel delimitado geográficamente y sobre el cual se desarrollan las actividades cotidianas de las personas y es el que contiene su historia y su cultura<sup>62</sup>.

Entonces la competitividad local y regional frente a los procesos de globalización toma especial interés porque es a este nivel donde se consolida la productividad local con la intervención de la alianza entre el “Estado y la sociedad civil para facilitar la articulación empresarial. Así, aparece como figura integradora la cadena productiva. Para el caso del turismo, se habla de la *cadena turística* como un medio eficiente que permite aunar esfuerzos para el logro de la competitividad individual de cada actor y como consecuencia la competitividad regional. En este caso el rol del Estado en cuanto al desarrollo socio-económico, pasa de ser un proveedor de incentivos a un dinamizador del trabajo colaborativo. Es decir, que este nuevo modelo “supone el desarrollo como un proceso colaborativo que incluye al Estado en sus diferentes niveles, las empresas, instituciones educativas y de investigación, y otras organizaciones intermedias participantes” Otero (2007, p.97).

---

<sup>62</sup> El turismo, para Otero (2007), tiene la capacidad de configurar los espacios, alterando las identidades nacionales, regionales y locales.



Ahora bien, en Colombia se ha avanzado en el tema de “Territorio-Región”, como una política pública que pretende impulsar el desarrollo local y regional apalancando a los pequeños municipios como proveedores de las grandes ciudades. Los logros han sido interesantes, aunque falta mucho por hacer, sobre todo en el tema ambiental, lo que ahonda los problemas de desigualdad y pobreza.

Aquí se hace referencia a *Bogotá-Región*, por ser parte del objeto de estudio de esta investigación porque el Modelo de Turismo Sostenible para Suesca se integra dentro de Bogotá-Región (tema profundizado en la tercera y cuarta partes de esta tesis).

Los agentes públicos y privados de Bogotá D.C. y el departamento de Cundinamarca han venido trabajando desde 2001 en la integración regional (Bogotá-Región), como una “estrategia territorial para competir en un mundo globalizado”, para lo cual se creó el Consejo Regional de Competitividad que posteriormente se ha llamado Comisión Regional de Competitividad (CRC). Así, la CRC constituida como una red de actores públicos, privados, academia y sociedad civil (1800 organizaciones), ha trabajado con acuerdos de voluntades y proyectos en varios sectores con el fin de generar riqueza y mejorar las condiciones de sostenibilidad de la región. Como lo informan Campo et. al (2009), en el marco del CRC, se elaboró en 2003 la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad o Plan Regional de Competitividad<sup>63</sup>, con resultados prometedores, aunque todavía falta cumplir varias de las metas propuestas. Cabe anotar que los resultados están más enfocados en lo económico, pero en la realidad el favorecimiento al desarrollo sostenible en lo ambiental y social parece débil, encontrándose zonas de extrema pobreza y otras con actividades depredadoras como la minería y la agricultura industrial en áreas protegidas y de páramo.

---

<sup>63</sup> La visión económica del Plan Regional de Competitividad se diseñó hasta 2019, “en la que se proyecta a Bogotá- Cundinamarca como la región de Colombia más integrada en los aspectos institucional, territorial y económico, con una base productiva diversificada, pero focalizada en servicios especializados y agroindustria, articulada al mercado mundial, para ser una de las cinco primeras regiones de América Latina por su calidad de vida” (Campo Et. al, 2009, p.7)

Esta realidad lamentable, es consecuencia de la falta de articulación y de seguimiento de las políticas de diferentes entes de control (CAR<sup>64</sup>, departamentos, municipios, nación, entre otros) y los planes de desarrollo locales que deben estar acordes con los regionales y éstos a su vez con los nacionales. Además, podemos mencionar que los intereses particulares de algunos funcionarios públicos (favoreciendo empresas o multinacionales), impiden el desarrollo sostenible de la región o el municipio, dejando de impulsar proyectos de interés a largo plazo como el eco-turismo o autorizando usos del suelo inadecuados; ya se mencionaba anteriormente el deterioro de los humedales en la región de la Sabana de Bogotá, la invasión de las áreas protegidas para actividades de minería legal e ilegal, entre otros.

En conclusión, existe un alto potencial para desarrollar proyectos de turismo sostenible dentro del marco de Bogotá-Región, integrando los municipios aledaños a la ciudad. Como caso típico el municipio de Suesca – Cundinamarca (piloto para desarrollar el modelo de turismo sostenible), posee una oferta de turismo de naturaleza y turismo de aventura que se puede integrar a la cadena turística de Bogotá, aprovechando su cercanía y considerando que la ciudad capital, recibe más del 50% de los visitantes extranjeros y es la ciudad de los negocios en Colombia. Así que hay una oportunidad para impulsar el turismo de naturaleza y de deportes de aventura los fines de semana, dirigido a los turistas que ingresan a la capital.

### **2.2.2. El Concepto de destino turístico.**

El turismo se ha desarrollado a partir de la necesidad humana de ocupar su tiempo de ocio, con experiencias nuevas y motivadoras. Un turista no se

---

<sup>64</sup> CAR: Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca. Es un ente corporativo designado como máxima autoridad a nivel regional en los territorios del Distrito Capital (Bogotá), el departamento de Cundinamarca y los municipios de Chiquinquirá, Saboya, San Miguel de Sema, Caldas, Buenavista y Ráquira en el departamento de Boyacá.

desplaza de un lugar a otro, para utilizar un medio de transporte, ni para dormir en un hotel, sino para disfrutar de algún atractivo del lugar generalmente asociado a un medio geográfico, al cual se denomina **destino turístico**. Entonces el entendimiento del territorio como destino turístico es diferente al entendimiento del territorio para producción o de vivienda, ya que las dinámicas espaciales que se suscitan en el turismo son muy polarizadas y diferentes, por tanto el ordenamiento y uso del territorio debe especificar estas diferencias y adecuarlas para que las ciudades y espacios rurales puedan acoger a los turistas y brindarles la mayor satisfacción, teniendo en cuenta que el turismo conlleva formas de producción y consumo singulares que generan un cambio en las relaciones socio-espaciales.

Estas relaciones se dan entre lo sectorial y lo territorial, en el primer caso en la producción de los bienes turísticos y en el segundo como espacio del consumo de los mismos. Por tanto se necesita “un marco interpretativo propio para el espacio turístico” (Barrado, 2004, p.46), esto quiere decir que el espacio del turismo no es solamente el dedicado a alojamiento o restaurantes, sino que asociados a ellos está el propio territorio como producto turístico (monumentos, espacios verdes y paisajismo urbano, etc.), es decir que el espacio residencial de la ciudad debe considerarse también un espacio turístico, en tanto que puede ser un atractivo más.

Por consiguiente, surge la necesidad de formular una teoría sobre el espacio turístico, donde es necesario evaluar algunas particularidades que hacen del turismo una actividad económica diferente a las demás. La primera particularidad es que los productos y servicios turísticos no se pueden desplazar, por lo tanto se consumen en el mismo espacio físico donde se encuentran los recursos en torno de los cuales se ha construido el atractivo turístico y en el mismo tiempo en que se producen. Por ejemplo, en el caso de la salud y la educación los consumidores se trasladan al sitio donde se ha construido el centro educativo o el hospital, lo mismo sucede con el turismo, el turista se

desplaza al destino para consumir el producto. Este hecho supone que la planificación y gestión de los destinos turísticos y la calidad de los productos, sea diferente a la gestión de otro tipo de empresas (Barrado, 2004 y Castrillón, 2010).

Ahora bien, otro punto de vista lo proporciona Guevara y Campos (2009, p. 20), en el libro “Turismo sustentable: el equilibrio necesario en el siglo XX” quienes para aproximarse al concepto de “Espacio Turístico” se basan en el trabajo de los geógrafos, para definirlo y poder hacer una adecuada planificación y organización del territorio destinado al turismo. Los geógrafos europeos neopositivistas han empezado esta labor, “pero aún no han logrado pasar a la sistematización teórica del espacio turístico para explicar la interacción del turista con el medio”.

De todos modos, se puede apreciar cómo desde la década de los años setenta, se empiezan a saturar los sitios turísticos receptores, especialmente en Europa, donde la multitud impide el disfrute y los turistas con capacidad de pago se vuelven cada vez más selectivos. En general, en los países desarrollados existe un excedente económico y de tiempo en la población para dedicarlo al ocio. En este contexto “el ocio no es la supresión de trabajo, sino su consecuencia” (Guevara et ál., 2009, p.21), y son estos países los mayores emisores del turismo.

Pero paradójicamente, los países emisores son también los mayores receptores, como es el caso de Estados Unidos, España, Italia, etc., donde gran parte de su economía la representa el turismo. Aquí prevalece un enfoque positivo y keynesiano del turismo, facilitando una mayor planificación del *Espacio turístico*, e invirtiendo más en infraestructura, mayor capacitación del recurso humano para el turismo y hay más incentivos para impulsar el sector.

En contraposición en los países en vía de desarrollo hay deficiencias en las políticas turísticas, dando mayor prioridad a la agricultura, la minería y la industria.

El crecimiento del turismo y la saturación de los destinos receptores tradicionales ha permitido que se empiecen a destacar destinos como *focos de interés turístico*, como es el caso de México, Marruecos, el archipiélago de Canarias y en el Este de Europa, países como Checoslovaquia, Bulgaria, Rumania, Polonia, Hungría y la antigua Yugoslavia. Sin embargo, los países latinoamericanos, Japón y Australia manejan todavía el turismo intrarregional y no son focos de interés de los grandes emisores como Europa y Estados Unidos.

Así, los focos turísticos en expansión dependen en gran medida de “las decisiones del oligopolio de las grandes trasnacionales turísticas, entre ellas TUI Group Thomson Travel, Accor Tour, solo por nombrar algunas de las 12 más importantes” (Guevara et ál., 2009, p.22). Estas empresas son las que organizan los “verdaderos paquetes turísticos”, ofreciendo incentivos y facilidades para el desplazamiento de los viajeros. Dado esto, no todo espacio puede convertirse en *espacio turístico*, sin contar con los promotores y diseñadores de los paquetes turísticos, es decir, que un factor fundamental para el desarrollo del mismo, es el marketing y la logística. Ahora con el uso de los sitios web y las redes sociales al servicio del marketing turístico, se cambia el rol de los tour operadores y promotoras de turismo.

En cualquiera de los casos, la planificación y la proyección del *espacio turístico*, influyen de buena medida en el éxito. La planificación contempla la integralidad del servicio que requiere el turista para satisfacer sus necesidades y expectativas, como son la infraestructura en comunicaciones (vías de acceso al destino, telecomunicaciones), servicios médicos, seguridad, hospedaje, restaurantes, además del propio atractivo que motivó la visita.

De manera que la planificación del destino turístico se vuelve un factor determinante para la competitividad de los destinos. Para López et ál. (2007), esta planificación tiene varios niveles: supranacional, nacional, regional y local. Cada uno de ellos con diferentes estrategias, pero que articuladas, pueden lograr el desarrollo y competitividad del “destino turístico”<sup>65</sup>. Algunas de las estrategias vitales para la conservación del destino son:

- Estrategias de marketing.
- Creación de nuevos productos.
- Infraestructura y equipamiento de servicios públicos, acordes con el nicho de mercado y capacidad de carga del destino- no siempre la construcción de hoteles y centros de esparcimiento son suficientes para consolidar el destino.
- Mantenimiento de la infraestructura y medidas de seguridad para garantizar la tranquilidad del turista.
- Recuperación, mantenimiento y conservación de los atractivos naturales y culturales, como recurso auténtico.
- Calidad en el servicio y adecuada atención al viajero.
- Participación activa de la población en el desarrollo del destino.
- Impulso de la creación de nuevos negocios de clase mundial, es decir, que cumplan las normas de calidad y responsabilidad social.
- Capacitación y sensibilización, privilegiando a los residentes.

Para concluir, se propone el desarrollo de un “entorno sistémico y sistemático, que esté basado en el conocimiento, es decir, en la investigación y no solo en la intención y las aseveraciones emotivas” (Guevara et ál., 2009, p.30). Es decir, que la integración de los actores (público, empresarial, academia y sociedad) es necesaria para el desarrollo complejo del destino turístico que debe consolidar

---

<sup>65</sup> Para López y López (2007, p.72), “el destino turístico es un conglomerado de productos turísticos que están incluidos en un lugar geográfico determinado, por lo que una tarea fundamental de los responsables del destino turístico se ocupa de integrar los distintos recursos, bienes y servicios, equipamientos infraestructuras que afectan directa o indirectamente a la actividad”.

su *imagen*, mediante el desarrollo de *productos turísticos* de calidad y una buena estrategia de marketing.

#### 2.2.2.1. Territorio y actividades turísticas.

Considerando que el territorio está compuesto por un paisaje natural y un paisaje humanizado; éste último fruto de la intervención del hombre en su desarrollo social y supervivencia creando monumentos que han dejado de ser pasivos para ser un recurso activo y estético constituyéndose en el patrimonio cultural<sup>66</sup>. Autores como Del Pozo Paz (2007); Venturini (2003); Otero (2007); entre otros, afirman que el patrimonio es conformado por todos los bienes-naturales, culturales, tangibles e intangibles pertenecientes a un sitio o sociedad particular y que dependen de ellos para su desarrollo, imprimiéndoles una impronta particular que identifica los sitios y las comunidades que viven en ellos, es decir se convierten en un *capital social* que hay que proteger. Así, el territorio puede considerarse el sustrato natural que ha servido de soporte a las civilizaciones que evoluciona y se transforma, según las necesidades de las sociedades, las cuales han dejado plasmado en él su cultura, tradiciones y valores.

Por otra parte, la creciente demanda de espacios y servicios turísticos, tiene dos aspectos para analizar. El primero es el riesgo de perder los valores territoriales naturales con el turismo de masas<sup>67</sup> y el segundo es la posibilidad de conservarlos mediante la actividad de turismo sostenible.

---

<sup>66</sup> Por esto la UNESCO, declara Patrimonio de la Humanidad a ciertos espacios que por su singularidad y valor histórico representan ese patrimonio cultural legado de civilizaciones anteriores y la acción del tiempo sobre la morfología terrestre, que representan espacios para la contemplación. Pero para que un sitio sea declarado patrimonio cultural, es necesario que además de su valor intrínseco cuente con el reconocimiento y aceptación social.

<sup>67</sup> Guevara y Campos (2009) y Otero (2007) abordan la capacidad del turismo como *configurador de espacios*. En este sentido, el turismo de masas impacta las relaciones en el *espacio de los lugares*, modificando las culturas autóctonas e imponiendo modas que tienden a globalizar las costumbres y el modo de relación entre las personas.

Una mirada al primer aspecto, sobre los **riesgos del turismo** hay varias posturas como las descritas a continuación:

- Otero (2007, p.95), afirma que el turismo de masas ha permitido “el contacto cultural” como ninguna otra actividad lo ha hecho. Las teorías del “contacto cultural” han estudiado casi siempre los contrastes entre los grupos solo por lo que los diferencia. (...) Cuando la circulación cada vez más libre y frecuente de las personas, capitales y mensajes nos relacionan cotidianamente con muchas culturas, nuestra identidad no puede definirse ya por la pertenencia exclusiva a una comunidad nacional. El objeto de estudio no debe ser entonces la diferencia, sino también la hibridación”.
- Para Santana (2005, p. 91), no se puede considerar la interacción entre turistas y anfitriones sin tener en cuenta la “construcción de estereotipos y sus caracterizaciones socio- económicas”. Asimismo, el autor plantea que el cambio cultural es considerable, partiendo de los siguientes supuestos: “1) los cambios provocados por la intrusión de un sistema externo producen disonancias dentro de la débil cultura receptora; 2) los cambios son generalmente destructivos para la población nativa; 3) los cambios conducen a una homogenización cultural, pasando la identidad étnica o local a ser sumida bajo la tutela de un sistema, similar al industrial, tecnológicamente avanzado, una burocracia nacional/multinacional y una economía orientada al consumo”.
- Respecto a los efectos climáticos derivados por el creciente deterioro ecológico que han puesto a la humanidad a considerar la sostenibilidad como obligada en el siglo XXI, De Andrés (2008) afirma que el turismo es una industria que aporta a este fenómeno, si se piensa que solamente en 2006 se produjeron 842 millones de viajes (y según datos publicados en la página web de la OMT, en 2010 hubo 940 millones de llegadas de turistas internacionales, con ingresos de 919.000 millones de dólares estadounidenses con tendencia creciente). Por otro lado, el turismo genera ocupación del suelo, deshechos, consumo de agua y otros recursos en áreas que no logran soportar sino la población local.



Pasando al segundo aspecto, **los efectos positivos del turismo**, varios autores coinciden en que un modelo de turismo sostenible<sup>68</sup> (ecoturismo, turismo de naturaleza y turismo cultural), pueden ser una alternativa de cambio en el uso del suelo, especialmente en áreas protegidas donde las actividades agrícolas, ganaderas, mineras o industriales ponen en riesgo los ecosistemas, el paisaje y patrimonios culturales de gran valor (Castillón, 2010; Iribe, 2005; Melgosa, s.f.; Miranda, 2006; Moreno, 2077; Otero, 2007; Venturini, 2003; entre otros). Así, este patrimonio puede ser aprovechado económicamente por las comunidades a través del turismo sostenible, convirtiéndolo en productos turísticos. Se puede poner en valor antiguas construcciones industriales que han dejado de funcionar, sistemas de riegos o líneas férreas fuera de uso. Es decir, que los modelos de turismo sostenible deben integrar como factor prioritario el territorio, más aún, cuando se trata de ecoturismo, turismo rural, turismo de naturaleza, turismo cultural, entre otras clase de turismo.

Lo anterior supone una planificación cuidadosa del turismo sostenible a nivel local, regional y nacional, que aborde las variables ambientales, culturales, sociales y económicas. Hay que resaltar que las particularidades territoriales a nivel del *destino*, exige el desarrollo de **modelos sostenibles** soportados en la planeación detallada, donde la Ciencia y la Tecnología juegan un papel determinante, facilitando la investigación que conlleve a la eficiencia de los sistemas productivos para lograr transformar las ventajas comparativas en ventajas competitivas, teniendo en cuenta que no son los recursos los que hacen rica a una región sino lo que se puede hacer con ellos. Esto permitirá “romper el aparente divorcio existente entre la sostenibilidad ambiental y el

---

<sup>68</sup> Para la UNESCO una alternativa de recuperación del patrimonio natural cultural es la realización de rutas, de caminos o itinerarios culturales que permitan recopilar el contexto histórico y geográfico específico de una región. Por otro lado, se considera que el paisaje cultural es el resultado de un proceso histórico asociado al medio natural, que evidencia el paso de varias culturas antiguas y que conserva su rol social ligado a las formas tradicionales de vivir, lo que lo hace atractivo al visitante (Venturini, 2003).

desarrollo económico, mirando el ecoturismo como instrumento y no como fin en sí mismo” (Castrillón, 2010, p.99).

#### 2.2.2.2. Imagen del destino turístico.

La imagen del destino turístico puede considerarse como una herramienta de marketing muy valiosa que se va construyendo en el imaginario de los individuos (dependiendo de sus creencias, ideas y expectativas), es decir contiene atributos de tipo cognitivo y emocional. Así, la comunicación juega un papel fundamental para la creación de imágenes reconocidas; por lo tanto, es un tema de política económica que debe ser abordado con criterios estratégicos por las autoridades turísticas. Como herramienta de marketing, influye en el comportamiento de los potenciales turistas en el momento de elegir un destino para visitar y para recomendar.

Después de evaluar las definiciones del destino turístico se concluye que el concepto parte de la experiencia global del turista que abarca desde el entorno geográfico hasta los servicios, atractivos, infraestructura y experiencia subjetiva del turista en el sitio donde se consume el producto turístico. Esto puede incluir un país, una región o un sitio específico. Es decir, el destino turístico de carácter intangible, incluye variables complejas de dimensión “social y cultural; trayectoria histórica; sistema económico y político y, por último, dimensión humana” San Martín et ál. (2005, pp. 4-6). Como la imagen del destino turístico tiene un componente multidisciplinar que involucra la antropología, la sociología, la geografía, la administración, marketing, entre otros, su estudio debe contemplar:

- Identificación de fortalezas y debilidades.
- Promoción y mercadeo adecuado del destino hacia un mercado de referencia.
- Estudio de las características y potencialidades del área geográfica. Es determinante considerar si es área protegida, ya que en este caso hay

condiciones legales en el uso del suelo y además, pueden existir incentivos para desarrollar proyectos de turismo sostenible.

- Hacer un análisis socio-económico y ambiental para garantizar el desarrollo competitivo del destino.

Ahora bien, con la globalización los turistas cada vez más informados tienen expectativas crecientes frente a la calidad de los destinos turísticos. Esto hace que haya mayor complejidad en la planeación de un destino turístico requiriendo estrategias y políticas de desarrollo y de marketing que conlleven a competir en escenarios internacionales. Por lo tanto, no es suficiente tener la infraestructura y equipamiento, sino que es la satisfacción del turista y la percepción de calidad por parte de éste es lo que consolida la “imagen del destino” (López et ál., 2007 y San Martín y Rodríguez, 2005).

El concepto de imagen de destino turístico, se ha ido enriqueciendo con el aporte teórico de varios autores como se muestra en la siguiente tabla:

<b>Estudio - Autor</b>	<b>Aporte al concepto de destino turístico</b>
Hunt (1975)	Percepciones de los visitantes potenciales de una determinada área turística.
Crompton (1977)	Representaciones organizadas de un destino turístico en el sistema cognitivo del individuo.
Lawson y Baud-Bovy (1977)	Expresión del conocimiento, impresiones, prejuicios, imaginaciones y pasamientos emocionales del individuo acerca del lugar.
Crompton (1979)	Suma de creencias, ideas e impresiones de un individuo sobre un destino turístico.
Assael (1984)	Percepción global del destino formada por el individuo a través de varias fuentes de información a lo largo del tiempo.
Gartner (1986)	Percepciones de turistas y vendedores de las actividades o los atractivos accesibles en un destino turístico.
Phelps (1986)	Percepciones o impresiones sobre un lugar.
Gartner y Hunt (1987)	Impresiones de una persona sobre un estado en el que no reside.
Moutinho (1987)	Actitud del turista hacia un conjunto de atributos del destino basada en

	sus conocimientos y sentimientos.
Calantone et ál. (1989)	Percepciones de destinos turísticos potenciales.
Embacher y Buttle (1989)	Ideas o concepciones poseídas de forma individual o colectiva sobre el destino turístico.
Chon (1990)	Resultado de la interacción de las creencias, ideas, sentimientos, expectativas e impresiones de una persona sobre un lugar.
Echtner y Ritchie (1991)	Percepciones de los atributos individuales del destino turístico junto con la impresión holística sobre éste último.
Dadgostar e Isotalo (1992)	Actitud o impresión global del individuo sobre un destino turístico específico.
Kotler, Haider y Rein (1994)	Suma de creencias, ideas e impresiones de una persona sobre un determinado lugar.
Santos (1994)	Representación mental de los atributos y beneficios buscados por el turista.
Milman y Pizam (1995)	Impresión mental o visual del público en general acerca de un lugar, producto o experiencia.
Parenteau (1995)	Prejuicio favorable o desfavorable de la audiencia y los distribuidores sobre un destino turístico.
MackKay y Fesenmaier (1997)	Impresión global compuesta por varias atracciones y atributos del destino que se muestran entrelazados.
Pritchard (1998)	Impresión visual o mental acerca de un determinado lugar.
Coshall (2000)	Percepciones del individuo de las características del destino.
Murphy, Pritchard y Smith (2000)	Suma de asociaciones y piezas de información relacionadas con un destino turístico.
Tapachai y Waryszak (2000)	Percepciones o impresiones de los turistas sobre un destino respecto a los beneficios esperados y sus valores de consumo.
Leisen (2001)	Representación verdadera en la mente del turista de lo que una región puede ofrecerle.
Kim y Richardson (2003)	Totalidad de impresiones, creencias, ideas, expectativas y sentimientos hacia un lugar acumulados a lo largo del tiempo.

Tabla No. 1. Aportes conceptuales sobre la imagen del destino turístico.  
Fuente: San Martín et ál. (2005, pp. 9-10).

No hay discusión acerca de que la imagen del destino juega un papel fundamental para el desarrollo del mismo. La Figura No. 3 esquematiza el marco

conceptual que debe tenerse en cuenta a la hora de construir la imagen del destino. Algunos de sus componentes son percibidos en forma directa por el turista y otros quedan implícitos en su experiencia, pero todos tienen que ver con la percepción de la imagen que tiene el turista.

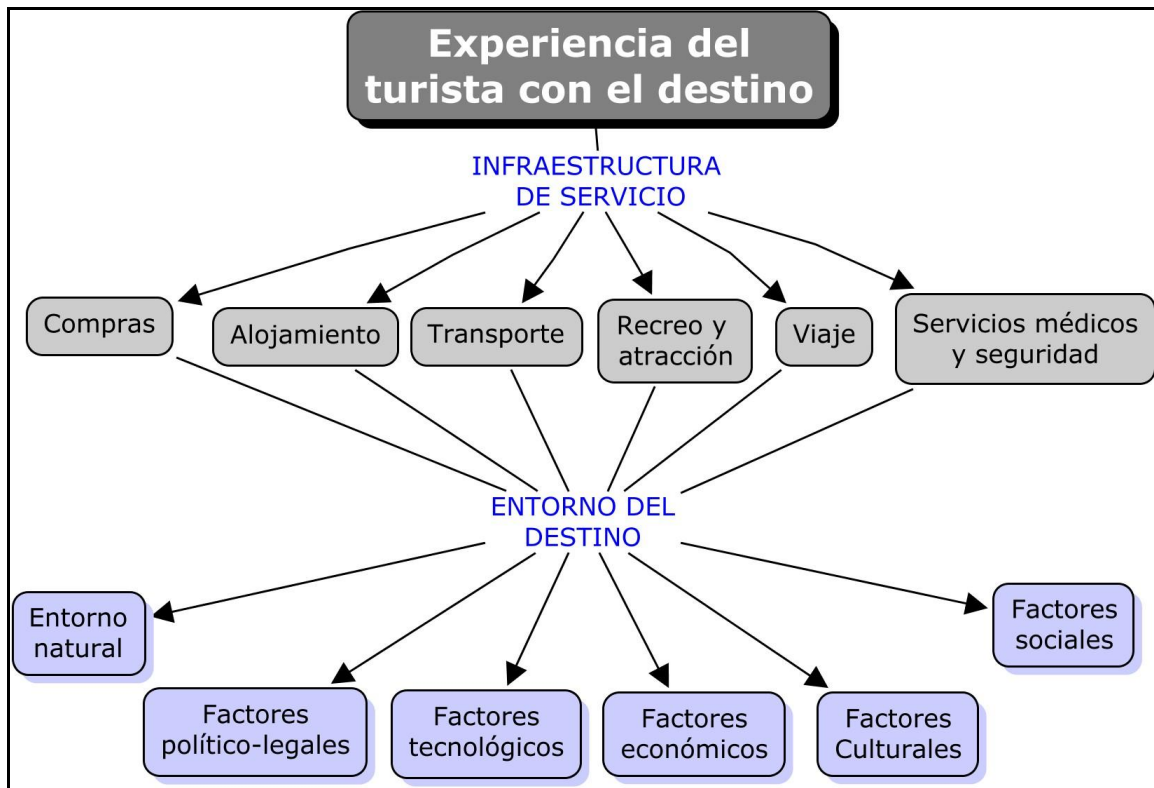


Figura No. 3. Modelo conceptual de destino turístico.

Fuente: Elaboración propia a partir de San Martín, et ál. (2005, p. 7).

Así, el entorno del destino turístico, juega un papel sobresaliente en la experiencia del visitante; como lo muestra la Figura No. 3, se contemplan dentro de esta dimensión el entorno natural (patrimonio natural, clima y topografía del terreno) y los siguientes factores: políticos (estabilidad política y seguridad), tecnológicos (telecomunicaciones), económicos (precios), culturales (patrimonio histórico) y/o factores sociales (hospitalidad de los residentes).

El segundo nivel del modelo se refiere a un conjunto de servicio como: alojamiento, servicios médicos y de policía, compras, entre otros que tienen una significativa influencia en la experiencia global del turista.

La imagen global que tiene el turista del destino depende de las cualidades que posea, pero la percepción del turista está influenciada por factores subjetivos e individuales y la expectativa que tenga respecto al sitio que visita. Por lo tanto, la subjetividad une los conceptos de imagen y destino turístico. La Figura No. 4, muestra estas dimensiones:

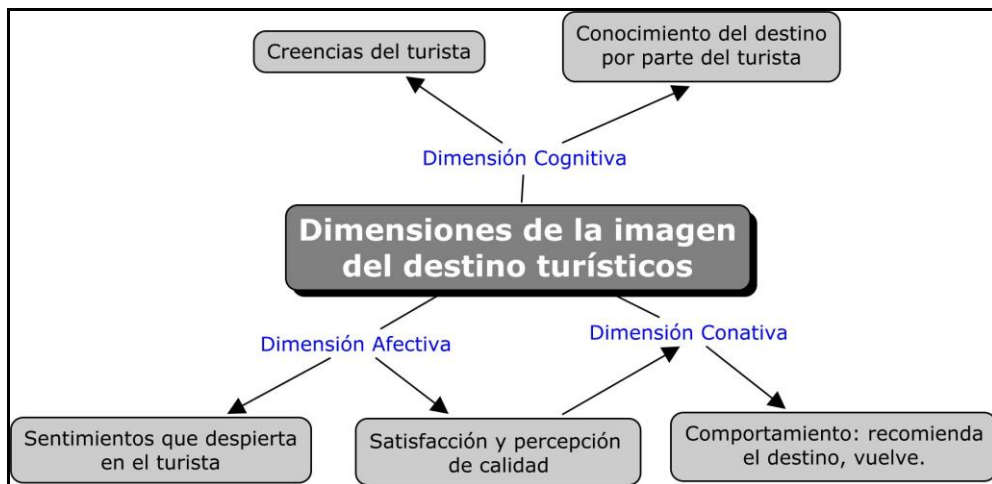


Figura No. 4. Dimensiones que integra la imagen del destino turístico. Fuente: Elaboración propia a partir de Dann (1996)

**Componentes básicos:** cognitivo y afectivo. El componente cognitivo proviene de las creencias y los conocimientos del turista acerca de los atributos del destino y el componente afectivo proviene de los sentimientos que despierta en el individuo dicho lugar. De estos dos componentes se puede deducir que la imagen de un destino turístico es compleja ya que evoca un conjunto de experiencias y emociones (como son la excitación el agrado o la relajación, entre otros) que impulsan al individuo a visitarlo.

Por otra parte, se afirma que la relación entre las dimensiones cognitiva y afectiva genera una tercera a la que Dann (1996)<sup>69</sup> llamó dimensión conativa que lleva a la acción, la cual es “análoga del comportamiento”, es decir, las dimensiones cognitiva, afectiva y conativa se relacionan respectivamente con el grado de intelecto motivación y experiencia.

Desde otro punto de vista, en la percepción de la imagen del destino turístico se consideran tres “continuos”: a) **atributo-holístico**, b) **funcional-psicológico** y c) **común- único**. El primer eje se centra en el procesamiento humano de la información, ya que el individuo procesa fragmentos de información según las características individuales del estímulo e información residente en su memoria. Para tratar la imagen del destino turístico se debe tener en cuenta: las percepciones del individuo acerca de los atributos del destino (clima, hospedaje, etc.) y las percepciones holísticas derivadas del anterior.

En el **eje funcional psicológico**, se tienen en cuenta las características observables del destino (atributos funcionales como el paisaje, atracciones culturales, oferta de compras, etc.) y otras características intangibles (psicológicas) más difíciles de medir como la percepción de hospitalidad de los residentes, la seguridad, la posibilidad de relajación, entre otras.

El **continuo común – único**, se manifiesta como la distinción de las características que son comunes a otros lugares o destinos y pueden ser de carácter funcional como es el caso del clima, vida nocturna, precios; o de carácter psicológico como la hospitalidad, la seguridad, la tranquilidad del lugar, etc. Este componente es el que hace que un destino sea único y es la fuente de la ventaja competitiva del destino, desde el punto de vista estratégico (San Martín, et ál., 2005).

---

<sup>69</sup> Referenciado por San Martín et ál. (2005, p.14)

Para finalizar, analizamos el impacto que tienen las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC) en la formación de la imagen del destino, considerando lo que varios autores han denominado “Marketing Social”<sup>70</sup> o *Marketing Experiencial*.

En este contexto el viajero está cada vez más informado y es más cauto para gastar; sin embargo, la necesidad de vivir la experiencia es la motivación mayor<sup>71</sup>. Aquí interviene un factor fundamental, como lo expresa Javier Blanco<sup>72</sup>, la calidad como elemento que los turistas buscan a la hora de gastar. Lo interesante del proceso del viaje social<sup>73</sup> es que no es lineal sino cíclico y es necesario contemplar que cada viajero encuentre los mecanismos fáciles para compartir. Ahora esto es sencillo y en tiempo real con los nuevos aparatos móviles; así que proveer conectividad a internet debería ser una preocupación del destino turístico actual.

Asimismo, es claro que la estrategia de la industria turística también debe modificarse y proveer la mejor calidad de servicios y productos para cada tipo de viajero (bien sea el mochilero o el ejecutivo)<sup>74</sup>, pues son sus experiencias las

---

<sup>70</sup> El **marketing social**, es uno de los más novedosos y actuales. Involucra aspectos como la reputación que construye la empresa o en individuo participando como bloguero o en las redes sociales. Se utilizan medios como el blog, el podcast, las redes sociales, las wikis, las páginas web, entre otras herramientas, para administrar la publicidad boca a boca. Esta es una realidad compleja y cada empresa puede decidir cuál de estos elementos desea incorporar en su estrategia de marketing (García, 2011).

<sup>71</sup> “Es innato en las personas el deseo de moverse, descubrir lugares, romper la rutina, enriquecerse con otras costumbres, culturas (...), en definitiva construir recuerdos que compartiremos. De aquí que los viajes tengan un componente emocional y experiencial muy importante” (Jiménez, 2011, p.12)

<sup>72</sup> Javier Blanco es el director de marketing de Paradores Turísticos en España.

<sup>73</sup> Las etapas de un viaje, según Jiménez (2011) son: inspiración, planificación, comparación, reserva, viaje y finalmente compartir las *experiencias*. Estas etapas pueden ser cubiertas a través del marketing social

<sup>74</sup> Fabián González afirma al respecto: “Lo primero es disponer de un buen producto y servicio para cada segmento, pues los viajeros, gracias a la inmediatez y movilidad en las conexiones a Internet, podrán planificar sus viajes en tiempo real gracias a la información disponible en internet, haciendo que los viajes cada vez sean más personalizados”.



que ayudan a consolidar la imagen del destino<sup>75</sup> y la buena gestión del marketing utilizando los canales apropiados, la promocionará y la dará a conocer. Por lo tanto, el enfoque del nuevo modelo de turismo basado en el conocimiento y la información, utiliza como ejes fundamentales: la globalización, los procesos digitales y las pautas del comportamiento del turista en el destino (Alvarado, 2013; Jiménez, 2011; López et ál., 2007).

### **2.2.3. La Planeación Integral y el Ordenamiento Territorial.**

Como se ha discutido anteriormente, el territorio ha sido el soporte de todas las actividades humanas y por mucho tiempo la relación entre ambos (hombre-territorio) fue una simbiosis perfecta; pero con la globalización y el desarrollo tecnológico –que no se han logrado asimilar en muchos casos-, se ha cambiado dicha relación amenazando la sustentabilidad mutua. Por ejemplo, algunas zonas rurales empiezan a ser urbanizadas, debido precisamente a fenómenos como el turismo, donde se presenta una ocupación estacional de los territorios.

Por lo tanto, el territorio debe ser un actor principal en las políticas públicas que contemplen la valorización y conservación para lograr la competitividad local y regional que garantice el desarrollo sostenible, considerando aspectos como:

- Gestión medioambiental, porque las intervenciones del hombre con la ocupación del territorio para actividades de producción agrícola, minera, industrial, asentamientos humanos, entre otras, causan impactos ambientales que es necesario evaluar y controlar mediante la planificación del territorio y uso del suelo (Planes de Ordenamiento Territorial).
- Áreas protegidas, o *áreas de bien común*. Indispensables para el desarrollo de actividades turísticas y para la sostenibilidad de ecosistemas frágiles; del patrimonio natural y cultural del territorio. Además, desde el concepto de desarrollo sostenible, garantiza la calidad de vida y bienestar de las

---

<sup>75</sup> “Cada medio ayuda a crear una imagen del destino como piezas de puzle, pues la imagen de un destino es bastante compleja y en ella influyen casi todos los sentidos (...) se crea gradualmente en la mente del viajero...” (Jiménez, 2011, p. 37)

futuras generaciones. En este contexto, la gestión es concertada entre lo público y lo privado, emanando políticas y normas de uso del suelo, y promoviendo la valorización de los recursos naturales y culturales.

- Presencia de los poderes públicos. Considerando que el desarrollo sostenible en el territorio es responsabilidad de lo público y que puede diseñar planteamientos que permitan una gestión integrada del espacio, mediante políticas y principios de ordenamiento territorial para facilitar la conservación, recuperación, restauración y/o puesta en valor del patrimonio natural y cultural<sup>76</sup>.
- La identidad que las comunidades y autoridades tienen de su territorio, es determinante para valorar el paisaje como legado cultural y geográfico, de manera que el territorio en sí mismo sea un recurso que pueden tener un valor socio-económico. De esta manera, es a través de la gestión del territorio, que se pueden recuperar y salvaguardar los valores paisajísticos y físico/ambientales, promoviendo la cohesión social (Cabero, 2006-b; Iribe, 2005; Frax, 2005; López y López, 2007 y Otero, 2007).

Es por ello, que la planificación y ordenamiento del territorio, contempla aspectos cada vez más complejos. Algunas alternativas se resumen así:

- Ordenación territorial, vista desde el punto de vista espacial, contribuye al desarrollo de las áreas rurales, pero también contempla estrategias para superar las fronteras municipales y plantear estrategias de desarrollo regional. Concepto determinante para materializar el concepto de Ciudad-Región –“como una figura administrativa de carácter supramunicipal” (Iribe, 2005, p.51)- que permita emprender actividades de desarrollo regional y local.
- Ordenación territorial encaminada al medio ambiente, considera el desarrollo sostenible del territorio involucrando a los residentes en el usufructo sostenible de los recursos, mejorando la calidad de vida de la

---

- <sup>76</sup> Frax (2005), afirma que “la puesta en valor” es la revalorización social del patrimonio, para ser desarrollado como un producto turístico.

población, conservando sus valores ecológicos- paisajísticos y culturales. Así, las políticas de gestión del territorio contemplan acciones para la preservación, recuperación, restauración y puesta en valor de los recursos del territorio, mediante modelos sostenibles.

- Ordenación del territorio para incorporar elementos normativos que orienten en el uso del mismo, especialmente en áreas protegidas, de acuerdo a sus particularidades morfológicas o de recursos naturales o culturales que posee.

Haciendo referencia al caso colombiano, la ausencia de una planificación integral en los territorios municipales – áreas rurales y urbanas-, ha generado problemas de grandes dimensiones sociales, económicas y ambientales. Algunos de los problemas suscitados de esta situación son:

- Éxodo de los habitantes de las áreas rurales a las cabeceras municipales y abandono progresivo de los habitantes del municipio, buscando mejor calidad de vida y seguridad en las grandes urbes y engrosando los cordones de miseria en ellas.
- Desertificación de extensas áreas, por el uso inadecuado de los suelos, desconocimiento de las buenas prácticas de agricultura, falta de una política clara de Ordenamiento Territorial y conciencia ambiental.
- Abandono del patrimonio arquitectónico, arqueológico, entre otros monumentos y construcciones que hacen parte del patrimonio cultural.
- La crisis del modelo agrícola nacional, permitiendo que los cultivos tradicionales sean reemplazados por cultivos ilícitos y monocultivos, desestimulando la agricultura tradicional por los altos costos de los insumos agrícolas, falta de vías de comunicación y/o deterioro de las existentes- agravado por las olas invernales de los últimos años- y ausencia de apoyo técnico a los campesinos.
- La inseguridad y el fenómeno del desplazamiento causado por los actores del conflicto armado que afecta a Colombia, desde hace más de medio

siglo. Además, otra causa de desplazamiento es el despojo de las tierras productivas para cultivos industriales, cultivos ilícitos o proyectos mineros; todo esto enmarcado dentro de altos niveles de corrupción que satisfacen intereses de unos pocos poderosos.

En países como Colombia, que tienen una vocación tradicionalmente agrícola, los fenómenos de desplazamiento de los pobladores campesinos hacia las zonas urbanas (como se mencionó anteriormente) ha generado cambios en los paisajes rurales y un abandono progresivo del campo. En este sentido Iribe (2005) comenta cómo en España, este fenómeno de abandono de los campos, ha cambiado el uso del territorio, aunque por causas diferentes a las de Colombia. Pero tanto en España como en Colombia, los resultados parecen similares, en cuanto al empobrecimiento de los pobladores y la emigración de los más jóvenes hacia los centros urbanos, con consecuencias socio-económicas no deseadas.

En este sentido varios autores coinciden en que el ecoturismo es una actividad que puede sustituir los usos del suelo, especialmente en áreas rurales, poco productivas para la agricultura, ganadería y/o minería y en áreas declaradas como protegidas o parques naturales, por ser santuarios de ecosistemas que soportan recursos vitales como el agua, humedales, entre otros intereses ambientales.

#### 2.2.3.1. El Modelo de parque cultural para el aprovechamiento del patrimonio como recurso turístico.

Debido a que éste ha sido un modelo exitoso de turismo sostenible en España, se hace referencia a lo expuesto por Del Pozo Paz, (2007) en el libro *“La ordenación de parques culturales en espacios rurales: una propuesta para Asturias”* y otros autores que han tratado el mismo tema como CAR (2003); Cifuentes (1992); Durán (2007); Frax (2005); López et ál. (2008) y Ratto (2000).

La figura del parque cultural ha ayudado a varios territorios extensos como municipios o comarcas a poner en valor sus recursos culturales. Los nombres dados hacen alusión a los aspectos sobresalientes del destino como “parque minero, parque agrario, etc.”, que además de ser nombres comerciales resaltan los valores del territorio y facilitan la implementación de estrategias de desarrollo endógeno que van desde programas de educación y formación turística a fortalecimiento de las empresas prestadoras de servicios o el impulso del emprendimiento, para la creación de nuevos negocios con propuestas innovadoras para generar productos diferenciados y de calidad. Una experiencia de legislación española sobre parques culturales, se da en el caso de “La Ley de Parques Culturales de Aragón”, puesta en marcha desde diciembre de 1997. Esta ley resalta los valores culturales de la región puesta dentro de un espacio físico con valores naturales y paisajísticos únicos que se pueden promocionar y poner en valor.

Los objetivos de este modelo<sup>77</sup> de planificación son los siguientes: proteger, conservar difundir el patrimonio natural y cultural, estimulando a la comunidad y los potenciales turistas a que conozcan y valoren los recursos. Esto contribuirá además a mejorar el ordenamiento territorial y uso del suelo, mejorando la competitividad y sostenibilidad del destino. De esta manera los proyectos desarrollados para un parque cultural, deben garantizar el desarrollo integral del territorio, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los residentes, generando riqueza donde las actividades tradicionales han dejado de producir (Del Pozo Paz, 2007).

Para Frax (2005), con el auge del turismo, se ha ido incorporando el patrimonio al desarrollo territorial, sin embargo, el patrimonio por sí solo es incapaz de generar el desarrollo en zonas desfavorecidas por lo tanto es necesario convertirlo en un recurso turístico; lo que implica invertir en su restauración – si

---

<sup>77</sup> Una buena propuesta para el desarrollo del **Modelo de Turismo Sostenible en Suesca**, es fomentar el destino como un parque cultural, que resalte los valores de la región.

es necesaria- y en su conservación para que sea un producto que genere ingresos.

Sobre lo que se considera patrimonio hay varios planteamientos como los siguientes:

En el Artículo 4 de Ley de Cultura 397 de 1997 colombiana, se define: “El patrimonio cultural de la Nación está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de los bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular”.

Por su parte, Frax (2005, p. 58), se refiere a él como “la unión de todos los elementos sobre los que se asienta la identidad de un grupo humano y que constituye el elemento diferencial que lo distingue de otros”.

Desde el mismo concepto de patrimonio, se han planteado varias categorías según Frax (2005), que puede clasificarse en dos niveles, el primero “Patrimonio Cultural”, coincide con la definición de “Cultura”, que plantea la UNESCO en la declaración de MONDIACULT (México, 1982)<sup>78</sup> - referenciado por el mismo autor, y el segundo contempla varias categorías- histórico, artístico, natural, etnográfico, entre otras-, empleadas según su visibilidad, especialmente para caracterizar recursos en inventarios turísticos.

---

<sup>78</sup> “La cultura...puede considerarse... como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”. (Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales).

En conclusión, el patrimonio integra no solamente los bienes materiales y no materiales, sino la forma en que éstos interactúan o han interactuado con las comunidades imprimiendo su particularidad, creencias y cosmogonía. Así, el territorio adquiere un significado simbólico y no solamente geográfico, lo cual permite que la valorización del patrimonio dependa en gran medida del territorio en el cual se encuentra, porque éste explica su creación y evolución. Es decir, que el valor del patrimonio no es solamente económico para el desarrollo territorial, sino que hay otros valores como el simbólico, el ecológico, el educativo, entre otros que colocarán la impronta diferenciadora y auténtica del territorio y muy valiosos a la hora de construir la *imagen del destino, el arraigo y la cohesión social*.

Desde el punto de vista económico, hay que considerar que el patrimonio es un recurso ilimitado y que el “costo de oportunidad” incluye la restauración y puesta en valor del bien, así como el mantenimiento y uso del recurso y que en principio, la inversión puede ser alta, pero la recuperación de la misma puede ser de corto o mediano plazo. Es necesario considerar también, que de los recursos que aporta su explotación hay que reinvertir en la conservación y mantenimiento.

Desarrollar un producto turístico a partir del patrimonio es un esfuerzo que requiere, además, de la voluntad política y de la planeación territorial, de la conciencia que se desarrolle en la población sobre su conservación y que se asimile como un referente de su identidad y motivo de orgullo, el cuál puede generar recursos económicos no solamente por la visita del sitio, sino por las actividades conexas que se desarrollarán con la llegada de visitantes, es decir, propender por la democratización del patrimonio.

Varios autores coinciden en que uno de los limitantes para el desarrollo de proyectos como “Parques Culturales” es la financiación<sup>79</sup>. Muchas veces la inversión en la recuperación y conservación de monumentos, es deficitaria, ya que los ingresos son inferiores a los gastos de mantenimiento. Sin embargo, hay que considerar que hay otras fuentes de ingreso, no directamente relacionadas con el bien patrimonial, que son la dinámica comercial y los servicios turísticos alternativos que se impulsan con la llegada de visitantes y que pueden aportar recursos vía impuestos. Entonces la evaluación sobre el “costo-beneficio” de un proyecto de ésta índole debe ser contemplada desde el punto de vista de desarrollo sostenible del territorio en el largo plazo (Del Pozo Paz, 2007; Frax, 2005; entre otros).

Así la conservación de los bienes patrimoniales y la satisfacción de los turistas son elementos fundamentales para la gestión sostenible de los espacios destinados, desde el Ordenamiento Territorial, como “Destinos Turísticos”. Es decir, la restauración y la recuperación de bienes monumentales o de interés turístico deben ser gestionadas desde el mismo territorio. De otra manera, los desaciertos que pueden surgir por el uso apresurado de recursos patrimoniales, como es el caso de pequeños museos locales creados para por iniciativas particulares o decisiones políticas puntuales, pero sin el criterio de mantenimiento y gestión de estos recursos, pueden conducir a la desilusión de los turistas y/o al deterioro de los recursos. Muchos de estos pequeños museos muestran el legado histórico del lugar (ganadero, agrícola, industrial, algunos hallazgos arqueológicos, entre otros), que pueden ser un producto turístico original y auténtico, si se gestiona adecuadamente teniendo en cuenta que “la adaptación del patrimonio como recurso turístico conlleva un proceso largo, por lo general desarrollado en proyectos a medio y largo plazo (en ocasiones a muy

---

<sup>79</sup> Por ejemplo, para el caso español para impulsar este tipo de proyectos es la excesiva dependencia de recursos de programas como Leader, Leader II y Proder. Para Colombia, los recursos son escasos, pero es posible mediante el apoyo de convocatorias para el desarrollo de proyectos dentro de la Alianza Universidad Empresa Estado y otros programas impulsados por las gobernaciones y ministerios, obtener financiación de algunos proyectos.



largo plazo), y que requiere de una gran inversión dedicada a su conservación” (Frax, 2005, p. 66).

Para concluir, el reto de las administraciones locales es impulsar el ecoturismo y el turismo cultural<sup>80</sup> como un medio para la recuperación y conservación del patrimonio como un medio dinamizador del desarrollo territorial. En esta relación -entre el patrimonio y el desarrollo territorial-, surge una nueva variable, cuando los recursos patrimoniales son convertidos en productos turísticos, porque ellos van a cumplir una función distinta para la que fueron creados. En este caso **la conservación** de dichos recursos es afectada por el flujo de turistas, especialmente si son masivos, lo cual puede causar tensiones o procesos de degradación al desbordar la capacidad para acoger sosteniblemente la población flotante. De aquí surge un nuevo concepto de planificación que es la **Capacidad de Carga Turística (CCT)**, tema que se profundizará en el siguiente apartado.

#### 2.2.3.2. La Capacidad de Carga Turística (CCT), un modelo para la planeación de espacios protegidos.

Los antecedentes del concepto de capacidad de carga se encuentran vinculados con la gestión de los pastizales para optimizar la cantidad de ganado que podría estar es un sitio para mantener el equilibrio entre los pastos y el bienestar de los animales. Para el turismo sustentable, la capacidad de carga, se remontan a Estados Unidos y hay referencia de trabajos académicos desde 1960. En principio se relaciona la CC con la ecología, y referencian a la Agencia Europea del Medio Ambiente (1998), donde se define la CC “como la máxima población que puede soportar indefinidamente un determinado hábitat sin dañar de forma permanente la productividad del ecosistema del que depende esa población”

---

<sup>80</sup> El turismo cultural se entiende en este contexto como aquel desarrollado como “una forma de interculturalidad, entendida como enriquecimiento e intercambio personal que no debe reducirse a un plano meramente económico” (Frax, 2005, p. 70).

López, y López (2008, p.134). Para Ratto (2000, p.4), la capacidad de carga es “el nivel de explotación turística que una zona puede soportar asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos”.

Otras metodologías similares a la Capacidad de Carga Turística (CCT) son la de Límite de Cambio Aceptable (LAC) y la de Manejo de Impacto de Visitantes (VIM). El **Límite de Cambio Aceptable (LAC)**, es una metodología busca establecer límites cuantificables para el uso de un sitio, teniendo en cuenta los impactos inducidos por el hombre en las condiciones biofísicas y sociales del área. También contempla el establecimiento de normas y estrategias de uso para conservar y restaurar los recursos. En este sentido el LAC, son normas de uso público para administrar y gestionar cada sitio específico de acuerdo a sus características particulares. El **Manejo de Impacto de Visitantes (VIM)**, es una técnica permite identificar y evaluar la problemática, causas y mejores prácticas para aspectos como impactos en el ambiente y el cumplimiento de las expectativas de los turistas o visitantes. Estos aspectos tienen factores complejos que se interrelacionan como la biodiversidad; condiciones topográficas y climáticas; factores socioculturales; conocimiento del sitio, imagen y expectativas que tenga el visitante (Garnier y Somarriba, 2005).

Sin embargo, la más utilizada es la CCT, dado que las áreas protegidas cobran cada vez más importancia, dada la creciente necesidad de conservar la biodiversidad y generar recursos económicos para las comunidades, estimulando su conservación y restauración. Esto es especialmente relevante en los países en vía de desarrollo, los cuales conservan aún áreas con una gran biodiversidad que urge proteger. En este contexto el turismo en áreas protegidas –concebido como “viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local” se ha convertido en una de las actividades estratégicas, dado su proyección de crecimiento y la relativa poca inversión que se necesita para poner en valor recursos naturales y culturales con fines de

turísticos. Así, la determinación de la Capacidad de Carga Turística se constituye en una herramienta de planificación para regular el uso del suelo y el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales locales, ya que considera aspectos ecológicos, físicos, económicos y culturales, lo que favorece el desarrollo sostenible.

La determinación de la CCT, según López y López (2008) debe centrarse en dos líneas: la primera determinada por la capacidad del destino turístico para absorber visitantes antes de que la comunidad receptora perciba los efectos de los impactos negativos y la segunda, busca determinar la capacidad del destino para atraer visitantes antes de que ellos perciban los efectos de los impactos negativos y busquen otros destinos. En este contexto las dos líneas son complementarias y equivalen a considerar la CCT desde el punto de vista de la oferta y la demanda.

Por otro lado, desde el punto de vista biofísico y desde el punto de vista del comportamiento: el primero se refiere al umbral o límite de explotación de los recursos antes de que se vean deteriorados y el segundo se refiere a la calidad de la experiencia vivida por el turista. Dada la cantidad de conceptos y opiniones que hay acerca de la CCT, algunos antagónicos y otros similares. Se propone la siguiente clasificación de los tipos de CCT (Tabla No. 2).

C. C. Ecológica	Se concibe como el máximo nivel de uso turístico que permite preservar el estado de equilibrio del entorno natural de un sitio turístico.
C. C. Urbanística	Tiene un sentido similar al anterior, aunque se trata en este caso del máximo nivel de uso turístico que permite preservar el estado de equilibrio del entorno urbano de un sitio turístico, que se compone especialmente de las infraestructuras y los equipamientos urbanos.
C. C. Cultural	Se relaciona con el anterior, aunque se puede expresar como el máximo nivel de uso turístico que permite preservar el estado de equilibrio del entorno cultural de un sitio turístico, que está compuesto especialmente por las tradiciones y costumbres y el patrimonio histórico-artístico.

C. C. Económica	Se refiere al máximo nivel de uso turístico que permite preservar el estado de equilibrio del entorno económico de un sitio turístico, haciendo compatibles la actividad económica de la comunidad receptora y los beneficios económicos que proporciona el turismo.
C. C. Institucional	Se basa en el máximo nivel de uso turístico que permite preservar el estado de equilibrio del entorno político de un sitio turístico, haciendo compatibles el esfuerzo de las Administraciones Públicas para regular y controlar el crecimiento turístico y la atención al ciudadano.
C. C. Psicológica del residente	Se identifica con el máximo nivel de tolerancia de los residentes de la comunidad receptora ante los visitantes que recibe, permitiendo con ello preservar el estado de equilibrio del entorno Sico-social de un sitio turístico.
C. C. Psicológica del turista	Se entiende como el mínimo nivel de satisfacción del visitante que permite mantener su percepción del atractivo de un sitio turístico.

Tabla 2: Dimensiones de la Capacidad de Carga Turística (CCT).

Fuente: (López y López, 2008, pp.138-139).

La mayoría de los autores basan sus estudios en el procedimiento desarrollado por Cifuentes (1992), ya que resulta ser sencillo y confiable para determinar la carga turística en áreas protegidas, especialmente en Latinoamérica que empieza a consolidarse como destino apeteído para el ecoturismo debido a su gran biodiversidad y recursos naturales que aún se conservan. Entonces la CCT es una herramienta de planificación para establecer el número de visitantes a un sitio. También hay que mencionar que la CCT es relativa y dinámica de acuerdo a las variables determinadas, esto hace que para cada sitio deba ser determinada una CCT, ya que depende de las características intrínsecas de cada uno.

Sin embargo, en Colombia aunque se encuentra literatura sobre el tema desde hace más de tres décadas y en algunos Manuales de Uso Público del Suelo,

donde el ecoturismo es una de las actividades consideradas, su aplicación es poca, en las áreas protegidas (excepto algunos parques naturales). Al respecto, varios estudiosos del tema coinciden en que desde la década de los años 80 se han incorporado nuevos elementos para mejorar la metodología de la determinación de la CCT como son: uso aceptable e inaceptable de los recursos y la búsqueda de la calidad de la experiencia del visitante (CAR, 2003; Cifuentes, 1992; Durán 2007; López y López, 2008 y Ratto, 2000).

Considerando que uno de los modelos más utilizados en Latinoamérica es el planteado por Cifuentes (1992) en su obra "*Determinación de la capacidad de carga turística en áreas protegidas*", a continuación se hace una breve descripción del mismo. Los pasos recomendados son:

1- Análisis de políticas sobre el turismo y manejo de áreas protegidas a nivel nacional regional y local". Es necesario que en este paso se articulen las políticas públicas con el turismo, ya que en la mayoría de las veces son dos áreas que permanecen separadas.

2- Análisis de los objetivos del área bajo evaluación, lo cual tiene relación estrecha con la categoría de manejo". Se refiere a los parámetros de manejo y uso del área por los cuales ha sido catalogada como área protegida. Por ejemplo, si es una reserva biológica, estará destinada a la protección de la biodiversidad y a fines de estudio e investigación. Por ejemplo en Colombia hay una legislación clara sobre los humedales.

En este punto se pueden hacer las siguientes preguntas: ¿es el uso público que se hace del área congruente con los objetivos de manejo?, ¿son los niveles de los usos permitidos igualmente apropiados?, ¿las proyecciones y tendencias del uso público y de otras actividades podrían ocasionar conflictos con los objetivos primarios del área, desdiciendo así de su categoría de manejo?, ¿es la categoría de manejo actual la apropiada para el área?, etc.

3- Análisis de la situación de los sitios de uso público, dentro del área evaluada y de su zonificación". Es relevante tener la zonificación del área. Si no se encuentra es necesario hacerla ya que es indispensable para orientar las actividades y

manejo del área. Aquí se recomienda responder a preguntas como: ¿es apropiada la zonificación general de la reserva para cumplir con los objetivos?, ¿las zonas de uso público son suficientes y han sido correctamente identificadas?, ¿el uso que se está dando o que se proyecta dar a las zonas de uso público, es el apropiado?, ¿cómo podrían evitarse o eliminarse los conflictos existentes?, ¿qué cambios se requieren en la zonificación para ajustarla a las circunstancias reales (actuales o proyectadas) que ostenta el área?

4- Definición, fortalecimiento o cambio de políticas y decisiones respecto a la categoría de manejo y a la zonificación del área. Las preguntas que se debieran responder en este paso son: ¿está el área evaluada en el contexto de uso correcto?, si no es así ¿qué se debe hacer para lograrlo? En algunos casos es posible que el estudio arroje la necesidad de cambiar los usos del suelo. En todo caso, aquí se definen “las reglas del juego”, pues se determinan los objetivos, lo que se puede hacer y lo que no se puede hacer, y los lineamientos para utilizar los sitios con fines turísticos.

5- Identificación de factores/características que influyen en cada sitio de uso público (Cifuentes, 1992, p.1).

Se identifican las características particulares de cada sitio ya que de ello depende la capacidad de carga. Por ejemplo las playas, los senderos, los miradores, los sitios acuáticos y subacuáticos, tienen objetivos diferentes y diferentes características físicas, topográficas, de biodiversidad, etc., que los hacen únicos. Igualmente, se identifican otras características como recursos, estado de los recursos, calidad, cantidad, vulnerabilidad, fragilidad, entre otras. Desde el punto de vista social, es necesario determinar la presencia de poblaciones autóctonas, ya que es muy delicado su manejo, para conservar su cultura, pero beneficiándolos de la actividad. Algunas variables a medir son: erosión del terreno, inundaciones (que pueden disminuir o aumentar el atractivo), horarios de visita, cierres temporales, entre otros.

6- Determinación de la capacidad de carga para cada uno de esos sitios

La capacidad de carga tiene tres niveles:

**Capacidad de carga física (CCF)**, determinada por el espacio disponible y el espacio que necesita cada visitante según la actividad que realice. “Es el límite máximo de visitas que puede hacerse a un sitio con espacio definido, en un tiempo determinado” El autor plantea la siguiente fórmula:

$CCF = V/a * S * t$ , donde:

$V/a$  = visitantes / área ocupada. Como supuesto generalizado se tiene que una persona requiere  $1m^2$  de espacio para moverse libremente en una caminata.

$S$ = superficie disponible para uso público. Está determinada por las características del sitio. En espacios abiertos pueden existir obstáculos naturales que limitan el acceso – como rocas, grietas, barrancos, etc. -. También hay limitantes debidas a la vulnerabilidad de las especies existentes y por razones de seguridad. En el caso de senderos las limitantes están en el tamaño de los grupos y en la distancia que debe guardarse entre ellos. Esto es una apreciación un tanto subjetiva y depende de la dificultad del sendero. También se supone que un sendero los visitantes van en fila india.

$t$ = tiempo necesario para ejecutar la visita. Este factor depende del horario de visita y del tiempo real que se necesita para visitar el sitio.

**Capacidad de carga real (CCR)**, determinada a partir de la CCF con algunos factores de corrección ( $FC_x$ ) expresados en porcentaje, que limitan el uso del sitio. Estos  $FC_x$ , pueden calcularse así:  $FC_x = MI/Mt$  donde  $MI$  es la magnitud limitante y  $Mt$  es la magnitud total de la variable.

Así la formula de CCR quedaría:

$$CCR = CCF * [(100-FC_1)/100] * [(100-FC_2)/100] * \dots * [(100-FC_n)/100]$$

**Capacidad de carga efectiva (CCE)**, determinada a partir de la CCR, corregida a partir de la capacidad de manejo. Esto es significativo, ya que uno de los

limitantes más comunes para el uso de las áreas protegidas en los países en vía de desarrollo es la capacidad de manejo de los grupos visitantes, situación que de ser ignorada coloca en riesgo la sostenibilidad de los recursos. Además, a partir del cálculo de esta CCE, se pueden hacer planes de mejoramiento encaminados a ampliar el servicio según la dinámica de promoción del sitio (p.2 y 19). Entonces, la CCE será un porcentaje de la CCR según la siguiente fórmula  $CCE = CCR * CM/100$ , donde CM es el porcentaje de capacidad de manejo.

La CM es la suma de las condiciones que la administración de un área protegida necesita para cumplir con sus funciones, por lo tanto, requiere la evaluación de “variables como: respaldo jurídico, políticas, equipamiento, dotación de personal, financiamiento, infraestructura y facilidades (instalaciones) disponibles. Algunas de estas variables no son medibles” (p.19). Por esta razón el cálculo de la CM requiere un estudio cuidadoso y participación de las personas que manejan el sitio como área protegida, para estimar las variables y dar prioridad a aquellas que son medibles y que tienen un impacto considerable para el manejo, gestión y administración del lugar.

La CM es una de las variables críticas que se tienen en los países latinoamericanos y con mayor incidencia cuando se trata de áreas protegidas. Para el cálculo se introduce el concepto de “límite aceptable de uso” (LAU) como una manera de garantizar la sostenibilidad del área. En este orden de ideas, si la CM aumenta también lo hará el LAU y esto conlleva a que la CCE sea más flexible y ajustable a las circunstancias lo que facilita que el mejoramiento continuo en la CM pueda verse reflejado en un aumento de la CCE, la cual debería acercarse a la CCR, garantizando el uso óptimo y sostenible de los recursos (Cifuentes, 1992, p.1-23).



## 2.3. DESARROLLO SOSTENIBLE

En este apartado se hace la exposición de los aspectos conceptuales del Desarrollo Sostenible, fruto de la extensa revisión bibliográfica, intentando averiguar desde la evolución misma del concepto y los antecedentes que lo originaron, las variables para considerar en la elaboración de Modelos de Turismo Sostenible; del mismo modo, identificar los medios y herramientas más apropiados para aplicarlos de manera efectiva.

### 2.3.1. Antecedentes.

#### 2.3.1.1. Impacto de la actividad humana sobre el planeta.

El hombre es el único ser sobre el planeta capaz de generar perturbaciones en la Tierra<sup>81</sup>. Aunque hay cambios dramáticos en los paisajes debidos a acontecimientos geológicos, son las acciones humanas las que mayor impacto generan, como se explicó anteriormente, donde la crisis actual a nivel global desatada por el deterioro ambiental es evidente y como lo manifiesta Cabero (2006-a), el progreso y crecimiento de la sociedad actual ha desencadenado un acelerado deterioro del paisaje y de los recursos naturales sin que haya en la mayoría de los países, una política pública eficaz que abogue por la conservación del patrimonio cultural y del paisaje.

Aunque el potencial de daño al medio ambiente en la relación del hombre con la naturaleza se vislumbraba desde el Siglo XIX, el problema creciente de deterioro que prende las alarmas se da desde épocas recientes, desde la era industrial,

---

<sup>81</sup> Claramente lo advertía desde 1854, H.D. Thoreau en "*Life in the woods*" quien reflexiona sobre las relaciones del hombre con la naturaleza, o dos profetas de la conservación como lo fueron Eliseo Reclus y P. Kropotkin, que escribieron sobre el deterioro ambiental causado por la acción del hombre, a finales del Siglo XIX y principios del Siglo XX. Asimismo, Cabero (2006-a) describe otros ejemplos de pioneros que vislumbraron la relación destructiva que tiene el hombre con el medio ambiente como la obra *El cosmos* de Von Humboldt publicada a mediados del siglo XIX y que ha sido tomada como base para el estudio de muchos científicos.

debido a que la actividad humana ha causado en el medio ambiente un impacto tan significativo, que ha amenazado la supervivencia de varias especies, incluido el mismo hombre, lo que ha provocado una serie de reuniones, cumbres y congresos al más alto nivel, convocando a representantes de los sectores públicos, privados, no gubernamentales, entre otros, provenientes de todos los países del mundo y quienes han advertido sobre el creciente deterioro del medio ambiente y la necesidad de que las autoridades hagan algo para detenerlo, en los diferentes países del mundo. Asimismo, se contempla la sostenibilidad no solamente desde lo ambiental, sino que incluye también factores sociales, económicos y culturales. En este contexto resulta un imperativo recalcar sobre la necesidad de considerar la sustentabilidad de cualquier actividad económica<sup>82</sup> y en cuanto al turismo Melgosa (2005, p. 190) afirma que la viabilidad de los destinos turísticos dependerá en el futuro de su compromiso con el Desarrollo Sostenible.

El problema ambiental se ha generado por dos hechos: a) el creciente **consumo** de recursos que desborda la capacidad de la naturaleza para regenerarlos - en el caso de los recursos renovables- y el agotamiento de los recursos no renovables y b) el **impacto negativo** causado en la atmósfera, el agua y la tierra. La atmósfera se perjudica debido a las emisiones (gases de efecto invernadero y gases que destruyen el ozono y generan la lluvia ácida, entre otros efectos de menor impacto); en los efluentes o acuíferos debido a los vertimientos contaminantes provenientes de la industria, de los asentamientos humanos, de la agricultura y otras actividades humanas y finalmente, la tierra deteriorada por las malas prácticas agrícolas, mineras, ganaderas, entre otras actividades de explotación, además del deterioro causado por los desechos sólidos, lixiviados y elementos contaminantes vertidos en ella, donde muchos de ellos terminan en ríos, lagos y mares afectando la fauna y la flora.

---

82

Frente a esta realidad se han emprendido acciones a nivel global para concientizar a la humanidad sobre la gravedad del impacto que se ha generado a la naturaleza. Los estudios han concluido que es necesario establecer límites en el desarrollo industrial implementando tecnologías limpias y buenas prácticas ambientales para proteger a la naturaleza. Igualmente, se ha establecido la necesidad de buscar alternativas energéticas que sustituyan la utilización de combustibles de origen fósil, ya que además de ser recursos no renovables, son altamente contaminantes (especialmente por la emisión de gases de efecto invernadero).

Retomando el problema ambiental generado por el consumo, se ha recomendado frenar el consumismo<sup>83</sup>, ya que con el crecimiento demográfico los recursos vitales (agua y alimentos), son cada vez más escasos y amenazan la supervivencia de algunos pueblos.

#### 2.3.1.2. El significado ambiental y territorial de los espacios de montaña.

Una visión desde el punto de vista geográfico, muestra las particularidades de las montañas; Cabero (2006-a, p.248), señala que varios geógrafos y naturistas

---

<sup>83</sup> Consumismo. El Diccionario de la Real Academia española, lo define “una actitud de **consumo** repetido e indiscriminado de bienes materiales no absolutamente necesarios”. Rodríguez (1996, p.54) lo considera además, “como todo un sistema social, orgánico que, mediante mecanismos muy eficientes, crea la necesidad de los bienes que el sistema económico quiere producir, no porque los crea los más necesarios y más útiles, sino porque los cree más rentables y creadores de riqueza, no tanto social, como individual o grupal”. Por otra parte en el documental “Consumir hasta morir” creado por Ecologistas en acción, se hacen las siguientes reflexiones: a) la globalización nos hace compradores muy activos en la compra, pero muy pasivos en la reflexión de cómo fueron fabricados los productos que consumimos- ¿tuvieron procesos de producción limpios?, ¿se utilizó mano de obra de niños?, ¿las materias primas fueron producidas sosteniblemente?, etc.; b) como consumidores no castigamos la producción insostenible ambiental o socialmente; c) se fomenta el consumo de productos de “usar y tirar”, es decir, productos desechables y contaminantes del medio ambiente; d) el consumidor no reflexiona en el costo que paga para el manejo de basuras provenientes de los productos de “usar y tirar”, además del costo adicional que paga por el producto; e) en una sociedad que no es de consumo la gente mira qué es lo que necesita y luego compra; mientras que en una sociedad de consumo a la gente no falta nada, pero quiere comprar y no sabe qué, entonces compra cosas inútiles porque desea encontrar algún grado de satisfacción, la que según la “Ley de los rendimientos decrecientes”, es cada vez menor, estimulando la compra compulsiva.

desde finales del siglo XIX, han estudiado las grandes reservas de agua y de minerales que contienen las áreas montañosas, pero también advierte que muchas de esas reservas de recursos no renovables como el carbón, el petróleo y los minerales, “ya ha sido explotados y en muchos casos expoliados” en los países desarrollados.

En los países menos desarrollados aún quedan reservas en las montañas, pero ya ha empezado la explotación depredadora. En Colombia, por ejemplo hay multinacionales que han conseguido títulos mineros para hacer grandes explotaciones, de níquel, carbón y especialmente de oro, como es el caso de la explotación en el páramo de Santurbán (departamento de Santander-Colombia)<sup>84</sup> y de grupos al margen de la ley que han encontrado en estos recursos otra forma de financiarse promoviendo la explotación ilegal con maquinaria pesada que produce un verdadero desastre ecológico.

Reconociendo esto las Naciones Unidas declararon el año 2002 como el año Internacional de las montañas, para llamar la atención para que los gobiernos de los países emitan políticas para su conservación, además, de designar el 11 de diciembre como Día Internacional de las Montañas. Con esto se espera mantener la conciencia permanente sobre los ecosistemas de montañas y la función que tienen en el control de los vientos, la existencia de diferentes pisos térmicos, ser cabecera del nacimiento de los ríos que alimentan llanuras y proveen “la fuente de la vida” a las grandes urbes, son “espacios naturales y

---

<sup>84</sup> En el comunicado de prensa del sitio “Congreso Visible” de marzo de 2011 titulado “Contra la explotación minera en el páramo de Santurbán”, se hace la denuncia sobre las pretensiones de la multinacional canadiense Greystar con el proyecto “Angostura”, para obtener la licencia de explotación minera en el páramo Santurbán. FENALCO – Federación Nacional de Consumidores y el partido Verde – partido político- advierten al Ministerio del Medio Ambiente, que el Código Minero colombiano excluye a los páramos de toda explotación. Sin embargo, a pesar de ello la multinacional tiene licencia de exploración y ha sido sancionada por causar daños ecológicos y la desviación del cauce de la quebrada La Perezosa.

La importancia del páramo de Santurbán se evidencia en los siguientes datos: produce agua para 2.2 millones de personas de las áreas urbanas y rurales de 20 municipios; el proyecto “Angostura” prevé la utilización diaria de 40 toneladas de Cianuro de Sodio y de 230 toneladas al día de Año para dinamitar 1.075 millones de toneladas de suelo (Universidad de los Andes, 2011).

culturales de gran complejidad y diversidad compartidos por distintos pueblos y países” y la belleza paisajística que aportan a las regiones geográficas<sup>85</sup> (Cabero,2006-a, p.251). También se hace énfasis en profundizar el conocimiento científico de las áreas de montaña y promover su gestión a nivel planetario, nacional y regional.

### 2.3.1.3. La crisis de los recursos hídricos.

Vivimos en una época donde el agua se convierte en un recurso escaso y dado que es vital para el soporte de la vida, su adecuado manejo y gestión es un tema de urgencia –fuera de toda discusión- considerando que, según Cabero (2006-a), hay más de 1.100 millones de personas que no tienen acceso al agua potable<sup>86</sup>.

De igual manera, se evidencia el despilfarro del agua potable en actividades como los regadíos, las formas de abastecimiento, actividades turísticas, producción de energía eléctrica y uso irresponsable de las aguas subterráneas. ***“Hemos sido lentos para renunciar al mito de la infinita generosidad de la***

---

<sup>85</sup> Con respecto a los países de la Unión Europea que ya tienen procesos adelantados de estudio y concientización de la conservación de las zonas de montaña, Cabero (2006-a, p.248), afirma: “Ni la Directiva 1975 sobre Agricultura de Montaña y ciertas Zonas Desfavorecidas ha logrado cambiar las dinámicas de despoblación o los desequilibrios endógenos y territoriales, ni tampoco las recomendaciones y deseos apuntados en la Carta Ecológica de las áreas de Montaña (Consejo de Europa, 1976) o en la Carta Europea de Ordenación del Territorio (Consejo de Europa, 1983) han retocado los procesos o han mejorado sustancialmente las condiciones de vida de sus habitantes y evitado el deterioro de sus ecosistemas más frágiles”. Si esto sucede en Europa, en Colombia las cosas no son mejores. Las políticas emitidas, no han tenido resultados efectivos en cuanto a uso del suelo y Planificación de Ordenamiento Territorial quedando sólo en documentos que no se tienen en cuenta a la hora de tomar acciones.

<sup>86</sup> Kingsolver (2010, pp.10-23) muestra las siguientes cifras de la existencia de agua dulce en el planeta “vivimos en un planeta cubierto de agua, pero más del 97 de ella es salada y casi el 2% está contenida en hielo y nieve. Eso deja menos del 1% para nuestros cultivos, enfriar nuestras centrales eléctricas y suministrar agua para bañarse y beber a las familias”. Por otro lado, también dice que mientras los estadounidenses gastan cerca de 380 litros diarios por casa, millones de personas de países pobres subsisten con 19; 3.3 millones de personas mueren cada año por enfermedades relacionadas con el agua y una de cada ocho personas en el planeta no tiene acceso a agua potable. Además, afirma, que en “15 años 1800 millones de personas vivirán en regiones con grave escasez de agua”

**Tierra. De manera más bien espléndida, hemos sobregirado nuestras cuentas”** (Kingsolver, 2010, p. 13).

Frente a esta situación, vale la pena resaltar el concepto cambiante de la ética frente al consumo irresponsable del agua; haciendo alusión a Hardin referenciado por Kingsolver (2010, p.13): “la ética de un acto está en función de la condición del sistema al momento en que se lleva a cabo”. Por ejemplo, hace muchos años no era reprochable matar palomas, pero debido al incremento de la caza para consumirlas como alimento, su población se disminuyó hasta casi la extinción, por lo que ahora es un delito matarlas, en algunos países.

Con el agua sucede lo mismo que con las palomas; se consideraba una fuente inagotable y nadie pensaría jamás en embotellarla, pero ahora es un recurso amenazado por el despilfarro, por la eliminación de los ecosistemas que la sustentan y por el calentamiento global.

Para Cabero (2006-a), el tema es complejo, porque se han alterado el cauce de los ríos, se han secado lagunas, entre otras actividades que amenazan el suministro del vital líquido. En Colombia, por citar un ejemplo, se han utilizado los terrenos de los humedales para actividades agrícolas, construcción de carreteras, construcción de viviendas en las zonas urbanas, especialmente de la sabana de Bogotá y otras actividades aludidas al desarrollo. El problema surge cuando la naturaleza reclama sus espacios, generando grandes problemas de inundaciones- en épocas lluviosas-, desplazamiento de pobladores, pérdidas económicas y muchas veces pérdidas humanas. Igualmente, cada vez son más destructivas las épocas de sequía.

Un reportaje especial de la Revista Gobierno (Ministerio de Agricultura), “Nefasto balance del impacto de la ola invernal en el sector agropecuario en 2011”, título de hecho sugestivo, muestra “algunas de las consecuencias que deja la histórica ola invernal que atraviesa Colombia”: un millón de hectáreas de

vocación agrícola inundadas con la pérdida de 200.000 hectáreas de cultivos transitorios y permanentes; 115.000 bovinos muertos y 1.460.000 desplazados de 60.500 predios; 13 millones de metros de infraestructura agrícola afectados (galpones, invernaderos, etc.); 98 vías claves para la movilidad, se encuentran seriamente afectadas; en acuicultura hay pérdidas de alevinos y peces para la cosecha, debido a la sedimentación; incidencia de plagas y enfermedades que afectan a los cultivos y a los animales; 140.000 unidades de viviendas campesinas afectadas de las cuales 5.000 fueron destruidas (Cardona, junio de 2012).

Considerando que lo anterior solo se refiere a las zonas rurales, el balance es aún más dramático con las inundaciones en los sectores urbanos de Bogotá y otras ciudades altamente pobladas del país. Hay que agregar además, que el anterior balance se hizo para el 2011, pero las consecuencias de la ola invernal del primer semestre de 2012, ha sido aún más drástica.

Así estas discusiones en pro y en contra se han llevado a eventos mundiales como una preocupación creciente sobre el impacto de las actividades humanas en el planeta. Así, surgen conceptos como el Desarrollo Sostenible, cuya evolución histórica se describirá a continuación.

#### 2.3.1.4. Evolución histórica del desarrollo sostenible.

Para entender este concepto impuesto a la sociedad moderna se hace un recuento histórico de los escritos (libros y documentos) y de eventos han determinado la conciliación de intereses de crecimiento económico con la protección del medio ambiente.

Desde la década de los años setenta con obras como “*Socialisation de la Nature*, de Philippe Saint Marc (1971), *Tecnología adecuada*, del editor Nicolás Jéquier (1979), *The Quality of Life Concept*, del editor Stanley M. Greenfield

(1973), *La sociedad y el medio ambiente*, de I. Guerásimov y cols. (1979), *Los ocho pecados mortales de la humanidad civilizada*, de Konrad Lorenz (1975), *Redoing America*, de Edmund K. Faltermayer (1970) y *El club de Roma*, de Furtado, C. y Cols. (1976)”.

Los eventos y hechos se resumen a continuación:

En 1972, se realiza la primera Conferencia las Naciones Unidas sobre la relación entre el hombre y el medioambiente, de donde surge la Declaración de Estocolmo.

En 1984, se descubre el hueco en la capa de ozono ubicado en la Antártica, generada por una reacción en cadena de productos químicos como consecuencia de la emisión de óxidos de los halógenos y especialmente el uso de productos clorofluorcarbonados (CFC), utilizados como impulsores en los aerosoles. Además, en este año se produce un escape de químicos en Bhopal (India) y el escape de gas propano en México que genera una gran explosión.

En 1985, se registran sequías y hambrunas en África. En Colombia, desaparece la ciudad de Armero por el deshielo del volcán Nevado del Ruíz.

En 1986, en Chernobyl, en la antigua Unión Soviética, se presenta un grave accidente nuclear. Por otro lado, se produce el derramamiento de químicos en el río Rhin.

En 1987, las ciudades de Bangladesh y las Malvinas sufren graves inundaciones (López, Tabares y Vega, 2008).

En 1987, se crea la **Comisión de Brundtland** por las Naciones Unidas, donde se habla por primera vez del concepto de “Desarrollo Sostenible”, como política económica de las siguientes décadas. A partir de entonces se han realizado



cambios en las políticas públicas de los países y el sector productivo ha ido incorporando este concepto en la actividad al interior de las empresas y en sus relaciones con clientes, proveedores y sector público. Así el Desarrollo Sostenible parte de que “las condiciones medioambientales que encuentra cualquier actividad productiva antes de su proceso, deben mantenerse por lo menos igual después de éste” (Garay, 1999, p.68).

En 1989, se convoca a la Conferencia de las Naciones Unidas para el Medioambiente y el Desarrollo, también denominado “Cumbre de la Tierra”.

En 1990, la Cámara de Comercio Internacional (CCI), publica el documento que sirve de base para el desarrollo sustentable en la actividad industrial.

En 1991, se conforma el comité de expertos (Grupo Asesor Estratégico Sobre Medio Ambiente-SAGE) por la ISO, con el fin de crear una norma.

En 1992, tiene lugar **la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo en la Cumbre de Río de Janeiro**. De aquí surge la Agenda 21 que plantea estrategias para diseñar modelos de desarrollo que preserven los recursos naturales y se dan directrices que abarcan todas las actividades productivas de la moderna economía. López Et. al (2008), comenta que de aquí surgen además, varios tratados globales en temas de biodiversidad, eliminación de los CFC y cambios climáticos como son: el Convenio de biodiversidad, el Convenio sobre el cambio climático y la Declaración de principios de la política forestal. Por otro lado, la Agenda 21 “identificó el turismo como una de las únicas industrias que pueden hacer una contribución positiva a conseguir un planeta más saludable” (Garay, 1999, p.68).

En 1993, se crea el Comité Técnico 207 autorizado por la ISO para la promulgación de la serie de normas ISO 14000. En este mismo año en Colombia por medio de la Ley 99 se crea el Ministerio del Medio Ambiente, las

Corporaciones Autónomas Regionales (CAR) y el SINA (Sistema Nacional Ambiental).

En 1995, se establece el Protocolo de Kioto con el objetivo de reducir los gases de efecto invernadero.

En 2002, se lleva a cabo la “Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible” en Johannesburgo (Sudáfrica). Se revisan los avances en la toma de conciencia y la aplicación de normas nacionales y jurídicas.

En 2004, mueren “más de 200.000 personas por acción del tsunami en Indonesia”. (Castillo & Martínez, 2006, pp. 88-89), referenciado por López et ál. (2008-a).

En 2010, se produce el derrame de petróleo en el Golfo de México causando uno de los mayores desastres ambientales de los últimos años.

En 2011, se presenta el terremoto de 8,9 grados y posterior tsunami en Japón, lo que ocasiona la emergencia nuclear en la planta de Fukushima. El terremoto y posterior tsunami causaron más de 19.000 víctimas.

Durante las olas invernales de 2010 y 2011 en Colombia se produce la muerte de 319 personas, el daño de cultivos, la destrucción de aproximadamente 400 carreteras, 2.400.000 damnificados y unas pérdidas aproximadas de 168.000 millones de pesos equivalentes a aproximadamente unos 69 millones de euros.

Otros acontecimientos sobre el impacto ambiental y fenómenos naturales, son tema común en los noticieros, así como las campañas llamando a la cordura en el consumo y la concientización ambiental.

Hay que destacar, los casos exitosos; por ejemplo en la planificación de los destinos turísticos en España, Melgosa (2005) menciona el caso del municipio Calvid que adoptó la Agenda 21 y fue distinguido con el premio “Sustainable Cities Award 97”, otorgado en 1997 por la Dirección General del Medio Ambiente de la Unión Europea. Por otro lado, el avance en cuanto a las políticas territoriales y ecológicas de la Unión Europea, representadas en la Estrategia Territorial Europea- ETE, que ha integrado el concepto de *Desarrollo Sostenible* dentro del enfoque territorial, de tal manera que se contemplen los factores medioambiental, económico y social con las funciones ecológicas y culturales del territorio (Comisión Europea, 1999).

Los ejes contenidos en la ETE, tratan de:

- 1- *“La conservación y el desarrollo del patrimonio natural”*, enfocándose en el ordenamiento territorial para aquellas áreas consideradas frágiles, como los litorales. También se contemplan aspectos como la conservación de los bosques y áreas selváticas o “pulmones verdes”, la atención a los compromisos de Kioto que coloca metas para la disminución de la emisión de dióxido de carbono (CO<sup>2</sup>), proveniente en su mayoría, del uso de combustibles fósiles y causante del “efecto invernadero”. Asimismo se trata de la degradación de una buena parte de suelos, perdiendo el sustento elemental de la biodiversidad existente en ellos.
- 2- *“La gestión de los recursos hídricos aparece como un reto particular y colectivo para el desarrollo territorial”*. Se advierte aquí que el agua “representa en la interfases superficial de la Tierra el recurso vital para la naturaleza y para los hombres”, por lo que es indispensable gestionar estos recursos adecuadamente<sup>87</sup>.

---

<sup>87</sup> A lo largo de la historia de la humanidad, el agua ha sido el parámetro fundamental para instalar los asentamientos humanos. Las civilizaciones han florecido a lo largo de costas y ríos poderosos. Así como lo menciona Kingsolver (2010), una de las preocupaciones de la humanidad es la escasez de agua o las inundaciones; sin embargo, todavía no somos conscientes de que el calentamiento del planeta cambia los ciclos pluviales, haciendo realidad nuestros temores. La Tierra, en los últimos años se ha calentado en aproximadamente 0.74°C,

- 3- *“La gestión creativa de los paisajes culturales es también un reto colectivo”* porque representa la identidad de las comunidades reflejando la interacción de los habitantes con el medio y las costumbres que han moldeado sus particularidades étnicas. Además, en muchas de ellas las prácticas ancestrales agrícolas y ganaderas garantizaban el sustento de sus habitantes sin poner en peligro la sostenibilidad ambiental.
- 4- *“La gestión creativa del patrimonio cultural”*, enfatiza en la conservación de los monumentos y construcciones antiguas que quedan como tesoro cultural de las actividades humanas, reflejando las creencias y formas de actuar de sociedades pasadas, como un legado cultural e histórico. Además, muchas de esas construcciones tienen un gran valor paisajístico y arquitectónico (Cabero, 2006-a, pp.243-244; Comisión Europea, 1999 y Melgosa, 2005).

#### 2.3.1.5. Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

Debido a que esta Declaración es el punto de referencia de la mayoría de las políticas de los países referentes al medio ambiente, se profundiza su análisis de los principios emitidos. El documento reafirma la Declaración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, aprobada en Estocolmo el 16 de junio de 1972, basándose en ella y para establecer una nueva alianza mundial equitativa mediante la creación de nuevos niveles de cooperación entre los Estados, los sectores claves de las sociedades y las personas. Esta declaración y otros estudios realizados sobre el impacto que el hombre ha causado a los ecosistemas terrestres son antecedentes para elaborar normas y leyes que propendan por un uso sostenible de los recursos. En esta declaración se proclaman los siguientes principios:

---

pero es suficiente para causar inundaciones en unas regiones y secar otras; además como el aire caliente contiene más humedad, se han visto fenómenos en las costas desde Luisiana hasta Filipinas, como mega tormentas y el incremento de la aridez del suelo y tormentas de polvo en regiones secas como es el caso de la “cuenca del sistema fluvial Murray-Darling, en Australia”.

#### PRINCIPIO 1

Los seres humanos constituyen el centro de las preocupaciones relacionadas con el desarrollo sostenible. Tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.

#### PRINCIPIO 2

Según la Carta de las Naciones Unidas y los principios del derecho internacional, los Estados tienen el derecho soberano de aprovechar sus propios recursos según sus políticas ambientales y de desarrollo, y la responsabilidad de velar porque las actividades realizadas dentro de su jurisdicción o bajo su control no causen daños al medio ambiente de otros Estados o de zonas que estén fuera de los límites de la jurisdicción nacional.

#### PRINCIPIO 3

El derecho al desarrollo debe planearse para que responda equitativamente a las necesidades ambientales, económicas y sociales de las generaciones presentes y futuras.

#### PRINCIPIO 4

Para alcanzar el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente debe constituir parte integrante del proceso de desarrollo y no puede considerarse en forma aislada.

#### PRINCIPIO 5

Todos los Estados y todas las personas deben cooperar para erradicar la pobreza como requisito indispensable del desarrollo sostenible, a fin de reducir las disparidades en los niveles de vida y responder mejor a las necesidades de la mayoría de los pueblos del mundo.

## PRINCIPIO 6

Se debe dar prioridad a la situación y las necesidades especiales de los países en desarrollo, en particular, los países menos adelantados y los más vulnerables desde el punto de vista ambiental. En las medidas internacionales que se adopten con respecto al medio ambiente y al desarrollo también se debe tener en cuenta los intereses y las necesidades de todos los países.

## PRINCIPIO 7

Los Estados deben cooperar con espíritu de solidaridad mundial para conservar, proteger y restablecer la salud y la integridad del ecosistema de la Tierra. En vista de que han contribuido en distinta medida a la degradación del medio ambiente mundial, los Estados tienen responsabilidades comunes pero diferenciadas.

Los países desarrollados reconocen la responsabilidad que les cabe en la búsqueda internacional del desarrollo sostenible, en vista de las presiones que sus sociedades ejercen en el medio ambiente mundial y de las tecnologías y los recursos financieros de que disponen.

## PRINCIPIO 8

Para alcanzar el desarrollo sostenible y una mejor calidad de vida para todas las personas, los Estados deben reducir y eliminar las modalidades de producción y consumo insostenibles y fomentar políticas demográficas apropiadas.

## PRINCIPIO 9

Los Estados han de cooperar con el fortalecimiento de su propia capacidad para lograr el desarrollo sostenible, aumentando el saber científico mediante el intercambio de conocimientos científicos y tecnológicos, e intensificando el desarrollo, la adaptación, la difusión y la transferencia de tecnologías, entre los nuevos avances tecnológicos innovadores.

## PRINCIPIO 10

Los temas ambientales se deben manejar con la participación de todos los ciudadanos interesados, en el nivel que corresponda. En el plano nacional, toda persona debe tener acceso adecuado a la información sobre el medio ambiente de que dispongan las autoridades públicas, incluida la información sobre los materiales y las actividades que encierran peligro en sus comunidades, así como la oportunidad de participar en los procesos de adopción de decisiones.

Los Estados deben facilitar y fomentar la sensibilización y la participación de la población poniendo la información a disposición de todos. Debe proporcionarse acceso efectivo a los procedimientos judiciales y administrativos, entre éstos, el resarcimiento de daños y los recursos pertinentes.

## PRINCIPIO 11

Los Estados han de promulgar leyes eficaces sobre el medio ambiente. Las normas, los objetivos de ordenación y las prioridades ambientales deben reflejar el contexto ambiental y de desarrollo al que se aplican. Las normas aplicadas por algunos países pueden resultar inadecuadas y representar un costo social y económico injustificado para otros países, en particular los países en desarrollo.

## PRINCIPIO 12

Los Estados deben cooperar en la promoción de un sistema económico internacional abierto, que conduzca al crecimiento económico y el desarrollo sostenible de todos los países, a fin de abordar en mejor forma los problemas de la degradación ambiental. Las medidas de política comercial con fines ambientales no deben constituir un medio de discriminación arbitraria o injustificable ni una restricción velada del comercio internacional. Se debe evitar tomar medidas unilaterales para solucionar los problemas ambientales que se producen fuera de la jurisdicción del país importador.

Las medidas referidas a temas ambientales destinadas a tratar los problemas ambientales transfronterizos o mundiales deben, en la medida de lo posible, basarse en un consenso internacional.

#### PRINCIPIO 13

Los Estados han de desarrollar la legislación nacional relativa a la responsabilidad y compensación de las víctimas de la contaminación y otros daños ambientales. Los Estados deben cooperar de manera expedita y más decidida en la elaboración de nuevas leyes internacionales sobre responsabilidad e indemnización por los efectos adversos de los daños ambientales causados por las actividades realizadas dentro de su jurisdicción, o bajo su control, en zonas situadas fuera de su jurisdicción.

#### PRINCIPIO 14

Los Estados deben cooperar efectivamente para desalentar o evitar la reubicación y la transferencia a otros Estados de cualquier actividad o sustancia que cause degradación ambiental grave o que sea nociva para la salud humana.

#### PRINCIPIO 15

Para proteger el medio ambiente, los Estados han de aplicar ampliamente el criterio de precaución conforme a sus capacidades. Cuando haya peligro de daño grave o irreversible; la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces en función de los costos para impedir la degradación ambiental.

#### PRINCIPIO 16

Las autoridades nacionales deben fomentar la internalización de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos, teniendo en cuenta el criterio de que el que contamina debe, en principio, absorber los costos de la



contaminación, teniendo en cuenta el interés público y sin distorsionar el comercio ni las inversiones internacionales.

#### PRINCIPIO 17

La evaluación del impacto ambiental, en calidad de instrumento nacional, ha de ser aplicada a cualquier actividad propuesta que probablemente vaya a producir un impacto negativo considerable en el medio ambiente y que esté sujeta a la decisión de una autoridad nacional competente.

#### PRINCIPIO 18

Los Estados han de notificar inmediatamente a otros Estados de los desastres naturales u otras situaciones de emergencia que puedan producir efectos nocivos súbitos en el medio ambiente de otros Estados. La comunidad internacional debe hacer todo lo posible por ayudar a los Estados que resulten afectados.

#### PRINCIPIO 19

Los Estados deben proporcionar la información pertinente y notificar previamente y en forma oportuna a los Estados que posiblemente resulten afectados por actividades que puedan tener considerables efectos ambientales transfronterizos adversos, y deberán celebrar consultas con esos Estados en una fecha temprana y de buena fe.

#### PRINCIPIO 20

Las mujeres desempeñan un papel fundamental en la ordenación del medio ambiente y en el desarrollo. Es, por tanto, imprescindible contar con su plena participación para lograr el desarrollo sostenible.

#### PRINCIPIO 21

Hay que movilizar la creatividad, los ideales y el valor de los jóvenes del mundo para forjar una alianza mundial orientada a lograr el desarrollo sostenible y asegurar un mejor futuro para todos.

#### PRINCIPIO 22

Las poblaciones indígenas y sus comunidades, así como otras comunidades locales, desempeñan un papel fundamental en la ordenación del medio ambiente y en el desarrollo debido a sus conocimientos y prácticas tradicionales. Los Estados deben reconocer y apoyar debidamente su identidad, cultura e intereses y hacer posible su participación efectiva en el logro del desarrollo sostenible.

#### PRINCIPIO 23

Deben protegerse el medio ambiente y los recursos naturales de los pueblos sometidos a opresión, dominación y ocupación.

#### PRINCIPIO 24

La guerra es inherentemente destructiva y enemiga del desarrollo sostenible. En consecuencia, los Estados deben respetar las disposiciones de derecho internacional que protegen al medio ambiente en épocas de conflicto armado, y cooperar en su ulterior desarrollo, según sea necesario.

#### PRINCIPIO 25

La paz, el desarrollo y la protección del medio ambiente son interdependientes e inseparables.

#### PRINCIPIO 26

Los Estados deben resolver pacíficamente todas sus controversias sobre el medio ambiente por medios que corresponda con arreglo a la Carta de las Naciones Unidas.

## PRINCIPIO 27

Los Estados y las personas deberán cooperar de buena fe y con espíritu de solidaridad en la aplicación de los principios consagrados en esta Declaración y en el ulterior desarrollo del derecho internacional en la esfera del desarrollo sostenible. (González, 1998, pp. 504-508), referenciado por López Et. al (2008-a).

### 2.3.1.6. El concepto de Desarrollo Sostenible.

Se define como "un desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones actuales sin poner en peligro la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras" (EROPARC, 2007, p.1). En conclusión, el "Desarrollo Sostenible" es un paradigma surgido a finales de los ochenta y que incluye el desarrollo socioeconómico y todas las actividades humanas que puedan tener un impacto ambiental, brindando nuevas reglas para tener en cuenta en los efectos de largo plazo de los fenómenos territoriales, considerando "la *dimensión social, estética y creativa del hombre*" (Cabero, 2006, p.239). Las buenas prácticas en la gestión de los recursos naturales implica el compromiso individual y colectivo de todos los actores para que a partir de la comprensión del medio geográfico, se definan e implementen las directrices más eficaces de la ordenación del territorio.

Muchos cambios en el clima de la Tierra son atribuibles al calentamiento global, ocasionado por la emisión de gases de invernadero, entre los cuales, el dióxido de carbono producido en grandes volúmenes por la utilización de combustibles fósiles es el que más impacto genera en el medio ambiente. Estados Unidos y los países europeos son los mayores generadores de este gas (un 85% de todo

el descargado a la atmósfera). Sin embargo, una buena proporción de gases de efecto invernadero y de gases nocivos para la capa de ozono son emitidos en procesos industriales, por lo que es necesario establecer correctivos efectivos para mejorar los procesos productivos (Melgosa, s.f.) y López y López, 2008).

Hay que destacar que el Desarrollo Sostenible no se centra solamente en lo ambiental, sino que abarca temas económicos y culturales. En cuanto a lo económico, si no se garantiza la subsistencia de las personas (especialmente los grupos vulnerables), no hay posibilidad de que se cuiden los recursos naturales. Asimismo, si no se garantiza la conservación de la cultura se pierde el sentido del lugar y la cohesión social con las consecuencias analizadas anteriormente en el apartado “sentido del lugar y cohesión social”.

### **2.3.2. Turismo Sostenible y Ecoturismo**

La OMT como organización intergubernamental representa un foro mundial en política y cuestiones turísticas. Entre sus Miembros figuran 144 países y territorios, así como más de 350 Miembros Afiliados de los sectores público y privado. La misión de la OMT consiste en fomentar y desarrollar el turismo como instrumento para la paz y el entendimiento mundial, el desarrollo económico y el comercio internacional (OMT y NU, 2001, p. 8). Así, la OMT define el turismo sostenible como “aquel que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida”. Es decir, que el turismo sostenible debe cobijar a cualquier tipo de turismo, independientemente de la actividad que se haga y del perfil del turista.

Asimismo, derivado del concepto de *Desarrollo Sostenible*, la Carta Europea del Turismo Sostenible (CETS) refiriéndose al Turismo Sostenible, lo define como: "cualquier forma de desarrollo, equipamiento o actividad turística que respete y

preserve a largo plazo los recursos naturales, culturales y sociales y que contribuya de manera positiva y equitativa al desarrollo económico y a la plenitud de los individuos que viven, trabajan o realizan una estancia en los espacios protegidos", (EROPARC, 2007, p.1).

Actualmente casi todos los países reconocen que el turismo tanto nacional como internacional es un generador de ingresos, divisas, empleos y en general, desarrollo económico nacional y regional, sin embargo son menos los que se interesan por desarrollar y gestionar el turismo de una manera sostenible. Es el *turismo sostenible*<sup>88</sup>, una de las esperanzas económicas para Latinoamérica por sus características en cuanto a la repartición de la riqueza, el aprovechamiento económico de recursos naturales y culturales sin deteriorarlos. Además la inversión es poca si se compara con otras actividades agroindustriales o mineras.

Varios autores resaltan que la actividad turística ha venido teniendo un crecimiento sostenido y que el interés de los turistas hacia el conocimiento profundo de temas específicos, ha provocado la especialización del turismo, dando paso a diferentes modalidades como: el cultural, de aventura, rural, ecoturismo, entre otros. Este interés de las personas por conocer nuevas culturas, formas de vida y espacios naturales ha sido positivo porque se convierte en una oportunidad de desarrollo para municipios y áreas con escasos recursos económicos y que poseen un patrimonio cultural y natural que puestos en valor pueden ser atractivos como productos turísticos. Pero también hay aspectos negativos relacionados con la adecuación y planificación del *Espacio Turístico*, la capacitación del recurso humano, la sensibilización de la comunidad y las políticas locales de uso del suelo, amenazando el desarrollo sustentable del destino.

---

<sup>88</sup> Sin embargo, hay que anotar que el Desarrollo Sustentable –base del turismo sustentable- no es fácil de lograr lo como afirma (Guevara et. al, 2009), porque cada uno de los actores involucrados en las actividades económicas buscan satisfacer sus propios intereses, dificultando el logro de expectativas comunes.

Sin embargo, tanto los gestores del turismo como las autoridades ambientales, se están dando cuenta de la inconveniencia del turismo de masas y de los riesgos que éste trae para la sostenibilidad, por lo tanto, el concepto de **modelo de turismo sostenible concebido con énfasis en la economía y basado en los recursos naturales y culturales**, está tomando fuerza como actividad económica, especialmente en áreas protegidas. Además, existe un incentivo económico considerable para conservar el patrimonio natural y cultural, por lo tanto, los ingresos generados por la actividad impulsarán una cadena de acciones que conlleven a tener un impacto positivo mejorando aspectos como la educación y la conciencia ecológica de los consumidores y residentes (Agustí, 2006; Cabero, 2006-a; Castrillón, 2010; Guevara Et. al, 2009; López y López, 2008; Maldonado, 2008; Melgosa, 2005; Otero, 2007; Yunis, 2006; entre otros).

#### 2.3.2.1. Parámetros internacionales sobre el Turismo Sostenible.

La preocupación por garantizar el buen manejo de las áreas protegidas se ha dado desde instituciones bilaterales y multilaterales como: Fondo para el Medio Ambiente Mundial (Global Environmental Facility ó GEF), con el Banco Mundial y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, ejecutores predominantes. Existen además organizaciones no gubernamentales, Fondo Mundial para la Naturaleza, y Conservación Internacional y muchas otras que han tenido papeles destacados en promover directa e indirectamente el **ecoturismo** a través de programas, proyectos, talleres, publicaciones y otras actividades (CAR, 2003 y Melgosa, s.f.).

A continuación se analizan los eventos sobresalientes relacionados con el turismo sustentable y al ecoturismo, considerando que estos documentos, dan las directrices y las tendencias mundiales para la construcción de modelos de turismo sostenibles.

2.3.2.1.1. **Declaración de Manila sobre el turismo mundial.** La Conferencia Mundial del Turismo se realizó en Manila (Filipinas) el 27 de septiembre de 1980, convocada por la OMT, donde participaron 107 delegaciones de Estado y 91 delegaciones de observadores. El objetivo era “esclarecer la naturaleza auténtica del turismo en todos sus aspectos y la función que el turismo está llamado a desempeñar en un mundo dinámico, objeto de cambios profundos, y para examinar también las responsabilidades de los Estados en el desarrollo y la expansión del turismo en las sociedades modernas, en su calidad de actividad que trasciende del dominio puramente económico de las naciones y de los pueblos” (OMT, 1980, p.1). Algunas de las consideraciones a destacar sobre el turismo mundial, son:

- Debe desarrollarse en un ambiente de paz y seguridad con el esfuerzo conjunto de los Estados que promuevan “un espíritu de amistad, respeto de los derechos humanos y comprensión...”.
- Puede ser una fuerza vital para conseguir la paz mundial.
- Puede contribuir a desarrollar un nuevo orden económico internacional, que ayude a equilibrar las desigualdades económicas entre los países.
- Debe basarse en “la equidad, la igualdad soberana, la no-interferencia en asuntos internos y la cooperación entre todos los Estados...”.

En este orden de ideas, el turismo debe ser entendido como:

- Una actividad esencial a nivel nacional (sectores sociales, culturales, educativos y económicos) y sus relaciones internacionales para favorecer las buenas relaciones entre naciones.
- Es un derecho de todos los seres humanos, para satisfacer sus necesidades de descanso creativo, de poder viajar y de ocio derivado del derecho a tener vacaciones remuneradas. El derecho al uso del tiempo libre se asocia al desarrollo de la personalidad, consagrado en la Declaración Universal de Derechos Humanos.
- La influencia de la actividad en la economía nacional y el comercio internacional.

- A nivel interno en los países el turismo contribuye a la redistribución de los ingresos y a equilibrar la economía nacional.
- La rentabilidad económica no puede ser el único factor a tener en cuenta, sino que debe acompañarse de acciones encaminadas a respetar el derecho a las vacaciones y la reafirmación de la conciencia nacional y cultural al igual que la educación y formación cívica de los ciudadanos para el uso responsable de los recursos turísticos.
- El turismo mejora la calidad de vida de las personas y tiene efectos beneficiosos para la salud psíquica y física, por lo tanto, debe ser alcanzable para todos los ciudadanos. Se constituye así, en un factor de equilibrio social que mejora la productividad humana.
- Es una excelente fuente de generación de empleo.
- La actividad turística debe contar con estímulos para favorecer sectores de la tercera edad, minusválidos y jóvenes.
- El turismo debe ser controlado para que no genere destrucción de los recursos. Se considera que todos los recursos turísticos de los lugares históricos, culturales y religiosos son patrimonio de la humanidad, por lo tanto, los Estados deben velar por su protección, especialmente en épocas de conflicto.
- La OMT, debe ser un organismo que promueva la cooperación internacional respetando la independencia y cultura de los pueblos.
- Así, la cooperación financiera y técnica, bilateral y multilateral, no debe considerarse como una ayuda, sino más bien como el acto para poder utilizar los recursos turísticos, como un beneficio común.
- Hay que velar porque en la actividad turística prevalezcan los elementos espirituales sobre los técnicos y materiales. Se consideran elementos espirituales los siguientes: realización del ser humano; contribución creciente a la educación; igualdad de destino de los pueblos; respetar la identidad y dignidad del hombre y finalmente, reafirmar la originalidad cultural y patrimonio moral de los pueblos.



2.3.2.1.2. En 1995 se lanza la **Agenda 21 para la industria del turismo**, con la participación de tres organizaciones a nivel mundial: WTTC (Consejo Mundial del Turismo); OMT (Organización Mundial del Turismo) y El Consejo de la Tierra (organización no gubernamental de carácter global). De aquí se elabora el documento *Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo* publicado en Londres, 1995 por el World Travel and Tourism Council – Earth Council – OMT afirmando que “el turismo al ser la industria mayor en el mundo, tiene el potencial para llevar a cabo mejoras medioambientales y socioeconómicas, además de aportar contribuciones significativas al desarrollo sostenible de las comunidades y países en los que opera” (López et ál., 2008-b, p.125). Así se promulgan 12 objetivos que se relacionan a continuación, los cuales son un resumen de los contenidos en los documentos de la Declaración de Rio de Janeiro de 1992 y el resultado de las premisas de la Agenda 21:

1. **Viabilidad económica:** asegurar la viabilidad y la competitividad de los destinos y de las empresas del turismo, de modo que puedan seguir prosperando y generando beneficios a largo plazo.
2. **Prosperidad local:** maximizar la contribución del turismo a la prosperidad económica del destino anfitrión, haciendo que una alta proporción del gasto del visitante se conserve localmente.
3. **Calidad del empleo:** consolidar el número y la calidad de los puestos de trabajo locales creados y apoyados por el turismo, incluyendo el nivel de remuneraciones, las condiciones del servicio y la accesibilidad para todos sin discriminación por género, raza, inhabilidad o cualquier razón.
4. **Equidad social:** buscar una distribución extensa y equitativa de los beneficios económicos y sociales del turismo en la comunidad receptora, incluyendo la mejora de las oportunidades, de la renta y de los servicios disponibles para los pobres.
5. **Satisfacción del visitante:** proporcionar una experiencia completa, segura y satisfactoria, disponible para todos los turistas sin discriminación.
6. **Control local:** incentivar y capacitar a las comunidades locales con respecto a la planificación y la toma de decisión sobre el desarrollo y la gestión futura del turismo en su área, en colaboración con otros actores.
7. **Bienestar de la comunidad:** mantener y consolidar la calidad de vida de las comunidades locales, incluyendo las estructuras sociales y el acceso a los

recursos, los atractivos y los sistemas de ayuda de vida, y evitando cualquier forma de degradación ambiental o de explotación social.

8. **Riqueza cultural:** respetar y promover el patrimonio histórico, la cultura auténtica y las tradiciones propias de las comunidades anfitrionas.
9. Integridad física: mantener y mejorar la calidad de los paisajes urbanos y rurales y evitar la degradación física y visual del entorno.
10. **Biodiversidad:** apoyar la conservación de las áreas naturales, hábitats y vida salvaje, y reducir al mínimo los daños infligidos al entorno natural.
11. **Eficiencia en el uso de los recursos:** reducir al mínimo el uso de los recursos escasos y no renovables en el desarrollo y la operación de las instalaciones y de los servicios del turismo.
12. **Pureza ambiental:** reducir al mínimo la contaminación del aire, del agua y de la tierra y la generación de basura por parte de las empresas y de los destinos turísticos. (Yunis, 2006, pp.78-79).

Los principios establecidos en la Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo, se resumen a continuación:

- La industria de viajes y turismo debe apoyar a los individuos en el objetivo de vivir saludable y productivamente en armonía con la naturaleza.
- La industria de viajes y turismo debe basarse en patrones sostenibles de producción y consumo.
- Las naciones deben cooperar para promover sistemas económicos abiertos, en donde el comercio de los servicios turísticos tome lugar sobre bases sostenibles.
- Los viajes y el turismo, la paz, el desarrollo y la protección ambiental son interdependientes.
- El proteccionismo en el comercio de los servicios turísticos debe ser detenido.
- La protección ambiental debe constituir una parte integral en el proceso de desarrollo turístico.

- Los aspectos de desarrollo turístico deben ser manejados con la participación de los ciudadanos interesados, donde el nivel local adopte decisiones planificadas.
- La industria de viajes y turismo debe usar su capacidad para generar empleo para las mujeres y población indígena al máximo.
- El desarrollo turístico debe reconocer y respetar la identidad, cultura y los intereses de la población indígena.
- La industria de viajes y turismo debe respetar las leyes internacionales que protegen el medio ambiente.

(Garay, 1999; López et ál., 2008-b; OMT, 2009 y Yunis, 2006).

**2.3.2.1.3. Carta del Turismo Sostenible.** Surge de la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, realizada en Lanzarote, Islas Canarias, España, del 24 al 29 de abril de 1995. En este sentido, el aporte de Perdomo (2007, p.2), se enfoca en el análisis del informe “Estrategia Lanzarote en la biosfera”, donde se contempla que la “Calidad Turística es desarrollo sostenible”, entendida como un mecanismo que mejore la calidad de vida de la población proveyendo una mejora en la economía, pero teniendo en cuenta la conservación del medio físico y el paisaje, mediante la capacitación del capital humano para mejorar los servicios conservando la identidad, potenciando “los factores de atracción específicos y diferenciados, elevando el nivel de satisfacción de los turistas y se regula la capacidad de carga y absorción de los visitantes”.

**2.3.2.1.4. Código ético mundial para el turismo.** Aprobado en el 13º período de sesiones de la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, (Santiago de Chile, 27 de diciembre de 1999). Se establecen principios como marco de referencia para los diferentes actores del turismo, con el fin de controlar el impacto negativo de esta actividad en lo ambiental, social y cultural, promoviendo sus efectos positivos para el desarrollo sostenible, el entendimiento entre los pueblos, la eliminación de la pobreza y la paz entre las naciones (OMT

y UN, 2001). Igualmente se reafirma el derecho al turismo y al desplazamiento, pero practicando un turismo sostenible y responsable.

Como antecedente para la elaboración del *Código ético mundial para el turismo*, se tuvieron en cuenta los instrumentos citados textualmente:

- Declaración Universal de los Derechos Humanos, del 10 de diciembre de 1948,
- Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, del 16 de diciembre de 1966.
- Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, del 16 de diciembre de 1966,
- Convenio de Varsovia sobre el transporte aéreo, del 12 de octubre de 1929,
- Convenio Internacional de Chicago sobre la Aviación Civil, del 7 de diciembre de 1944, así como las convenciones de Tokio, La Haya y Montreal adoptadas en relación con dicho convenio.
- Convención sobre las facilidades aduaneras para el turismo, del 4 de julio de 1954, y Protocolo asociado Convenio relativo a la protección del patrimonio mundial, cultural y natural del 23 de noviembre de 1972.
- Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, del 10 de octubre de 1980,
- Resolución de la VI Asamblea General de la OMT (Sofía) por la que se adoptaban la Carta del Turismo y el Código del Turista, del 26 de septiembre de 1985.
- Convención sobre los Derechos del Niño, del 20 de noviembre de 1989.
- Resolución de la IX Asamblea General de la OMT (Buenos Aires) relativa a la facilitación de los viajes y a la seguridad de los turistas, del 4 de octubre de 1991.
- Declaración de Río de Janeiro sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, del 13 de junio de 1992.
- Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, del 15 de abril de 1994.
- Convenio sobre la Diversidad Biológica, del 6 de enero de 1995.
- Resolución de la XI Asamblea General de la OMT (El Cairo) sobre la prevención del turismo sexual organizado, del 22 de octubre de 1995.
- Declaración de Estocolmo contra la explotación sexual comercial de los niños, del 28 de agosto de 1996.
- Declaración de Manila sobre los Efectos Sociales del Turismo, del 22 de mayo de 1997.
- Convenios y recomendaciones adoptados por la Organización Internacional del Trabajo en relación con los convenios colectivos, la prohibición del trabajo forzoso y del trabajo infantil, la defensa de los derechos de los pueblos autóctonos, la igualdad de trato y la no discriminación en el trabajo, (OMT y UN, 2001, p.3).

El código contiene 10 artículos cuyo resumen se presenta a continuación (Tabla No. 3:

Artículo	Resumen
1- “Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades”	<ul style="list-style-type: none"><li>- Comprender y promover los valores éticos comunes de todos los seres humanos y respetar las diferencias (religiosas, filosóficas y morales) de las sociedades.</li><li>- Las comunidades receptoras y los agentes de turismo, propenderán por el respeto a los turistas y lograr su satisfacción conociendo sus costumbres y expectativas.</li><li>- Las autoridades públicas tienen la obligación de velar por la seguridad de los turistas (sus bienes y su persona). Establecerán medios de información, protección, seguros, asistencia, entre otras medidas para garantizar el bienestar de los turistas.</li><li>- Los turistas se obligan a llevar un comportamiento adecuado evitando todo acto criminal o que atente contra los bienes, costumbres o personas de los destinos que visitan y seguirán las normas legales de los lugares visitados, informándose previamente y minimizando los riesgos que puedan afectar su salud e integridad.</li></ul>
2- “El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo”	<ul style="list-style-type: none"><li>- El turismo debe ser entendido como una actividad que privilegia el desarrollo individual y colectivo, reforzando la autoeducación, tolerancia y conocimiento de las diferencias y culturas entre los pueblos.</li><li>- Se respetarán las diferencias de género y se promoverá el cumplimiento de los derechos humanos, especialmente en poblaciones vulnerables y niños.</li><li>- La explotación sexual, vulnera los objetivos del turismo, por lo tanto, es obligación de todos los Estados, evitar y sancionar ejemplarmente esta práctica y especialmente cuando se involucran niños.</li><li>- Se estimulará el turismo religioso, de salud, educación e intercambio cultural o lingüístico.</li></ul>

<p>3- “El turismo, factor de desarrollo sostenible”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos los actores del turismo tienen la obligación de proteger el medio ambiente y los recursos naturales, en un desarrollo económico justo y sostenible.</li> <li>- Las autoridades procurará distribuir el tiempo de las visitas para evitar la presión sobre los recursos, programando las vacaciones, de tal manera que haya una mejor práctica turística, adecuando la infraestructura y otros medio logísticos.</li> <li>- El ecoturismo y el turismo de naturaleza son especialmente enriquecedores, pero también altamente vulnerables, por lo que se debe velar de ajustar las visitas a la capacidad de ocupación para proteger el patrimonio cultural y natural.</li> </ul>
<p>4- “El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teniendo en cuenta que “los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad”, las comunidades donde se encuentren tienen obligaciones específicas para protegerlos- restaurar los monumentos, santuarios y museos, así como la correcta adecuación de los lugares de interés histórico y arqueológico y religioso, permitiendo el acceso turístico-.</li> <li>- Parte de los recursos económicos provenientes del turismo, deberán reinvertirse para el mejoramiento, mantenimiento y enriquecimiento de ese patrimonio.</li> <li>- Así también se velará por la preservación de las costumbres, folklore y patrimonio autóctono d los pueblos, evitando su estandarización.</li> </ul>
<p>5- “El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las comunidades y poblaciones locales se beneficiarán equitativamente de los beneficios económicos, culturales y sociales de la actividad turística.</li> <li>- Las políticas turísticas propenderán por el mejoramiento de la calidad de vida de la población local y en la generación de empleo, se dará prioridad a la contratación de personal local. Además, se procurarán las adecuaciones de infraestructura y de servicios necesarios para el desarrollo óptimo de la actividad turística. Se privilegiarán aquellas zonas rurales, litorales y de montaña donde los ingresos de las poblaciones son bajos y el turismo es una alternativa para mejorar su calidad de vida.</li> <li>- Los inversores en proyectos turísticos harán estudios de impacto en el corto, mediano y largo plazo.</li> </ul>

<p>6- “Obligaciones de los agentes del desarrollo turísticos”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los agentes profesionales del turismo informarán claramente y con veracidad al turista sobre los lugares de destino, condiciones de viaje, recepción, estancia, cláusulas de los contratos, etc.</li> <li>- Los agentes del turismo en cooperación con las autoridades velarán por la seguridad de los turistas en todos los aspectos y su bienestar.</li> <li>- Velarán por el pleno desarrollo cultural y espiritual de los turistas, permitiendo las prácticas religiosas.</li> <li>- Las autoridades de los países emisores y receptores, darán las alertas sobre problemas en los destinos, teniendo la justa proporcionalidad de los acontecimientos y deben retirarse las alertas cuando la situación de peligro ha sido superada.</li> <li>- Los medios de comunicación informarán de forma verás y equilibrada sobre la situación de los destinos turísticos. Para este fin se utilizarán las nuevas tecnologías de la comunicación y la información y el comercio electrónico para facilitar el acceso de los turistas.</li> </ul>
<p>7- “Derecho al turismo”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El derecho de los seres humanos para beneficiarse del turismo nacional e internacional, debe ser protegido por todos los gobiernos.</li> <li>- El derecho al turismo debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso, al ocio y a las vacaciones pagadas como se expresa en el artículo 24 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.</li> </ul>
<p>8- “Libertad de desplazamiento turístico”</p>	<p>Según el artículo 13 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las personas deben poder desplazarse dentro de los territorios y entre Estados, sin requerimientos exagerados y deben tener acceso a los sitios de interés turístico sin ningún tipo de discriminación.</p> <p>Los turistas podrán utilizar todos los medios de comunicación disponibles, tener acceso a los servicios administrativos, judiciales y sanitarios locales y poder tener contacto con la embajada de su país.</p> <p>Se favorecerá el desarrollo del turismo internacional, facilitando los visados, la obtención de divisas, impuestos de turismo razonables, etc.</p>

<p>9- “Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico”</p>	<p>Debido a la estacionalidad de la actividad turística, los países de origen de los empleados del sector turismo y actividades conexas velarán porque tengan las condiciones dignas y exigidas en cuanto a: formación, protección social suficiente, se limitará la precariedad del empleo.</p> <p>En cuanto a las empresas, se protegerá el libre desarrollo de la actividad contribuyendo a la expansión del sector. También, se legislará para proteger y promover a los empresarios. Las grandes multinacionales del turismo evitarán abusar de su posición dominante para imponer culturas que afecten la libertad de los pueblos y evitar la repatriación excesiva de sus beneficios económicos.</p> <p>La colaboración de empresas del país receptor y del país emisor, deberán ser equilibradas para garantizar el turismo sostenible y promover los beneficios de su crecimiento.</p>
<p>10- “Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo”</p>	<p>“Los agentes públicos y privados del desarrollo turístico cooperarán en la aplicación de los presentes principios y controlarán su práctica efectiva”</p>

Tabla No. 3. Artículos del Código ético mundial para el turismo.

Fuente: elaboración propia a partir de OMT y UN (2001).

**2.3.2.1.5. Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo.** Surge en la Cumbre Mundial del Ecoturismo, celebrada entre el 19 y 22 de mayo de 2002 en Quebec (Canadá) en el marco del Año Internacional del Ecoturismo<sup>89</sup>, promovida por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), con la asistencia de 132 países, donde hubo participantes de los diferentes sectores (público, privado y no gubernamental), procedentes de dichos países. En esta Cumbre, se finiquita el resultado de 18 reuniones preparatorias desde 2001, contando con la participación de más de 3000 representantes de gobiernos nacionales y locales, empresas privadas relacionadas con el ecoturismo, organizaciones no

<sup>89</sup> La OMT expide la resolución 53/200, de 15 de diciembre de 1998, sobre la proclamación del año 2002 como Año Internacional del Turismo Ecológico.



gubernamentales, instituciones académicas, consultores y organizaciones intergubernamentales y comunidades indígenas y locales.

El objetivo principal fue “preparar un programa preliminar y una serie de recomendaciones para el desarrollo de actividades de ecoturismo en el contexto del desarrollo sostenible” (PNUMA y OMT, 2002, p.1), con miras a la participación en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (CMDS), que se realizó en Johannesburgo en agosto y septiembre de 2002.

Se plantean temas relevantes para el desarrollo del ecoturismo, reconociendo su relevancia dentro del turismo sustentable. Igualmente, se reconoce que las micro y pequeñas empresas deben ser apoyadas por los gobiernos locales para mejorar su gestión e innovar sus procesos, al igual que tener un conocimiento profundo del mercado del ecoturismo. Además, dichas empresas deben ser apoyadas financieramente mediante estímulos y subvenciones.

En este contexto se proponen recomendaciones para los gobiernos, sector privado, organizaciones no gubernamentales, asociaciones comunitarias, instituciones académicas e investigadoras, organizaciones intergubernamentales, instituciones financieras internacionales, organismos de asistencia para el desarrollo, comunidades indígenas y locales.

Así para Yunis (2006) y Grande (2008), en esta cumbre se reconoció la urgente necesidad de una mayor sostenibilidad en el turismo, pidiendo a los gobiernos y a la empresa privada acciones que permitan mejorar aspectos como la conservación de la biodiversidad, el uso de fuentes energéticas renovables y no contaminantes y la erradicación de la pobreza. Esto teniendo en cuenta que muchos países aseguran tener políticas orientadas a mejorar estos aspectos, sin embargo, las evidencias que arrojan las cumbres, convenciones y reuniones

internacionales, es que los resultados son parciales<sup>90</sup>. Pero el panorama del turismo puede ser más positivo que negativo en muchos casos; por ejemplo, en el caso del ecoturismo o agroturismo, donde la naturaleza es la base de la actividad.

#### **2.3.2.1.6. Declaración de Djerba sobre el Turismo y Cambio Climático.**

Conferencia internacional sobre Cambio Climático, realizada en Djerba Túnez, del 9 al 11 de abril de 2003 y convocada por la OMT. Se contó con representantes de:

- el Gobierno de Túnez,
- la Comisión Oceanográfica Intergubernamental (COI) – UNESCO,
- el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambios Climáticos (IPCC),
- la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación (UNCCD),
- el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA),
- la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC),
- la Organización Meteorológica Mundial (OMM),
- la Organización Mundial del Turismo (OMT) y de representantes de los sectores público y privado, así como los puntos de vista de diversos gobiernos nacionales, empresas de turismo, instituciones académicas, ONG y expertos (OMT, 2003, p.1)

Los objetivos se centraron en hacer hincapié en las relaciones entre el cambio climático y el turismo - dado el auge de esta actividad en varios países, especialmente en islas pequeñas y en países en desarrollo- con miras a reforzar la cooperación entre diferentes los diferentes agentes involucrados.

---

<sup>90</sup> Yunis (2006), muestra las siguientes cifras de estudios realizados: el 24% de los mamíferos y el 12% de las aves se encuentran amenazadas, debido a que se les ha ido disminuyendo su hábitat, destinando estos terrenos a la agricultura o al establecimiento de asentamientos humanos. Sin embargo el autor reitera que el panorama del turismo puede ser más positivo que negativo en muchos casos; por ejemplo, en el caso del ecoturismo o agroturismo, donde la naturaleza es la base de la actividad.

Se analizó el impacto que el turismo puede estar generando en ciertos destinos y la contribución al cambio climático aportado por los tipos de transporte y actividades asociadas a este sector. En este contexto se reconoce la incidencia actual del cambio climático, junto con otros factores de origen humano (patrones de consumo en ciertos países y derecho a viajar y al ocio), en el desarrollo del turismo en ecosistemas sensibles (tierras áridas, regiones costeras, montañas e islas), requiriendo:

- De los gobiernos interesados para el *desarrollo del turismo sostenible*, a que “suscriban todos los acuerdos intergubernamentales y multilaterales afines, especialmente el Protocolo de Kioto, y otros convenios y declaraciones similares sobre cambio climático...” (OMT, 2003, p.2).
- De las organizaciones internacionales que profundicen los estudios de la relación entre el turismo y el cambio climático.
- De los organismos de las Naciones Unidas, para que apoyen a los países en vía de desarrollo para los cuales el turismo es un sector clave, para que adopten medidas para contrarrestar los efectos del cambio climático.
- De los diferentes actores del turismo (gobiernos, ONG’s, academia, entre otros), para que apoyen a los gobiernos locales para establecer planes logísticos para minimizar los impactos del cambio climático sobre los destinos turísticos.
- De los empresarios del turismo (transporte, tour operadores, agencias de viaje, hoteles, restaurantes, etc.), para que adopten tecnologías limpias en el desarrollo de sus actividades.
- De los gobiernos y otras instituciones para que desarrollen políticas de gestión sostenible de los recursos hídricos y conservación de los humedades. Además de promover la utilización de energías alternativas provenientes de recursos renovables, mediante incentivos fiscales y otros mecanismos.
- De las asociaciones de consumidores y medios de comunicación, para que contribuyan con la sensibilización de turistas y pobladores de los destinos turísticos, para cambiar sus hábitos de consumo.

Para concluir -colocando en contexto el tema objeto de estudio-, se puede afirmar que está suficiente sustentada la necesidad de considerar el desarrollo sostenible en todo proyecto turístico y que hay bastante documentación sobre el tema. Además no hay discusión sobre la sensibilidad de los destinos que involucran áreas protegidas. Pero en Colombia, aún hay muchos casos donde se evidencia la poca o nula aplicación de la teoría y las normas emitidas para propender por el Turismo Sostenible. Las causas son diversas: planeación municipal deficiente; controles deficientes en la ejecución de los programas de gobierno; no hay control ciudadano – a pesar de que existen mecanismos de veeduría pública-; desconocimiento de los avances que en materia de turismo se ha dado a nivel mundial – falta de investigadores en el área del turismo que participen en la elaboración de los planes de desarrollo realistas-; que generen nuevo conocimiento y desarrollen proyectos de intervención sostenible; hay problemas de corrupción; entre otros aspectos que impiden el desarrollo de destinos turísticos de clase mundial como se propone en el Plan Nacional de Turismo.

Ante esta problemática, es necesario que los modelos de turismo sostenible se diseñen según las directrices internacionales, que han demostrado su efectividad, para establecer sus estrategias de acción. Además, deben proponer mecanismos sencillos y realistas que permitan que los planteamientos teóricos se apliquen en la realidad a través de proyectos de intervención de largo plazo con programas de corto y mediano plazo.

#### 2.3.2.2. Tipología del Ecoturismo.

El *ecoturismo* se considera como un segmento especializado del turismo sostenible, que consiste en “viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisajes, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier

manifestación cultural (presente o pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y socioeconómico de las poblaciones locales” (Garnier y Somarriba, 2005).

Asimismo, varios autores opinan que el ecoturismo es una actividad multidisciplinaria, involucrando a la gran mayoría de los sectores de una sociedad, por lo tanto la colaboración entre los diferentes actores es necesaria para desarrollarlo, especialmente en áreas protegidas, considerando que: “a) contribuye activamente a la conservación del patrimonio natural y cultural; b) incluye a las comunidades locales en su planificación, desarrollo y explotación y contribuye a su bienestar; c) interpreta el patrimonio natural y cultural del destino para los visitantes y d) se presta mejor a los viajeros independientes así como a los circuitos organizados para grupos de tamaño reducido. (Báez y Acuña, 1998; Cervantes & Gómez, 2007; De Andrés, 2008; Frax, 2005; Garay, 2009; Guevara y Campos, 2009; Grande, 2008; (Garnier et ál., 2005; Iribe, 2005; Ley 300 de 1996; López et ál., 2008; López et ál., 2007; Meyer, 2002; PNUMA y OMT, 2002; Prats, 2008; Otero (2007) Toselli, 2006; Yunis, 2006; entre otros).

El aporte de Garay (1999) proporciona la caracterización del ecoturismo (en el estudio “turismo de naturaleza”), enfocado en el potencial colombiano para la demanda en Europa. El autor plantea que no hay una definición de *ecoturismo* aceptada universalmente, haciendo referencia a las definiciones que hacen varios autores del concepto de Ecoturismo para clarificar el tema de estudio. Considera, por su parte, que las interpretaciones son diferentes según los enfoques que el autor tenga en cuenta. Por ejemplo, los conservacionistas lo considera como un “tipo de turismo”, entre los varios que existen: agroturismo, deportivo, de aventura, entre otros.

Asimismo, puede decirse que hay otros que pueden identificarse como un **enfoque normativo**, originado en el movimiento conservacionista (o ambientalistas), con un componente académico, como se aprecia en la Ley 300

o Ley General del Turismo en Colombia. A continuación se presentan alguna de las definiciones analizadas por Garay (1999):

- La Unión Mundial para la Conservación, define el ecoturismo como: Viajes y visitas ambientalmente responsables a áreas naturales con poca intervención, con el propósito de disfrutar y apreciar la naturaleza, que promueve la conservación, tiene un bajo impacto de visitantes y permite el beneficio socioeconómico de las poblaciones locales” (Garay, 1999, p.66).
- La Sociedad de Ecoturismo, hace una breve definición en los siguientes términos: “Ecoturismo es el viaje responsable a áreas naturales, que conserva el medio ambiente y apoya el bienestar de las comunidades locales” (Garay, 1999, p.66).
- La Ley 300 de 1999 o Ley de Turismo en Colombia, tiene la siguiente definición: “El Ecoturismo es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El Ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el Ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza” (Ley 300 de 1996, Artículo 26).
- Por otra parte, En el Plan Sectorial de Turismo 2003-2006 colombiano, se plantea entre otros temas referentes al sector: en el numeral 64, “Respeto a la variable ambiental. Ecoturismo exento de impuesto para proteger parques; sustituir droga por cuidado de bosques mediante subsidios”. En el punto 70: “Exención tributaria a la construcción de nuevos hoteles, a la remodelación de los viejos, al turismo ecológico” (MCIT, 2003, p.18).
- Finalmente en el aporte de Garay (1999, pp. 72- 73) se plantea como turismo de naturaleza, “aquel turismo interesado en visitar espacios con valores naturales especiales, entre los que se encuentran las áreas

protegidas, y conocer la flora y fauna de los destinos visitados. Se distingue del turismo de masas y del turismo a los grandes centros por tener menos incidencia en el entorno y requerir menos desarrollo de infraestructura”.

En la **Tercera Parte de esta tesis doctoral** se aborda con mayor detalle el análisis de la política pública colombiana en materia de turismo.

Analizando las anteriores definiciones que tienen un enfoque normativo, se tiene que hay un interés en determinar las áreas donde se realizan las actividades turísticas, el grado de intervención antrópica, el impacto sobre el medio ambiente y las actividades que se realizan (en el caso de la Ley 300, se precisa en el esparcimiento, la recreación y la educación). Como dice Garay (1999. P.67), “se advierte un distanciamiento significativo de estas definiciones con la dinámica propia de la industria del turismo”, es decir, que los condicionamientos – impuestos por el orden administrativo del sitio y no por las necesidades del turista- riñen con una propuesta de mercado.

Ahora bien la industria del turismo, considera un **enfoque positivo** donde en contraste con el normativo, se orienta a la inserción del turismo en el mercado y se ha creado una clasificación según las actividades que prefieren los turistas en los diferentes entornos, diseñando y desarrollando nuevos productos basándose en los requerimientos de la demanda. En este sentido Garay (1999, p. 67) asegura que la industria del turismo considera que “el Ecoturismo no existe como tipo de turismo, más bien se considera como una categoría etérea que sugiere muchas cosas, entre ellas, algunas características de distintos tipos de turismo realizado en entornos naturales”. En este contexto, para la industria del turismo se considera que el “turismo de naturaleza”, puede acercarse a la definición plantada en la Ley 300 y presenta el siguiente esquema como clasificación del turismo (Figura No. 5):

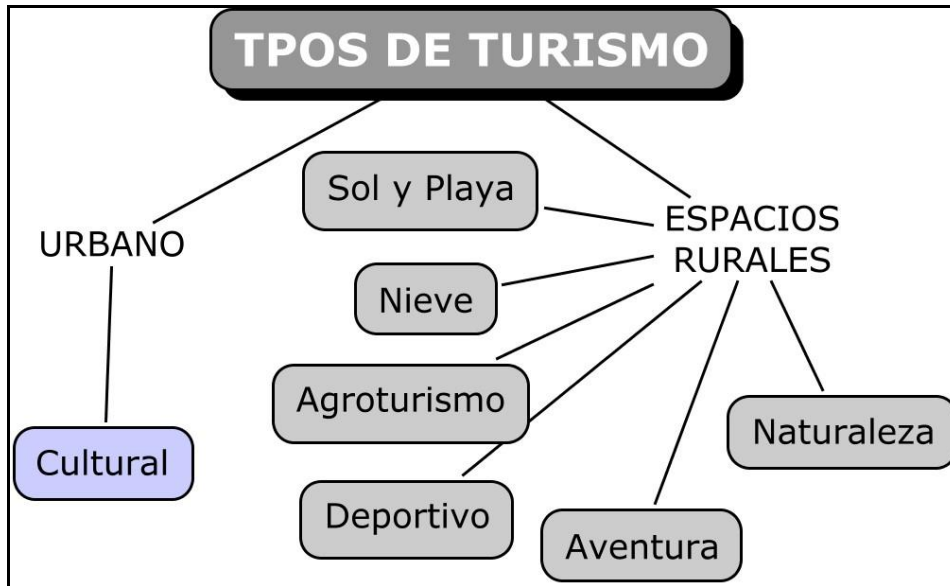


Figura No. 5. Tipos de Ecoturismo.

Fuente: Elaboración propia a partir de Garay (1999).

En este contexto el autor propone la siguiente definición: “Ecoturismo como calificación asignada al turismo de naturaleza, en función de su desempeño ambiental. Es una opción de uso sostenible de la biodiversidad y mecanismo para su valoración”.

Por su parte, De Andrés (2008) menciona como actividades del turismo de naturaleza: a) turismo activo como senderismo, bicicleta, deportes al aire libre (escalada, rapel, rafting, parapente, entre otros) y b) turismo pasivo como contemplación de paisajes y de naturaleza, caminatas ecológicas, fotografía, ornitología, etc. Las primeras actividades pueden tener un impacto negativo en la naturaleza, por lo que requieren mayor organización y gestión, y se recomienda seguir los postulados y la acreditación propuesta por la Carta Europea de Turismo Sostenible.

Así pues, no hay *eco turistas*, sino que se pueden establecer procesos de gestión *ecoturísticos* donde las acciones se encaminan a la sostenibilidad<sup>91</sup>.

<sup>91</sup> Para Prats (2008), las zonas donde se desarrolla el turismo de naturaleza, son frecuentemente frágiles y requieren de una planificación cuidadosa con objetivos y metas claras, con indicadores



Para el logro de ella se espera que los turistas sean conscientes de que la naturaleza no debe ser cambiada y el atractivo se basa en el disfrute intrínseco de los recursos, es decir, que las instalaciones o los medios para acceder a dichos recursos, son extrínsecos y no constituyen la parte esencial de la visita.

Desde otro punto de vista, el ecoturismo puede ser gestionado desde el turismo interno o doméstico y desde el turismo a terceros países. En el primer enfoque, hay que tener en cuenta que se recorren distancias cortas para llegar al sitio<sup>92</sup>. Como lo manifiesta Garay (2009), Este tipo de turismo surge en las regiones deprimidas, como un complemento de ingresos rurales, afectados por el deterioro del sector primario. Para el impulso de este segmento del turismo, España y el Reino Unido tomaron acciones como las siguientes:

- Estrategias de mercadeo para dar a conocer el sitio y convencer a la población local de los beneficios de esta actividad.
- Capacitación sobre emprendimiento y gestión empresarial para los microempresarios (dueños de las posadas y las fincas).
- Capacitación y recursos para la mejora del alojamiento y la infraestructura.
- Fortalecimiento de las organizaciones locales para buscar el desarrollo de nuevos productos turísticos y alternativas de alojamiento e granjas y fincas.
- La promoción del agroturismo y un plan de estímulo a los granjeros.
- Establecimiento de canales de comunicación entre las organizaciones involucradas en la conservación del medio ambiente y la industria del turismo.
- Para el caso Colombiano, agregaría, una estrategia para vincular a los diferentes actores del turismo (Sector público local y regional; academia; empresas y sociedad (comunidad local)).

---

medibles y fiables que garanticen el desarrollo económico de la zona favoreciendo a los pobladores y que además, respete los valores culturales, naturales y sociales.

<sup>92</sup> En el caso de Bogotá, la oferta turística se hace en municipios aledaños con una distancia corta, donde el de desplazamiento por carretera sea inferior a 1 hora. Así, el municipio de Suesca Cundinamarca como destino eco turístico, objeto de estudio de esta tesis, es ideal para desarrollar el Modelo de Turismo Sostenible, articulado con Bogotá-Región.

- Por otro lado, resalto la importancia de la participación de la academia en el desarrollo de proyectos de investigación Universidad-Empresa-Estado y del diseño de programas de capacitación y sensibilización, acordes con las necesidades locales y regionales.

En el segundo caso, **el turismo de naturaleza a terceros países**, surge por la demanda de un segmento del mercado del turismo de naturaleza interesado en conocer destinos con alta calidad ambiental, diferenciados de los de fácil acceso, por lo que este tipo de turismo se caracteriza por tener desplazamientos largos y estancias igualmente de mayor duración. Debido a que las características de naturaleza poco intervenida y marginalidad económica de la población receptora, se encuentra en los países en desarrollo, la industria del turismo ha puesto su interés en países latinoamericanos para tal propósito. Sin embargo, es necesario resaltar que aunque hay un gran potencial para desarrollar esta industria, también existe un alto riesgo de provocar el deterioro de los recursos naturales y culturales de las zonas receptoras, si no se cuenta con la adecuada planificación.

#### 2.3.2.3. El turismo y los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Hay posturas reservadas respecto a los logros de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, como lo afirma Cabero (2006-a, p. 253): “difícilmente se podrán alcanzar los desafíos planteados desde los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), pues no abordan directa y seriamente el problema de la desigualdad y el desarrollo sostenible, al realizar sus propuestas simplemente en términos globales y macroeconómicos, y no descender a los segmentos de la sociedad y los territorios que padecen las disparidades y la ausencia de oportunidades”. Como lo afirmaba G.Steiner, citado por Cabero (2006-a, p.254), “el binomio que trenza la vida de hombre es la naturaleza y la cultura (*natura et cultura*) en su sentido prístino y original. Ese binomio se expresa con elocuencia diferenciada en las relaciones sociales que los hombres establecen con su entorno. Sobre

ese binomio y el conocimiento territorial han de trenzarse las políticas públicas de desarrollo sostenible local”.

Sin embargo, organizaciones como la OMT plantean que el turismo puede ser un instrumento positivo para aliviar la pobreza y mejorar la calidad de vida de todas las personas, especialmente en zonas pobres; también se resalta su potencial para contribuir al desarrollo económico y social, especialmente en los países en desarrollo. Es decir, que el turismo como actividad socioeconómica contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), dadas sus características y el sobresaliente crecimiento que ha tenido en los últimos años. Según la OMT<sup>93</sup> en la “Mesa Redonda Sobre Turismo y Reducción de la Pobreza- Sesión sobre la iniciativa ST-EP (Sustainable Tourism – Eliminating Poverty)”, se discutieron con varias organizaciones de carácter internacional, los mecanismos para lograr que el turismo sea una actividad que contribuya eficazmente al logro de los ODM (OMT, 2009).

En este contexto, la OMT y un grupo de dirigentes del sector del turismo y organismos de las Naciones Unidas, reunidos en New York en septiembre de 2005 elaboraron la declaración para el programa “El turismo al servicio de los objetivos de desarrollo del Milenio”, resaltando que en principio, se puede evidenciar la contribución en “la reducción de la pobreza, la conservación ambiental y la creación de oportunidad de empleo para las mujeres, las comunidades indígenas y los jóvenes” (OMT,2009).

Un aspecto fundamental que hace de este sector un factor estratégico es que a pesar de la crisis económica, en Colombia y en los otros países latinoamericanos, el turismo ha seguido creciendo a una tasa sostenida, mostrando que como lo manifiesta la OMT -referenciado por Ramos y Gómez (2010)- que este sector puede ser parte de la solución para lograr algunas de las metas de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, propuestas en estos países. Es

---

<sup>93</sup> OMT: Organización Mundial del Turismo

evidente que el turismo de naturaleza o como lo llaman otros autores, ecoturismo o turismo comunitario, es decisivo para lograr la cohesión social y la lucha contra la pobreza.

A este respecto el presidente de Brasil Luiz Inacio Lula Da Silva aseguró: “El turismo es la forma más eficiente y desde luego la más económica para lograr la integración social. Se trata de una actividad que puede generar empleo para millones de adolescentes. Hoy en día, el turismo es un instrumento que puede lograr la esperanza de esas personas.” (Ramos y Gómez, 2010, p.2).

En Colombia el turismo se considera desde la política pública como una de las actividades que puede ayudar a la construcción de una nueva sociedad y a la consolidación de un “Estado comunitario” donde los recursos se enfoquen a la generación de riqueza para conseguir la equidad social, disminuir las brechas entre pobres y ricos, construir un país seguro para todos los ciudadanos y proteger el medio ambiente (DNP, 2005 y MCIT, 2008). La Visión 2020 afirma que para el año 2020 “Colombia habrá posicionado la actividad turística como una de las de mayor importancia para el desarrollo económico del país; por consiguiente, será un país que habrá fortalecido la competitividad de sus productos y destinos en un trabajo que permitirá una relación armónica nación-región, donde los sectores públicos nacional y local jugarán un papel determinante en la generación de condiciones óptimas para el desempeño empresarial” (MCIT, 2003, p.22).

La prevalencia de las Mipymes como principales prestadoras de servicios del sector turístico es una realidad relevante que permite orientar acciones de considerable impacto en la generación de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de los grupos vulnerables, mujeres, minorías étnicas y minorías indígenas mediante una oferta eco turística que permita, por un lado, aprovechar las ventajas económicas y sociales que se desprenden de esta actividad y por otro lado, enfocar los esfuerzos en la creación y consolidación de Mipymes que “requieren de apoyo para alcanzar estándares de calidad adecuados en los servicios que prestan”, fortaleciendo la formación administrativa y gerencial de

los empresarios con el fin de que puedan identificar y aprovechar las oportunidades. (DPN, 2005, p.17).

Volviendo al tema del ST-EP como programa de la OMT, dirigido a los países en desarrollo cuenta con recursos para el apoyo de las Pymes relacionadas con el turismo comunitario, el ecoturismo, el turismo rural y las prácticas deportivas relacionadas con el turismo. (OMT, 2009).

## **2.4. EL SECTOR TURISTICO: UNA VISIÓN EMPRESARIAL**

Basados en la teoría expuesta por Michael Porter en su libro “La ventaja competitiva de las naciones y del análisis de competitividad de los países en vía de desarrollo elaborado por Michael Fairbanks y Stacey Lindsay en el libro “Arando en el mar: fuentes ocultas de la creación de riqueza en los países en desarrollo”, la competitividad turística de un destino está influenciada por los siguientes factores: (Senn, Arenas y Sánchez, 2007; Fairbanks y Lindsay, 1999 y Rivas, 2004).

- **Factores de producción:** además de los factores de producción tradicionalmente reconocidos (producción, capital y trabajo), se debe incorporar otro factor avanzado como la calidad del talento humano, lo cual supone la existencia de centros de formación en temas de turismo.
- **Demanda:** para satisfacer las necesidades de la demanda externa, es necesario primero satisfacer la demanda interna, que debe ser cada vez más exigente, de modo que vaya preparando a las empresas para enfrentar los requerimientos de la demanda internacional.
- **Sectores conexos y de apoyo:** las cadenas productivas o como los llama Michael Porter “Clúster”, son decisivos para establecer una conexión lógica de colaboración y mejoramiento de la calidad, involucrando proveedores, distribuidores y diferentes empresas prestadoras de servicios que no siempre están ubicadas en la región geográfica donde se presta el servicio.

Este aspecto adquiere una relevancia fundamental en el turismo teniendo en cuenta, que el servicio que se presta involucra agencias de viajes, transportadores, hoteles, restaurantes, guías, entre otros actores que se tienen que ver con el ofrecimiento de productos turísticos en un destino.

- **Estrategia, estructura y relación de las empresas:** la estructura organizacional de las empresas y su gestión es determinante para el éxito y nivel de competencia del sector. En el caso del turismo en Colombia y como sucede en la mayoría de los países del mundo, la mayoría de las empresas turísticas son Mipymes, las cuales presentan dificultades en su gestión.
- **El gobierno:** la influencia de las decisiones gubernamentales para favorecer la competitividad del sector es decisiva, bien sea mediante la legislación - en temas ambientales, de calidad, de seguridad y salud ocupacional, de responsabilidad social, entre otros – o mediante el establecimiento de incentivos – exenciones, impuestos, etc. En el caso colombiano la Ley 300 de 1996 y sus decretos reglamentarios, proveen exenciones en impuestos y facilidades para fomentar e sector.

El análisis de la política pública colombiana, será profundizado en la *Tercera Parte de esta tesis doctoral*.

Por otro lado, la triada regional propuesta por Fairbanks y Lindsay, considera los siguientes aspectos:

- **Compromiso cívico:** el involucramiento de la comunidad contribuye al desarrollo del sector, teniendo en cuenta que de su grado de aceptación y servicio al turista, depende en buena medida el desarrollo de un destino turístico. No tiene mucha discusión, asegurar que el primer promotor de un destino es la propia comunidad, sin embargo, para lograr esto es necesario primero realizar campañas de sensibilización y garantizar que los primeros beneficiados con el desarrollo del sector ha de ser la comunidad receptora.

- **Conectividad:** en la era actual basada en las comunicaciones, la conectividad de la cadena turística adquiere una importancia relevante a la hora de gestionar los servicios turísticos al interior de la misma y de ofrecer los productos a los mercados.
- **Calidad de vida:** “la calidad de vida de una región influye en la capacidad de la misma para atraer recursos humanos de calidad” (Senn, Et. al, 2007, p. 6). Este aspecto propicia una cadena de eventos que favorecen el desarrollo del destino turístico, ya que la calidad de vida de los habitantes, garantiza en cierta medida el confort y seguridad de los visitantes, además de promover la capacitación y formación de la población con una orientación hacia el servicio y atención al turista.

El turismo al ser una actividad multidisciplinaria y multisectorial, involucra empresas de varios sectores, la mayoría del sector terciario, es decir, de servicios. Esto supone que muchas de las empresas, requieran además, de una adecuada gestión, unos parámetros muy claros en la calidad que demanda el turista y sobre todo, como lo menciona Otero 2007, pertenezcan a redes empresariales o Cadenas Turísticas, que procuren la satisfacción integral del turista, consolidando la imagen de destino.

### **El sector terciario**

En 1940 el economista Collin Clark clasificó las actividades económicas en tres sectores: a) sector primario (agricultura); b) sector secundario (industria) y c) sector terciario (servicios). El último de los sectores es el que más crecimiento ha presentado, llegando a representar más del 60% del PIB en los países más desarrollados. Para los primeros años del siglo XXI, el 80% de la población activa estaría ocupada en actividades del sector terciario (Larrea, 1991).

Ahora respecto a la definición de *servicio*, se ha presentado una evolución en su concepción, lo cual es relevante al momento de establecer parámetros de

calidad, gestión y mercadeo. Las siguientes son algunas de las definiciones relacionadas por Larrea (1991, pp. 44-45):

- Para Clark los servicios eran aquellas actividades “no pertenecientes ni a la agricultura ni a la industria”.
- También se define como servicios “aquellos bienes no susceptibles de comercialización”.
- Según J. I. Gershuny, los servicios son “un conjunto residual de actividades cuyo producto final no es un bien material”
- Los profesores de Amos Tuck School, J. B. Quinn y C. E. Gagnon definieron los servicios como “todas aquellas actividades económicas en las que la producción primaria no es un producto ni una obra construida”.

Debido a que las anteriores definiciones establecen diferencias entre los servicios y a producción industrial y agrícola, surgen otras definiciones con el ánimo de comprender, controlar y gestionar los servicios. Ellos son:

- John M. Rathwell, considera que “los bienes se fabrican, los servicios se ejecutan”.
- El aporte de Richard Normann es más explícito en cuanto a las diferencias entre los dos sectores- Industrial y de servicios-: “en general, el producto industrial suele ser concreto; mientras que el servicio es inmaterial”. Según el autor el producto industrial se puede vender y el servicio no.

Pero es a partir del trabajo de Norman – según Larrea (1991)-, que se definen características especiales de los servicios como son:

- El servicio no existe antes de la compra, es decir se produce y se consume en el mismo instante, por lo tanto no es posible tener un control previo, ni se puede almacenar.
- El consumidor participa en la producción del servicio, mientras que en la producción industrial el cliente ni se entera de los procesos productivos.



- Derivado de lo anterior no es posible tener espacios diferentes para la producción y la prestación de los servicios, sino que se producen en el mismo espacio físico.
- El servicio no se puede transportar, como si sucede con los productos.
- Es determinante el contacto entre el consumidor y a empresa. De aquí surge toda la teoría de “la gerencia del servicio”, con los momentos de verdad y todos los conceptos asociados a la interpretación de los clientes, generando así, un estudio interdisciplinario, con un ingrediente de psicología del consumidor.
- Las empresas productoras de servicios tienen diferencias sustanciales con sus homólogas productoras industriales en procesos como: gestión, marketing, calidad, producción, entre otros.
- La creación de valor en una empresa de servicios presenta aspectos especiales porque las características no son fácilmente medibles o controlables como son: seguridad, confort, flexibilidad, etc., ya que muchos de estos atributos dependen también del consumidor.
- La prestación de servicios es esencialmente “un sistema de relaciones sociales”, económicamente rentable. Así la aparición de los tour operadores, impulsó el turismo de masas.

Dado que el surgimiento de los servicios, como un sector terciario de la economía, varios estudiosos coinciden que el capital humano, la innovación y la tecnología son factores determinantes para el logro de la competitividad.

Así, el turismo aunque involucra empresas del sector secundario<sup>94</sup>, tiene un alto contenido de servicios, por lo que muchas de las empresas turísticas son misionalmente prestadoras de servicios. En este sentido, Larrea (1991) afirma

---

<sup>94</sup> “En turismo, el producto que crean las empresas no es, por regla general, un bien material sino que suele consistir en la prestación de un paquete de servicios (alojamiento, transporte, intercambios, guías, restauración, intermediación, etc.), excepción hecha, quizá, del recuerdo o *souvenir* que es el único bien que podríamos catalogar como un producto tangible. Queda pues claro que la producción turística se concentra esencialmente en la producción de servicios” (Rivas, 2004, p.106).

que ciertos negocios son social y tecnológicamente nuevos como el hipermercado, el tour-operador, el restaurante de comida rápida, la mensajería, la discoteca, entre otros que han impactado el modo de consumo en la sociedad moderna. A esto hay que añadir, el constante cambio con las nuevas tecnologías de la información y comunicación, buscando siempre satisfacer al potencial cliente.

#### **2.4.1. Empresas Turísticas.**

Para la mayoría de la gente “el turismo es lo que hacen los turistas, para los empresarios es el conjunto de bienes y servicios que necesitan consumir los turistas y que ellos les ofrecen a cambio de un precio” (Muñoz, 2007, p.18). En estas diferencias radica la actitud que las personas asumen hacia el turista, para los empresarios son los clientes de su negocio para otras personas pueden ser indiferentes y en algunos casos despreciables.

Los empresarios que venden bienes y servicios a los turistas son los que conforman el sector del turismo y éste puede ser conformado por empresas privadas y entidades públicas. Muñoz (2007, p. 24) afirma: “el turismo es, pues, también, lo que los empresarios y los gobiernos hacen, un abigarrado conjunto de servicios públicos y privados”.

Dentro de la cadena de valor del sector del turismo se evidencian cuatro sectores como los más relevantes, entre otros que tienen menor impacto: “el hotelero, restaurantes, agencias de viajes y guías de turismo”. Las agencias de viajes son “el eje central o engranaje” que facilita el enlace de otros servicios como el transporte en sus diferentes modalidades, hotelero y los destinos turísticos, según las necesidades de los viajeros (Muñoz, 2007; Rivas, 2004; Velásquez, Peña y Macía, 2005).

Desde este punto de vista, la “industria del turismo” impulsada por grandes empresas, es altamente competitiva y las alianzas entre hoteles y aerolíneas pueden influir considerablemente en los precios y en la decisión de compra por parte de los viajeros, razón por la cual se transforma en una estrategia competitiva para los prestadores de servicios involucrados. Este mismo esquema puede trasladarse a alianzas entre aerolíneas y grandes agencias de viaje, hoteles e incluso otros prestadores de servicios como restaurantes, eventos culturales, guías turísticos entre otros.

Como lo afirma Muñoz (2007), aparece una figura de empresarios turísticos que son las agencias de viaje o turoperadores. Las agencias de viaje emisoras son las localizadas en el sitio donde viven los turistas y son empresas integradas en un holding, articuladas con las agencias de viaje receptoras, constituyéndose en empresas intermediarias entre el turista y los prestadores de servicios turísticos. Este tipo de empresas ha logrado ocupar un lugar central dentro del sector turístico por ser impulsoras del turismo con funciones sofisticadas para ofrecer los mejores servicios a los turistas en relación estrecha con los empresarios de los destinos receptores, los transportadores y otros actores que facilitan el desplazamiento de los turistas al destino deseado.

Ahora bien, considerando el tejido empresarial en el sector del ecoturismo, en España al igual que en Colombia<sup>95</sup> la mayoría de las empresas prestadoras de servicios turísticos, son pequeñas, “*el 85%, tienen menos de 5 trabajadores con problemas para la consolidación y la profesionalización*” (De Andrés, 2008, p.11) y los servicios que se prestan son senderismo (47%), bicicleta (35%), rutas a caballo (30%) y ecoturismo solo con el 9%. Asimismo, el perfil de los turistas se

---

<sup>95</sup> La contribución socioeconómica de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas es reconocida desde política pública, donde una de las estrategias de competitividad está orientada a fortalecer la plataforma productiva del país, apoyando a las Mipymes a través de la Ley 905 de 2004, que pide “*estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas*” (artículo 1), además, como obligación del Estado, consagrada en la Constitución Política de 1991 en el artículo 333 se ordena fortalecer las organizaciones solidarias y estimular el desarrollo empresarial.

enmarca en personas entre los 20 y 40 años con un nivel de formación media o superior, pertenecientes a un nivel socio-económico medio o alto.

Por otro lado, según el mismo autor, se estableció que las motivaciones del viaje son: el 38% busca descanso y diversión, el 32% va a practicar un deporte al aire libre y al 28% lo motiva conocer la naturaleza de la región. Entre sus principales actividades se destacan: fotografía el 85%, realizar rutas en vehículo 60% y observación de fauna y flora el 58,7%.

Los principales problemas<sup>96</sup> que tienen las empresas dedicadas al turismo de naturaleza, son:

- Capital humano, empezando por los empresarios (personas jóvenes que no tienen la formación para estructurar adecuadamente sus empresas y se encuentran problemas en la consolidación de las mismas); los guías turísticos tienen dificultades en interpretación e idiomas.
- Productos turísticos: escasez de productos turísticos específicos y diferenciados de calidad.
- Colaboración interinstitucional: hay descoordinación entre las diferentes instituciones públicas y privadas.
- Promoción: hay desconocimiento de la oferta turística por parte de la sociedad española, operadores turísticos y posibles turistas extranjeros.

Por otro lado, Velásquez, et ál. (2005, p. 159), considera que los bienes consumidos en viajes como recreación y ocio son “bienes suntuarios” y son los primeros sustituidos cuando el individuo tiene dificultades económicas. Esto hace que el turismo sea una variable “Proxy del ingreso, lo que genera una alta dependencia del PIB”.

---

<sup>96</sup> Según López (2009, p.136), en Colombia “un censo realizado por el DANE a 1.054.695 establecimientos informales con menos de 10 empleados, se encontró que únicamente 16.197 eran formales, es decir el 1.5%. Estos establecimientos, en la mayoría de los casos ejercen actividades de prestación de servicios relacionadas con el turismo como restaurantes, comercio, entre otras. La situación de informalidad de las Mipymes hace que no tengan acceso a los mercados financieros y se vean obligadas a recurrir a mecanismos informales de crédito”.

Además, la decisión de compra se basa en la diferenciación de productos y/o servicios ofrecidos, los costos y la calidad. Por lo tanto, el mejoramiento de la calidad y la implementación de innovación con uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), es necesaria para agilizar los procesos con un balance costo/beneficio, significativo para ambas partes (proveedor / consumidor).

Dado el rol de las Mipymes en el desarrollo del turismo sostenible, las características especiales de los productos turísticos y la gestión empresarial, los siguientes apartados se centrarán en este tipo de empresas.

#### 2.4.1.1. Aprendizaje organizacional.

El *aprendizaje organizacional*, aunque en su definición es un *constructo complejo*, no muy documentado por investigaciones, debido a lo reciente del tema, si debe orientar a la organización hacia la competitividad y sostenibilidad, incluyendo este aprendizaje dentro de la estrategia empresarial. Este aprendizaje se alimenta de los aprendizajes individuales en la interacción social de la empresa materializándose en los procesos productivos e informativos, en los cuales “se pueden distinguir cuatro etapas fundamentales: la adquisición de conocimiento, su distribución, la interpretación colectiva y la memoria organizativa”. (Santos, Sanzo, García & Trespacios, 2009, p.37).

Este conocimiento acumulado, permite también que los individuos aprendan de la cultura organizacional generándose un proceso continuo de mejoramiento, elemento fundamental para la creación de valor del producto o servicio y la innovación, directamente relacionado con la calidad.

Como afirman Santos et ál. (2009), las organizaciones capaces de desarrollar el aprendizaje organizacional, mejoran de forma continua y natural sus procesos para responder exitosamente a las cambiantes exigencias del entorno.

Igualmente, la innovación es otro aspecto relevante para que una empresa sea competitiva y sostenible, y está ligada a la capacidad de desarrollar productos o servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores y otras partes interesadas, por lo tanto, la empresa debe ser capaz de interpretar las necesidades del mercado y tener la habilidad para desarrollar productos y servicios con la calidad requerida y con elementos diferenciadores, de modo, que la competencia no los pueda imitar fácilmente. Este proceso de innovación sólo es posible si la empresa cuenta con la información adecuada y es capaz de adquirir y aplicar el nuevo conocimiento.

En cuanto a la calidad del producto o servicio, ésta ya no es una opción sino una necesidad de supervivencia para las empresas de cualquier tamaño. Este aspecto involucra directamente al productor o prestador de servicios con sus clientes, como lo afirman Santos et al. (2009, p.41), y agregan que la calidad no es concebida “como un valor absoluto, sino como la conformidad con los requerimientos o especificaciones de forma subjetiva, es decir, en términos de las percepciones, necesidades y preferencias del comprador”<sup>97</sup>.

Varios autores en estudios recientes han determinado que la innovación y la calidad, *como una filosofía de gestión integral*, están estrechamente relacionados, ya que las empresas que tienen implementados procesos de calidad total, tienen mayor capacidad de innovación, por el aprendizaje organizacional acumulado, por lo tanto son más competitivas.

---

<sup>97</sup> Para Santos Et al. (2009, p.41) las dimensiones de la calidad son: “a) su *rendimiento* en relación con la función básica que desempeña; b) los *atributos o características* que incluye como punto de ruptura y diferenciación con la oferta general del mercado; c) la *conformidad con las especificaciones* entendida como ausencia de defectos –visión clásica del concepto de calidad–; d) la *fiabilidad* o porcentaje de veces que el producto suministra un rendimiento aceptable en un determinado período de tiempo; e) la *durabilidad* o expectativa de vida económica del producto; f) los *servicios asociados* que conlleva la adquisición; g) la *estética, diseño* o acabado final que ofrece el producto, el cual debe transmitir la imagen general de su calidad; y h) la *calidad percibida*, la cual incorpora la medida en la que el producto se ajusta a las necesidades y expectativas de los clientes”.

#### 2.4.1.2. Calidad y gestión.

Es conveniente recordar que el tema de la calidad ha sido tratado desde la culminación de la Segunda Guerra Mundial. Los pioneros Philip B. Crosby, W. Edwards Deming, Armand V. Feigenbaum y Joseph M. Juran, son las figuras más conocidas como gestores de *La Calidad Total*. Así, este concepto fue considerado por primera vez por Armand Feigenbaum en 1956, va mucho más allá del control sobre el producto o servicio, incluye las 4 p's del mercado (Producto, Promoción, Plaza y Precio), el involucramiento de TODOS los empleados, la satisfacción de la TOTALIDAD de necesidades del cliente (crédito, entrega, etc.), tener en cuenta a TODOS los actores de la cadena de valor (proveedores, distribuidores y clientes), satisfacción y desarrollo de TODOS los clientes internos y disposición de TODOS los recursos físicos, tecnológicos y financieros al logro de la calidad (Larrea, 1991 y López Et. al, 2008-a).

La siguiente tabla (Tabla No. 4) resume lo que ES y lo que NO ES la Calidad Total.

ES	NO ES
Una filosofía de dirección.	Un programa nuevo.
Una concepción rupturista.	El camino de siempre.
Un enfoque estructurado y orientado a la identificación y solución de problemas.	Fuegos de artificio.
Consiste en acciones directivas.	Consiste en slogans.
Liderado por la dirección.	Responsabilidad de todos.
A largo plazo.	A corto plazo.
Soportado por el control estadístico de calidad y otras herramientas.	Dirigido por el control estadístico de calidad y otras herramientas.
Adoptado por todos.	Delegado.

Tabla No. 4. Lo que es y no es la Calidad Total.

Fuente: Larrea (1991, p. 28).

2.4.1.2.1. **Calidad en el Servicio.** Autores como Chávez (2004), Larrea (1991); López et ál. (2008-a); Zeithaml (2007); entre otros, coinciden en afirmar que el servicio representa el 90% de los empleos a nivel mundial, considerando que aunque las empresas sean manufactureras, una buena parte de su personal se encuentra realizando labores asociadas a la prestación del servicio, porque las máquinas sofisticadas se encargan de realizar las tareas de elaborar productos, como es el caso del sector turístico y los servicios asociados como transporte, hoteles, agencias de viaje, guías, congresos, ferias, sitios de interés turístico, etc., y otros no tan directamente relacionados y que satisfacen necesidades de las comunidades residentes como servicios médicos, seguridad, infraestructura de servicios públicos, eventos, comunicaciones, comercio, banca, entre otros.

De ahí que la gestión en las empresas prestadoras de servicios turísticos tengan particularidades que la diferencian de la gestión en empresas manufactureras, debido a las características de los productos que se crean, a la forma de su consumo y a las expectativas de los turistas, por lo que su gestión debe tener un fuerte enfoque en la *calidad del servicio* considerado como un factor gana-gana para todos: los consumidores, empleados, directivos, accionistas, comunidad y el país.

Para Larrea (199). La *calidad en el servicio* es un concepto relativamente nuevo, sin embargo, ha tomado un gran protagonismo en la *economía de servicios* en la que vivimos en la actualidad; por lo tanto, para lograr la competitividad debemos convertirnos en una *economía de servicio*, ya que no es posible una estrategia de diferenciación o de liderazgo si no hay un buen servicio para cada cliente o situación.

Algunos planteamientos mecanicistas ya no satisfacen las necesidades de las empresas líderes en servicio, por lo tanto hay una tendencia a cambiar:

- La gestión de las cosas por el liderazgo de las personas.
- Lo analítico por lo intuitivo.



- La planificación por la acción.
- Lo grande y revolucionario por lo pequeño y lo incremental.
- La tecnología vs. la cultura.

Entonces definir la *calidad en el servicio*<sup>98</sup> no es lo mismo que la calidad en bienes manufacturados ya que el primero se consume en el momento de prestarlo, no se cuenta con el colchón de seguridad que provee un control de calidad sobre los productos tangibles y en el caso del servicio, el cliente *percibe* la calidad de una manera más subjetiva y espera que sus *expectativas* se cumplan (Chávez, 2004 y Zeithaml, 2007). Por eso Zeithaml (2007), afirma que el servicio de calidad es un factor gana-gana para todos: los consumidores, empleados, directivos, accionistas, comunidad y el país. Sin embargo las estadísticas en Estados Unidos muestran que todavía hay problemas de disgusto en usuarios<sup>99</sup>.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que “*Calidad Turística*” involucra conceptos del desarrollo sostenible, como se manifiesta en el informe “Estrategia Lanzarote en la biosfera”. Asimismo, Perdomo (2007) comenta que se tiene generalizada la idea de que el volumen creciente de turistas es algo bueno para las empresas; sin embargo, se puede apreciar en varios sitios que han optado por la masificación del turismo, la carencia de un producto diferenciado, la falta

---

<sup>98</sup> Muchas empresas norteamericanas, han centrado sus estrategias en la calidad del servicio la consideran “una estrategia competitiva ganadora. McDonald's, Federal Express, Nordstrom, American Airlines, American Express, L. L. Bean, Domino's Pizza, Disney World, Club Med, Deluxe Corporation, Marriott, IBM. Hasta en el último rincón de la economía de servicios, las empresas líderes del mercado se muestran obsesionadas con la calidad del servicio” (Zeithaml, 2007, pp.2-3).

<sup>99</sup> “Atlanta Journal y Atlanta Constitution realizaron un sondeo entre sus lectores y el 91 por 100 de los encuestados respondió que la calidad del servicio había disminuido a lo largo de los últimos 20 años. Un lector escribió: “Los animales están dirigiendo el zoológico”.(...) la revista Time dedicó el tema de su portada al problema del servicio, afirmando que “Los servicios personales se han convertido en el mercado norteamericano en una mercancía enloquecedoramente escasa”. El periódico Wall Street Journal, en un artículo sobre los servicios en el área de la salud, declaró que: “Los problemas son variados: Diagnósticos equivocados, cirugías innecesarias, alto índice de infección en los hospitales, errores en los análisis de laboratorio, aparatos médicos defectuosos, doctores alcoholizados o adictos a las drogas”. (Zeithaml, 2007, p.3).

de oferta turística complementaria, la deficiente calidad del servicio de alojamiento a pesar de las muchas estrellas que porte, la saturación de población flotante en épocas de vacaciones, entre otras consecuencias derivadas de la no aplicación de la Calidad Turística.

En tal sentido el prestador de servicios, según su objetivo social, debe identificar cuáles son los factores de calidad que el nicho de mercado de turistas que se quiere atender necesita y aprecia, pero por otro lado debe tener en cuenta que cuando la sensibilidad del sitio restringe la carga de turistas, es necesario atender un nicho de mercado más especializado que no permita la masificación de llegada de turistas, con valores agregados a los destinos turísticos que los hagan especializados y que los turistas paguen por ello (Yunis, 2006). En este mismo sentido Zeithaml (2007) admite que la calidad en el servicio hace que el cliente esté dispuesto a asumir un costo un poco más alto, porque sabe que esto le ahorrará otros costos representados en tiempo, fiabilidad, etc.

Es aquí donde interviene el papel fundamental del liderazgo en la prestación de un servicio, con el compromiso de la alta dirección, fomentando el trabajo en equipo y estableciendo directrices claras y con la convicción de todos los niveles organizacionales inspirados por la dirección de la empresa. Al principio y mientras transcurre el período de adaptación los procedimientos pueden resultar agotadores y agobiantes, pero con un buen liderazgo se entiende el sentido humano de los clientes y no se les ve como algo irreal. Existe una diferencia entre el líder del servicio y los directivos, los primeros “ponen énfasis en los recursos emocionales y espirituales de la organización” y los segundos enfocan sus esfuerzos en “los recursos físicos como las materias primas, la tecnología y el capital” (Zeithaml, 2007, pp. 4-6).

Las características de los líderes de servicios son:

- **Visión del servicio:** conciben el servicio como la clave del éxito y creen que la calidad en el servicio es la mejor estrategia competitiva que nunca

termina porque el mejoramiento es continuo cada día, cada semana, cada año, con constancia y no es algo de corto plazo. “La calidad del servicio es un gran negocio cuando se tiene visión de largo plazo”.

- **Altos estándares de calidad:** la calidad en el servicio exige que se dé valor agregado al cliente con pequeñas cosas que la competencia ve trivial, pero el conjunto de pequeñas cosas hace la diferenciación de un producto, por eso los pequeños detalles son tenidos en cuenta en muchas organizaciones exitosas que han entendido que la calidad en el servicio es la ventaja competitiva que debe ser mantenida dando servicio de calidad desde la primera vez.
- **Liderazgo sobre el terreno:** el líder del servicio está siempre en contacto con las personas, orientando, apoyando, corrigiendo y motivando. No se limita a dar órdenes desde un escritorio; entiende que solamente el contacto con los clientes y los empleados puede dar la dimensión de la satisfacción de los clientes. Se promueve además el verdadero trabajo en equipo con reuniones permanentes e incentivos.
- **Integridad:** las personas deben ser íntegras y confiables, Peter Drucker referenciado por (Zeithaml, 2007, p. 12) señala que “el más alto requisito de un liderazgo efectivo es la posibilidad de generar a su alrededor un halo de confianza. De otra manera, no tendrían seguidores y la única definición de un líder es aquel que crea seguidores”.

El aporte de Zeithaml (2007), con su estudio es el desarrollo de un instrumento llamado SERVQUAL para medir las percepciones de los usuarios sobre la calidad de los servicios. En el desarrollo del instrumento se tuvieron en cuenta aspectos para garantizar sus propiedades estadísticas. En él, se puede apreciar que la *fiabilidad* es uno de los aspectos más relevantes en la percepción de calidad por parte del cliente, además cuando el cliente recientemente ha recibido un mal servicio, en su evaluación se muestra más inconforme. Entonces una estrategia de las empresas debería ser: prestar servicios fiables y hacerlo bien a la primera vez, para garantizar la retención de clientes, pero si el servicio se

presta mal y el corregido oportunamente, esto predispone al cliente a seguir siendo fiel a la empresa, pero si no es así se corre el riesgo de perder al cliente. En la siguiente Figura No. 6 se muestra el esquema general con el que fue concebido el instrumento para medir la calidad en el servicio.

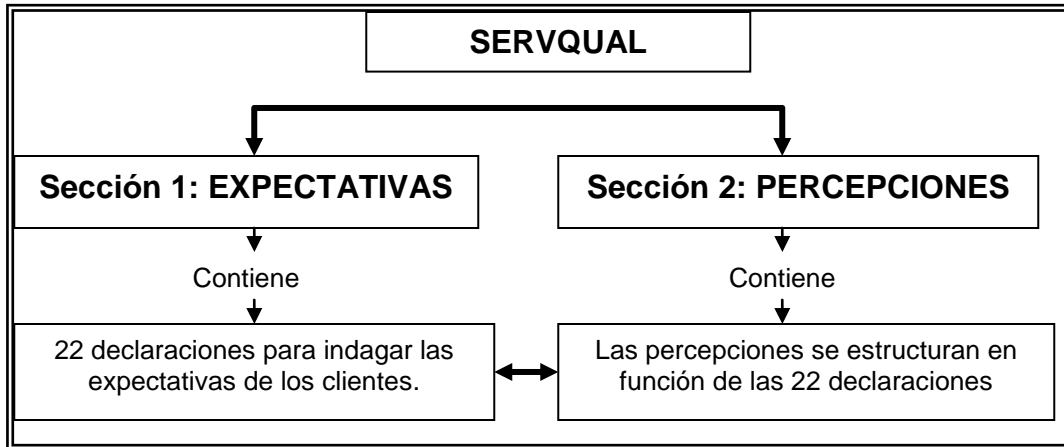


Figura No. 6. Estructura de SERVQUAL.

Fuente: Elaboración propia a partir de Zeithaml (2007, p. 27).

Ejemplo de declaración de expectativa: «Cuando esas empresas prometen hacer algo en un tiempo específico, deben hacerlo».

Ejemplo de declaración de percepción: «Cuando la empresa XYZ promete hacer algo en un determinado tiempo, lo hace».

**2.4.1.2.2. Normas técnicas de calidad.** Hay muchas normas técnicas que son necesarias para garantizar aspectos que el cliente desconoce, como por ejemplo los procedimientos para garantizar la asepsia en las habitaciones de un hotel, al cliente no le interesa cómo se logra esto, pero lo exige como un servicio de calidad. Pero en lo que respecta al servicio del personal, el cliente es protagonista directo y por lo tanto debe ser consultado.

Entonces podemos decir que en el servicio al cliente hay dos aspectos para tener en cuenta:

- Por un lado, lo que se debe estandarizar con normas predeterminadas, aceptadas por organizaciones reconocidas, por ejemplo, aspectos como:

asepsia en hoteles, restaurantes, servicios sanitarios, etc.; manejo técnico de la información en hoteles, bancos, entre otros; normas de seguridad en la práctica de una actividad en turismo de aventura como el rafting, el rapel, el buceo, etc. Esto proporciona CONFIABILIDAD en el servicio.

- En segundo lugar, lo que tiene que ver con el contacto directo que se haga con el cliente (momentos de verdad) y aquellos servicios que deben tener la flexibilidad para adecuarlos a las necesidades del cliente, por ejemplo, tiempo máximo para atender un cliente en una fila, tiempo de respuesta a una petición del cliente, flexibilidad para atender necesidades particulares, es decir, es posible que el personal dentro de un rango determinado ofrezca al cliente un producto personalizado. Esto genera en el cliente la sensación de que es IMPORTANTE y especial y es quizás uno de los aspectos más relevantes en la percepción de calidad que tienen los usuarios frente a los servicios.

Según Zeithaml (2007), para muchos directivos, el hecho de estandarizar los procesos de prestación de servicios y establecer normas es difícil, debido a que muchas veces no se cuenta con el personal suficiente para prestar el servicio en un tiempo determinado, por ejemplo. Otros opinaban que los requerimientos de los clientes son tan diversos y que las variaciones en la prestación del servicio no hacen factible el establecimiento de normas, para otros la razón la dificultad radica en la resistencia al cambio, tanto de los directivos como del personal colaborador.

Sin embargo, las normas de calidad en el servicio son una herramienta fundamental de orientación para el personal, mostrándole “cuáles son las prioridades de la dirección y cuál es el tipo de prestación que realmente cuenta”. Además de ser una base para el establecimiento de indicadores de gestión y recompensas (Zeithaml, 2007, pp. 46-47).

Los estándares de calidad internacionales son genéricos a cualquier tipo de empresa independientemente del objetivo de negocio. Estos estándares definen los diferentes sistemas de gestión, entre los cuales se mencionan los más utilizados en las empresas turísticas:

- Sistema de Gestión de Calidad definido por la norma ISO 9000:2000, que establece requerimientos para que la empresa pueda garantizar desde su gestión, el cumplimiento de los requerimientos de los clientes y otras partes interesadas.
- Sistema de Gestión Ambiental definido por la norma ISO 14000:2004, establece requerimientos para que la empresa gestione y controle los procesos para reducir o evitar el daño al medio ambiente, proveniente de las actividades propias de la misma.
- Sistema de Seguridad y Salud Ocupacional definido por la norma OSHAS 18000, proporciona los requisitos para que la empresa asegure que en sus actividades se controlan los riesgos laborales, evitando accidentes o incidentes que conlleven al daño físico o mental de los trabajadores, o aquellos que puedan generar enfermedades profesionales.
- Sistema de Inocuidad Alimentaria definido por la norma ISO 22000, que integran otros sistemas más específicos como las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y el sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de control (HACCP). Es la norma por la cual se determinan los requisitos exigidos en el control de la cadena alimentaria o sea el control desde los cultivos hasta el consumidor.

Debido a que hay actividades muy específicas en el sector turismo, en varios países se han emitido **normas sectoriales**<sup>100</sup> para certificar la calidad de los

---

<sup>100</sup> Prats (2008), describe el caso de la Garrotxa, como área protegida, siendo éste, un ejemplo de una buena planificación acorde con la metodología de la Carta Europea del Turismo Sostenible (CETS). La calidad, ha sido el factor diferenciador de la planeación y los CETS aportan la certificación, elemento vital para la promoción, consolidación y reconocimiento de Garrotxa, teniendo en cuenta las buenas prácticas para el desarrollo sostenible.

servicios turísticos. En Colombia, según el documento CONPES 3397<sup>101</sup>, una de las estrategias para superar las limitaciones del sector, es "el establecimiento de una oferta turística competitiva", mediante la preparación de prestadores de servicios turísticos, ya que en su mayoría son "micro y pequeñas empresas, que requieren de apoyo para alcanzar estándares de calidad adecuados en los servicios que prestan". Esta estrategia busca fortalecer la formación administrativa y gerencial de los empresarios con el fin de que puedan identificar y aprovechar las oportunidades; además, sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos para que legalicen sus empresas y se beneficien de los apoyos dispuestos por la Ley 590 y la Ley 905, en temas referentes al desarrollo de las Mipymes. El otro tema fundamental es fomentar el aseguramiento y gestión de la calidad mediante normas técnicas sectoriales impulsadas por las Unidades Sectoriales de Normalización, y "establecer estándares mínimos de calidad para los prestadores de servicios turísticos que deseen acceder a recursos o programas de apoyo público" (DPN, 2005, p. 17).

De ahí que una estrategia en el marco de la *Alianza Universidad- Empresa- Estado*, sea promover la certificación de los prestadores de servicios turísticos, ya que son reconocidas ventajas como:

- Garantiza que los procedimientos administrativos y de operación se aplican y evalúan periódicamente para la mejora continua del servicio.
- La empresa adquiere prestigio y confianza.
- Se adecuan los servicios ofrecidos a las expectativas y necesidades de los clientes.
- Se establece confianza y se genera así una preferencia en la selección de la organización por parte de los clientes potenciales.
- Se mejora la competitividad de la organización frente a los demás actores del sector, dentro de la cadena de valor.

---

<sup>101</sup> Documento CONPES 3397: Política sectorial de turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo colombiano.

- Se conocen las expectativas de los clientes –implícitas y explícitas– y se generan así oportunidades de mejoramiento para la organización.

#### **2.4.2. Aglomeraciones Empresariales: clústeres, distritos industriales y cadenas productivas.**

Michael Porter propuso en la década de los noventa el modelo de agrupamiento empresarial al que llamó “Clúster”. Éste combina aspectos económicos y territoriales o geográficos agrupando empresas localizadas espacialmente y que puedan completar la cadena de abastecimiento desde las materias primas hasta el producto final, lo cual implica fases intermedias de transformación hasta culminar en la comercialización y venta de varios productos resultantes en cada una de las fases. Así, este enfoque se ajusta a las necesidades del sector turístico, especialmente porque contempla lo territorial o geográfico y la demanda convencional dándole sentido a la economía regional.

En la práctica, López (2003), considera las experiencias de países europeos que se recuperaron de la crisis económica de los años 70 generada por el embargo petrolero, muestra que la cooperación entre pequeñas y medianas empresas, apoyadas por políticas industriales para la articulación eficiente entre empresas y otros actores locales, es una estrategia eficiente para el desarrollo de los países.

Este enfoque ha permitido el desarrollo empresarial en algunas sociedades industriales en el norte de Italia, Suiza, Alemania, España, Japón y el sudeste asiático, donde han surgido nuevos esquemas para fortalecer la articulación e integración productiva, denominados distritos industriales, clústeres, redes de empresas, cadenas productivas y otras estructuras de cooperación inter-empresarial, estudiados y documentados según López (2003, p.19), por varios autores entre los cuales se pueden mencionar Baldwin (1995), Rabelloti (1998),



Ceglie, Michele & Dini (1998); Navdy (1995); Pike y Sengenberger (1992); Quintar y Gatto (1992).

Otros autores como Alemán (2006), Navarrete, Montoya y Montoya (2009), López (2003), Otero (2007) entre otros, las llama *Aglomeraciones Empresariales*, pero todos coinciden en indicar que son asentamientos de empresas en un lugar geográfico determinado con una actividad económica predominante y como un mecanismo eficiente que promueve la competitividad en las regiones donde surgen, bien sea espontáneamente o intencionalmente. Ellas facilitan la innovación, el aprendizaje empresarial, mejoramiento de procesos, prácticas de negocios entre otras ventajas que presentan al promover el reconocimiento de una región por productos o servicios de calidad.

Se puede decir que dentro de las Aglomeraciones Empresariales, se pueden identificar las siguientes:

- **Clúster.** Las empresas son proveedoras, distribuidoras prestan un servicio o manufacturan algún producto, relacionados con una industria o campo particular.

Los actores que influyen en el desarrollo del clúster son: a) organismos financieros, necesarios para los nuevos proyectos o el emprendimiento de nuevas empresas; b) el gobierno que establece condiciones macroeconómicas, normas de regulación, construcción de la infraestructura necesaria para el desarrollo del clúster; c) instituciones académicas y otras entidades que facilitan la investigación de los avances científicos y tecnológicos relacionados con la actividad económica del clúster, además, de proveer personal calificado; d) instituciones de apoyo y fomento empresarial como cámaras de comercio, agremiaciones, asociaciones industriales y de profesionales, entre otros.

El Clúster, según la ONUDI<sup>102</sup>, es “una concentración sectorial y geográfica de empresas que producen y venden un mosaico de productos relacionados o complementarios y en consecuencia se enfrentan con retos comunes y oportunidades”. Al respecto Humprey & Schmitz (1995), referenciado por López (2003, p.21), agrega que esta concentración geográfica de empresas se beneficia de economías de escala en el abastecimiento de materias primas e insumos, maquinaria, repuestos, mercadeo de productos, servicios técnicos, recursos financieros e incluso en la vinculación de mano de obra calificada. Además se fortalece el poder de negociación en diferentes ámbitos.

- **Distritos industriales.** Aparecen de forma espontánea asociaciones de empresas en un ambiente de políticas públicas orientadas a la generación de condiciones sociales para la formación de nuevas empresas. Son esencialmente empresas pequeñas o microempresas, aunque también pueden haber multinacionales. Todas ellas son especializadas en algunos productos y hay lazos fuertes en la cadena de valor ubicándose en un espacio geográfico determinado. Como lo afirman López (2003) y Otero (2007), muchos ejemplos de distritos industriales exitosos demuestran que el tamaño de la empresa no es un impedimento si la empresa logra establecer relaciones efectivas con el entorno productivo y con el apoyo institucional del sector público.

Los Distritos Industriales se originaron en Italia y como lo expone Humprey & Schmitz (1995) son “una estructura que surge cuando un clúster desarrolla algo más que especialización y división del trabajo entre las firmas que lo integran; en un distrito industrial se presentan aspectos de eficiencia colectiva derivado de la cooperación ínter firmas, aprendizaje conjunto e innovación colectiva, adicionalmente dentro de un distrito

---

<sup>102</sup> United Nations Industrial Development Organization (1993). The UNIDO Cluster/Network Development Program, UNIDO, Vienna, Austria.

industrial se presentan la emergencia de formas explícitas e implícitas de colaboración entre los agentes locales y las firmas de los distritos para generar la producción local y algunas veces la capacidad de innovación; asimismo emergen fuertes asociaciones sectoriales”. Los distritos industriales no son fáciles de reproducir en Latinoamérica, ya que el entorno económico, social, político y cultural, en el que se han desarrollado es diferente al de estos países (López, 2003, p.21).

- **Red empresarial<sup>103</sup> o cadena productiva.** Según la metodología propuesta por la ONUDI y relacionada por López (2003, p.25), una red empresarial es “un grupo de empresas que cooperan en el desarrollo de un proyecto conjunto, complementándose entre sí y especializándose en orden de resolver problemas comunes, lograr eficiencia colectiva y conquistar mercados, que de otra forma no podrían abordar de manera individual”. Tiene los siguientes principios: a) se estimula la cooperación entre las empresas, b) cada empresa mantiene su autonomía gerencial y jurídica, c) su afiliación a la red es voluntaria y d) el propósito es aumentar los beneficios individuales con el apoyo conjunto de la red.

Como lo afirma el mismo autor, las redes empresariales se diferencian de los clústeres y distritos industriales por: a) hay menos empresas que en los distritos industriales, b) las empresas de la red se identifican claramente y su composición es menos variable y c) los miembros de una red no necesariamente pertenecen al mismo territorio. Valeria Olivanti, referenciada por López (2003, p.21), opina que las redes pueden considerarse como una variación de los distritos industriales, donde se tiene la sinergia entre las empresas y otros

---

<sup>103</sup> Se encuentran documentadas “experiencias sobre la articulación e integración productiva en Europa, Medio Oriente, Asia, África y América Latina. Países como Italia, España, Israel, Singapur, Kenia, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay tienen experiencias interesantes en el tema” (López, 2003, p.30). Hay que anotar que el éxito y permanencia de una red se basa primero en la confianza entre sus miembros y segundo en la comunicación. La deficiencia en uno de ellos o en ambos puede generar la desaparición de la red, con las consecuencias de frustración entre sus miembros.

agentes económicos como un componente de gran importancia. Considerando lo anterior el autor propone la siguiente definición “una red empresarial es una alianza estratégica permanente entre un grupo limitado y claramente definido de empresas independientes, que colaboran para alcanzar objetivos comunes de mediano y largo plazo, orientados hacia el desarrollo de la competitividad de los distintos participantes”.

En este orden de ideas, las cadenas turísticas pueden considerarse como una red de empresas, porque no se concentran en un espacio geográfico, debido a que los clientes normalmente provienen de áreas diferentes nacionales o internacionales y requieren de la prestación de servicios desde su sitio de origen hasta su sitio de destino.

López (2003) resalta los beneficios de una red empresarial, los cuales pueden expresarse en: a) eleva la competitividad y mejora la rentabilidad de las empresas, b) promueve la especialización en los eslabones de la red, c) mejora la participación en los mercados, d) permite el acceso a la tecnología y promueve la innovación, de manera que no sería posible para las empresas si lo intentaran de forma individual, e) permite el acceso de las Mipymes a créditos, ya que garantiza a los bancos la capacidad de pago de las empresas que pertenecen a la red y f) facilitan además, la participación de la gran empresa, el sector público y la academia, lo cual permite desarrollar proyectos de gran magnitud aprovechando las ventajas comparativas regionales y locales, lo cual permite competir en mercados globalizados, consolidando el desarrollo de proveedores con estándares de calidad internacionales.

Por su parte Otero (2007), refiriéndose a la competitividad de los destinos turísticos, manifiesta la necesidad de considerar, por una parte, la dimensión económica y por la otra, la competitividad social y territorial. Entonces la dimensión económica se deriva de la creación de *capital social* para el logro de la *competitividad económica* mediante los vínculos entre las empresas y las

instituciones. Éstos a su vez, surgen de las relaciones de confianza establecidos entre las partes. Así, el municipio cobra protagonismo para generar la verdadera cohesión social, por lo tanto, debe existir un cambio de estrategias en las administraciones locales para fomentar la asociación empresarial y contribuir como actor determinante en la construcción y éxito de las cadenas productivas<sup>104</sup>.

También Otero (2007, p. 98), plantea que la construcción del “*Know How*” – base de la competitividad territorial y social- se da mediante dos aspectos: uno, *el saber local y capital social* y el otro, el transferido como *conocimiento codificado* por las instituciones educativas. Si “el Know How es adoptado por una firma precursora y tiene éxito”, estimula a otros a replicar el modelo, generando un círculo virtuoso que conlleva a la consolidación del destino turístico y facilita la estructuración de la cadena turística, ofreciendo al visitante productos y servicios de clase mundial.

Ahora bien, dada la experiencia con varios casos, que estas agrupaciones empresariales, tienen un impacto positivo en el crecimiento económico regional porque permite insertar al esquema productivo a las Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas, lo cual es relevante en los países en vía de desarrollo. Además, como lo manifiesta López (2003), en ese contexto de colaboración, las cadenas productivas ó redes empresariales son un medio para que las empresas puedan aprovechar economías de escala en los costos de los insumos, mejorar y modernizar su aparato productivo, acelerar su proceso de aprendizaje, implementar estándares de calidad y acceder a grandes mercados. En cuanto al entorno social, se favorecen aspectos como el desarrollo del espíritu empresarial, el capital social y confianza entre los actores.

---

<sup>104</sup> Un ejemplo exitoso en el desarrollo empresarial, son los distritos industriales italianos. Aquí aparecen de forma espontánea asociaciones de empresas en un ambiente de políticas públicas orientadas a la generación de condiciones sociales para la formación de nuevas empresas con el apoyo de la cadena productiva.

Además Navarrete et ál. (2009, p.36), mencionan que las agrupaciones empresariales favorecen las externalidades que son de tipo “duro”, es decir, aquellas que se refieren a suministros de bajo costo debidas a la proximidad geográfica con los proveedores, la mano de obra especializada, el acceso a recursos naturales específicos para el negocio, y de tipo “soft” como las redes empresariales con intereses comunes, formación de capital humano, acceso a tecnología de las empresas más desarrolladas, la transferencia de tecnología, entre otros.

Para Muñoz (2007), el clúster permite darle un tratamiento al turismo no como un todo sino que involucra múltiples subsectores prestadores de servicios turísticos en un ámbito geográfico o destino turístico, el cual puede formar parte de uno o más clústeres según los servicios que presta., un destino turístico es concebido como un micro clúster con componentes como las infraestructuras, los prestadores de servicios, los mercados y los turistas. Es así como cada clúster contiene varias **cadena productivas** de diferente naturaleza y calidad que agregadas en espacios territoriales sucesivos forman aglomeraciones urbanas y empresas en torno a la cadena productiva del destino turístico. Este modelo, es una de las estrategias para el desarrollo de Ciudad- Región, colocando a las grandes urbes receptoras de turistas como el polo de desarrollo de los municipios anexos que ofrecen los productos ecoturísticos. Asimismo, se enfatiza en la confianza como elemento esencial para lograr el éxito en los esquemas asociativos y adelantar proyectos conjuntos sustentables.

#### 2.4.2.1. Las nuevas tendencias del consumidor.

Por los efectos de la globalización, el consumidor actual es más sofisticado que el de hace 20 años demandando productos y servicios altamente diferenciados, con estándares de calidad y con un nuevo ingrediente hacia la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social empresarial. En cuanto al sector del turismo, éste aspecto marca una diferencia notable, teniendo en cuenta que los

nuevos consumidores tienen capacidad de pago y no les importa pagar un poco más si los productos y servicios satisfacen sus expectativas en las dimensiones que consideran como productos o servicios de calidad.

Hay que resaltar que estos productos altamente diferenciados son preferidos por mercados que están dispuestos a pagar un alto precio por ellos. Es así como mejorar la productividad y competitividad de las Mipymes para satisfacer mercados de clase mundial es una buena estrategia para lograr la competitividad a nivel local, regional y nacional.

López (2003, pp. 16-17), menciona las características de la demanda del consumidor global según Bovet (2000) y FIRA (2001):

**"Salud:** Los productos que consume, sobre todo los alimenticios, deben estar garantizados de que no afectan la salud, como por ejemplo estar libres de productos químicos y/o contaminantes. Tal es el caso de los productos orgánicos y/o ecológicos".

**"Conveniencia:** Requiere de productos semipreparados para simplificar su consumo, por ejemplo pan congelado, productos precocidos, etc."

**"Atributos:** Busca productos con mejores propiedades intrínsecas; por ejemplo: leche deslactosada para personas que no toleran la lactosa o carne natural para personas que no quieren correr el riesgo de ingerir una carne obtenida de animales sobrealimentados con altas concentraciones de proteínas".

**"Conservación del medio ambiente:** Los productos que consume no deben afectar al entorno y deben ser biodegradables".

**"Preferencias étnicas:** Ciertos grupos raciales tienen preferencias muy especiales como, por ejemplo, el consumidor japonés en el caso de la carne de cerdo, o bien el consumidor emigrante que genera una demanda de nostalgia hacia productos que consumía en su país de origen, pero ahora apegándose a las normas y regulaciones del nuevo país de residencia".

**"Preferencias éticas:** En Europa, cada vez es mayor la cadena de comercios de precio justo, los cuales están dispuestos a pagar un sobrepago por bienes y servicios que vienen directamente del productor (sin intermediarios)".

**"Biotecnología:** La vida de anaquel de los productos debe garantizarse sin utilizar conservantes de tipo químico. Por ejemplo, los pastelillos de melaza y piña (semitas) que algunos panaderos salvadoreños han rediseñado para que tengan

una vida útil de 90 días y sean exportables a la comunidad de emigrantes salvadoreños que reside en los Estados Unidos".

**"Inocuidad:** Se requiere que los procesos de fabricación de muchos productos, sobre todo alimenticios, garanticen que no son dañinos para la salud; por ejemplo el uso de tinturas no cancerígenas en los colorantes para hilados, o bien el uso de taninos que no afecten a la salud en el caso del curtido de las pieles, o bien el manejo de normas de sanidad importantes en la fabricación de productos lácteos".

**"Certificación:** Una consecuencia de todo lo anterior es que los productos, para satisfacer las necesidades del consumidor global, deben estar certificados por agentes certificadores internacionales quienes garanticen que el producto se ha elaborado respetando las normas y especificaciones".

**"Rastreabilidad:** Un requisito del nuevo tipo de consumidor es que el producto que consume sea rastreable de manera digital, para poder identificar el lote de producción del cual salió y poder tener la garantía de que se tiene un control de calidad muy estricto, pudiéndose en caso extremo llegar a retirar del mercado el lote completo de mercancía en caso de que el producto presente problemas que afecten al consumidor".

Estas nuevas tendencias del mercado cambian la situación de las Mipymes, antes vendían lo que producían, pero ahora deben producir lo que demanda el mercado. Sin embargo, estas nuevas tendencias del mercado pueden ser oportunidades para que las Mipymes desarrollen productos altamente diferenciados, que son demandados por mercados pequeños, altamente exigentes pero con capacidad de pago, por ejemplo: productos orgánicos, artesanías exclusivas, entre otros<sup>105</sup>. En el sector del turismo los productos altamente diferenciados deben considerar las características de los destinos turísticos únicos como áreas protegidas y otros productos gastronómicos, artesanías, folklore, expresiones culturales, entre otras expresiones del patrimonio cultural exclusivo de los destinos.

---

<sup>105</sup> En este sentido, en Colombia se ha venido realizando un trabajo interesante para hacer inteligencia de mercados e identificar "las apuestas productivas" a nivel local y regional. En lo referente al turismo y dadas sus características más enfocadas al sector terciario, es clave tener calidad en la prestación de servicios al turista y por otro lado tener políticas estrictas para garantizar la sostenibilidad de los destinos turísticos, especialmente aquellos que presentan alta vulnerabilidad, desde el punto de vista ecológico y cultural.



Entonces la estrategia para las Mipymes latinoamericanas es competir en mercados altamente diferenciados, lo cual requiere de un compromiso de los sectores público, privado y academia para primero identificar las necesidades del mercado que está dispuesto a pagar por productos diferenciados y segundo para producirlos de tal manera que sean competitivos y satisfagan las necesidades de los clientes. López (2003, p.17), referencia a Humprey & Schmitz quienes concluyen en sus estudios que las políticas públicas de apoyo a las Mipymes en los países latinoamericanos, excepto Brasil, han estado más encaminadas a satisfacer las necesidades de la oferta: capacitación, créditos, tecnología, materias primas; que las necesidades de la demanda (consumidor).

Por su parte, Muñoz (2005), resalta el papel de los proveedores como actores de la cadena de valor del servicio turístico ya que de su correcta elección depende la oportunidad de los suministros por lo tanto la calidad de los productos turísticos ofrecidos. Así, se enfoca en la logística como determinadora de la relación de confianza entre los proveedores y la empresa dentro de una relación gana-gana, para garantizar la calidad y oportunidad de los suministros. Para seleccionar el proveedor o proveedores adecuados la logística plantea las siguientes etapas:

- Auscultación del mercado para identificar los posibles proveedores.
- Identificar las características del producto que va a suministrar el proveedor candidato.
- Identificar la capacidad de producción del proveedor para garantizar que puede suplir la cantidad del producto o materia prima que la empresa requiere.
- Valorar la capacidad del proveedor para garantizar la calidad requerida y el clima laboral de la empresa proveedora para vislumbrar riesgos de huelgas o paros laborales.
- Verificar la situación financiera de la empresa proveedora para evaluar su confiabilidad en la entrega de los pedidos.

- Elaborar las fichas técnicas del producto, para identificar las características del producto a comprar.
- Evaluar a los proveedores potenciales para escoger el o los que más se adecuen a las necesidades de la empresa. (Muñoz, 2005, p.20). Para este caso se sugiere la aplicación de la matriz de decisiones.
- Mantener una evaluación permanente de proveedores.

La normalización es un factor determinante y para este caso los requerimientos de ISO 9000:2000 en cuanto a compras contienen parámetros eficientes para gestionar esta función. (Muñoz, 2005).

En este escenario, los actores de la cadena turística deben procurar que las nuevas empresas cuenten con más posibilidades de consolidarse y crecer, además de incluir desde su creación elementos de gestión y calidad que garantizan la oferta de productos que ayuden a consolidar la imagen del destino turístico.

#### 2.4.2.2. Clúster virtual.

La utilización de herramientas de tecnologías de la información y las comunicaciones TIC cambia la forma de interacción entre las aglomeraciones empresariales permitiendo el mejor aprovechamiento de las oportunidades (Navarrete et ál., 2009 y Muñoz, 2007).

Los anteriores autores afirman que la comunicación entre las empresas y los demás actores que influyen en el clúster, es de vital importancia para la sostenibilidad y crecimiento del mismo, es fundamental considerar el impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones -conocidas como TIC-, en cada una de las actividades de la cadena de valor. Los autores mencionan las consideraciones hechas por Michael Porter, en cuanto que la introducción de TIC en el clúster facilita la mejor interacción entre los actores y

aumenta la eficiencia y eficacia del clúster, lo cual se traduce en mayor competitividad regional. Las TIC también han permitido el surgimiento de negocios electrónicos donde el alcance es global, por lo tanto, el acceso a mercados internacionales se hace cada vez con mayor facilidad.

El estudio realizado por Navarrete et ál., (2009) revela que en los clústeres colombianos como el de las artes gráficas en Cali, el del calzado para dama en Cúcuta y el de artes gráficas en Bogotá, que si bien algunas empresas de forma individual han implementado TIC, éstas se utilizan para mejorar las comunicaciones al interior de las empresas y el contacto con los clientes, pero no han desarrollado un comercio electrónico como tal, ni las han utilizado para promover los modelos asociativos, ya que prevalece cierto individualismo debido a la falta de confianza. Ahora bien, aunque el estudio fue realizado para sectores manufactureros, hay muchos elementos del mismo que pueden ser replicados en el sector del turismo.

La estructura del Megaproyecto del clúster para la Ciudad- Región propuesta por Navarrete et ál. (2009), puede tener las siguientes plataformas:

**Plataforma de tipo tecnológico**, busca mediante TIC y negocios electrónicos que los actores del clúster mejoren la eficiencia y eficacia de los procesos. La mejora se enfoca en aspectos como servicio al cliente, manejo de inventarios, logística, trazabilidad, mercados, etc. Además, se propone crear un sitio web del MABC, que en principio ofrezca información sectorial como estadísticas, estudios de mercado, precios, oferta, demanda, tutoriales de calidad, normatividad, proyectos, información de las cadenas productivas, casos, entre otra información considerada necesaria para fortalecer el clúster. En una segunda etapa el proyecto de arquitectura de TIC busca implementar un software y hardware para estimular la formación de comunidades virtuales y la generación de negocios electrónicos de tipo B2B, B2C. La Figura No. 7 muestra el concepto un clúster virtual.

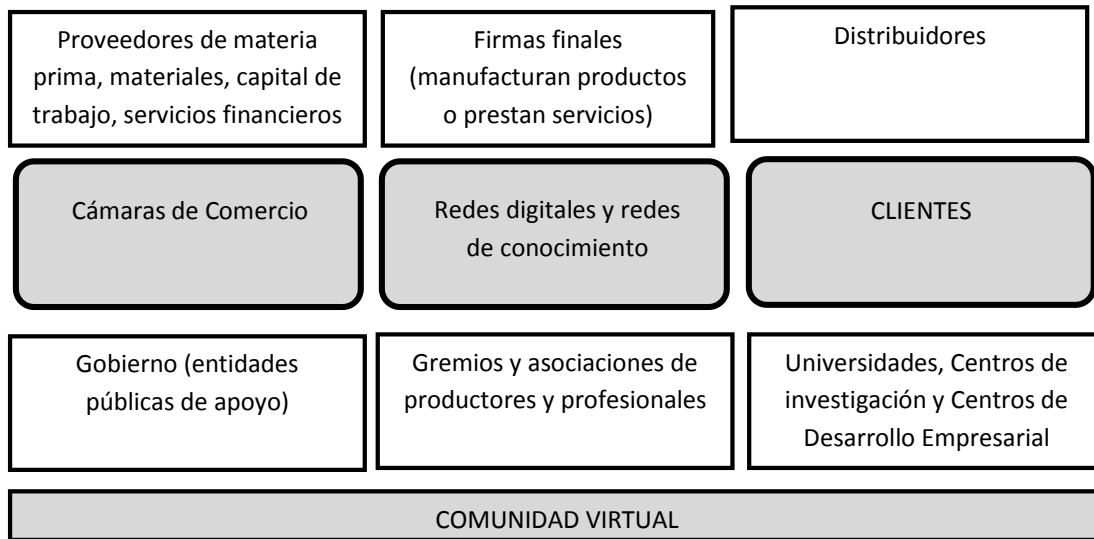


Figura No. 7. Clúster Virtual.

Fuente: Modificado a partir de Navarrete et ál. (2009, p.44).

En este orden de ideas, el clúster virtual hace que no se requiera un espacio físico donde puedan reunirse los diferentes actores. Los avances tecnológicos de las TIC y el hecho que la utilización de las mismas tiende a masificarse al convertirse en una política de Estado, hace pensar que el concepto de territorialidad de los clúster tiende a disminuir y la utilización de TIC se vuelve cada día una decisión estratégica para la competitividad de las cadenas productivas y de los clústeres.

Sin embargo, los autores argumentan que el surgimiento del clúster virtual, tiene ventajas sobre las externalidades del mismo y la cadena de valor al interior de las empresas y la esencia del agrupamiento empresarial y su desempeño en el desarrollo local y regional se fortalece. Las figuras No. 8 y No.9 esquematizan las diferencias entre la concentración geográfica y la virtualidad del espacio geográfico.

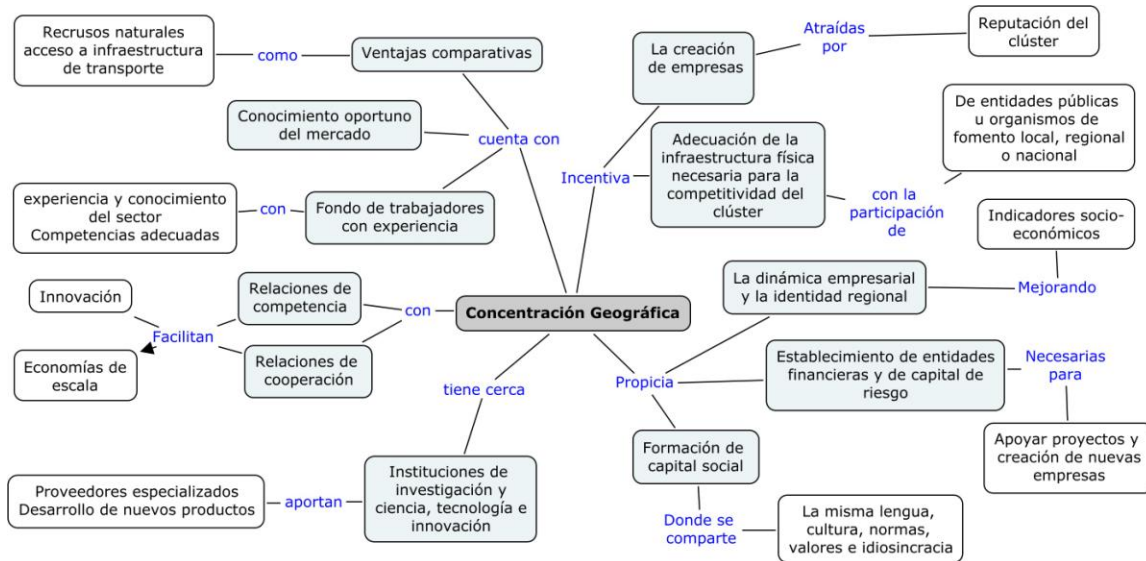


Figura No. 8. Externalidades de la concentración geográfica.  
Fuente: Modificado a partir de la gráfica propuesta por Navarrete et ál. (2009, p.45).

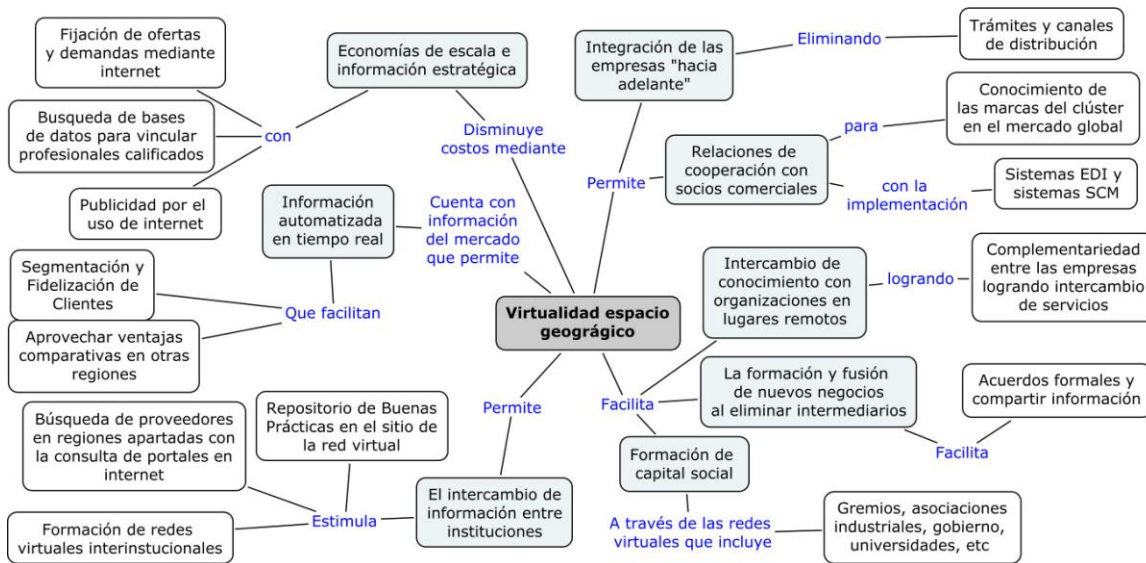


Figura No. 9. Externalidades del clúster virtual.  
Fuente: Modificado a partir de la gráfica propuesta por Navarrete et ál. (2009, p.46).

Otra de las ventajas del clúster virtual es la internacionalización de las empresas del clúster al poder acceder a mercados internacionales mediante los negocios electrónicos. Como se muestra en la Figura No. 10, los negocios electrónicos deben partir de una base de confianza entre las empresas que fomente el capital social, por ejemplo brindando información sobre ferias, ruedas de negocios, seminarios, capacitación, normas y leyes, vacantes, entre otra información de interés. Posteriormente se pueden hacer redes empresariales por internet que busquen objetivos comunes como: satisfacer determinadas demandas del mercado, desarrollo de proyectos conjuntos, contacto con clientes y proveedores, etc.

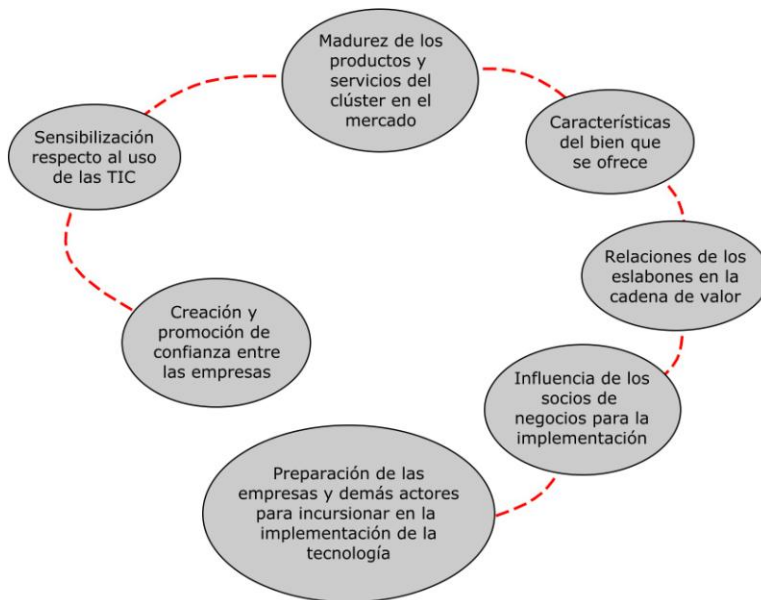


Figura No. 10. Condiciones fundamentales para la implementación de los negocios electrónicos en el clúster.  
Fuente: Navarrete et ál. (2009, p.47).

Tanto Navarrete et ál. (2009), como Muñoz (2007) coinciden en que la sensibilización en el uso de las TIC es un aspecto que puede irse extendiendo con el apoyo de las redes empresariales para que permitan al empresario evaluar las ventajas de usar el correo electrónico, participar en redes digitales, crear páginas web, utilizar videoconferencias hasta llegar a herramientas más

complejas y transacciones en línea. En estos proyectos se puede contar con la participación de la academia u otras organizaciones que apoyen a las empresas en la incorporación de las nuevas tecnologías, inclusive se puede apoyar con proyectos y convocatorias donde hay recursos de recuperación contingente, como los que se ofrecen en Colciencias (Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología Francisco José de Caldas).

Cuando se cuenta con productos reconocidos y una marca fuerte, se pueden abrir mercados en el exterior, pero si no es así las empresas pueden prestar sus servicios como maquiladoras para grandes empresas extranjeras, teniendo en cuenta que hay ventajas comparativas locales como el acceso a recursos más baratos y a mano de obra igualmente más barata.

Las características del producto facilitan el intercambio comercial en los negocios electrónicos, por ejemplo los productos intangibles (servicios), son más fáciles de comercializar que los tangibles, sin embargo, éstos últimos se comercializan con una logística acorde a los productos y que mantenga los costos competitivos en mercados extranjeros. Otro aspecto de las características del producto es la diferenciación, exclusividad o novedad.

Analizando aspectos como la “eficiencia de las relaciones entre proveedor-empresa, empresa-distribuidor y distribuidor-cliente, se puede determinar en qué partes del sistema de valor se podría hacer un uso efectivo de la implementación de negocios electrónicos”. Según los autores las empresas pueden gestionar eficientemente aspectos como el nivel de inventarios, capacidad de producción, normas de calidad, entre otros, si conocen las necesidades de los clientes (Navarrete et ál., 2009, p.48).

Podemos decir finalmente que las técnicas apoyadas en TIC para la logística, marketing, negocios electrónicos, entre otros, pueden ser utilizadas con éxito para el turismo y se basan en la cadena de valor, con el ofrecimiento de

paquetes turísticos que cubran las necesidades del turista. Por otra parte las info-comunicaciones a través de internet han cambiado drásticamente la cadena de valor y ha generado un cambio en la manera de gestionar las organizaciones prestadoras de servicios turísticos (muñoz, 2007).

### **2.4.3. La trascendencia de las TIC en el sector del turismo.**

La evolución en los últimos 20 años, en cuanto a la comunicación en el sector del turismo, ha sido dramática y muchas empresas prestadoras de servicios han tenido que evolucionar o desaparecer. Esto también ha impactado en la forma tradicional de concebir la formación del talento humano y de la nueva oferta educativa por parte de las instituciones educativas.

En la década de los años 80, se utilizaban como medios para la comunicación con el cliente, el correo postal, los telegramas, el teléfono y las oficinas físicas para la promoción, publicidad, comercialización y contratación de servicios turísticos. Pronto los medios de comunicación como la televisión y los videos empezaron a ser otra alternativa para la oferta de servicios turísticos. Pero es la entrada de la internet y su constante evolución lo que ha permitido cambiar completamente la forma de ofertar los productos turísticos con la ventaja de tener doble vía de comunicación entre operador- turista. Esta interactividad es aún más fluida con las redes sociales. “Los satélites para su uso comercial, podríamos decir que han traído la edad de oro de las comunicaciones, pues gracias a éstos, los reportajes turísticos ya son ofrecidos de forma habitual por las televisiones, e incluso, hay canales temáticos dedicados en exclusiva a destinos para viajeros, y todos ellos se pueden ver prácticamente desde cualquier parte del mundo, además, se han creado reportajes multimedia que pueden ser visionados en ordenadores vía Internet, y, en fin, un sinnúmero de ventajas se han obtenido” (Vizcaíno, 2010).



Como lo afirma el documento de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo, “los países en desarrollo son importantes destinos turísticos; sin embargo, una gran proporción de las ganancias del turismo sale de las naciones más pobres del mundo y revierte a grandes empresas de viajes, cadenas hoteleras y proveedores de reservas y transportes de los países desarrollados (...). Internet brinda una oportunidad para cambiar esta pauta ya que los proveedores turísticos (...) pueden acceder directamente a los clientes” (UNCTAD, 2011, p.1).

De la misma manera, en UNCTAD (2001), se informa que dentro de los países menos desarrollados (PMD), hay 24 que han empezado a desarrollar estrategias de turismo electrónico, pero en los sitios web no se muestran adecuadamente los productos y no se pueden hacer reservas y pagar por internet.

Ahora ha surgido la necesidad de investigar más profundamente, aspectos de calidad y efectividad de los sitios web y las redes sociales utilizadas para el marketing turístico y como plataforma tecnológica para la definición del negocio, considerando que el turismo, involucra otros subsectores que se relacionan con la prestación de servicios turísticos, lo cual lo pone en ventaja sobre otros sectores de la economía por su potencial para generar la cohesión social, especialmente mediante el turismo comunitario con el uso de TIC. La Figura No. 11 muestra la relación entre subsectores asociados a la actividad turística:

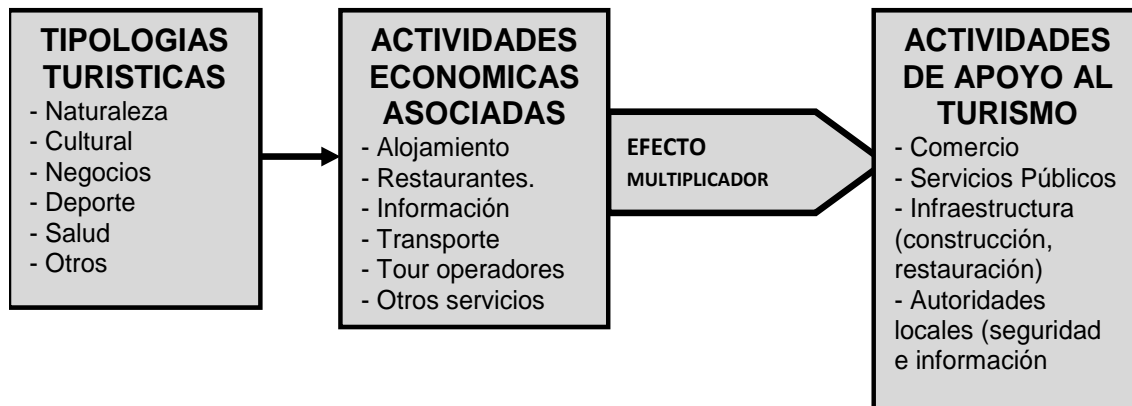


Figura No. 11. Relación entre subsectores asociados a la actividad turística.  
Fuente: Elaborado a partir de Ramos y Gómez (2010, p.2).

El turismo por sus características es un sector intensivo en información y con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), ha cambiado en la forma de relacionarse con los clientes (turistas o visitantes) y entre los actores de la cadena turística provocando cambios profundos en la gestión e infraestructura de las empresas. Esto ha generado un notable mejoramiento de la capacidad productiva y competitiva de las empresas que han sabido aprovechar estos avances tecnológicos, y la desaparición de aquellas que no los han adoptado. Algunos de los efectos de la incorporación de las TIC son:

- Mejoramiento en la gestión empresarial (grande o pequeña).  
Cambios en los modelos organizativos.
- Facilidad para articular la cadena turística.
- Internacionalización de las empresas.
- Fomenta la cualificación del personal.
- Fomenta los procesos de innovación y desarrollo.
- Facilita el emprendimiento y creación de nuevas empresas.
- Facilita el mercadeo y promoción de los productos turísticos.
- Hay un contacto directo con los clientes (turistas) u otros proveedores de la cadena turística, mejorando el valor agregado de los productos

y servicios y como consecuencia, la satisfacción del cliente (Ramos y Gómez, 2010).

#### 2.4.3.1. El papel de las redes sociales en el turismo.

Con el uso de las redes sociales, ahora surge un nuevo perfil de turista, EL VIAJERO SOCIAL, quien utiliza las redes sociales para informarse, planear y realizar el viaje. Felipe Romero (CEO de The Cocktail Analysis), afirma refiriéndose al nuevo viajero social que “las necesidades básicas de este consumidor son el deseo de individualización y la puesta en común de esas experiencias con otros viajeros como él”. Referenciado por Jiménez (2011, p.9).

De hecho, hay que tener en cuenta que el “producto principal de la industria turística no son los monumentos, ni las ciudades, son las emociones de las personas, aquello que le hace estremecerse ante una puesta de sol”. Es decir, que aspectos como el precio o la demanda, han sido sustituidos por aspectos como “la comunicación, interactividad, diálogo, emociones, experiencias o inspiración “Jiménez (2011, p. 10).

En este nuevo orden, las intermediaciones están siendo sustituidas y ahora los viajeros sociales buscan alternativas del sector de viajes como compañías de “low cost”, por ejemplo, entre otras alternativas que individualicen su experiencia, por lo tanto el modelo de negocio de muchas agencias de viaje, tour operadores y diseñadores de planes turísticos para un grupo de viajeros tiende a desaparecer. Según el autor para “el 2025 la llamada generación nativa de internet habrá consolidado su supremacía sobre los no tecnológicos”, con nuevos valores y hábitos de consumo, consolidando otra forma de realizar los viajes turísticos Jiménez (2011, p. 10).

Además, hay que considerar aspectos como:

- Tipología de viajeros en el siglo XXI.

- Motivaciones del viaje.
- Cómo las empresas adaptan su marketing y su forma de relacionarse con los viajeros. ¿Cómo está reaccionando la industria de turismo?
- Cómo ha influido Internet en el modo de hacer los viajes. Qué motiva al viajero a compartir la información y cómo puede influir en la decisión de viajar de los seguidores por las redes sociales.
- Qué papel desempeña el celular o móvil, como nuevo canal de comunicación, en los hábitos de consumo en la “Nueva era social de los viajes”.
- El marketing experiencial, nueva forma de promocionar el turismo social.
- Los nuevos medios para difundir los contenidos turísticos. Por ejemplo, la evolución de los contenidos hacia los soportes móviles tipo tablets, etc. Estos incluyen nuevos formatos como blogs, podcast o vídeos online. El reto aquí, es cómo mantenerlos actualizados y atractivos para el público social.
- Cómo se crea una nueva imagen del destino que se sea atractiva para los turistas sociales.
- El objetivo de los destinos no debe ser solamente encontrar a los viajeros en los canales, sino interactuar con ellos para personalizar los servicios, es decir llevar la oferta del destino a las conversaciones de blogueros, redes sociales, etc. Entonces ¿qué nuevos aspectos y recursos debe tener la cadena turística del destino? (Ramos y Gómez, 2010, p.5).

Autores como: Alvarado (2013); Jiménez (2011) y Formanchuk (2010) consideran que la evolución de la multimedia en internet es la mayor fuente inspiradora para motivar a un viaje. Un vídeo, una foto, una presentación valen más que mil palabras<sup>106</sup>. También hay que considerar que a las personas por naturaleza les gusta recomendar a otros sobre sus vivencias positivas y que a su vez, les gusta escuchar las experiencias de otros. Antes de la tecnología estos encuentros se realizaban entre amigos sentados en un bar; ahora la gente disfruta lo mismo o más haciéndolo por internet; pero con una gran diferencia, antes se hacía entre 5 o 10 amigos cuando mucho, ahora la influencia sobre las personas es masiva a través de las redes sociales. También es cierto, que el

---

<sup>106</sup> El fundador de Vostok, Javier Cañada (referenciado por Jiménez, 2011, p.16), refiriéndose a la inspiración dice: “qué mejor forma de hacerlo que a través de fotos o vídeos que cuentan nuestra propia experiencia. No hay mejores maneras para reflejar ese momento y transmitir a otro viajero esa vivencia real para que oro sienta los que tú has vivido”.

nivel de confianza se va afianzando con el tiempo y ahora se habla de *reputación social*.

Este nuevo perfil del viajero social, puede ser una invaluable oportunidad para impulsar el turismo del interior o turismo doméstico, ya que en la mayoría de los casos, solo se requiere un tiquete de autobús para en los fines de semana y los tiempos de ocio, conocer la oferta turística local promovida en el grupo social.

En cuanto al impacto del turismo social en las empresas colombianas, aún no hay suficientes investigaciones por lo reciente del fenómeno. Pero hay un interés creciente para realizar estudios sobre esta nueva tendencia. Por ejemplo, la Universidad Autónoma de Colombia, ha financiado un proyecto de investigación presentado por el Grupo Calidad y que se desarrollará durante 2013. El proyecto tiene como título: “Utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el sector turístico colombiano”<sup>107</sup>.

## **2.5. EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE**

### **2.5.1. Antecedentes.**

El turismo a nivel mundial<sup>108</sup> debe ser una actividad económica que se desenvuelva en una economía de mercado y libertad de comercio, que le

---

<sup>107</sup> Proyecto desarrollado dentro del Grupo Calidad, investigadora principal Alba Ligia López Rodríguez, co-investigador Oscar René Mesa Martínez y el Semillero de investigación IE & TIC (INNOVACION EMPRESARIAL & TIC) de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Autónoma de Colombia.

<sup>108</sup> Según el DANE (2007, pp. 15-16), el “turismo” comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad no remunerada en el lugar visitado y se clasifica en: a) **turismo interno**; realizado por los visitantes residentes, en el territorio económico del país de referencia, b) **turismo receptor**; realizado por los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia, c) **turismo emisor**; es el turismo de los visitantes residentes,

permita a la empresa privada optimizar sus beneficios para crear empleo de calidad, pero que acoja buenas prácticas operativas para garantizar el turismo sostenible, es decir, velar por la conservación y protección de la ecología, el medio ambiente y las identidades sociales y culturales.

En este contexto el Código Ético Mundial para el Turismo, considera todos los agentes del desarrollo turístico como son: las administraciones nacionales, regionales y locales; las empresas prestadoras de servicios turísticos; las asociaciones de profesionales; trabajadores del sector; organizaciones no gubernamentales; comunidades receptoras; medios de comunicación y los propios turistas. Asimismo, las relaciones entre países emisores y receptores y sus respectivos sectores turísticos deben ajustar sus conductas para propender por el desarrollo del Turismo Sostenible, proclamando:

- El derecho al turismo y a la libertad de desplazamiento turístico.
- La voluntad de promover un turismo equitativo, responsable y sostenible, que beneficie a todos los sectores sociales y en un entorno de economía internacional libre y abierta.
- Promover las relaciones de entendimiento y respeto entre los hombres y las sociedades (OMT, 2011, p.2-3).

Como fenómeno socio- económico, el turismo es cada vez más estratégico para muchos países, debido a sus características y crecimiento sostenido<sup>109</sup>. Según la OMT (Organización Mundial del Turismo), es una actividad que contribuye con

---

fuera del territorio económico del país de referencia, d) **turismo interior**; es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el territorio económico del país de referencia y e) **turismo Nacional**; realizado por los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país de referencia.

<sup>109</sup> “**Tendencia a largo plazo:** a) durante las últimas seis décadas el turismo ha experimentado una permanente expansión y diversificación, llegando a ser uno de los sectores económicos más importantes y de mayor crecimiento a escala mundial. Han surgido muchos nuevos destinos al lado de los destinos tradicionales de Europa y América del Norte; b) a pesar de perturbaciones ocasionales, las llegadas de turistas internacionales han mostrado un crecimiento casi sin interrupciones – desde 25 millones en 1950, a 277 millones en 1980, 435 millones en 1990 y 675 millones en 2000, hasta los actuales 940 millones, c) puesto que el crecimiento ha sido particularmente rápido en las regiones emergentes del mundo, ha aumentado sin cesar el porcentaje de llegadas de turistas internacionales en los países emergentes y en desarrollo, del 31% en 1990 al 47% en 2010” (OMT, 2011, p. 2).

el 5 y 10% del PIB nacional en países desarrollados y para algunos estados insulares del Caribe, Mediterráneo, Pacífico y Océano Índico, representa entre el 20 y 25% del PIB (Palafox, 2005).

En Colombia es considerado como un sector estratégico y aparece en las políticas públicas, representando un renglón prioritario dentro de la agenda de desarrollo del Gobierno actual como “*una poderosa herramienta de transformación social*”, como lo concluye el “Estudio de Competitividad del Sector Turismo” donde se afirma que el turismo podía ser para el país, dadas sus potencialidades y ventajas comparativas, una fuente de negocios e inversión tan buena como el petróleo y sus derivados pero ampliamente mejor en cuanto al reparto de sus beneficios, su efecto dinamizador sobre el resto de la economía y caracterizado por la generación de riqueza, base fundamental para mejorar la equidad social y la seguridad de los ciudadanos y la competitividad de las regiones (CCB<sup>110</sup>, 1, 2003; DPN, 2005; MCIT, 2003 y MCIT, 2008).

Como efecto del crecimiento del comercio internacional, se pueden identificar en la actualidad, dos tendencias predominantes en la economía mundial: la globalización y la regionalización. En este contexto resulta un imperativo crear ventajas competitivas en las regiones, por ser los núcleos de desarrollo a nivel nacional, mejorando el nivel de vida de sus habitantes mediante la transformación hacia una sociedad del conocimiento y la innovación que permitan crear valor y promover el desarrollo sostenible, además de promover la asociación y unidad empresarial mediante cadenas productivas y clústeres y por otro lado, la flexibilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) responde a la característica de la economía global, cuya tendencia es operar en redes que van desde lo local hasta lo nacional y mundial.

---

<sup>110</sup> CCB: Cámara de Comercio de Bogotá

Con el propósito de completar el estado del arte de la presente investigación, en este apartado se presentan cifras y comentarios sobre el comportamiento del turismo como sector económico, en el ámbito mundial y en Colombia.

### **2.5.2. Comportamiento del turismo a nivel mundial.**

Como lo afirma la OMT (2011), el *turismo moderno* es un factor clave en el desarrollo económico y generación de empleo, debido al creciente número de destinos turísticos que ofrecen variedad de atractivos, estimulando la creación de empresas.

El *turismo receptor* ha desarrollado altos estándares de calidad de servicio comercial internacional, ubicándolo como una de las actividades que más generan ingresos a nivel mundial. Por poner un ejemplo, en Estados Unidos el turismo receptor, incluido el transporte de pasajeros, superó en 2010 el billón de dólares (cerca de 3.000 millones de dólares diarios).

Acerca de la exportación mundial de servicios, se estima que en 2011 el turismo se ubica en el 30% en cuanto a servicios comerciales y el 6% de las exportaciones globales de bienes y servicios. Además el sector se ubica en cuarto lugar en la escala mundial de exportaciones después los combustibles, los productos químicos y los de automoción.

Por otro lado, en 2008 la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, recomendó el Marco Metodológico para diseñar la *Cuenta Satélite de Turismo (CST)*, con el fin de unificar los indicadores globales del turismo y poder establecer medidas internacionales del impacto a nivel mundial. Así con la información que se posee- aunque todavía está en construcción-, la OMT puede estimar que a nivel global el turismo contribuye en un 5% del PIB, en un 6% en la generación de empleo y en un 7% de los puestos de trabajo.



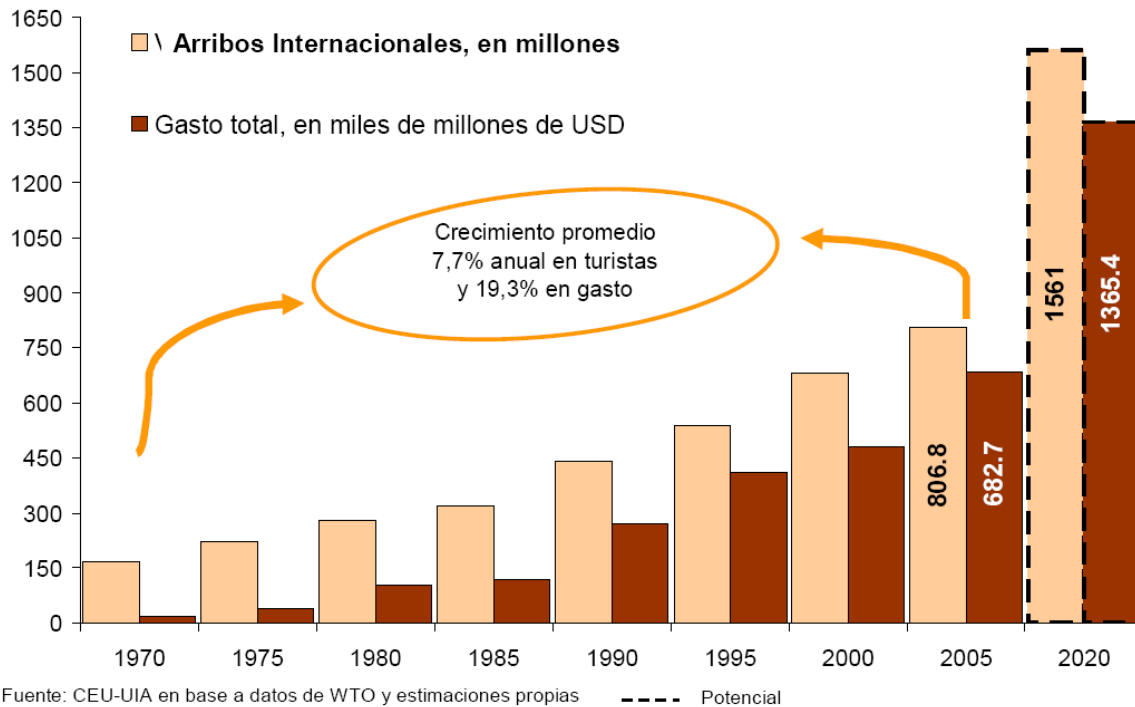
Para los países que más han desarrollado el sector del turismo, la contribución en el PIB, puede superar el 10%<sup>111</sup> y se considera que “la importancia del turismo tiende a ser todavía mayor para pequeños países en desarrollo o para determinados destinos regionales y locales en los que el turismo es un sector económico fundamental” (OMT, 2011, p. 2).

Otros estudios y análisis muestran el siguiente comportamiento, según lo expuesto en las memorias de UIA (junio de 2007, p. 4): desde 1970 hasta 2005, las llegadas internacionales crecieron en promedio un 7,7%; el porcentaje de bienes y servicios consumidos por los turistas ha aumentado dentro de los exportados de un 39.9% en 1990 a 50,6% en 2004 y la tendencia sigue en aumento y el gasto total asociado al turismo creció en un 19,3%. Así las proyecciones para el 2020 se muestran en la siguiente gráfica (Gráfica No. 1):

---

<sup>111</sup> Como lo afirma De Andrés (2008), en países como España el turismo es una fuente significativa de ingresos, analizando cifras como: aporta el 11% del PIB y emplea a 2.3 millones de personas equivalente al 12% de la población activa del país. El autor considera que las modalidades de turismo como cultural y sol y playa, es un subsector maduro, mientras que el turismo de negocios y congresos; el de deporte, está en un proceso intermedio y el turismo de naturaleza o rural, es un turismo que está en pleno desarrollo, razón por la cual es necesario que éste último sea planificado adecuadamente, ya que el impacto sobre el medio ambiente puede ser muy severo, teniendo en cuenta que en España, este subsector ha tenido un crecimiento del 63% en los últimos años.

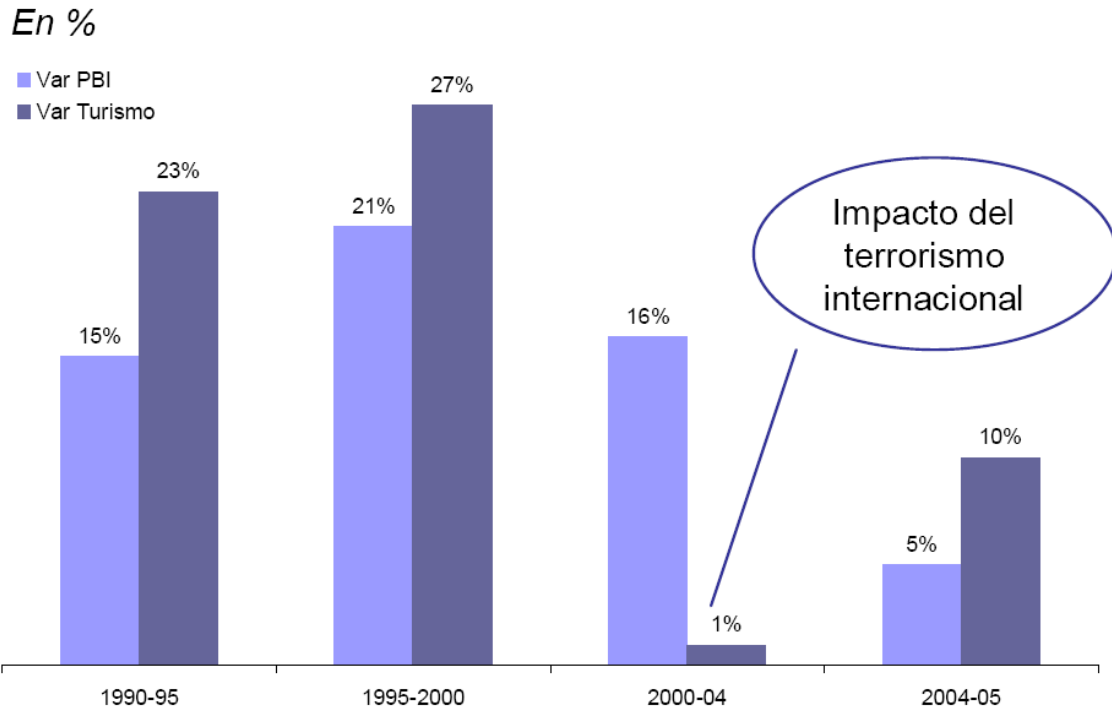
En Millones de personas y Miles de millones de USD -1970 -2020



Gráfica No. 1. Arribo y gasto en turismo en el mundo.  
Fuente: UIA (junio de 2007, p. 4).

Se manifiesta además entre las tendencias, que los viajes largos crecerán a mayor escala que los interregionales, debido al auge de los medios de transporte; que las estrategias de marketing y las promociones estimularán los viajes internacionales, apoyados por el crecimiento de internet y la eficiencia de la comunicación en las redes sociales.

En cuanto al crecimiento del turismo y del PIB mundial, la Gráfica No. 2, muestra el crecimiento la relación de crecimiento superior del turismo desde la década de los años 90 hasta 2005, exceptuando el 2001 por el atentado terrorista del 11 de septiembre en los Estados Unidos, dejando ver la vulnerabilidad del turismo internacional al turismo y también su rápida recuperación.



Gráfica No. 2. Crecimiento del turismo y del PIB mundial.  
Fuente: UIA (junio de 2007, p. 5).

Frente al comportamiento del turismo en 2010, la OMT (2011) afirma que el sector a nivel mundial ha presentado una recuperación inesperada frente al impacto de la crisis económica de 2008 y 2009<sup>112</sup>. Así, las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial en 2010 aumentaron un 6,6% respecto a 2009, ascendiendo a 940 millones en 2010.

También concluye que la mayoría de los turistas internacionales viajan por vía aérea (51%), seguido de viajes por carretera (41%), por vía navegable el 6 y sólo el 2% lo hace por vías férreas. Otro dato sobresaliente es el motivo del

<sup>112</sup> Contrario a lo observado por Velásquez Et. al (2005) en otros eventos, donde se evidencian los efectos negativos de los mercados emisores de turismo internacional a nivel mundial, frente a eventos como el 11 de septiembre, la desaceleración económica, los brotes de epidemias, entre otros factores. El sector más perjudicado con los acontecimientos del 11 de septiembre fue el del transporte aéreo que llevó a la quiebra a varias compañías constituyéndose en un factor de mayor atención por parte de la OMT.

viaje, en el cual predomina el ocio, recreo y vacaciones (51%), seguido de viajes por salud, religión y otros (27%), en menor proporción los negocios y viajes profesionales con un 15% y por motivos no especificados el 7% (OMT, 2011).

Las tablas No. 5 y No. 6, relacionadas a continuación, muestran las llegadas de turistas internacionales y los ingresos en los países con las 10 posiciones más altas.

<b>Llegada de turistas internacionales</b>						
Rango	Series	Millones		Variación (%)		
		2009	2010*	09/08	10*/09	
1	Francia	TF	76,8	76,8	-3,0	0,0
2	Estados Unidos	TF	55,0	59,7	-5,1	8,7
3	China	TF	50,9	55,7	-4,1	9,4
4	España	TF	52,2	52,7	-8,8	1,0
5	Italia	TF	43,2	43,6	1,2	0,9
6	Reino Unido	TF	28,2	28,1	-6,4	-0,2
7	Turquía	TF	25,5	27,0	2,0	5,9
8	Alemania	TCF	24,2	26,9	-2,7	10,9
9	Malasia	TF	23,6	24,6	7,2	3,9
10	México	TF	21,5	22,4	-5,2	4,4

(\$) = porcentaje derivado de las series en dólares de los Estados Unidos en lugar de en moneda local.

Tabla No. 5. Llegadas de turistas internacionales.

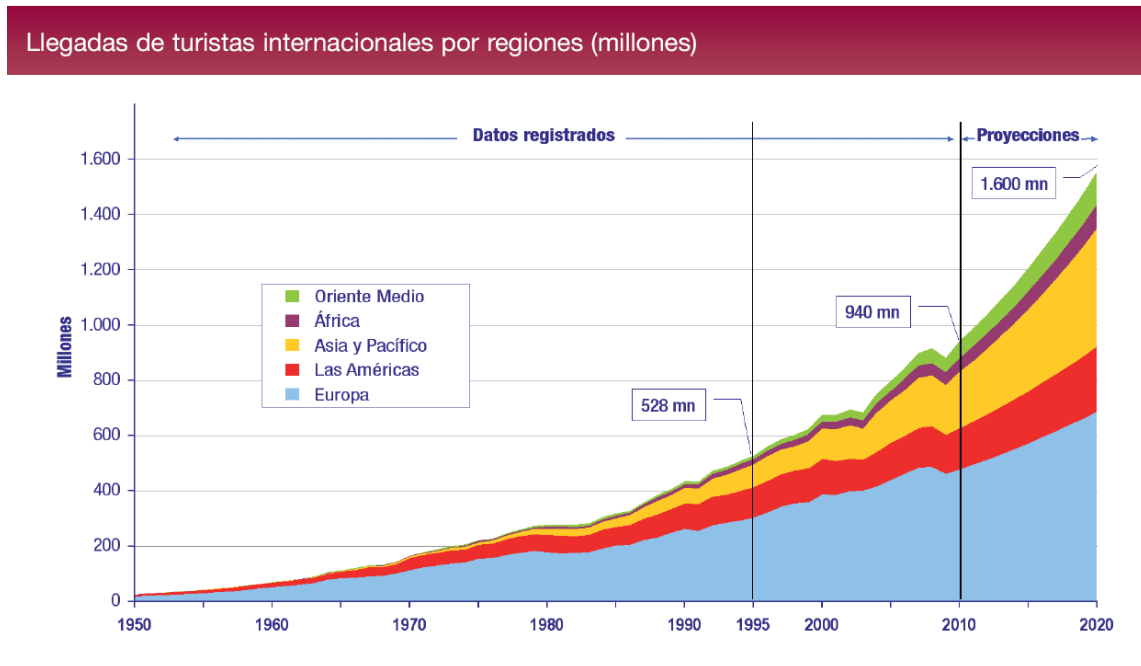
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT, 2011, p.6).

<b>Ingreso por turismo internacional</b>							
Rango	\$ EE.UU				Monedas locales		
	Miles de millones		Variación (%)		Variación (%)		
	2009	2010*	09/08	10*/09	09/08	10*/09	
1	Estados Unidos	94,2	103,5	-14,7	9,9	-14,7	9,9
2	España	53,2	52,5	-13,7	-1,2	-9,0	3,9
3	Francia	49,4	46,3	-12,7	-6,2	-7,9	-1,3
4	China	39,7	45,8	-2,9	15,5	-2,9 (\$)	15,5 (\$)
5	Italia	40,2	38,8	-12,0	-3,6	-7,2	1,4
6	Alemania	34,6	34,7	-13,2	0,1	-8,5	5,3
7	Reino Unido	30,1	30,4	-16,3	0,8	-1,3	1,7
8	Australia	25,4	30,1	2,5	18,6	10,3	0,8
9	Hong Kong (China)	16,4	23,0	7,5	39,5	7,0	39,8
10	Turquía	21,3	20,8	-3,2	-2,1	-3,2 (\$)	-2,1 (\$)

Tabla No. 6. Ingresos por turismo internacional.

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT, 2011, p.6).

El Panorama 2020 en turismo es un estudio a largo plazo preparado por la OMT y que muestra las proyecciones para 25 años, tomando como referencia 1995. Estas proyecciones se pueden apreciar en la Gráfica No. 3 a continuación:



Gráfica No. 3. Llegadas de turistas internacionales por regiones.  
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT, 2011, p.11).

### 2.5.3. Comportamiento del turismo en Colombia.

#### 2.5.3.1. Prueba piloto para la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo (CST) en Colombia.

A continuación se hace una breve descripción de los fundamentos para el diseño de los instrumentos de medición que alimentan los datos de la CST y los cuáles han servido de base para el desarrollo de las estadísticas presentadas en este acápite.

Basada en las recomendaciones del marco conceptual de la Comisión de Estadística de Naciones Unidas, la OCDE<sup>113</sup> y la OMT<sup>114</sup>, se elabora la prueba piloto para la creación de la CST en Colombia con la participación del MCIT<sup>115</sup>, Banco de la República, Fondo de Promoción Turística, DAS<sup>116</sup>, COTELCO<sup>117</sup>, ACODRES<sup>118</sup>, ANATO<sup>119</sup>, DANE<sup>120</sup> y la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia.

Inicialmente los esfuerzos se centran en la construcción del Sistema de Estadísticas de Turismo (SET), que consiste en levantar la información estadística que cobije todos los aspectos del turismo recomendados por la oficina de estadística de la OMT, la cual se articula con el Sistema de Cuentas Nacionales. En este sentido se han retomado estadísticas ya existentes desde el año 2000, en cuanto a viajeros internacionales en los aeropuertos y desde el 2003 se hace una encuesta de turismo a los hogares (DANE, 2007).

El objetivo principal de la CST es obtener la caracterización del sector turístico en Colombia, mediante mediciones completas, comparables y fiables internacionalmente, que permita constituirse un una herramienta para formulación de políticas y la toma de decisiones. La CST, proporcionará agregados macroeconómicos para evaluar el impacto del turismo en la economía nacional (Valor agregado turístico y PIB turístico); consumo del visitante y su nivel de satisfacción; producción de las industrias turísticas y su relación con otras actividades económicas del país; información básica para el desarrollo de modelos turísticos de impacto económico, entre otros.

Las estadísticas básicas con que cuenta el país para evaluar el sector, son:

---

<sup>113</sup> OCDE: Organización de Cooperación y Desarrollo Económico.

<sup>114</sup> OMT: Organización Mundial del Turismo.

<sup>115</sup> MCIT: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Colombia).

<sup>116</sup> DAS: Departamento Administrativo de Seguridad (Colombia).

<sup>117</sup> COTELCO: Asociación Hotelera de Colombia.

<sup>118</sup> ACODRES: Asociación Colombiana de Restaurantes.

<sup>119</sup> ANATO: Asociación Colombiana de Agencias de Viaje.

<sup>120</sup> DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

## **Estadísticas de oferta**

- **Operación hotelera en el país.** Para estimar semestralmente la ocupación hotelera de los establecimientos agremiados en COTELCO (universo de referencia de 398 hoteles y muestra aproximada de 121 hoteles). Se evalúan características como capacidad, mercado y comercialización con las siguientes variables: “porcentaje de ocupación mensual por zonas y categoría de hotel, estadía y tarifa promedio anual por zonas y categoría, mercado y comercialización por zonas (origen del mercado, segmento del mercado, gestión de reservas, medios de pago y estructura de ventas por departamento, zona y categoría” (DANE, 2007, p.5).
- **Encuesta anual de servicios.** Estudio estructural de las empresas (naturaleza jurídica, estructura, medios y materiales para el desarrollo de sus actividades) que prestan servicios de alojamiento, restaurantes, agencias de viaje y otros servicios (realizada por el DANE a una muestra de 702 hoteles, 1423 restaurantes y 143 agencias de viaje en Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y distritos turísticos- Santa Marta, Cartagena y San Andrés). Las variables de referencia son: “producción, consumo intermedio, valor agregado, remuneración e inversión, generando un conocimiento del comportamiento económico de las actividades estudiadas” (DANE, 2007, p.6).
- **Registro Nacional del Turismo (RNT).** Inscripción ante el MCIT (universo de referencia 3200 establecimientos, censo 100%), permite estudiar las características básicas, técnicas y operativas (desglose de ingresos, gastos y balance general) de los establecimientos inscritos (hoteles, agencias de viaje, restaurantes, guías turísticos, alquiler de vehículos y otros prestadores de servicios. Las variables estudiadas son: “ingresos, gastos, activos, pasivos y empleo” (DANE, 2007, p.7).

## **Estadísticas de Demanda**

- **Encuesta de viajeros internacionales.** Encuesta de carácter continuo de viajeros por vía aérea a aproximadamente 1.200.000 viajeros al año (se diligencia durante el vuelo). Permite evaluar el flujo y gasto de los visitantes del país y de los residentes nacionales en el exterior. Esta encuesta se realizó desde abril de 1999 hasta febrero de 2001. Las variables de referencia fueron: gasto en dólares, días de permanencia, ocupación, motivo del viaje, lugar de residencia, tipo de alojamiento y gastos efectuados (DANE, 2007, p.8).
  
- **Encuesta en fronteras.** El Banco de la República realiza 4 encuestas anuales (cada trimestre con aproximadamente 40.000 encuestas) para indagar sobre el flujo de personas y vehículos, los gastos por turismo emisor y receptor, en los principales puntos fronterizos con Venezuela, Ecuador, Brasil y Perú. Las variables de referencia son: “gasto, permanencia, residencia, nacionalidad y motivo del viaje” (DANE, 2007, p.8).
  
- **Encuesta de turismo en hogares** (hogares de la zona urbana del país, desagregado en 8 ciudades y resto urbano, con una muestra de aproximadamente 30.000 encuestas). Cuantifica la demanda turística interna y emisora y la estructura de gastos de los turistas residentes, en sus viajes internos y al exterior lo que proporciona información para la promoción y comercialización del turismo interno y emisor. Las variables de referencia son: “gasto en pesos y por servicios característicos, permanencia (días), motivo de viaje, destino de los viajes, tipo de alojamiento” (DANE, 2007, p.9).
  
- **Movimientos migratorios.** Registro diario realizado por el DAS, de las personas que entran y salen del país en los puestos de control migratorio.



VARIABLES DE REFERENCIA: “aerolínea, número de vuelo, número de pasajeros colombianos y extranjeros, fecha, destino y origen” (DANE, 2007, p.10).

### **Síntesis estadística**

- **Cuentas Nacionales, base 2000.** Información de 2000 a 2005, realizadas por el DANE. Se busca obtener información de los principales agregados económicos, tablas de origen y destino, entre otros. Las variables de referencia son: “producto interno bruto a precios básicos y precios del mercado, sus componentes a precios corrientes y constantes, deflatores implícitos, valor agregado bruto a precios básicos por ramas de actividad, remuneración de los asalariados, gasto de consumo final (de hogares, administraciones públicas e instituciones privadas sin fines de lucro), formación bruta de capital por productos, impuestos y subvenciones, cotizaciones y prestaciones sociales” (DANE, 2007, p.11).
- **Balanza de pagos.** Cálculos realizados por el Banco de la República para estimar la cuenta de viajes en la balanza de pagos en dólares (rubro Viajes de la Balanza de Pagos). Comprende los bienes y servicios que adquieren las personas cuya permanencia en el país es inferior a un año. Las variables de referencia son: “viajeros entrados y salidos de Colombia por los puntos fronterizos establecidos en la Encuesta de fronteras y estimación del gasto de los viajeros entrados y salidos de Colombia por vía aérea” (DANE, 2007, p.12).

#### 2.5.3.2. Estadísticas del turismo en Colombia.

El turismo internacional es una de las industrias más rentables de las últimas décadas y ha presentado un crecimiento sostenido a nivel mundial, pero es muy sensible a actos de terrorismo y catástrofes naturales. En Colombia se ha visto un incremento mayor que el promedio mundial, debido a la sensación de

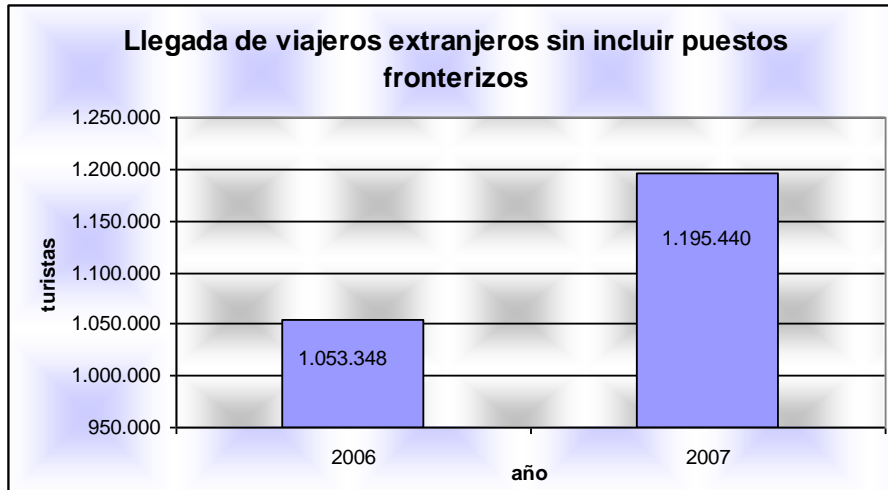
seguridad que se ha presentado en los últimos años y que había alejado a los turistas internacionales. Así, entre 2002 y 2006, la llegada de turistas internacionales se incrementó en un 12%, mientras que la media internacional según la OMT se ubicó en un 4.5%.

También el turismo interno ha aumentado significativamente, como respuesta al control positivo de las variables consideradas como críticas: seguridad, inversión e incentivos.

Las expectativas para el futuro es que el turismo colombiano llegue a tener un lugar privilegiado en la economía del país, dada su importancia como sector dinamizador para el logro de las metas económicas y sociales del Estado. Para el logro de esta meta son necesarios factores como:

- Recuperar la confianza en las instituciones.
- Reactivar el crecimiento económico.
- Lograr una percepción más positiva del país en el exterior.
- Motivar a los empresarios para que aprovechen los incentivos tributarios creados para el desarrollo de empresas turísticas.
- Aumentar la inversión extranjera. (MCIT, 2008).

Las siguientes estadísticas muestran el comportamiento del turismo en Colombia en tres escenarios: 1- entre 2006 y 2007, antes de la crisis económica; 2- entre 2008 y 2009 en plena crisis y, 3- entre 2010 y 2011, cuando se ha ido recuperando la economía a nivel mundial. Este análisis se hace para visualizar el efecto de las crisis en el sector (Ver gráficas No. 4, 5 y 6).

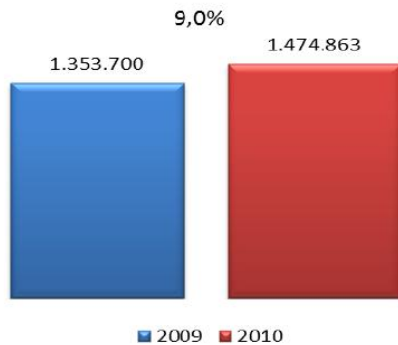


Gráfica No.4. Número de viajeros extranjeros 2006 y 2007.  
Fuente: (MCIT, 2008, p.5).



Gráfica No. 5. Número de viajeros extranjeros 2008 y 2009.  
Fuente: MCIT (2009, p. 3).

### Llegada de viajeros extranjeros Acumulado enero-diciembre (2009 – 2010)\*

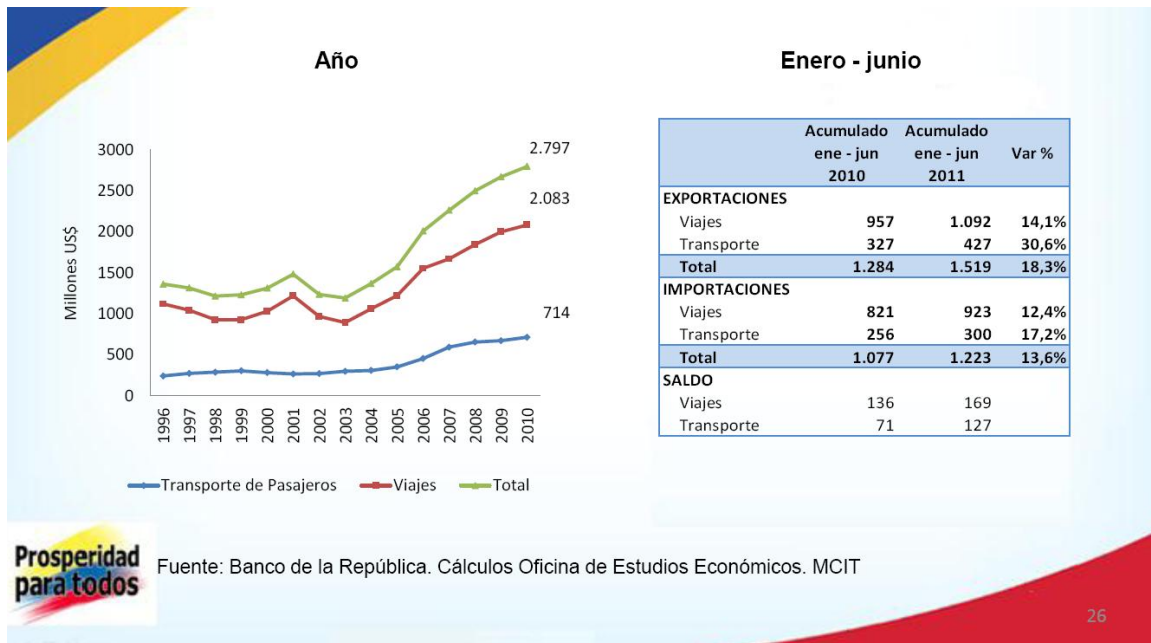


Gráfica No. 6. Número de viajeros extranjeros 2009 y 2010.  
Fuente: MCIT (2010, p. 5).

En el más reciente informe de turismo de octubre de 2011, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, muestra las siguientes cifras como datos sobresalientes del comportamiento del sector en los primeros 10 meses del año 2011: En los primeros 9 meses del año, las llegadas de pasajeros aéreos internacionales aumentó en 13.5% y los nacionales aumentaron en un 3.3%. “La ocupación hotelera en septiembre fue de 53.2% y de enero a septiembre de 51.2%” (MCIT, 2012- a, p.3).

En cuanto a la balanza de pagos, la siguiente gráfica (gráfica No. 7), muestra el comportamiento desde 1996 a 2010 de los ingresos de la “cuenta de viajes y transporte” y un cuadro de análisis de 2010 y 2011.

Igualmente, en el mismo informe se reporta que en Septiembre de 2011, se encontraban inscritos en el Registro Nacional de Turismo (RNT) 14.549 prestadores de servicios turísticos, de los cuales el 46.8% son establecimientos de alojamiento y el 19.3% son agencias de viaje. También se resalta que Bogotá es la ciudad que tiene mayor cantidad de establecimientos registrados en el RNT, con 2.925.



Gráfica No. 7. Comportamiento de la “cuenta de viajes y transporte” en la Balanza de Pagos.  
Fuente: MCIT (2012- a, p.26).

Otro documento que vale la pena mencionar es el de “Caracterización del empleo en la industria del turismo en Colombia”, elaborado por el Departamento Nacional de Planeación, donde se muestran las siguientes cifras:

“Para el 2010, de las personas ocupadas en actividades relacionadas con el turismo, 38,6% se desempeñaban en empresas dedicadas al transporte y el 31,1% en restaurantes. Las actividades de esparcimiento recogieron 22,4% de la ocupación en turismo, mientras que en actividades relacionadas con el alojamiento se encontró 6,2% de los ocupados en esta industria” (DPN, 2012).

Como se puede apreciar, el sector del turismo no se ha visto muy afectado por la crisis y se posiciona como el de mayor crecimiento en el país, convirtiéndose en el tercer sector que más aporta divisas después del petróleo y el carbón (sectores primarios). En 2012 los ingresos por concepto del turismo fueron de 3.192 millones de dólares y el Gobierno –según Proexport- prevé que la llegada

de viajeros extranjeros en 2014 será de alrededor de 4 millones, casi el doble de las llegadas en 2012.

En cuanto a inversiones, la dinámica generada por la firma de los tratados de libre comercio (TLC) con los Estados Unidos, la Unión Europea, Canadá y otros que vienen en camino, aportarán alrededor de 623.000 millones de dólares para el 2014 (Semana, 2013).

## **TERCERA PARTE. DESARROLLO METODOLOGICO – ESTUDIO DE FUENTES SECUNDARIAS Y PRIMARIAS**

### **3.1. INTRODUCCION**

En los capítulos de esta tercera parte, se hace en primera instancia una investigación de la normatividad nacional, regional (Departamento de Cundinamarca) y local (Municipio de Suesca) emitida para reglamentar el turismo. Además, se indaga sobre los logros alcanzados y la efectividad de las políticas y estrategias. En una segunda instancia, como fuentes primarias de la investigación, se hace un estudio en el municipio de Suesca Cundinamarca, que incluyen la visita de campo como reconocimiento de los principales atractivos del municipio, la entrevista con los líderes del turismo, entre ellos: Patricia Valencia (Directora del Comité Turístico de Suesca), Javier Ramírez (dueño del hotel “La Posada de la Montaña”) y Oscar Alejandro Cristancho (guía turístico y profesor de danza folclórica). También se toma una muestra representativa de los turistas en los sitios emblemáticos para contrastar los datos de los estudios preliminares realizados para formar la cadena turística del municipio.

Por otro lado, se acude a los resultados del estudio de competitividad de la cadena turística de Bogotá- Región, y los estudios realizados por la Alcaldía Mayor de Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo, la Mesa Sectorial de Turismo y Fenalco.

### 3.2 . ANÁLISIS DE POLÍTICA PÚBLICA NACIONAL, REGIONAL Y LOCAL

En la siguiente Tabla No. 7., se presenta un resumen de la legislación en materia de turismo, contemplada desde la Constitución Política de Colombia de 1991; ella es la base para promulgar la Ley General del Turismo (Ley 300 de 1996, de la cual se desprenden los Decretos Reglamentarios y de ellos, las políticas, programas, planes, entre otras normas.

Haciendo una revisión exhaustiva de los documentos, se confirma que las directrices son genéricas y algunas veces alejadas de la realidad del país y de los municipios en particular. Se entiende que los documentos se ajustan a los parámetros internacionales, pero aún falta la adecuación para ejecutar lo allí dispuesto; por lo tanto, se tienen muchas normas y pocos resultados. Esto debido también al carácter multidisciplinario del turismo que requiere políticas integrales y esfuerzos unificados para el logro de los objetivos propuestos.

NORMA	DESCRIPCION
Constitución política de Colombia de 1991	<b>En el Artículo 333.</b> El turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la ley y en sus normas reglamentarias y además, que las autoridades de turismo en los niveles nacional y territorial preservarán el mercado libre, la competencia abierta y leal, así como la libertad de empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios. <b>Numeral 8:</b> “Con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor será objeto de protección específica, por parte de las entidades públicas y privadas”.
L-300. Julio 26 de 1996  También llamada Ley General de Turismo es el punto de referencia para el desarrollo del sector en Colombia.  Modificada por la Ley 1101 de 2006 (MCIT, s.f.-a). Las modificaciones se tienen en cuenta en este	<b>TÍTULO I. DISPOSICIONES Y PRINCIPIOS GENERALES</b> - Contiene aspectos relacionados con: - Importancia de la industria turística - Principios generales de la industria turística: concertación, coordinación, descentralización, planeación, protección al ambiente, desarrollo social, libertad de empresa, protección al consumidor y fomento.  <b>TÍTULO II. DE LA DESCENTRALIZACIÓN DE FUNCIONES</b> Contiene aspectos relacionados con: - Formulación de la política y planeación del turismo. - Apoyo a la descentralización. - Armonía regional. - Convenios institucionales.  <b>TÍTULO III. PLANEACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO</b> El contenido de este título es detallado en la Figura No. 12



<p>cuadro.</p> <p>Modificada por la Ley 1558 de 2012 (MCIT, s.f.-a). Las modificaciones se tienen en cuenta en este cuadro.</p>	<p>TÍTULO IV. DEL ECOTURISMO, ETNOTURISMO, AGROTURISMO, ACUATURISMO Y TURISMO METROPOLITANO El contenido de este título es detallado en la Figura No. 13.</p> <p>TÍTULO V. DEL TURISMO DE INTERES SOCIAL Contiene aspectos relacionados con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Turismo de interés social.</li> <li>- Promoción del turismo de interés social.</li> <li>- Cofinanciación del turismo de interés social.</li> <li>- Tercera edad, pensionados y minusválidos.</li> <li>- Turismo juvenil.</li> </ul> <p>TÍTULO VI. DEL MERCADEO, LA PROMOCIÓN DEL TURISMO Y LACOOOPERACIÓN TURISTICA INTERNACIONAL. Trata temas relacionados con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Programas de promoción turística.</li> <li>- Oficinas de promoción en el exterior. Con la cooperación de Proexport a través de los Agregados Comerciales y representantes de sus oficinas en el exterior.</li> <li>- Incentivos tributarios para el fomento de la actividad turística: a) devolución del IVA<sup>121</sup>. La DIAN<sup>122</sup> devolverá a los turistas extranjeros el 50% del IVA en las compras que hagan en el territorio nacional; b) contribución parafiscal para la promoción del turismo. Estará a cargo de los establecimientos hoteleros y de hospedaje, las agencias de viaje y los restaurantes turísticos. No se puede trasladar al usuario. Base de liquidación de la contribución. 2,5 por mil de las ventas netas. Recaudado por el Fondo de Promoción Turística.</li> <li>- Creación del Fondo de promoción turística</li> </ul> <p>CAPÍTULO VII. DE LAS EMPRESAS CAPTADORAS DE AHORRO PARA VIAJES Trata sobre el funcionamiento de las empresas captadoras de ahorro para viajes y empresas de servicios turísticos prepagados.</p> <p>TÍTULO VIII. ASPECTOS OPERATIVOS DEL TURISMO El contenido de este título es detallado en la Figura No. 14</p> <p>TÍTULO IX. DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN PARTICULAR Definiciones y aspectos generales de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los establecimientos hoteleros o de hospedaje</li> <li>- Las agencias de viajes y de turismo</li> <li>- Los transportadores de pasajeros</li> <li>- Los establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares.</li> <li>- Los establecimientos de arrendamiento de vehículos.</li> <li>- Las empresas captadoras de ahorro para viajes</li> <li>- Los guías de turismo</li> <li>- Sistema de tiempo compartido</li> <li>- Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones</li> </ul>
---	--

<sup>121</sup> IVA: Impuesto sobre el Valor Agregado. Graba los productos manufacturados y es trasladado directamente al consumidor.

<sup>122</sup> DIAN: Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales. Es el organismo colombiano encargado de gestionar el recaudo de impuestos a nivel nacional y el control fiscal aduanero.

	TÍTULO X. Trata sobre disposiciones laborales transitorias.
D-502 de febrero 28 de 1997	“Por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996”
D-503 de febrero 28 de 1997	Por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Guía de Turismo de que trata el artículo 94 de la Ley 300 de 1996.
D-504 de febrero 28 de 1997	Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo de que tratan los artículos 61 y 62 de la Ley 300 de 1996.
D-505 de febrero 28 de 1997	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 300 de 1996. - CONTRIBUCIÓN PARAFISCAL PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO. - FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA.
D-1076 de abril 14 de 1997	Por el cual se reglamenta el sistema de tiempo compartido turístico.
D- 2395 de noviembre 30 de 1999	Por el cual se reglamenta la Ley 300 de 1996 en lo relacionado con la inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico.
D- 2194 de octubre 27 de 2000	Por el cual se modifica el plazo para la actualización del Registro Nacional de Turismo.
L- 679 de agosto 3 de 2001	Por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la Constitución.
D-1824 de septiembre 3 de 2001	Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
D- 2074 de Julio 25 de 2003	Por el cual se modifica el Decreto 504 de 1997.
D- 2438 de 2010	Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las agencias de viaje en la prestación de servicios turísticos.
D- 774 de 2010	Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con el derecho de retracto en la venta de tiempo compartido turístico.

Tabla No. 7. Resumen de legislación colombiana en materia de turismo.  
Fuente: Elaboración propia a partir de la legislación colombiana.

Los mapas conceptuales relacionados en el Cuadro No. 1, extractan los aspectos relevantes de la Ley 300 y son detallados en las Figuras No. 12, 13, y 14 a continuación:

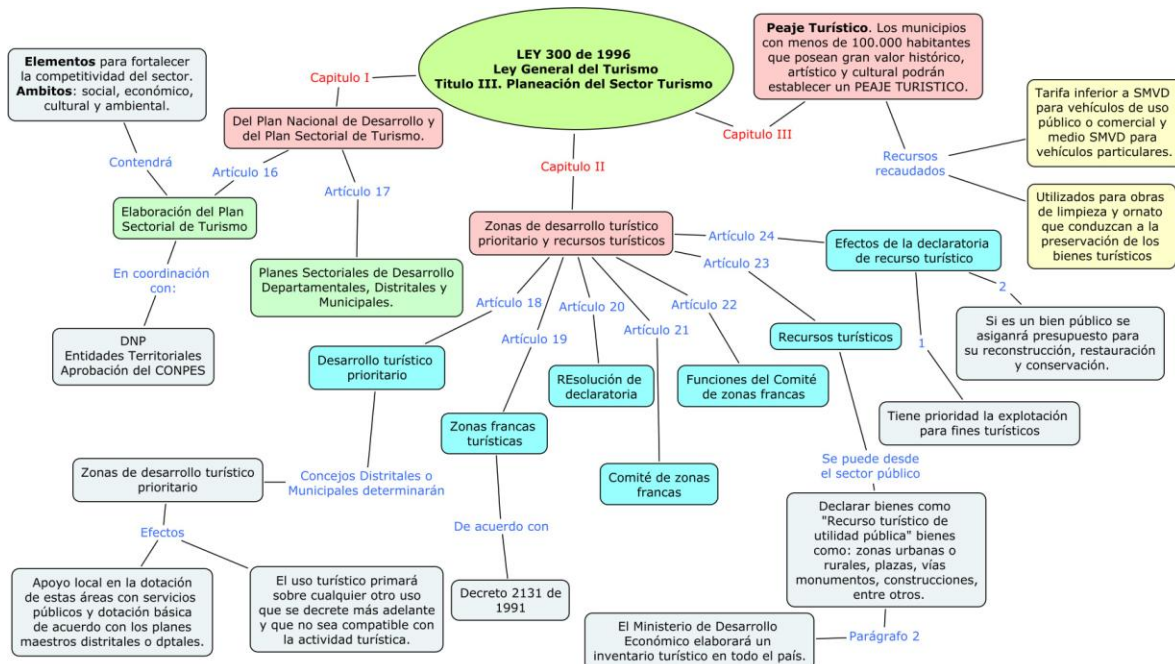


Figura No. 12. Análisis conceptual del Título III de la Ley 300 de 1996. Planeación del sector turístico.  
Fuente: Elaboración propia a partir de la Ley 300 de 1996.

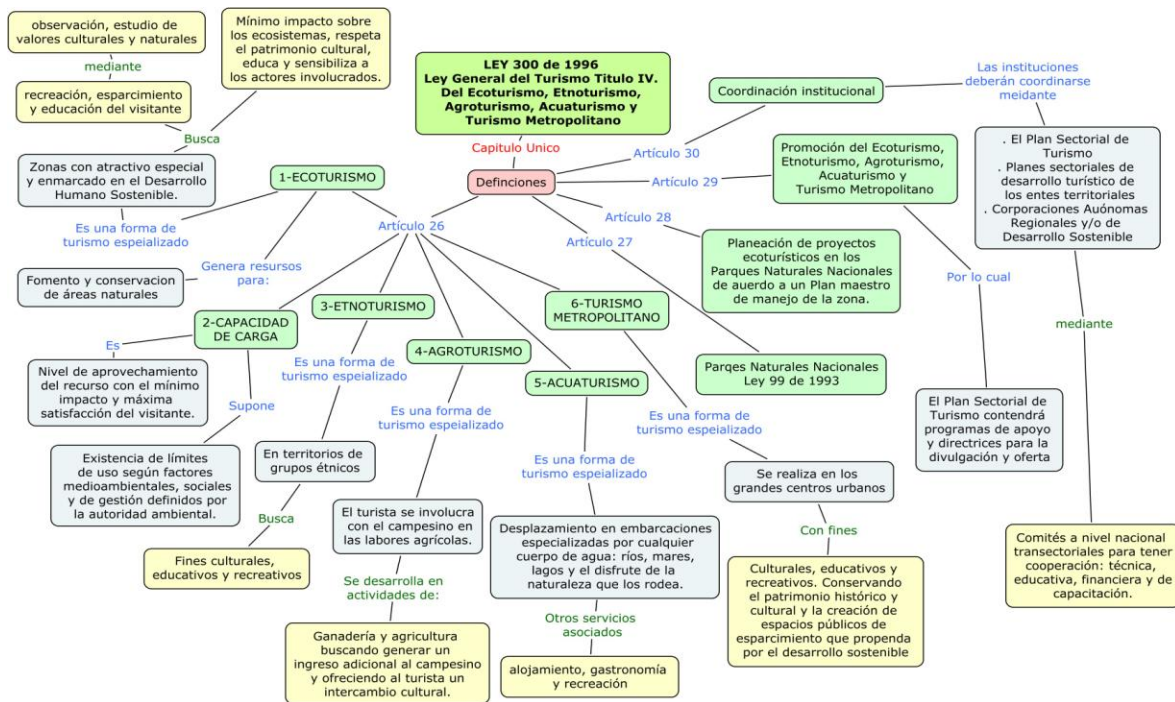


Figura No. 13. Análisis conceptual del Título IV de la Ley 300 de 1996. Ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo y turismo metropolitano.  
Fuente: Elaboración propia a partir de la Ley 300 de 1996.

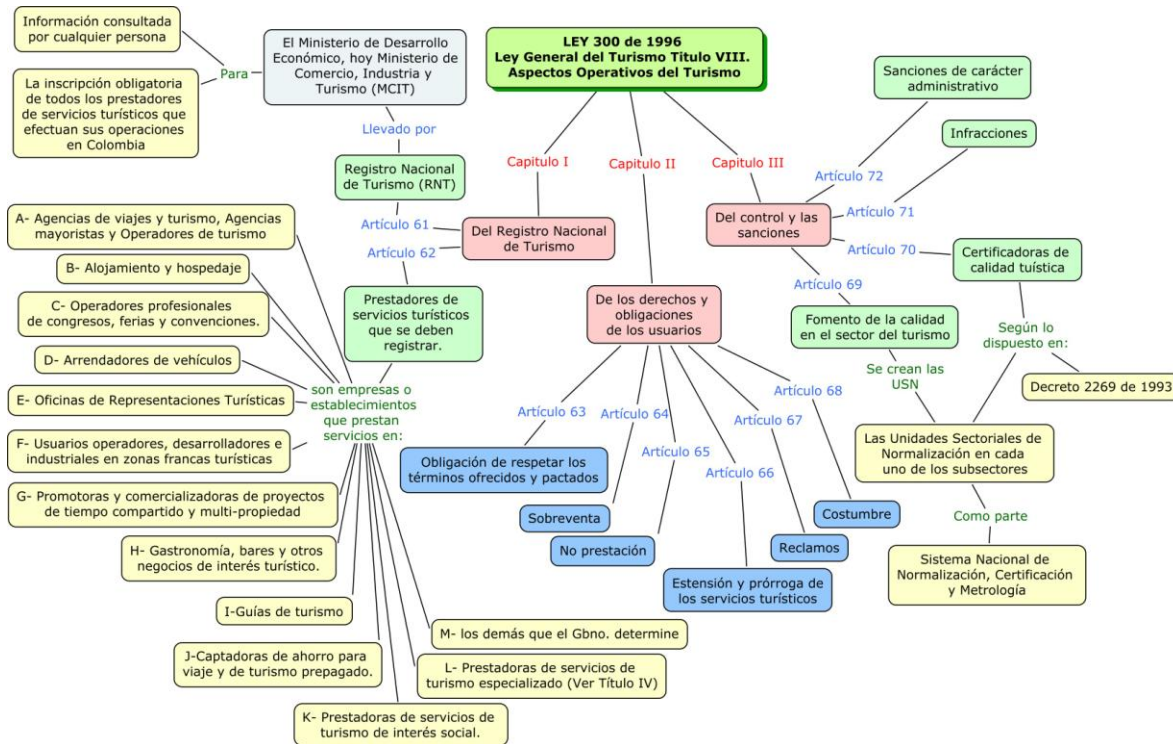


Figura No. 14. Análisis conceptual del Título VIII de la Ley 300 de 1996. Aspectos operativos del turismo.  
Fuente: Elaboración propia a partir de la Ley 300 de 1996.

### 3.2.2. Política nacional de turismo. CONPES 3397<sup>123</sup>.

El objetivo del CONPES 3397 es el *desarrollo de una política integral para el desarrollo del sector turismo*, reconociendo que el turismo puede representar un

<sup>123</sup> CONPES 3397 “Política Sectorial de Turismo”: Documento emitido por Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES) del Departamento Nacional de Planeación de la República de Colombia (DPN), en 2009 y el cual sigue vigente en 2012.

El CONPES, fue creado en 1958 por la Ley 19, como un organismo asesor del Gobierno en todo lo relacionado con el desarrollo económico y social del país; es la máxima autoridad nacional en el tema de planeación. Entre algunas de sus funciones están las de: “someter a su consideración el Plan Nacional de Desarrollo (...) y presentar para su aprobación, las políticas, estrategias, planes, programas y proyectos del Gobierno Nacional”- por cada política se emite un documento CONPES-. Los miembros que integran el CONPES, dirigido por el Presidente de la República, son permanentes con voz y voto: el Vicepresidente de la República, todos los Ministros, el Director del DNP (Departamento Nacional de Planeación) y el Directo de Colciencias; otros miembros invitados no son permanentes y pueden ser representantes de los gremios, la academia, entre otros (DPN, s.f.-a).

indicador del nivel de vida de una sociedad y una de las fuentes de ingresos más sobresalientes.

En el mismo documento se afirma que aunque Colombia posee grandes *ventajas comparativas* representadas en los majestuosos escenarios naturales, recursos culturales variados y únicos para el desarrollo del turismo, es evidente que no son suficientes, por lo tanto es necesario construir *ventajas competitivas* que permitan lograr los objetivos y visión del país respecto al turismo, por lo tanto la política turística del país se enfoca en el “fortalecimiento de la competitividad de los diversos productos y destinos turísticos nacionales” (DPN, 2005, p. 5). Asimismo, desde la Ley 300 de 1996 se proponen políticas y planes que además de llevar a la competitividad, propicien políticas claras de promoción y mercadeo a nivel nacional.

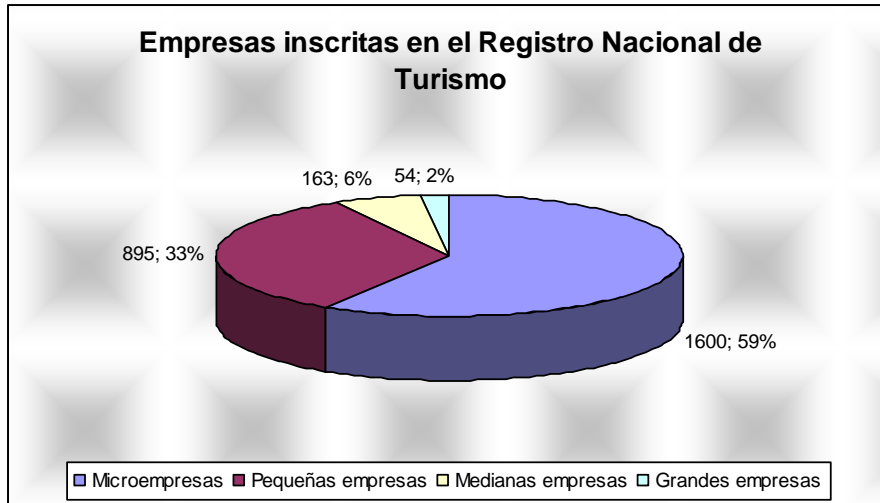
Para el caso colombiano se han adoptado estrategias para el desarrollo de ventajas competitivas que permitan posicionar la “*marca país*” y desde lo público establecer condiciones institucionales que permitan potencializar el sector, reconociendo su importancia para el desarrollo regional y local.

Otro aspecto tratado en la Política Nacional de Turismo, es “la prevalencia de las Mipymes como principales prestadoras de servicios del sector”, como realidad relevante para la industria del turismo (DPN, 2005, p. 5). Esto permite orientar acciones acertadas, para por un lado, aprovechar las ventajas económicas y sociales que se desprenden de esta actividad y por otro lado, para enfocar los esfuerzos en la creación y consolidación de Mipymes para el sector.

La Gráfica No. 8 muestra la conformación empresarial en 2003, según las empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo (RNT)<sup>124</sup>:

---

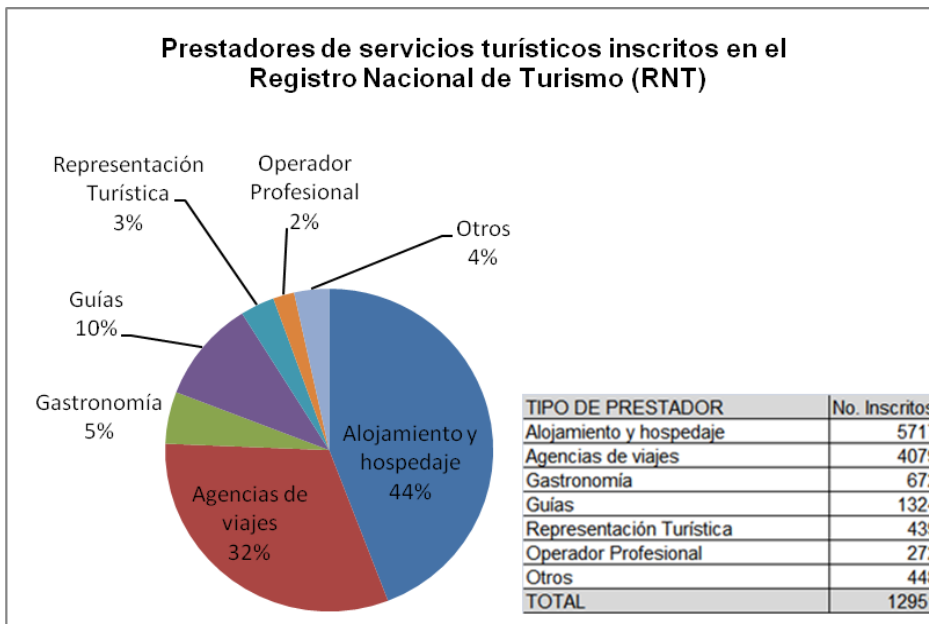
<sup>124</sup> En el Título VIII- Capítulo I, de la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo), se ordena que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, lleve el Registro Nacional de Turismo, en el cual deberán inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos. Reglamentado por los Decretos 2395 de 1999 y 2074 de 2003.



Gráfica No. 8. Número de empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo en 2003.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos contenidos en DPN (2005).

Desde el punto de vista de tipo de operadores registrados en el RNT, la siguiente Gráfica No. 9 muestra los resultados obtenidos el 15 de octubre de 2009.



Gráfica No. 9. Tipo de empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo en 2009.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos contenidos MCIT (2009-b).

### 3.2.2.1. Acciones propuestas.

Se proponen las siguientes acciones de diversas instancias del Gobierno Nacional para impulsar el desarrollo del turismo como se muestra en la siguiente Tabla No. 8:

<b>Entidad</b>	<b>Acciones</b>
Vicepresidencia de la República	Impulsando grandes proyectos regionales
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Dictando políticas y orientando el desarrollo regional de destinos y productos competitivos.
Fondo de Promoción Turística	Apoyando las iniciativas de mejora de condiciones de competitividad y de promoción de productos para el turismo interno.
Proexport	Apoyando la elaboración de planes de mercadeo y promoción, contactos comerciales e impulsando los destinos y productos para el mercado receptivo.
Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Soporte
Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	Soporte
Ministerio de Educación	Soporte
Ministerio de Cultura	Soporte
Ministerio de Telecomunicaciones	Soporte
Ministerio de Transporte	Soporte
Ministerio de Defensa	Soporte
SENA <sup>125</sup> y Aeronáutica Civil	Prestando una labor de sustento de las actividades preparatorias para los servicios de calidad a los turistas.

Tabla No. 8. Acciones propuestas en el CONPES 3397.

Fuente: elaboración propia a partir de DPN (2005).

### 3.2.2.2. Políticas especializadas.

Las siguientes políticas y acciones son propuestas para manejar en detalle temas o productos que requieran orientación específica. En la Tabla No. 9 se presenta un resumen de dichas políticas:

<sup>125</sup> SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje. Institución educativa de orden nacional, dedicada a la formación para el trabajo de aprendices, técnicos y tecnólogos.

Política	Acciones
Política de competitividad, mercadeo y promoción turística de Colombia	<p>Establece parámetros para el accionar del Fondo de Promoción Turística, que contempla la visión 2020, en las siguientes líneas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Más y mejores mercados.</li> <li>- Mejores productos.</li> <li>- Mejor capital humano.</li> <li>- Mejor promoción y comercialización.</li> <li>- Más y mejor información.</li> <li>- Más y mejor calidad e innovación.</li> <li>- Más presencia institucional.</li> <li>- Más seguridad.</li> <li>- Más ética.</li> </ul>
Política para el desarrollo del ecoturismo	<p>El 36,12% de los clústeres que iniciaron el convenio de competitividad en 2002, identificaron como potencial producto estrella, uno relacionado con el ecoturismo. Las líneas estratégicas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordenamiento y planificación de las áreas.</li> <li>- Determinación de los requerimientos de infraestructura.</li> <li>- Planta turística</li> <li>- Actividades permitidas en las áreas donde se desarrolle el ecoturismo.</li> <li>- Establecimiento de programas de monitoreo y aplicación de correctivos para impactos negativos.</li> <li>- Determinación de las responsabilidades de los actores locales y regionales.</li> <li>- Formación, capacitación y sensibilización de los actores regionales y locales.</li> <li>- Investigación de mercados y diseño de productos eco turísticos.</li> <li>- Desarrollo de estándares de calidad para el servicio.</li> <li>- Fortalecimiento de organizaciones empresariales de base para la prestación de servicios.</li> <li>- Promoción y comercialización de los servicios.</li> </ul>
Política de calidad turística	<p>El objetivo consiste en mejorar la calidad de servicios turísticos fortaleciendo la gestión de calidad de las empresas y destinos turísticos, que <i>“permita posicionar a Colombia como un destino de calidad, diferenciado y competitivo en los mercados turísticos”</i> (p.22). Se tienen dos líneas estratégicas:</p> <p>a) Calidad en los destinos turísticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño y aplicación de un modelo de indicadores de sustentabilidad turísticas.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicación del concepto de certificado de calidad turística a destino y el desarrollo de planes de excelencia turística.</li> <li>- Modelos de gestión turística integrada en los destinos.</li> </ul> <p>b) Calidad en los prestadores de servicios turísticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promueve la normalización del sector a través de las Unidades Sectoriales de Normalización- USN-</li> <li>- Liderar procesos de certificación turística en los prestadores de servicios.</li> </ul>
Plan indicativo para la Educación del Sector Turismo en Colombia	Establece lineamientos para la formación del capital humano de todos los actores del sector, para fortalecer la gestión empresarial y el emprendimiento. Se estableció desde 2005.
Política de Turismo cultural	Establece lineamientos para la estructuración de productos turísticos que involucren el patrimonio cultural. Se estableció en 2007.

Tabla No. 9. Políticas especializadas propuestas en el CONPES 3397.

Fuente: elaboración propia a partir de DPN (2005).

Una de las estrategias para superar las limitaciones del sector, es el establecimiento de una oferta turística competitiva, mediante la preparación de prestadores de servicios turísticos, ya que en su mayoría son “micro y pequeñas empresas, que requieren de apoyo para alcanzar estándares de calidad adecuados en los servicios que prestan” (DPN, 2005, p.17). Esta estrategia busca fortalecer la formación administrativa y gerencial de los empresarios con el fin de que puedan identificar y aprovechar las oportunidades; además, sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos para que legalicen sus empresas y se beneficien de los apoyos dispuestos por la Ley 590<sup>126</sup> y la Ley 905, en temas referentes al desarrollo de las Mipymes. El otro tema tratado es fomentar el aseguramiento y gestión de la calidad mediante normas técnicas sectoriales impulsadas por las Unidades Sectoriales de Normalización, y según el Documento CONPES 3397 “establecer estándares mínimos de calidad para

<sup>126</sup> La Ley 590 de 2000 o Ley Mipyme, por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (la clasificación se hace con base en el número de empleados y activos totales expresados en Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV), así: microempresas las que tienen menos de 10 empleados y activos menores a 500 SMMLV; pequeñas empresas, aquellas que tienen entre 11 y 50 trabajadores y activos entre 501 y 5.000 SMMLV y, medianas empresas las que tienen entre 51 y 200 empleados y activos entre 5.001 y 30.000 SMMLV . Esta Ley fue modificada por la Ley 905 de 2004, en algunos parámetros menores.

los prestadores de servicios turísticos que deseen acceder a recursos o programas de apoyo público” (DPN, 2005, p.17).

3.2.1.2.1. *Política de calidad turística.*

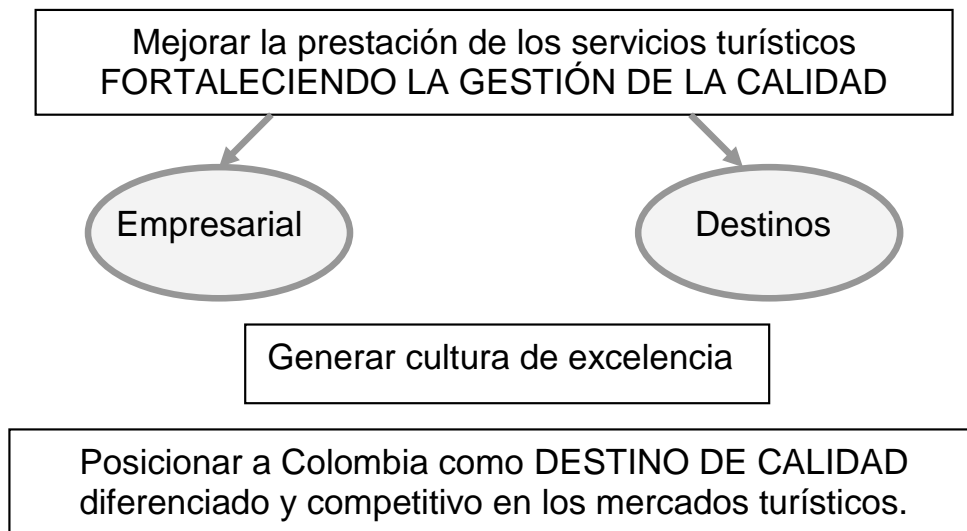


Figura No. 15. Objetivo General de la Política de Calidad Turística. Dirección de Turismo.

Fuente: elaboración propia a partir de Toro (2006, p.18).

Aquí la calidad es considerada como el concepto transversal a las acciones de la política turística que involucra la responsabilidad de todos los actores del turismo siendo el principal factor de competitividad para las empresas y destinos turísticos.

El Decreto 2269 de 1993, por el cual se organiza el Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología, define los integrantes como se muestra en la Figura No 16.

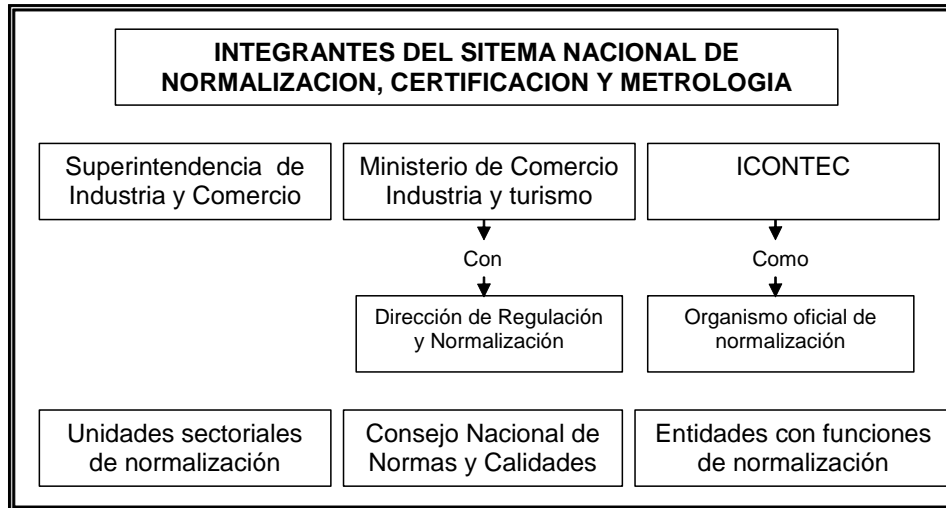


Figura No. 16. Integrantes del Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología.

Fuente: elaboración propia a partir de Toro (2006, p.19).

Las siguientes figuras No. 17 y 18, muestran la estructura de las dos líneas estratégicas propuestas en la Política de Calidad Turística y que se centran por un lado en la calidad de los destinos turísticos y por otro en la calidad ofrecida por los prestadores de servicios turísticos.

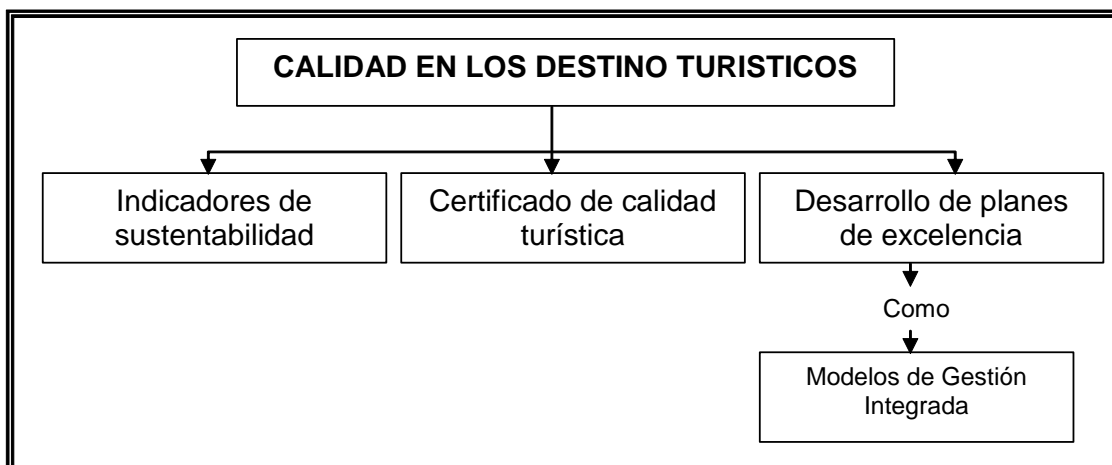


Figura No. 17. Línea estratégica: Calidad en los destinos turísticos.

Fuente: elaboración propia a partir de Toro (2006, p.19).

Aquí se identificaron los siguientes aspectos:

- La implementación de **indicadores**, considerados como esenciales para controlar aspectos sociales, ambientales, culturales, económicos y de calidad, permitiendo a las administraciones tanto públicas como a nivel empresarial, tomar decisiones acertadas en el control de las variables. Los indicadores de sostenibilidad para productos turísticos son *“aquellos parámetros que la empresa debe cumplir para elaborar un producto o servicio”* y que ayudan a construir un mejor imagen empresarial, con el diseño de productos diferenciados ajustados a las necesidades de las partes interesadas (consumidores, sociedad, Estado, mercado, etc.) y que pueden hacer parte de la *“Cuenta Satélite de Turismo”*<sup>127</sup>. (Chávez, 2004); (MCIT, 2008, Política de Calidad Turística).
- La certificación considerada como una herramienta que puede proporcionar beneficios e incentivos para los prestadores de servicios turísticos, además de consolidar una conciencia de responsabilidad social y ambiental, que busque preservar los recursos asegurando su permanencia para el disfrute y explotación de futuras generaciones, además de ser una valiosa herramienta para la promoción y mercadeo de los destinos turísticos. (Chávez, 2004)
- El diseño y desarrollo de planes de excelencia mediante el diseño de Modelos de Gestión Integrada.

---

<sup>127</sup> En 1991, la OMT y el gobierno de Canadá recomendaron la aplicación de un sistema de cuentas satélites, que derive sus principales agregados y conceptos del Sistema de Contabilidad Nacional de las Naciones Unidas. Desde entonces, se están estimando en varios países las Cuentas Satélite de Turismo, confiriendo un nuevo reconocimiento a la industria y a las estadísticas de turismo, y estimando los impactos económicos directos e indirectos de la actividad. A su vez permite delinear políticas de acción en el área, y conocer las características de la oferta y la demanda turística, identificando los efectos de transferencias con otros sectores no identificados como “característicos” del turismo.

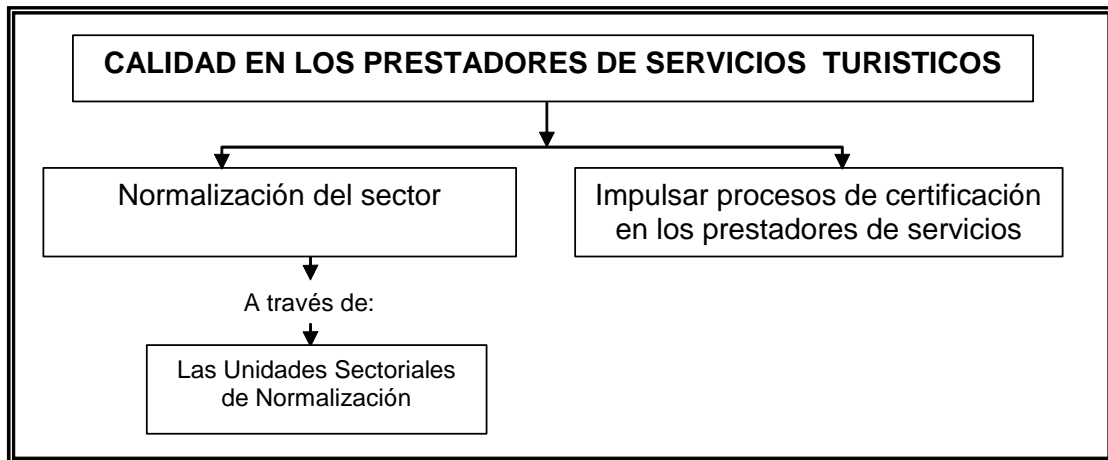


Figura No. 18. Línea estratégica: calidad en los prestadores de servicios turísticos.

Fuente: elaboración propia a partir de Toro (2006, p.19).

En cuanto a la calidad en los prestadores de servicios turísticos se contemplan dos aspectos:

El primer aspecto es la normalización del sector mediante la definición de estándares para procesos de empresas y competencias laborales del recurso humano, con una normatividad autorregulada por el sector empresarial que debe ser concertada y carácter voluntario. Las normas deben ajustarse a los procesos de cada subsector y ser compatibles con los sistemas de gestión de calidad.

La preparación de las normas propias de cada sector está a cargo de La Unidad Sectorial de Normalización (USN), como “entidad reconocida por el Organismo Nacional de Normalización, que tiene como función la preparación de normas propias de un sector..., con la posibilidad de ser sometidas, al proceso de adopción y publicación de la NTC<sup>128</sup>...”. (FENALCO, 2008).

<sup>128</sup> NTC: Norma Técnica Colombiana, emitida por el ICONTEC (Instituto Colombiano de Normas Técnicas)

La USN define normas con los criterios mínimos de sostenibilidad que deseen cumplir voluntariamente los prestadores de servicios turísticos y los destinos a nivel nacional. En el país se han creado las siguientes: USN de COTELCO, USN del Consejo Profesional de Guías de Turismo, USN de ACODRES, USN de ANATO, USN de ASTIEMPO y USN de TURISMO SOSTENIBLE que está en proceso de confirmación con la Universidad Externado de Colombia Externado de Colombia, las cuales han desarrollado 29 normas sectoriales de turismo que documentan y divulgan mejores prácticas para el manejo de las operaciones turísticas según estándares internacionales que permiten mediante certificaciones reconocer y promover los productos y servicios de calidad, para mercados locales e internacionales de clase mundial.

Estas normas enfatizan por un lado en la estructuración de procesos de prestación de servicios que garanticen la calidad, seguridad y repetibilidad y por otro lado en la identificación y formación de competencias laborales de los prestadores de servicios, como es el caso de los guías turísticos.

La figura No. 19, muestra las normas sectoriales desarrolladas en Colombia.

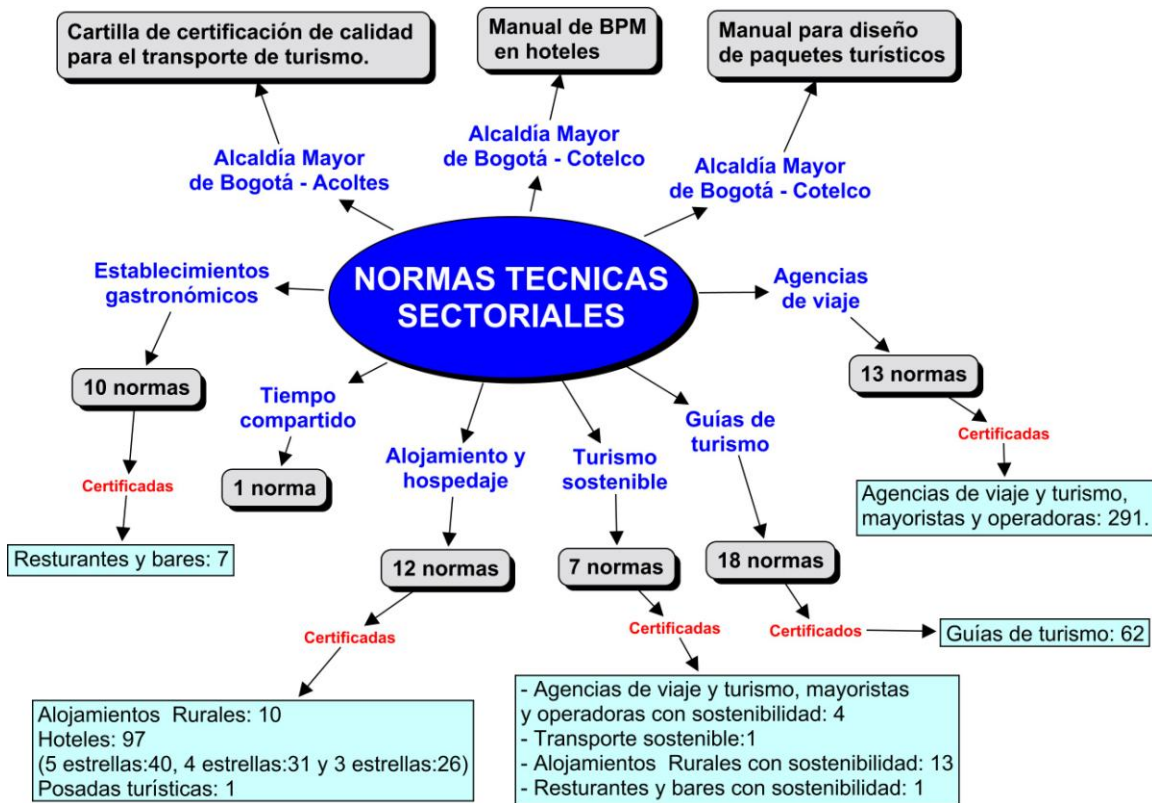


Figura No. 19. Normas Sectoriales de Turismo en Colombia.

Fuente: elaboración propia a partir de la información de MCIT (s.f.). Referenciada en la primera parte de esta tesis.

Hay que advertir sin embargo, que las normas sectoriales de turismo no proporcionan parámetros sobre la gestión de las empresas sino que se enfocan en los procesos, por lo tanto son complementarias a las normas internacionales como ISO 9000:2000 (Sistema de Gestión de Calidad), que establece requerimientos para que la empresa pueda garantizar desde su gestión, el cumplimiento de los requerimientos de los clientes y otras partes interesadas; Sistema de Gestión Ambiental definido por la norma ISO 14000:2004, que establece requerimientos para que la empresa gestione y controle los procesos para reducir o evitar el daño al medio ambiente, proveniente de las actividades propias de la misma; Sistema de Inocuidad Alimentaria definido por la norma ISO 22000, que integran otros sistemas más específicos como las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y el sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de control (HACCP); la ISO 22000 es la norma por la cual se determinan

los requisitos exigidos en el control de la cadena alimentaria o sea el control desde los cultivos hasta el consumidor.

El segundo aspecto considerado en la “*Estrategia de calidad en los prestadores de servicios turísticos*” es impulsar procesos de certificación, donde la academia puede hacer un aporte significativo, poniendo al servicio de las empresas la investigación y desarrollo tecnológico e interviniendo directamente en la capacitación.

### *3.2.1.2.2. Certificación en Calidad Turística.*



Con el apoyo de la Dirección de turismo –DITUR– del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se ha desarrollado la Certificación en Calidad Turística, para mejorar la prestación de los servicios turísticos mediante el fortalecimiento de la gestión de la calidad en las empresas y destinos turísticos. La marca de certificación de calidad turística es como la que se aprecia en la figura No. 20.

Figura No.20. Marca de certificación de calidad turística.  
Fuente: Foro Red de Certificación (2008) diapositiva 17.

Las ventajas de la certificación, se pueden resumir en:

- Garantiza que los procedimientos administrativos y de operación se aplican y evalúan periódicamente para la mejora continua del servicio.
- La empresa adquiere prestigio y confianza.
- Se adecuan los servicios ofrecidos a las expectativas y necesidades de los clientes.
- Se establece confianza y se genera así una preferencia en la selección de la organización por parte de los clientes potenciales.
- Se mejora la competitividad de la organización frente a los demás actores del sector, dentro de la cadena de valor.



- Se conocen las expectativas de los clientes –implícitas y explícitas– y se generan así oportunidades de mejoramiento para la organización. Copyright (2006).

### 3.2.2. Plan Nacional de Desarrollo y Plan Sectorial de Turismo.

Siguiendo con el despliegue de políticas, el Plan sectorial de Turismo está contenido en el Plan Nacional de Desarrollo<sup>129</sup>, articulado según lo dispuesto en el documento CONPES 3397. Así, La Política de Turismo busca el fortalecimiento del sector y su estructura se relacionan en la Figura No. 21.

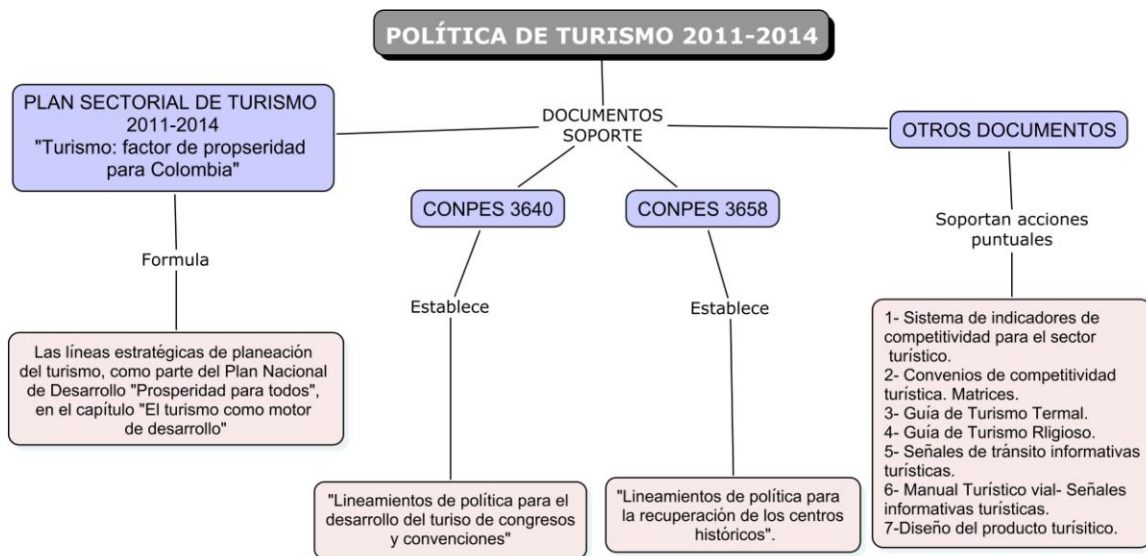


Figura No. 21. Estructura de la política de turismo en Colombia en el período 2011-2014.

Fuente: elaboración propia a partir de DPN y MCIT (2011).

El Plan de Desarrollo Nacional 2011-2014, denominado “Prosperidad para todos” y propuesto por el presidente Juan Manuel Santos, contempla un capítulo

<sup>129</sup> Según la Ley 300 de 1996, “las actividades turísticas serán desarrolladas con el Plan Sectorial de Turismo, el cual formará parte del Plan Nacional de Desarrollo”, reglamentado por el Decreto 2785 de 2066, Artículo 7 (DPN y MCIT, 2011, p.5).

para el desarrollo del turismo titulado “El turismo como motor de desarrollo”, lo que deja al sector como uno de los prioritarios del país<sup>130</sup>.

En este contexto, se formula el Plan Sectorial de Turismo (PST) 2011- 2014 denominado “Turismo: factor de prosperidad para Colombia”; como insumo principal para el desarrollo de la actividad turística en el país, orienta la toma de decisiones a nivel regional y local, siendo el referente para la elaboración de los respectivos planes de desarrollo turístico. En su elaboración participan autoridades regionales, la academia, expertos en turismo, empresarios y gremios del sector, y la ciudadanía, mediante consulta pública.

En este nivel de planeación, el PST se formula para cada período constitucional y depende de las metas logradas en el anterior, la evolución del sector y las nuevas políticas contenidas en el Plan Nacional de Desarrollo.

En este orden de ideas, primero se hace un análisis de los antecedentes - resultados obtenidos en los dos anteriores períodos constitucionales (2002 a 2005 y de 2006 a 2010; donde fue presidente el Dr. Álvaro Uribe Vélez) y el entorno mundial del turismo-. Posteriormente, se analizan los planteamientos del nuevo Plan Sectorial de turismo.

#### 3.2.2.1. Antecedentes para la formulación del PST- 2011-2014.

Los resultados obtenidos hasta 2010 en las políticas nacionales en materia de turismo, reflejan el estado de evolución del sector y se convierten en uno de los referentes para la formulación de la nueva PST. El otro referente es el entorno mundial y el desempeño del país a nivel de indicadores internacionales.

---

<sup>130</sup> El presidente de la República, Juan Manuel Santos, afirma que “el turismo es uno de los sectores intensivos en empleo y no en máquinas, pues esencialmente consisten en gente atendiendo gente; por ende llevarán a una nueva expansión en puestos de trabajo de ingresos medios y dinamizarán el círculo virtuoso del ascenso social” DPN y MCIT (2011, p. 1).

3.2.2.1.1. Diagnóstico de los resultados de la Política Turística Colombiana antes del año 2010.

En la Tabla No. 10., se muestra un resumen de la evolución de los PST, desarrollados en administraciones anteriores.

Período	Plan Nacional de Desarrollo	Plan Sectorial de Turismo	Resumen de los objetivos
2006-2010	“Estado Comunitario: desarrollo para todos”	“Turismo para un nuevo país”	“Dar mayor énfasis al mejoramiento del producto turístico y a la promoción nacional e internacional, en éste último caso para la captación de más turistas con mayor capacidad de pago” (DPN y MCIT, 2011, p. 6). También resalta la necesidad de consolidar “procesos regionales de turismo”, lo que permite tener una mayor oferta de “clase mundial” e impulsar el desarrollo regional, por sus características para generar empleo y obtener divisas.
2008 - 2010	“Estado Comunitario: desarrollo para todos”	“Colombia Destino Turístico de Clase Mundial”	La prioridad se centró en “mejorar la competitividad de los destinos y productos turísticos (...) un aumento sustancial de sus ingresos, se incrementa la participación de las comunidades en la prestación de servicios turísticos, se contribuya a la generación de riqueza cuya distribución equitativa se haga palpable en la mejora de la calidad de vida de los residentes” (DPN y MCIT, 2011, p. 6). También se plantea que para mejorar la competitividad en los destinos, se debe tener en cuenta el esquema basado en la tríada regional: “conectividad, compromiso cívico y calidad de vida”. Asimismo, se plantean siete grandes estrategias para lograr los objetivos <sup>131</sup>

Tabla No. 10. Resumen de los propósitos de los PST 2006-2010 y 2008-2010.  
Fuente: elaboración propia a partir de DPN y MCIT (2011).

Los resultados sobresalientes de la planeación sectorial antes de 2010, se resume como sigue:

<sup>131</sup> Las siete estrategias planteadas en el PST 2008-2010 fueron: “a) mejoramiento y consolidación de la competitividad, incluyendo la calidad de los prestadores, de los destinos y de los productos turísticos; b) mejoramiento de la infraestructura turística, incluyendo una mejor conexión de los destinos turísticos por vía aérea; c) fortalecimiento del mercado, la promoción y la comercialización de los destinos y productos turísticos; d) creación de un sistema de información turística; e) implementación de estímulos a la demanda y a la oferta turística; f) apropiación de recursos para apoyar iniciativas productivas y g) educación para cimentar una cultura turística” (DPN y MCIT, 2011, p. 6)

- Se implementó el programa “Gestores Regionales de Competitividad Turística”, dentro del principio de descentralización con el fin de brindar apoyo focalizado a las regiones. En el marco de este programa se realiza, desde el año 2000, semestralmente el “Encuentro de autoridades regionales de turismo” con el fin de compartir e intercambiar experiencias y conocimientos acerca de la gestión del turismo. Asimismo desde el año 2008 se realizan los eventos: “Turismo compite” anualmente y la rueda nacional de negocios turísticos “Turismo Negocia” semestralmente. Estos eventos buscan estimular la oferta de productos turísticos altamente competitivos, en mercados nacionales e internacionales involucrando las diferentes regiones para construir un portafolio cada vez más variado y de mayor calidad.
- El “Programa de Calidad Turística” liderado por el MCIT, ha desarrollado 49 Normas Técnica Sectoriales (NTS) y según los datos presentados hasta 2010 se habían certificado 453 empresas. (ver Tabla No. 11).

<b>Tipo de prestador</b>	<b>NTS</b>	<b>No. certificaciones</b>
Establecimientos de alojamiento. Hoteles	NTSH 006	94
Establecimientos de alojamiento. Requisitos de sostenibilidad.	NTS TS 002 y NTC 5133	34
Establecimientos de alojamiento. Alojamientos rurales.	NTSH 008	10
Establecimientos de industria gastronómica.	NTS USNA 008	7
Agencias de viaje.	NTS AV 01- 02- 03- 04	245
Posadas turísticas.	NTSH 007	1
Guías de turismo	NTS GT 01- 02- 03- 04	62
<b>TOTAL</b>		<b>453</b>

Tabla No. 11: Prestadores certificados en calidad 2010.

Fuente: MCIT, Viceministerio de Turismo- Febrero de 2011, referenciado en DPN y MCIT (2011, p.7).

- Se destacan los procesos de certificación de calidad como “Destinos Turísticos Sostenibles en Colombia” los que se adelantan en Playa Cristal (en la ciudad de Santa Marta); Puerto Nariño (Departamento del

Amazonas) y el Centro Histórico de Cartagena de Indias (en la ciudad de Cartagena).

- Se aumentaron a finales de 2010 los ingresos destinados a fortalecer el turismo: por cuenta de impuestos y la contribución parafiscal fue en 2010 de 39.5000 millones de pesos. En cuanto a la contribución parafiscal se obtuvo un aumento significativo en 2010 (23.500 millones de pesos), respecto a 2007 que fue tan solo de 4.470 millones de pesos. Asimismo, el impuesto al turismo en millones de pesos tuvo el siguiente comportamiento: en 2010, 16.000; en 2009, 14.500 y en 2008, 7.000.
- En el portal web del MCIT, con apoyo del DANE, se publican mensualmente los resultados del análisis del sector<sup>132</sup>. Este sistema de información turística es valioso para la toma de decisiones de las empresas y entidades públicas; fuente confiable para investigaciones y otras aplicaciones, ya que son datos obtenidos con todo el rigor estadístico (muestras representativas, instrumentos validados y confiables), permitiendo evaluar la evolución de las variables analizadas.
- Los incrementos en los trayectos aéreos a nivel internacional, permitió un aumento de 147 frecuencias durante el período 2008-2010.
- El programa “Colegios Amigos del Turismo” ha vinculado 18 establecimientos a nivel nacional y busca crear una cultura turística y el uso creativo del tiempo libre. Este programa aún está en la etapa de prueba piloto por lo que no se han mostrado resultados concretos.
- El programa “Rutas Seguras Vive Colombia”, ha permitido impulsar el turismo doméstico en las temporadas altas de fin de año y puentes festivos.
- Desde el año 2000, se empezó a construir la “Visión 2020” para el turismo colombiano, siendo la base para elaborar los diferentes documentos de política y normas para consolidar al sector. Dado el crecimiento del turismo

---

<sup>132</sup> El MCIT, publica en el portal de internet las “estadísticas del sector turismo incluyendo cifras del turismo a nivel, mundial, cifras de turismo internacional en Colombia y de colombianos en el exterior y turismo interno. En coordinación con el DANE se consolidó la encuesta mensual de hoteles y trimestral de agencias de viaje y actualmente se está elaborando el ejercicio de cuenta satélite de turismo ajustando al año base de las cuentas nacionales” (DPN y MCIT, 2011, p.8).

en el país la Visión 2020 se ha modificado, para seguir inspirando el avance del sector. Textualmente queda en los siguientes términos:

*“Para el año 2020 Colombia habrá posicionado la actividad turística como una de las de mayor importancia para el desarrollo económico del país, generadora de empleo y eficiente redistribuidora de ingreso; por consiguiente, será un país que habrá fortalecido la competitividad de sus productos y destinos en un trabajo que permitirá una relación armónica nación-región, donde los sectores públicos nacional y local jugarán un papel determinante en la generación de condiciones óptimas para el desempeño empresarial.*

*En ese orden de ideas, Colombia habrá definido unos productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística nacional. Las regiones se habrán especializado en ofertas con altos niveles de diferenciación y los municipios se habrán comprometido en programas de mejoramiento en diferentes frentes teniendo como objetivo la competitividad de sus productos turísticos.*

*Esos temas y productos son: turismo cultural (que incluye turismo histórico, arqueología, gastronomía, fiestas, carnavales, expresiones religiosas, etnoturismo); turismo de naturaleza (que incluye ecoturismo, avistamientos, agroturismo); turismo de aventura (que incluye prácticas deportivas recreativas, de aventura (tales como espelismo, canotaje, parapente, canopy, etc.) y buceo recreativo); sol playa (que incluye balnearios, turismo náutico); turismo de congresos, eventos e incentivos (que incluye convenciones, ferias especializadas, torneos deportivos, negocios); turismo de salud (que incluye tratamientos médico asistenciales y tratamientos alternativos como la balneoterapia, talasoterapia, termalismo y spa).*

*A nivel internacional Colombia se habrá concentrado en atraer turistas de altos ingresos, para lo cual habrá fortalecido su capacidad de investigación de mercados y de promoción.*

*En el plano nacional, la unidad de planificación será el destino turístico; el país y los destinos habrán conseguido consolidar una cultura turística en la sociedad; el turismo habrá contribuido a preservar los valores sociales y patrimoniales y será un elemento fundamental para generar orgullo nacional. Las comunidades se habrán vinculado a la actividad turística, beneficiándose del desarrollo que proporciona esta industria. En tal sentido, se habrán consolidado diversas formas de gestión para la prestación de los servicios turísticos, poniendo especial énfasis en el turismo comunitario que permite que las empresas locales debidamente organizadas deriven beneficios de su participación en la cadena de valor del destino turístico.*

*Existirá un trabajo mancomunado ente el sector público y privado y los diferentes prestadores de servicios turísticos se identificarán como parte de una cadena de valor amplia, en la que su aporte es definitivo para la competitividad del producto y del destino. En ese sentido, estarán comprometidos con la calidad y la diferenciación del producto.*

*El recurso humano vinculado al sector tendrá altos niveles de calidad, su formación corresponderá con las exigencias del mercado y será un personal bilingüe. La investigación y el desarrollo tecnológico en turismo tendrán un apoyo decidido del Estado y la información y el análisis económico del sector se habrán consolidado y serán fundamentales para la toma de decisiones tanto en el sector público como privado” (DPN y MCIT, 2011, p.10).*

- Los aspectos negativos resaltados en el diagnóstico del comportamiento del sector del turismo en 2010 fueron:
  1. Baja capacidad institucional, la cual se refleja en una limitada aplicación de políticas nacionales en las regiones e inexistencia de planes de desarrollo turístico a nivel local.
  2. Ausencia de coordinación entre las entidades de orden nacional, que permita la armonización de las políticas del sector.
  3. La calidad de los servicios turísticos del país no es suficiente para cumplir con estándares que permitan que Colombia se convierta en un destino de clase mundial. Esta situación se ve agudizada por la precaria calificación del personal de base en servicios turísticos y la baja disponibilidad de personal bilingüe.
  4. Deficiencias de la planta turística así como de la infraestructura de soporte de la actividad de las cuales limitan el desarrollo de los destinos turísticos. De acuerdo con el Reporte del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial<sup>608</sup><sup>133</sup>, las variables relacionadas con la infraestructura representan un lastre para la situación competitiva de la actividad turística en Colombia. En infraestructura de transporte el país ocupa el puesto 108 y en infraestructura turística el puesto 93 entre 133 países, mientras que la posición general en el índice es 72.
  5. En cuanto al segmento de **turismo de naturaleza**, Colombia se destaca en el contexto mundial (...) por ser el segundo país en el total de especies conocidas, quinto en recursos naturales y 12 en número de área protegidas; sin embargo, al mismo tiempo, ésta medición nos coloca en el puesto 84 en prácticas de sostenibilidad ambiental y 120 entre 133 en “especies amenazadas”. De otro lado, el modelo actual de apoyo al mercadeo, a la promoción y a la competitividad turística del país basado en la cooperación del sector público-privado, se ha consolidado en el Fondo de Promoción Turística. Sin embargo, si bien los recursos del Fondo se han incrementado considerablemente, el valor promedio de los proyectos se mantiene bastante bajo como para generar un impacto significativo en la actividad turística. (DPN y MCIT, 2011, p.5).

#### *3.2.2.1.2. Contexto internacional.*

Se analiza el impacto de la crisis económica en el sector, concluyendo que hubo un descenso del turismo internacional en los años 2008 y 2009, siendo los países más afectados los de Europa, Medio Oriente y América. Por ejemplo, África reportó un crecimiento solo del 1% en 2009; en el continente americano el descenso fue del 7%; Suramérica presentó un descenso del 1%; sin embargo, Colombia presentó un crecimiento positivo por encima de la media del continente. Pero el panorama cambió para 2010, como se reporta en el Barómetro de Turismo Mundial de la OMT, siendo este sector uno de los

---

<sup>133</sup> El Foro Económico Mundial, evaluó 608 Indicadores de Competitividad Turística en 2009

privilegiados para hacer frente a la crisis y sus efectos. Aunque se reconoce que el turismo es vulnerable a la pérdida de confianza (catástrofes naturales, terrorismo, epidemias, etc.), también es cierta su capacidad para transformar la economía de las comunidades y su función social en el reparto de los ingresos.

Dado el impacto de la crisis económica, la OMT, ha diseñado una Hoja de Ruta para la recuperación orientada a impulsar el turismo como apoyo a la economía mundial; ésta contempla diferentes directrices estratégicas encaminadas en tres campos de acción: “capacidad de recuperación, estímulo y economía verde”. En la Tabla No. 12, se explican estas directrices:

EJES CENTRALES	RECOMENDACIONES
<b>I-CAPACIDAD DE RECUPERACIÓN</b>	1- Centrarse en la conservación de los puestos de trabajo y en el apoyo al sector 2- Entender el mercado y reaccionar con rapidez 3- Impulsar las asociaciones y la “competencia cooperativa” 4- Fomentar las innovaciones y el uso de la tecnología 5- Fortalecer el apoyo regional e interregional
<b>II- ESTÍMULO</b>	6- Crear nuevos empleos, en particular en las pequeñas y medianas empresas (PYME) 7- Integrar el turismo en los programas de estímulo y de infraestructura 8- Replantear los obstáculos fiscales y de visados que dificulten el crecimiento 9- Mejorar la promoción del turismo y capitalizar los grandes eventos 10- Incluir el turismo en la ayuda para el comercio y en el apoyo al desarrollo
<b>III. ECONOMÍA VERDE</b>	11- Fomentar la creación de puestos de trabajo y la capacitación para una economía verde 12- Responder con eficacia al cambio climático 13- Incluir el turismo en todas las estrategias de la economía verde 14- Incentivar la inversión en infraestructura turística verde 15- Promover una cultura de turismo verde entre proveedores, consumidores y comunidades

Tabla No. 12. Recomendaciones para los países miembros de la OMT, frente a la recuperación del turismo.

Fuente: (DPN y MCIT, 2011, p. 14)

### 3.2.2.1.3. Contexto nacional.

En el Foro Económico Mundial, se mide el Índice de Competitividad de Turismo y Viajes, compuesto por indicadores que permiten medir la competitividad



turística de los países y su *ranking* o posición a escala mundial. Así los factores analizados se agrupan en tres temas fundamentales, detallados en la Figura No. 22.

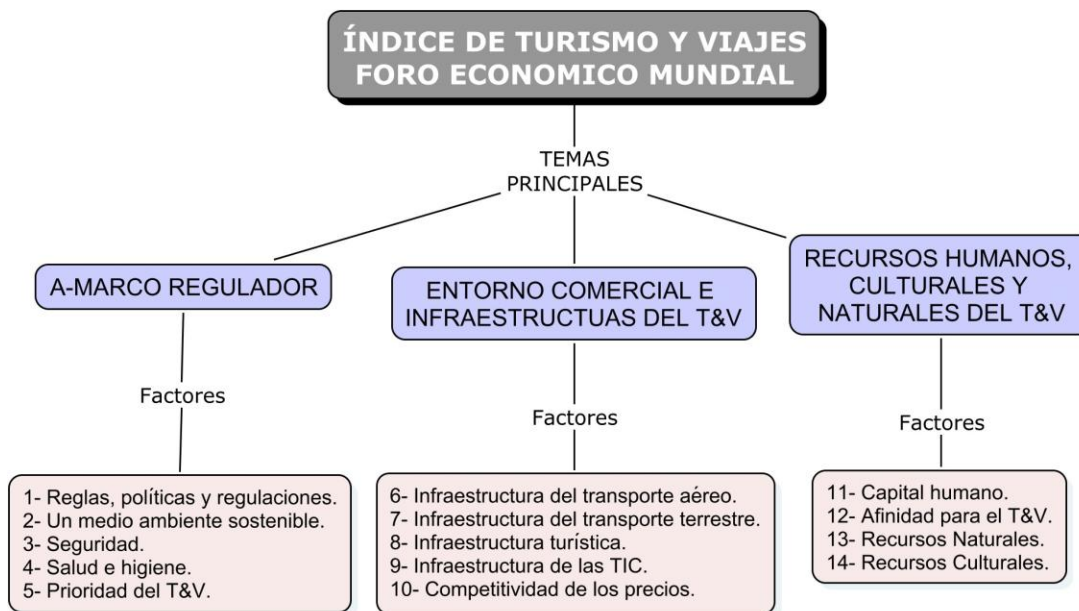


Figura No. 22. Composición del Índice de Competitividad de Turismo y Viajes del Foro Económico Mundial.

Fuente: Elaboración propia a partir de DPN y MCIT (2011, p. 17).

Ahora bien, el análisis del contexto nacional empieza por presentar la evolución histórica de la posición de Colombia en el Índice de Competitividad de Turismo y Viajes, en la siguiente Tabla No. 13:

Año	Puesto Ocupado por Colombia	Número de países participantes.
2007	72	123
2008	71	130
2009	72	133
2011	77	139

Tabla No. 13. Evolución histórica de la posición de Colombia en el Índice de Competitividad de Turismo y Viajes.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos presentados en DPN y MCIT, (2011, p. 18)

En los resultados obtenidos en el 2011, Colombia está por debajo de países Latinoamericanos como: México (43); Costa Rica (44); Puerto Rico (45); Brasil (52); Panamá (56); Chile (57); Uruguay (58); Jamaica (60); Argentina (60); Perú (69) y República Dominicana (72).

Analizando el *ranking* en sus componentes, Colombia ocupa los puestos así:

- Marco regulador, puesto 102.
- Entorno comercial e infraestructura, puesto 92.
- Recursos humanos, puesto 39.
- Recursos naturales, puesto 12.
- Apertura y facilitación del país frente al turismo, puesto 125.
- Seguridad, puesto 126.

Esto concluye que el país tiene una atractiva ventaja comparativa en recursos naturales, que es necesario aprovechar para convertir estas fortalezas en ventaja competitiva. Sin embargo, los **aspectos de seguridad** son una limitante que con gran impacto sobre el turismo. Este indicador sigue siendo desfavorable a pesar que se ha mejorado ostensiblemente desde 2002 con la “Política de Seguridad Democrática”<sup>134</sup>. Por otro lado, aspectos como **apertura y facilitación del país frente al turismo** y, **marco regulador**, calificados desfavorablemente, demuestran que la normatividad y políticas nacionales en los tres niveles (nacional, regional y local), no han tenido el impacto esperado.

De todos modos, el análisis de los resultados alcanzados muestra que se han hecho adelantos en la última década – aunque no son suficientes-. Estos logros son el resultado de las acciones impulsadas por el Gobierno Nacional, mediante la *Política de Seguridad Democrática*, “los programas de mejoramiento de la

---

<sup>134</sup> Política impulsada en Colombia por el ex presidente Álvaro Uribe Vélez desde 2002 a 2008. Se ha centrado en aumentar la presencia militar con la colaboración de la sociedad a lo largo del país, para frenar el accionar de los grupos armados al margen de la ley (paramilitares, guerrilla izquierdista y bandas criminales), buscando su desmovilización, desertión de los integrantes o rendición de los grupos.

oferta turística, la competitividad del sector y la promoción nacional e internacional”, han dado los siguientes resultados:

- Desde 2002 a 2010, con la *Política de Seguridad Democrática*, la llegada de turistas se incrementó de 1.1 millones de turistas en 2002 a 2.5 millones de turistas en 2009.
- En 2009, a pesar de la crisis económica y de la disminución de llegada de viajeros en todo el mundo, en Colombia tuvo un crecimiento del 10%.
- Los ingresos de divisas en el país provenientes del turismo internacional, según los datos de la “Cuenta Nacional de Viajes y Transporte, pasó de 1.2 millones de dólares en 2002 a 2.6 millones de dólares en 2009 con un incremento de 115%. Ubicándose como el tercer renglón exportador en generación de divisas después del petróleo y el carbón” (DPN y MCIT, 2011, p. 19).
- El turismo doméstico también aumentó con el establecimiento de dos estrategias nacionales: “Rutas Vive Colombia” y “Caravanas Vive Colombia”. Estas consistían en acompañar con policía a las caravanas de viajeros que salían de sitios determinados en los puentes festivos.
- En 2009 la OMT exaltó al país en dos ocasiones como ejemplo a seguir en la gestión turística<sup>135</sup>.

#### 3.2.2.2. Lineamientos estratégicos para el Plan Sectorial de Turismo (PST)-2010-2014, formulados en el Plan Nacional de Desarrollo.

Considerando los antecedentes y los resultados del sector hasta 2010, se emiten siete lineamientos estratégicos para el desarrollo de la Política Turística

---

<sup>135</sup> En dos estudios la OMT se refiere a Colombia, “el primero de ellos fue el estudio titulado “*Colombia, de nuevo en el mapa del turismo mundial*”, publicado a principios de 2009, en donde fueron incluidas las diferentes acciones emprendidas, tanto a nivel nacional como internacional, para dinamizar esta industria y en octubre de 2009 el estudio *Handbook on Tourism Destination Branding* (Manual para la Creación de Marca de Destinos Turísticos), preparado conjuntamente por la OMT y la Comisión Europea de Viajes (*European Travel Commission – ETC*), resaltó la importancia del cambio positivo de imagen de Colombia, lo cual, por supuesto, ha repercutido favorablemente en la actividad turística (DPN y MCIT, (2011, p. 20).

durante el período 2011-2014. La Tabla No. 14., presenta un resumen de los mismos:

Lineamientos estratégicos	Acciones sugeridas en Plan Nacional de Desarrollo, Capítulo: "Turismo como motor de desarrollo regional"
1- "Fortalecer la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional"	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se creará una comisión intersectorial que ayude a articular las iniciativas de diferentes ministerios.</li> <li>- En el marco de las Comisiones Regionales de Competitividad, se establecerán comités de coordinación de turismo para facilitar la articulación entre los actores regionales y los nacionales.</li> <li>- Se velará por el cumplimiento de los Convenios de Competitividad Turística<sup>136</sup>.</li> </ul>
2- "Mejorar la calidad de los servicios y destinos turísticos y promover la formalización"	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se impulsará la certificación en calidad turística.</li> <li>- Se revisará la información hotelera para promover la calidad en la prestación del servicio y la transparencia.</li> </ul>
3- "Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo"	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se promoverá la formación en competencias laborales y certificación de las mismas; además, la formación del personal vinculado al turismo.</li> <li>- Se promoverá la formación en un segundo idioma-bilingüismo.</li> <li>- Se involucrará directamente a la academia como gestora de la formación del talento humano.</li> <li>- Se impulsará la investigación científica que contemple las vocaciones regionales y locales.</li> </ul>
4- "Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo"	<p>Para alcanzar la meta de que Colombia esté entre los 50 países mejores en el Foro Económico Mundial y se competitivo el área turística, requiere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejoras en la capacidad para crear productos con calidad de talla mundial.</li> <li>- Continuar con los incentivos para la modernización y construcción de nueva planta hotelera.</li> <li>- Extender el Plan Vallejo<sup>137</sup> para ser utilizado por exportadores de servicios turísticos – sector de turismo de convenciones y de salud especialmente-.</li> </ul>

<sup>136</sup> Los Convenios de Competitividad Turística, creados por el MCIT a finales de 2000, se convirtieron en una herramienta de articulación regional. En el año 2009, mediante matrices de competitividad, cada departamento del país y los tres distritos (Santa Marta, Cartagena y Bogotá), identificaron problemas que limitaban la competitividad turística; aspectos estratégicos para desarrollar el turismo y la "Vocación Turística". El resultado fueron 32 Matrices de Competitividad que se constituyen en la base para la planeación y gestión nacional, regional y local. En este ejercicio participaron entidades departamentales, gremios, sector académico, entre otros. Así, Bogotá tiene como vocación turística "Negocios, congresos, eventos y convenciones, compras y Cultural" y el departamento de Cundinamarca, donde se enmarca Bogotá Región, "Ecoturismo, cultural, comunitario" (DPN y MCIT, 2011, p.43).

<sup>137</sup> El Plan Vallejo es una estrategia creada por el gobierno colombiano en el año 1959, con el fin de estimular a las empresas colombianas para que elaboren productos y servicios encaminados a un mercado exterior. Mediante este plan se permite a las empresas colombianas exportadoras no pagar la totalidad de los impuestos por traer materias primas o maquinaria, para ser utilizada en los procesos productivos, de otros países. También cubre a empresas cuya actividad sea prestar algún servicio que colabore con la elaboración o envío de productos para exportar, y que

	- Buscar nuevos recursos para fortalecer la construcción de infraestructura turística, mediante proyectos financiados con fondos de Fondo de Promoción Turística <sup>138</sup> y de la Nación.
5- "Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional"	Se buscarán incentivos para impulsar proyectos de ecoturismo.
6- "Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados"	La oferta turística donde el país centrará sus esfuerzos es en <b>turismo de naturaleza</b> <sup>139</sup> ; <b>cultural; de aventura</b> , de sol y playa; náuticos; <b>congresos, eventos e incentivos</b> y de salud y bienestar. Mediante el trabajo coordinado de: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, se impulsará el aprovechamiento sostenible de áreas protegidas y parques naturales nacionales.
7- "Enfocar las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados del turismo"	Se incrementará el estudio de mercados y se fortalecerá el Sistema de Información Turística, con el fin de centralizar las estadísticas, lo que facilita la toma de decisiones tanto de entidades públicas, como de empresas del sector privado, academia, investigadores y otras personas interesadas. En este contexto, se fortalecerá el Registro Nacional de Turismo (RNT) como instrumento de medición y control.

Tabla No.14. Lineamientos estratégicos de la Política Nacional de Turismo para el período 2011-2014.

Fuente: Elaboración propia a partir de DPN y MCIT (2011, pp.10-13).

### 3.2.3. Plan de Ordenamiento Territorial (POT).

La Ley de Ordenamiento Territorial vigente en Colombia es la Ley 388 de 1997<sup>140</sup>. En esta Ley se establecen los siguientes componentes del POT:

---

también necesiten artículos provenientes de otros países para poder prestar su servicio (Biblioteca Luis Ángel Arango, s.f.).

<sup>138</sup> "El Fondo de Promoción Turística es una cuenta creada con la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo – modificada con la ley 1101 de 2006, para administrar los recursos de la contribución parafiscal y el impuesto al turismo. Estos recursos se destinarán a la ejecución de los planes de promoción y mercadeo turístico y a fortalecer y mejorar la competitividad del sector, con el fin de incrementar el turismo receptivo y el turismo doméstico de acuerdo con los lineamientos de la *Política Turística* definidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo". Fondo de Promoción Turística Colombia (2012).

<sup>139</sup> Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT), el turismo de naturaleza es una nueva vocación con alto potencial en el país, por lo tanto prioritario dentro de la inversión y se incluirá en el Programa de Transformación Productiva.

<sup>140</sup> Ley 388 de 1997, por la cual se dictan disposiciones para el Ordenamiento Territorial y Usos del Suelo, realizado por los municipios.

- Componente general: define los objetivos, estrategias y contenidos estructurales de largo plazo.
- Componente urbano: define las políticas, acciones, programas y normas que permitan administrar el desarrollo físico urbano.
- Componente rural: define las políticas, acciones programas y normas para garantizar la interacción entre los asentamientos rurales y la cabecera municipal y el uso adecuado del suelo, preservando su conservación.

En cuanto a la planificación, se han desarrollado en el marco de esta Ley una serie de herramientas de gestión de “operaciones urbanísticas integrales” y de acuerdo al número de habitantes en el municipio, los planes se denominarán:

- Planes de ordenamiento territorial (POT): elaborados y adoptados por las autoridades de los municipios con población superior a 100.000 habitantes.
- Planes básicos de ordenamiento territorial (PBOT): elaborados y adoptados por las autoridades de los municipios con población entre 30.000 y 100.000 habitantes.
- Esquemas ordenamiento territorial (EOT<sup>141</sup>): elaborados y adoptados por las autoridades de los municipios con población inferior a 30.000 habitantes.

De manera que el municipio de Suesca cuenta con el EOT desde 2003<sup>142</sup>, para ordenar el territorio y el uso del suelo. Además la Ley faculta a los municipios según su autonomía para que gestionen el ordenamiento de su territorio bajo los principios de la función social y ecológica, preservando, racionalizando y defendiendo los intereses de la comunidad, prevaleciendo el interés general sobre el interés individual. De igual manera, se definen mecanismos para clasificar el territorio en suelo urbano, rural y de expansión urbanística.

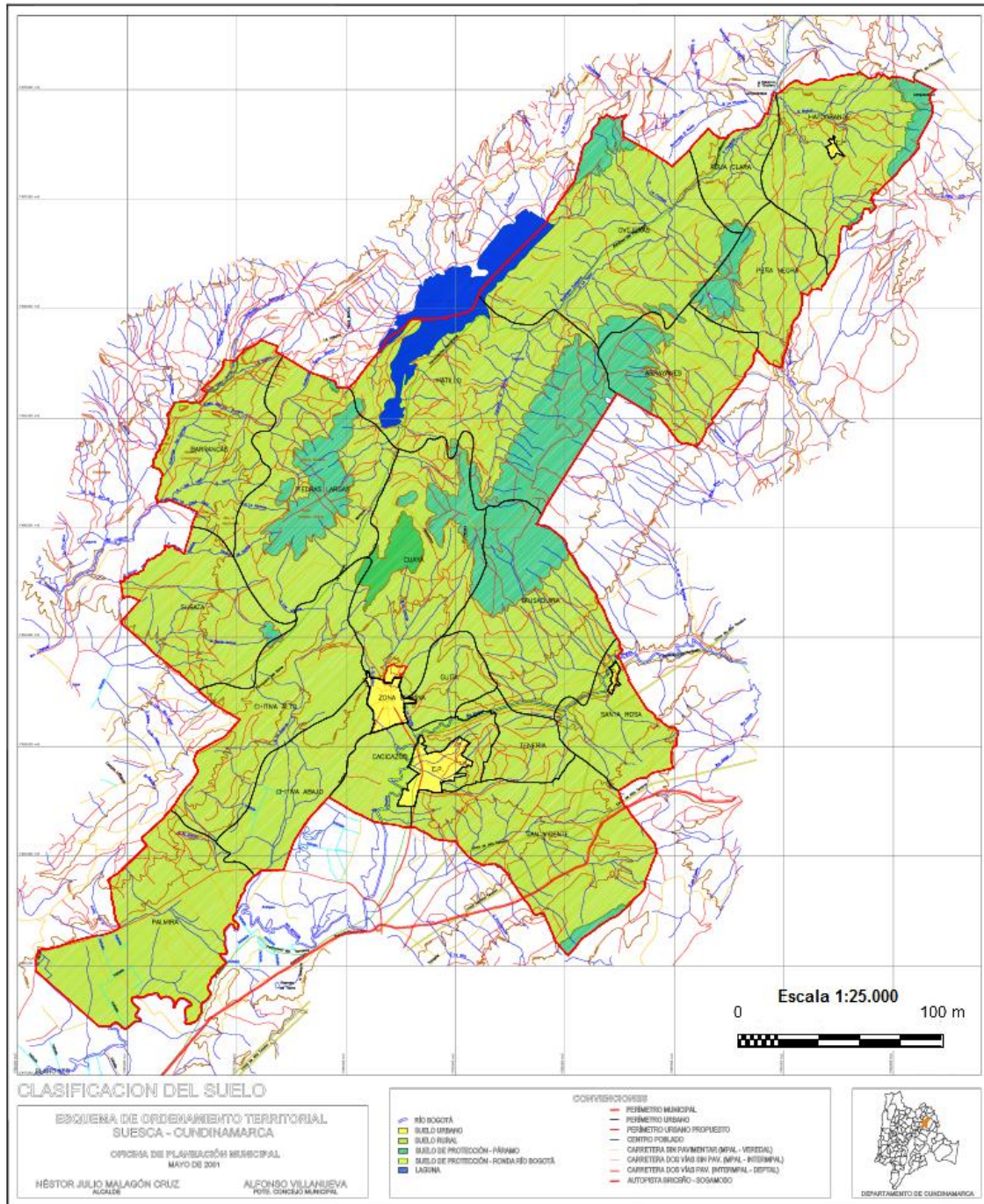
---

<sup>141</sup> El contenido estructural del EOT, tiene una vigencia de largo plazo (tres períodos constitucionales de la administración municipal. Cada período es de 4 años) a partir del 1º. de enero de de 2001, es decir, que estará vigente hasta 2013. También tiene un contenido de mediano plazo equivalente a dos períodos constitucionales y los programas de ejecución que corresponden a cada período constitucional.

<sup>142</sup> Pablo Ardila Sierra era el gobernador de Cundinamarca en el período constitucional 2002 – 2006. Bajo su mandato e elaboró el EOT que aún sigue vigente.

Además, las autoridades municipales deben identificar los espacios de utilidad pública, las áreas críticas de recuperación y control de desastres y las de interés ecológico. La Ley también, faculta a las autoridades para expropiar los bienes inmuebles si es el caso.

Hay que destacar que la cartografía existente para el municipio se levantó en 2001, bajo el mandato del Alcalde Néstor Julio Malagón Cruz. En el Mapa No. 4., se destaca el uso del suelo planeado a nivel general resaltando los usos: urbano, rural, de protección de páramo y ronda del Río Bogotá. Se puede apreciar en este mapa que hay una extensa área rural con dos focos de asentamientos urbanos, el más grande atravesado por el Río Bogotá y el conocido como el casco urbano y el segundo es un pequeño asentamiento en la vereda Hato Grande. Además, debido a los ecosistemas de montaña hay una apreciable zona de protección de páramo donde los usos del suelo están limitados.



Mapa No. 4. Clasificación Planeada del Suelo de Suesca. Para mayor detalle ver Anexo D.

Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001). EOT: Clasificación del Suelo. Escala 1:25.000.

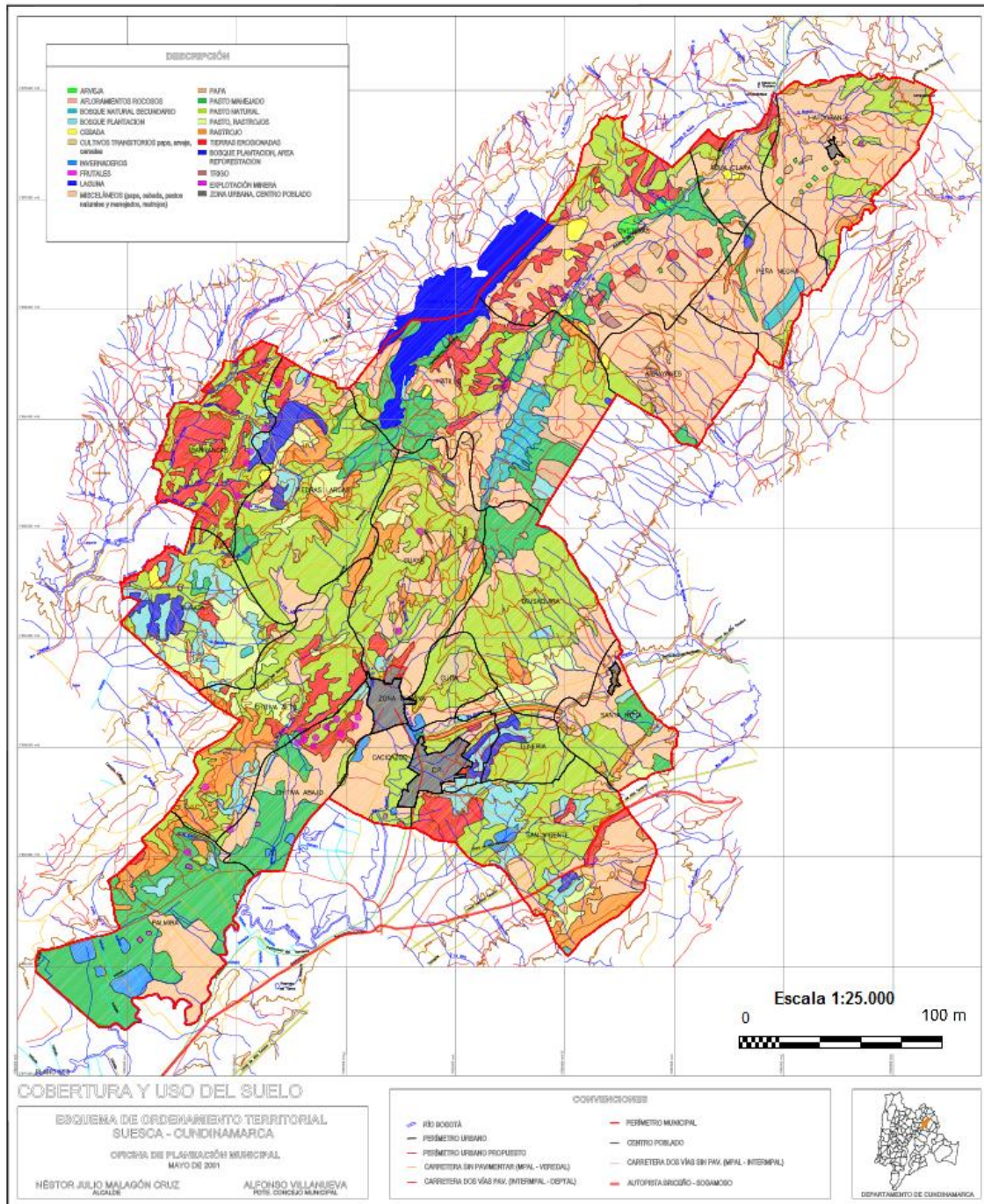


En el estudio de usos del suelo reales del municipio en 2001, se levantó el Mapa No. 5, donde se puede apreciar que toda el área del municipio está dedicada a actividades agrícolas, de ganadería y de minería, con excepción de pequeñas áreas dispersas dedicadas a la plantación de bosques (con fines de explotación, porque bosques originales no existen). Además, se observan las extensas áreas erosionadas. Los cultivos predominantes son de arveja, papa, cebada, frutales, trigo y pastos para el ganado. Una apreciable extensión es dedicada a misceláneos (es decir, cultivos que se rotan de los mismos productos descritos anteriormente y que son generalmente pequeñas parcelas). También hay áreas dedicadas a invernaderos, donde se cultivan flores a nivel industrial.

Vale aclarar que la visita realizada a la zona evidencia que la situación se ha empeorado en la última década, con la aparición de más cultivos de flores en invernaderos y la explotación minera sin licencias, lo cual evidencia que las acciones para recuperar el municipio como área protegida han sido insuficientes.

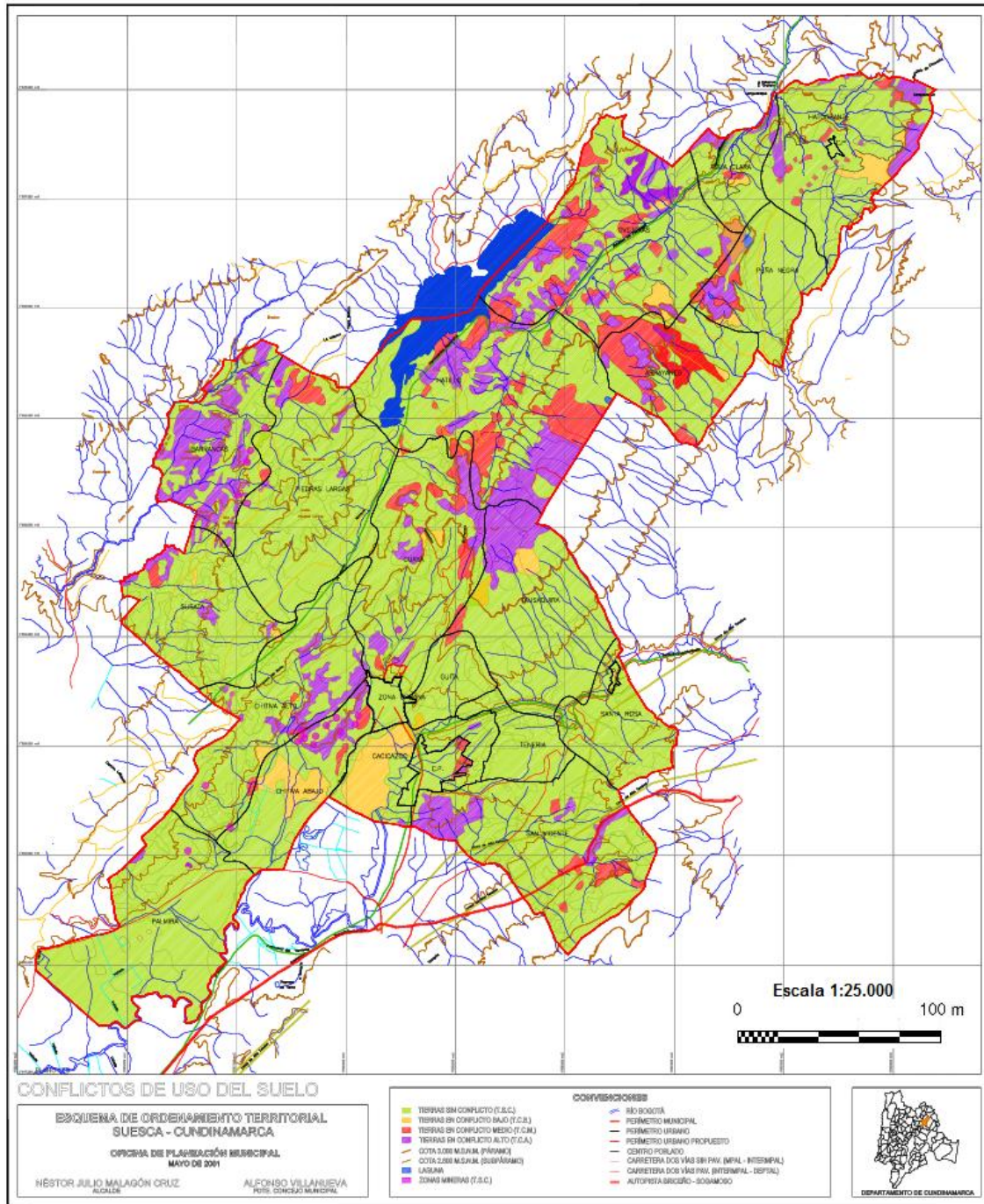
Ya desde 2001, se evaluaba el conflicto de usos del suelo – siendo declarado el municipio como área protegida-, como se evidencia en el mapa No. 6., donde se muestra una apreciable área del municipio en conflicto (alto, medio y bajo) por la explotación minera y otras actividades agrícolas en áreas de protección de Páramo y muy cercanas a la ronda de la Laguna de Suesca. Aquí hay que destacar que urge el cambio de uso del suelo y la ejecución de proyectos sostenibles de largo plazo que protejan los ecosistemas de montaña, seriamente amenazados.

Los mapas No. 5 y No. 6, se presentan a continuación, aclarando que son imágenes reducidas y que se pueden apreciar más detalles en los Anexos E y F.



Mapa No. 5. Cobertura y Uso Real del Suelo de Suesca. Para mayor detalle ver Anexo E.

Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001). EOT: Cobertura y Uso del Suelo. Escala 1:25.000.

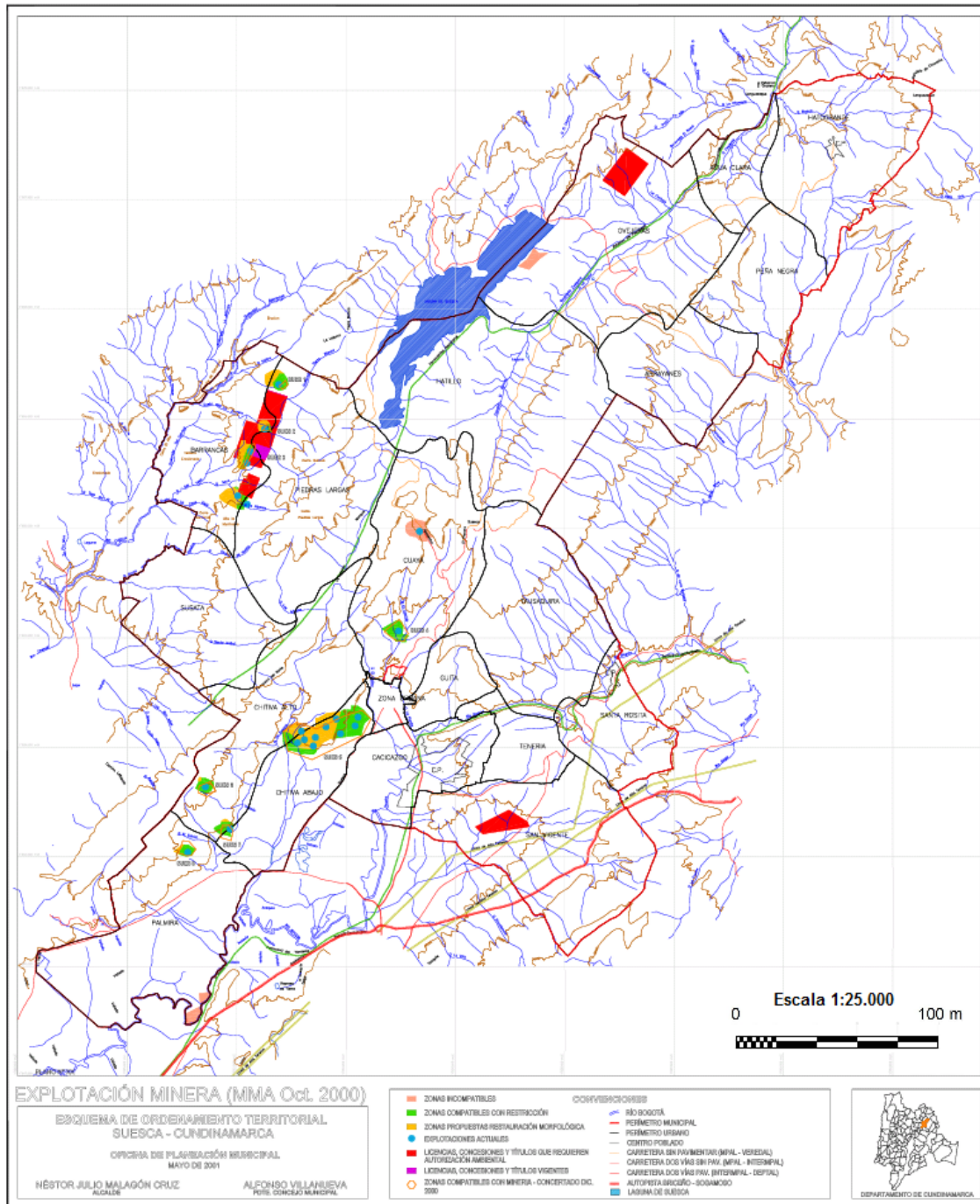


Mapa No. 6. Conflictos de Uso del Suelo de Suesca. Para mayor detalle ver Anexo F.  
 Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001).  
 EOT: Conflictos de Uso del Suelo. Escala 1:25.000.

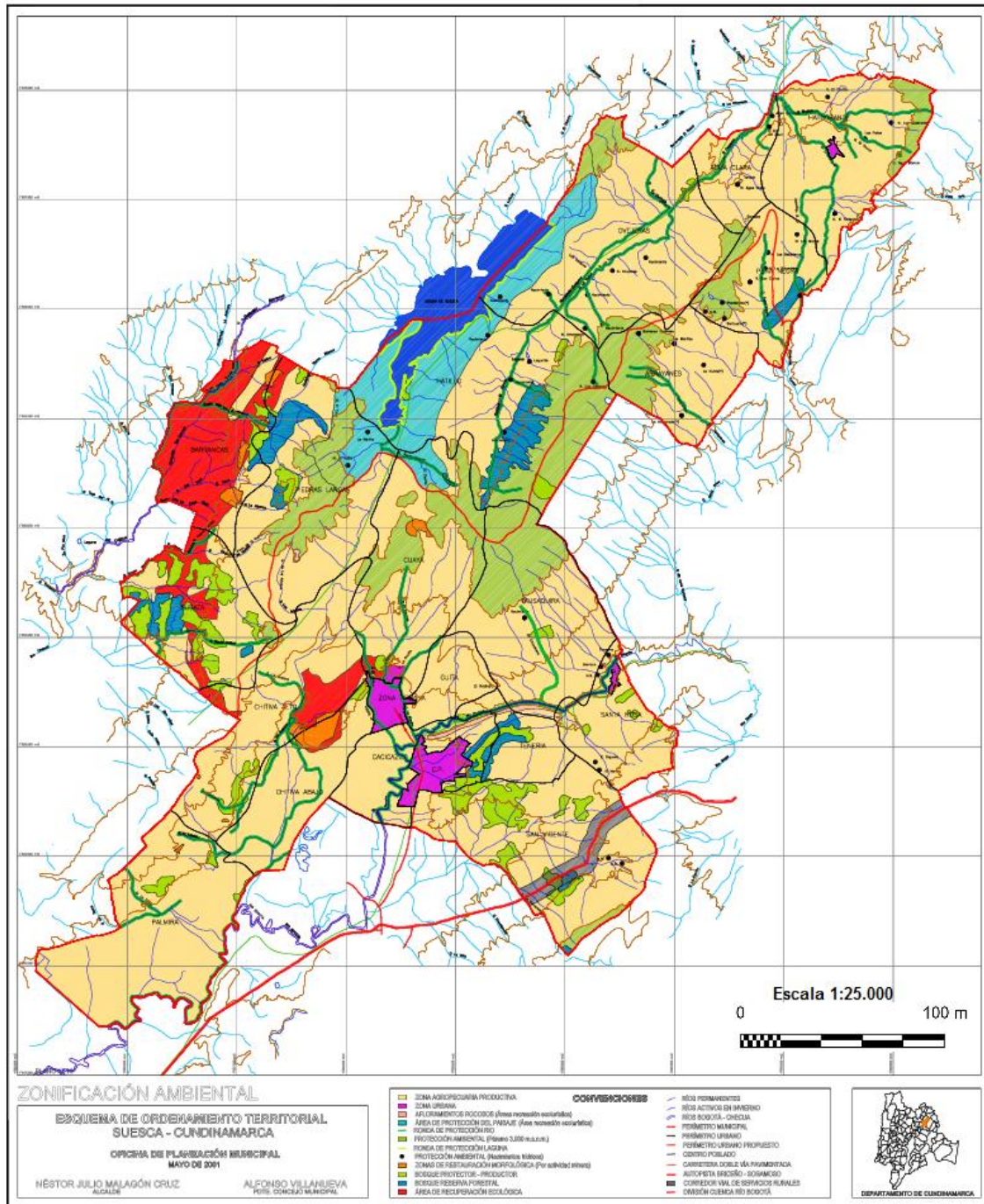
Ahora bien, el problema de la minería es evidente en áreas protegidas y de montaña, por el desastre ecológico que generan, como se analizó en la Segunda Parte de esta tesis. En el Mapa No. 7, se muestra que la gran mayoría de las licencias de explotación minera en 2001 requieren autorización ambiental, y aún así, había tres explotaciones mineras sin licencia y solamente opera una explotación minera con licencia y títulos vigentes. También se encuentran las siguientes explotaciones mineras sin licencia: 11 operando en “zonas compatibles sin restricción”; 9 en áreas señaladas como “zonas de restauración morfológica” y una en “zona de incompatibilidad”. Este panorama se ha empeorado como se mencionaba anteriormente.

Dado lo anterior, para el desarrollo del EOT, se elaboró el Mapa No. 8., donde se planea la “zonificación ambiental”, identificando las siguientes zonas: agropecuaria y productiva; urbana; afloramientos rocosos (áreas de recreación eco turística); ronda de protección del Río Bogotá; protección ambiental (páramo 3.000 msnm.); ronda de protección de la Laguna de Suesca; protección ambiental (nacimientos hídricos); zonas de restauración morfológica (por actividad minera); bosque protector (productor); bosque de reserva forestal; área de recuperación ecológica y corredor de servicios rurales.

A continuación se presentan los mapas No. 7 y No. 8, aclarando que son imágenes reducidas y que los detalles se pueden apreciar mejor en los Anexos G y H.



Mapa No. 7. Explotación Minera en Suesca. Para mayor detalle ver Anexo G. Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001). EOT: Explotación Minera. Escala 1:25.000.

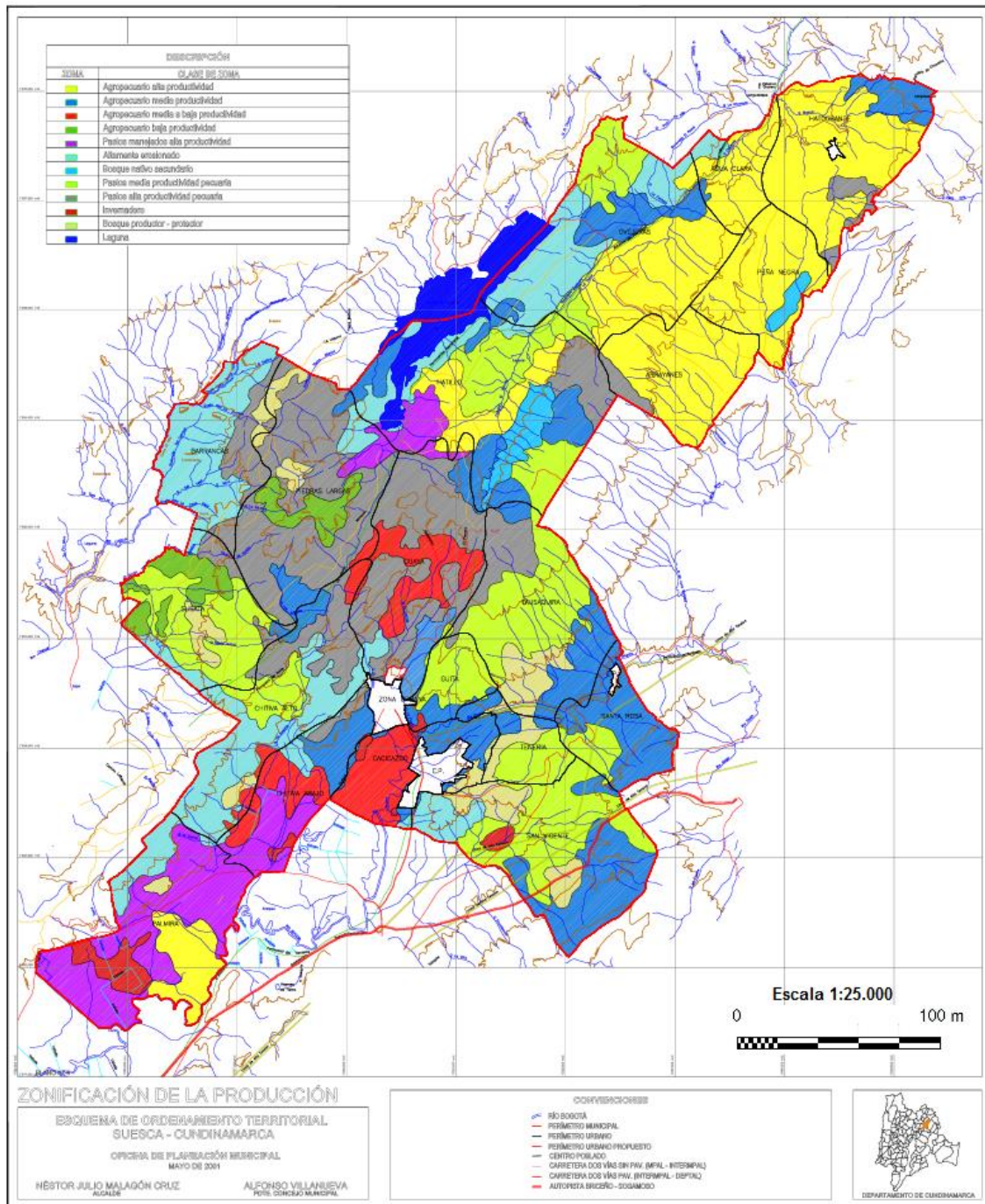


Mapa No. 8. Zonificación Ambiental en Suesca. Para mayor detalle ver Anexo H. Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001). EOT: Zonificación Ambiental. Escala 1:25.000.

Hay que aclarar que hay suficiente documentación respecto a la Planeación Y Ordenamiento Territorial para los municipios de Bogotá- Región y el municipio de Suesca no es ajeno a ello. Pero algunos de estos documentos adolecen de pertinencia, coherencia y calidad suficientes para ser aplicados efectivamente, como se demuestra en la incoherencia que existe con el mapa de “Zonificación de Producción” que pertenece al EOT, mostrado en el Mapa No.9.; el cual llama la atención porque siendo Suesca un municipio declarado área protegida con alta vulnerabilidad, dentro de la “Zonificación de la Producción” no se tiene en cuenta el potencial turístico del municipio como una actividad económica, como se manifiesta en otros apartados del mismo EOT. Dentro del Mapa No. 9., aparecen como actividades de producción para el área de Piedras Largas - donde se encuentran los Monolitos- y el Río Bogotá, la producción de pastos de alta y baja productividad. De ahí que dentro del *Modelo de turismo sustentable en Suesca – Cundinamarca como área protegida*, se considera como una de las actividades promover la reforma de usos del suelo enfocada al turismo de naturaleza y al turismo de deportes aventura.

El sitio de “Rocas de Suesca” no está demarcado en el mapa, siendo el principal atractivo turístico del municipio y es el sitio emblemático por el cual se reconoce a Suesca. Estas afloraciones rocosas son bastante áridas por lo que en vez de pastos, debería reforestarse con plantas endógenas de páramo buscando adecuarlo para el turismo. En la visita de reconocimiento del sitio realizada en 2012, como se describirá más adelante en este documento, se observa un abandono completo del sitio (que pertenece al municipio), donde los turistas no cuentan con las infraestructura básica de seguridad y servicios.

A continuación muestra el Mapa No. 9, aclarando por ser una imagen reducida no se puede apreciar toda la información, la cual se muestra detallada en el Anexo I.



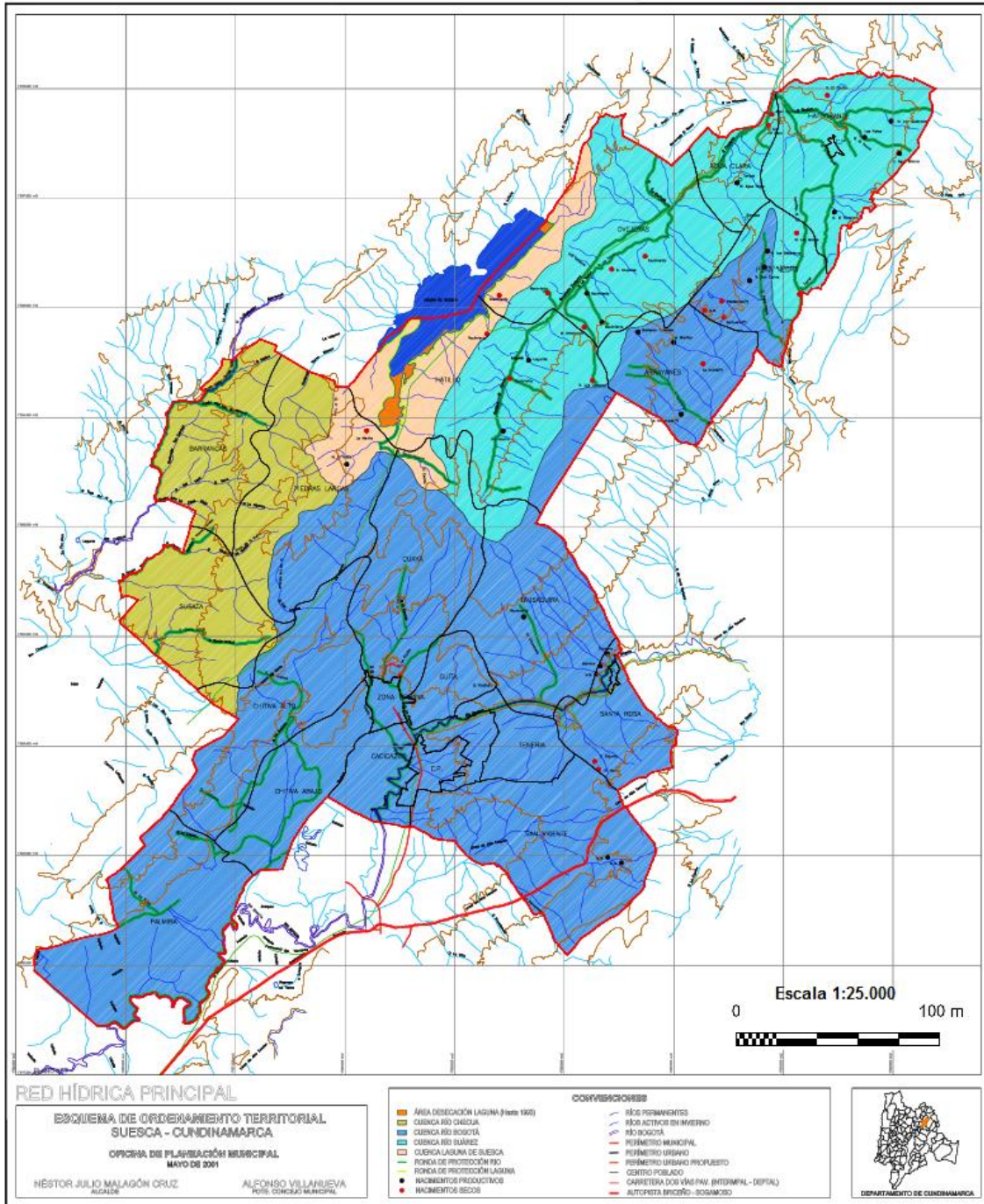
Mapa No. 9. Zonificación de la producción en Suesca. Para mayor detalle ver Anexo I.

Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001). EOT: Zonificación de la Producción. Escala 1:25.000.

La importancia del municipio desde el punto de vista ambiental y por lo cual fue declarado como área protegida se puede apreciar en el Mapa No. 10., a



continuación:



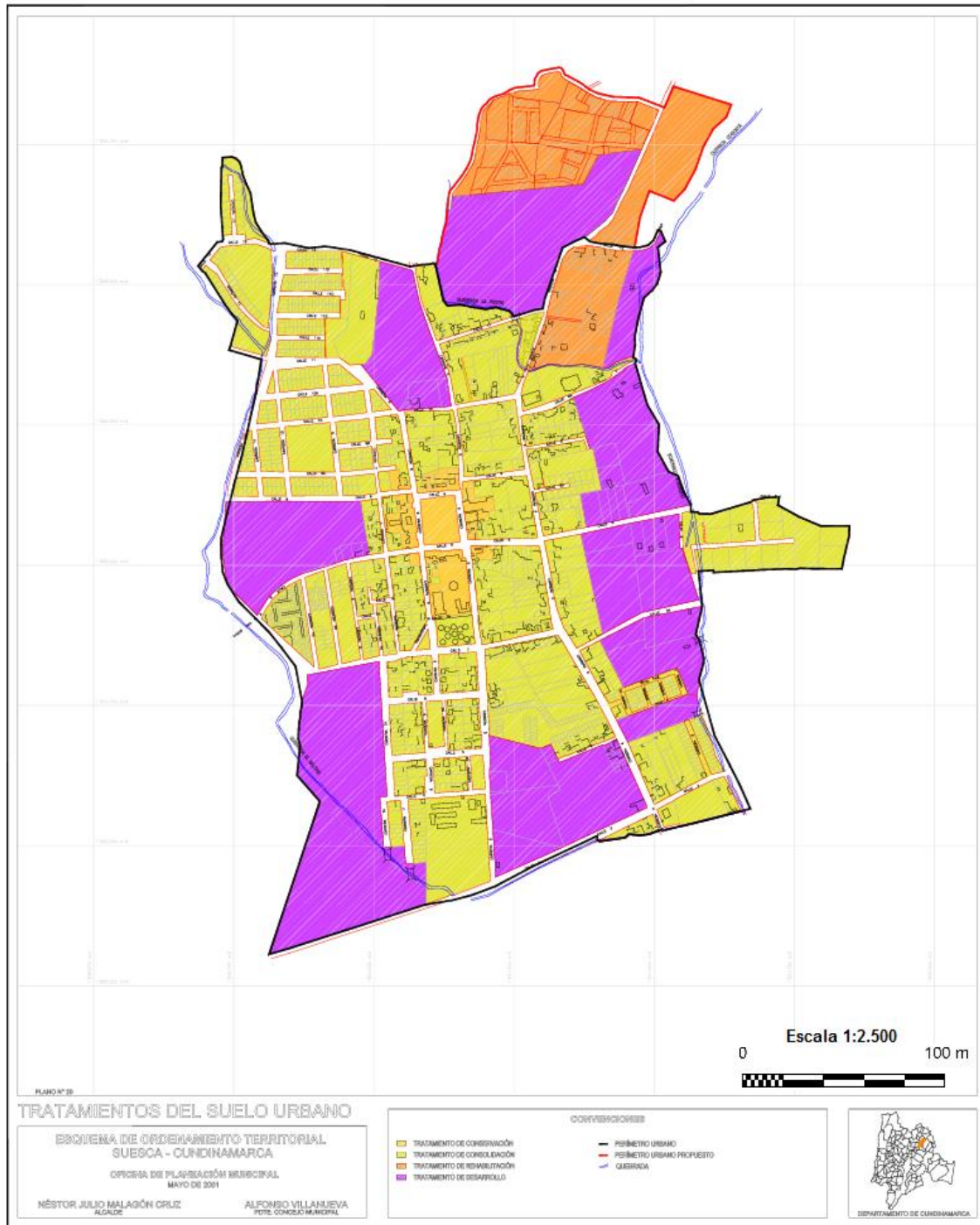
Mapa No. 10. Red Hídrica del municipio de Suesca. Para mayor detalle ver Anexo J.  
Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001).  
EOT: Red Hídrica Principal. Escala 1:25.000.

Como se aprecia en el anterior mapa toda el área del municipio pertenece a las cuencas hídricas del Río Bogotá, del Río Suárez, del Río Checua y de la Laguna de Suesca. Hay que destacar que hay una parte de la laguna que fue desecada para actividades agrícolas y de ganadería. Igualmente, en el Mapa No. 4, se puede ver que del afloramiento rocoso, de la laguna y de otras partes altas del municipio, nacen varias quebradas que alimentan al Río Bogotá, el cual forma una de las Cuencas Hídricas más grandes del país que provee de agua a numerosas poblaciones y ciudades, entre ellas Bogotá.

Esta despensa de agua y su conservación cobran gran relevancia frente a la crisis ambiental que vive el país y en general el planeta. Por lo tanto, es necesaria una intervención urgente donde se involucre todos los actores: Gobierno (nacional, regional y municipal), el sector empresarial, la academia y la sociedad.

Pasando a las zonas urbanas la Ley 388 de 1997, establece que se deben identificar los espacios para usos de infraestructuras urbanas y su expansión; parques y zonas verdes públicas; ecosistemas de importancia ambiental e infraestructura de interés histórico o cultural.

Con base en estas directrices hay varios planos, de los cuales se analizan tres. El primero de ellos (Mapa No. 11), describe las zonas de tratamiento suelo urbano, identificando zonas de conservación; de consolidación; de rehabilitación y de desarrollo.



Mapa No. 11. Tratamiento del Suelo Urbano de Suesca. Para mayor detalle ver Anexo K.

Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001). EOT: Tratamiento del Suelo Urbano. Plano No. 20. Escala 1:2.500.

Por otra parte, se considera la adecuación de los corredores ambientales en la zona urbana, como se muestra en el Mapa No. 12., donde se identifican los siguientes sitios considerados como corredores ambientales: parque existente; unidad de espacio público nuevo; tratamiento especial ambiental y de espacio público y, la ronda de protección de las quebradas que rodean el casco urbano. Este diseño de usos del suelo urbano puede favorecer la actividad turística, para el recibimiento de turistas y algunas actividades de turismo cultural dentro del casco urbano. Pero dado que el potencial turístico del municipio se encuentra en la zona rural, se observa que no hubo ninguna planeación para desarrollar esta actividad a futuro.

Del mismo modo en el Mapa No. 13., donde se planea a futuro el equipamiento urbano, no se evidencia la posible presencia de una población flotante de turistas. Esta adecuación, apenas cubrirá las necesidades de los residentes actuales. En este mapa se considera la siguiente adecuación: un puesto de salud (en la actualidad no hay ambulancias para atender emergencias en los sitios donde se congregan turistas); dos centros educativos (una escuela de primaria y un colegio de secundaria); una terminal de buses intermunicipales; tres jardines infantiles; cuatro campos recreativos (canchas de basquetbol y futbol); cinco puestos de pago de servicios públicos (Codensa); una plaza de mercado que está abierta los días domingo; el matadero a las afueras del pueblo y en la plaza principal se encuentran: el templo doctrinero; una oficina de Telecom (con cabinas telefónicas) y la casa de gobierno.

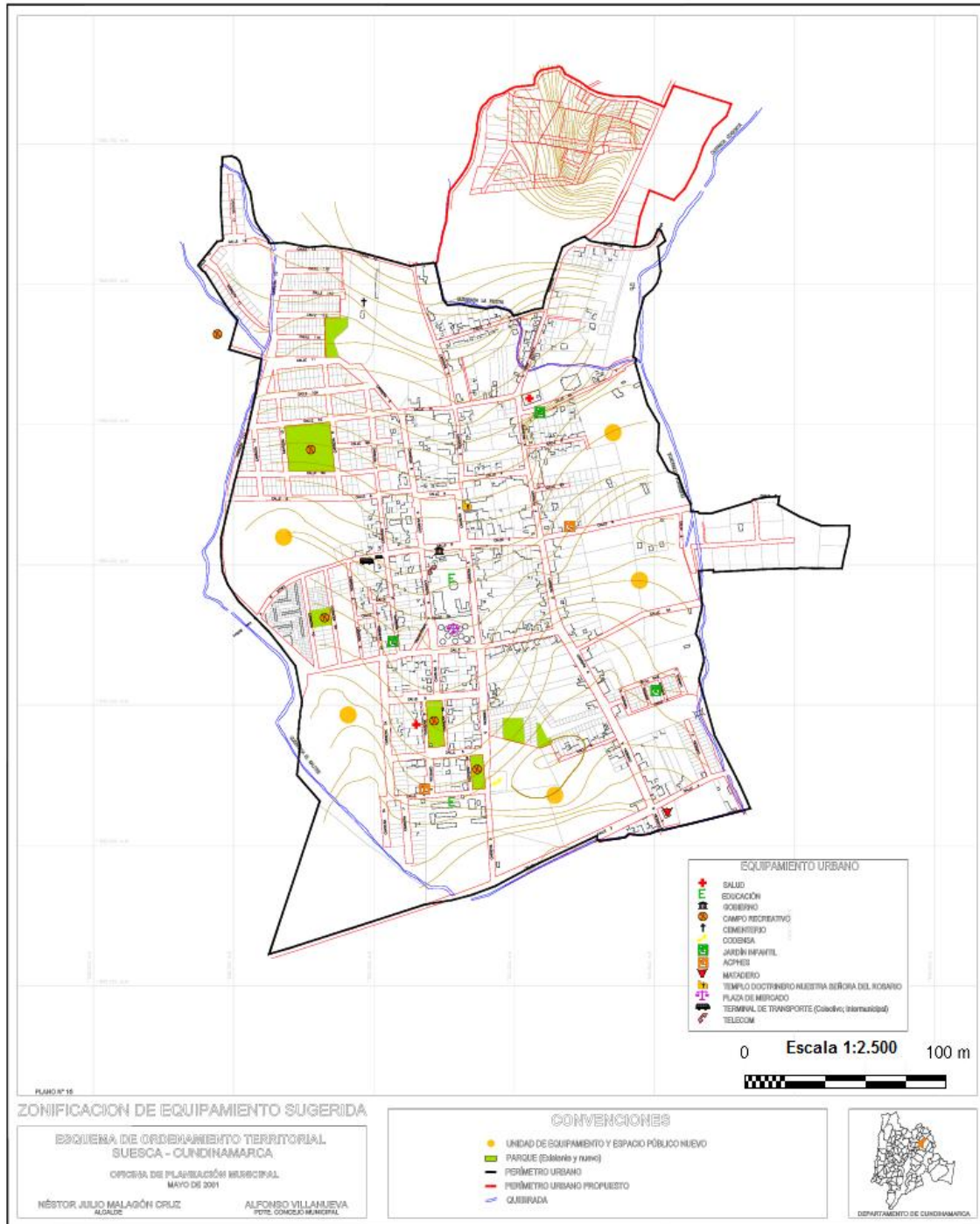
No se consideran sitios como la oficina de turismo, hoteles y restaurantes; infraestructura básica para el turismo. En conclusión no hay una política clara para promover esta actividad, aunque se menciona en otras partes del EOT.

A continuación se presentan los mapas No. 12 y No. 13, aclarando que son imágenes reducidas y que los detalles se pueden apreciar mejor en los Anexos L y M.



Mapa No. 12. Corredores Ambientales en el casco urbano de Suesca. Para mayor detalle ver Anexo L.

Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001). EOT: Corredores Ambientales. Plano No. 18. Escala 1:2.500.



Mapa No. 13. Zonificación de equipamiento urbano de Suesca. Para mayor detalle ver Anexo M.

Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001). EOT: Zonificación de equipamiento urbano sugerida. Plano No. 16. Escala 1:2.500.

Tanto la Ley de Ordenamiento Territorial como el POT del departamento de Cundinamarca, constituyen una herramienta que articulada con el Plan de Desarrollo, permite estructurar políticas, estrategias, metas, programas, proyectos y normas dentro de la planeación municipal en lo referente al ordenamiento del territorio municipal, para impulsar el desarrollo físico optimizando el uso del suelo. La planificación y la toma de decisiones deben incluir además del “ámbito local, el tema regional” para buscar mejores oportunidades de desarrollo integral del territorio mediante la articulación de los Planes de Ordenamiento Territorial de los municipios del departamento de Cundinamarca. Igualmente, los componentes básicos para promover un desarrollo integral del territorio, deben ser a) lo natural y b) lo construido. La base natural del territorio está compuesta por todos los ecosistemas donde hay interacción entre la fauna y la vegetación. Lo realizado y construido por el hombre hace parte de la mayor parte del territorio y está representado en cultivos, áreas de pastoreo, vías, infraestructura para servicios y áreas urbanizadas (Gobernación de Cundinamarca, 2003).

Entonces la planificación territorial debe garantizar “la sostenibilidad de lo natural y la racionalidad de lo construido en una propuesta que defienda armónicamente los intereses entre ambos componentes”. (Gobernación de Cundinamarca, 2003, p.10) En consecuencia el ordenamiento del territorio, debe partir de la identificación de los componentes natural y construido identificando aspectos ambientales, físicos, sociales, económico, entre otros, que propendan por el desarrollo sostenible del territorio.

Dada la clasificación de los planes de ordenamiento del territorio y uso del suelo, según el número de habitantes, y teniendo en cuenta que la población del municipio de Suesca es de 14.242 habitantes, según el censo de 2005, el municipio debería desarrollar un EOT que no incluye todos los elementos de un POT para municipios con más de 100.000 habitantes, pero deberá contener como mínimo: “los objetivos, estrategias y políticas de largo y mediano plazo

para la ocupación y aprovechamiento del suelo, la división del territorio en suelo urbano y rural, la estructura general del suelo urbano, en especial, el plan vial y de servicios públicos domiciliarios, la determinación de las zonas de amenazas y riesgos naturales y las medidas de protección, las zonas de conservación y protección de recursos naturales y ambientales y las normas urbanísticas requeridas para las actuaciones de parcelación, urbanización y construcción”. (Ley 388 de 1997, artículo 17).

En este orden de ideas, el municipio cuenta con un Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT) adoptado por el concejo municipal, mediante el Acuerdo 005 de marzo de 2002. A continuación se presenta un resumen de este documento, resaltando los apartados que tienen que ver con el desarrollo del turismo:

El Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT) de Suesca es el instrumento de gestión administrativa fundamentado en las estrategias de desarrollo y ordenamiento Municipal, Departamental, Regional y Nacional.

#### 3.2.3.1. Principios que orientan el EOT.

- “La función social y ecológica de la propiedad.
- La prevalencia del interés general sobre el particular.
- La distribución equitativa de las cargas y beneficios en las acciones el plan determine” (Ley 388 de 1997, p.2).

#### 3.2.3.2. Políticas de Largo plazo.

- Política ambiental: se enfoca en el desarrollo de “bienes y servicios ambientales” centrados en las actividades eco turísticas y agropecuarias sostenibles. Como prioridad se tiene la protección de las fuentes hídricas y de los ecosistemas de páramo.



- Política económica: el crecimiento económico se puede lograr incentivando el desarrollo de actividades del sector de servicios y optimizando el uso del suelo agropecuario.
- Política social y cultural: fortalecer la educación y capacitación para desarrollar una identidad cultural, trabajo comunitario, contacto con otras culturas y una actitud empresarial respecto a la actividad turística. También se hace referencia a temas de fortalecimiento del núcleo familiar y resolución de conflictos.
- Política fiscal: uso racional de los recursos del municipio, dando prioridad al gasto social y al desarrollo del EOT.
- Política físico espacial: lograr el crecimiento ordenado del territorio de acuerdo a la identificación de las diferentes zonas de desarrollo tanto rurales como urbanas, respetando aquellas de reservas naturales, asegurando el incremento de la calidad de vida de los habitantes y el desarrollo de la actividad turística.
- Política de manejo rural: propender por una actividad agropecuaria productiva y sostenible, al igual que el mejoramiento de la calidad de vida de los campesinos, el mejoramiento de la vivienda rural y la conservación especial de los ecosistemas de páramo.
- Política para los centros poblados municipales: desarrollar aquellos centros poblados o asentamientos humanos como el caso de Hato Grande y Santa Rosa.
- Política Regional: integrarse regionalmente con otros municipios de la Región de Almeidas (Cuenca Alta del Río Bogotá), para desarrollar proyectos conjuntos.

### 3.2.3.3. Políticas de mediano plazo.

- Iniciar los procesos de modernización del municipio. En este aspecto desde la política nacional está la “conectividad”, es decir que cada municipio

tenga su página web, para información y control ciudadano y para el seguimiento a los indicadores de gestión.

- Implementar programas para aumentar la productividad rural sostenible.
- Promocionar el desarrollo turístico en el contexto regional.
- Iniciar la modernización de los servicios públicos domiciliarios.
- Desincentivar los cultivos en las zonas protegidas (especialmente de páramo).
- Coordinar las acciones pertinentes para la recuperación de la Laguna de Suesca.

Con base en las anteriores políticas se ha hecho un despliegue de objetivos y estrategias realizables en el mediano y corto plazo, entre ellas podemos destacar las siguientes estrategias referentes al desarrollo de la actividad turística sostenible en el municipio:

- Prohibir las actividades agropecuarias intensivas y económicas de alto impacto en zonas de protección.
- Reubicar los cauces de quebradas desviadas que alimentaban la Laguna de Suesca.
- Desarrollar programas de manejo sostenible de los suelos de conservación.
- Incentivar programas de desarrollo eco turístico y programas para integrales regionales para la recuperación del Río Bogotá.
- Implementar el desarrollo turístico de Suesca, mediante un plan socio-económico, cultural y físico del municipio en el largo plazo.
- Incentivar el desarrollo de programas para recolectar información de la historia, dinámica cultural y creencias propias de los asentamientos humanos del municipio.
- Mantener un adecuado equipamiento de transporte y vías con miras al aumento de la productividad, aumento del comercio y desarrollo de las perspectivas turísticas del municipio.
- Explorar proyectos regionales en materia de servicios públicos, desarrollo vial y planificación.

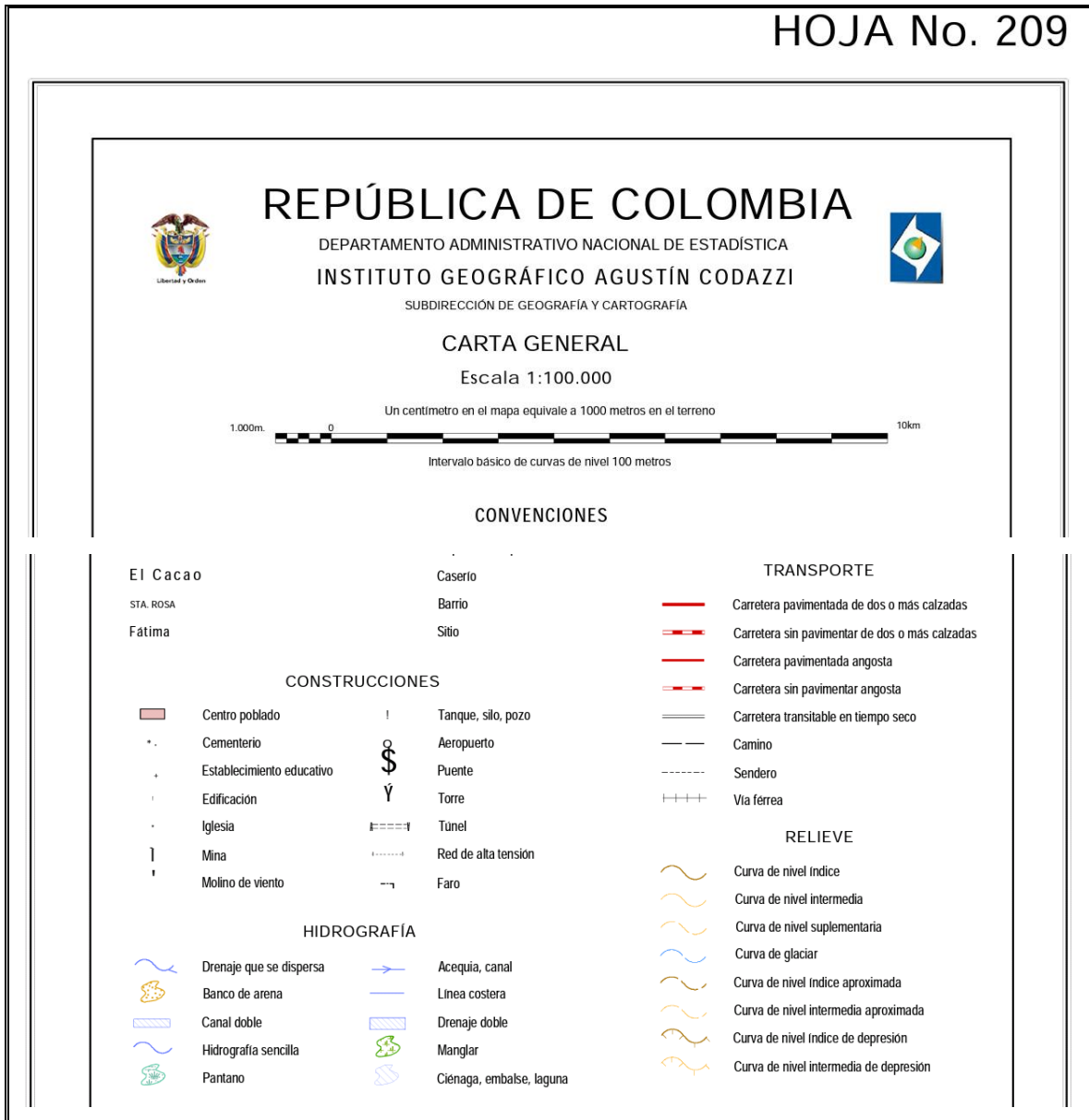
- Estructurar nodos turísticos de carácter ecológico y agrológico que se conectarán por vías interveredales, para generar actividades turísticas, deportivas y culturales.

#### 3.2.3.4. Sistema vial primario.

- Autopista norte: es el corredor vial de primer nivel que reviste mayor importancia para el municipio ya que lo conecta con la capital de la republica y otros municipios aledaños.
- Suesca- La Playa: conecta el casco urbano con la autopista norte. Es necesario ampliarla.
- Vías rurales intermunicipales: como la vía Suesca- La Laguna- Cucunubá y la vía Suesca- Hato Grande-Chocontá que se bifurca en la vía Suesca- Santa Rosita- Chocontá y la vía Suesca- Palmira- Nemocón. Estas son vías sin pavimentar y en mal estado.
- Vías rurales interveredales: son vías sin pavimentar, en mal estado y angostas que comunican el centro urbano con las veredas Chitiva Alto, Chitiva Bajo, El Túnel.
- Vías del nivel peatonal y semoviente: estas vías no cuentan con especificaciones de ancho continuas y utilizadas por los pobladores a lo largo del tiempo, no tienen cercados y es necesario adecuarlas debido a su mal estado.
- Caminos reales: son caminos o rutas eco turísticas que se han trazado de manera espontánea y corresponden a las denominadas “camino-sendero”, su estado es crítico.

En el mapa No. 14., se muestra el tejido vial del municipio.





Mapa No. 14. Vista del Mapa Departamento de Cundinamarca y Boyacá. Detalla el Sistema vial del municipio de Suesca.

Fuente: Instituto Geográfico Agustín Codazzi (1998). Hoja 209<sup>143</sup>. Ver Anexo N.

Aunque se ha previsto que los servicios públicos, se implementen de acuerdo a los planes maestros básicos definidos en el municipio, la realidad en el año 2012, muestra que la inversión ha sido insuficiente y se aprecia un notable

<sup>143</sup> La Plancha No. 209, corresponde a los mapas oficiales del Departamento de Cundinamarca y Boyacá en escala 1:100.000. El archivo en pdf. tiene aplicaciones de filtro de capas.

abandono. En cada ola invernal se inundan las calles y las vías de acceso a los lugares turísticos – Rocas de Suesca, Monolitos, las vías de acceso al casco urbano y los caminos reales.

#### 3.2.3.5. Sistema Turístico municipal.

Se entiende así las zonas de manejo integrado y definidas por la Administración municipal, la CAR, la comunidad y otras instancias pertinentes, para el desarrollo de la actividad turística en el municipio. Estas zonas denominadas centro o nodos turísticos, donde se desarrollarán proyectos para convertirlos en polos de desarrollo turístico integrados con la región.

La Administración Municipal elabora un Plan Turístico Municipal que contempla los nodos turísticos y que es apoyado por la CAR, en un principio, pero en el largo plazo debe intervenir el Ministerio del Medio Ambiente y otros entes nacionales. El nodo turístico de mayor relevancia para el municipio es “Las Rocas de Suesca”, donde serán adecuados espacios para desarrollar actividades que tengan que ver con “el turismo recreativo con énfasis en la modalidad contemplativa, reserva de carácter cultural e histórico y objeto de protección ambiental” (Gobernación de Cundinamarca, 2003, p.9).

Aquí podemos resaltar, que a pesar del que el EOT, lleva una década de promulgado no se ven los resultados de los objetivos propuestos en el nodo turístico. Los problemas de vías, adicionados a la falta de servicios médicos, la falta de una oficina de turismo que oriente a los viajeros, deficiente oferta de alimentación y hostilidad de la comunidad hacia los turistas, impide la competitividad del municipio como destino turístico.

Ahora bien, para continuar con el análisis de la normatividad de Ordenamiento Territorial, a continuación se relacionan otros apartados del EOT, de acuerdo a

lo estipulado en la Ley 388 de 1997, como las normas urbanísticas descritas en la Figura No. 23.

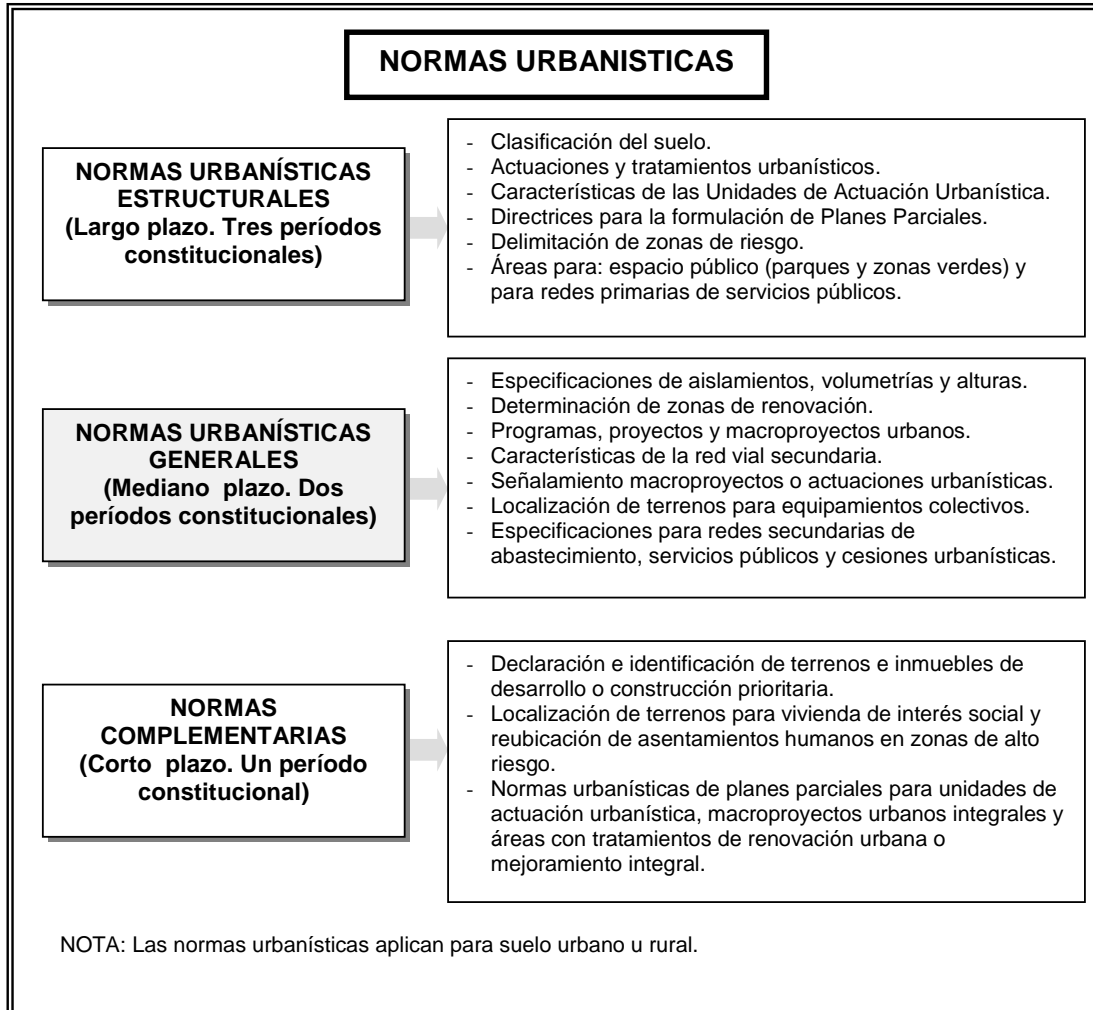


Figura No. 23. Normas Urbanísticas.

Fuente: Gobernación de Cundinamarca (2003, p. 12).

### 3.2.4. Plan de Desarrollo Municipal.

El Plan de desarrollo 2008-2010 para el municipio de Suesca, propuesto por el Alcalde Orlando Camelo Castillo y aprobado por el Concejo Municipal tiene el siguiente objetivo principal:

Propender por la construcción y consolidación del individuo como unidad principal de desarrollo de la sociedad, generar los espacios necesarios para que dicha consolidación **genere procesos coherentes de desarrollo no solamente físicos sino sociales, morales, económicos con lo que se garantizara un avance en la calidad de vida de los habitantes de la jurisdicción.** Generar una construcción articulada y colectiva de un municipio eficaz, eficiente y moderno el cual comprometido con la vigencia de los derechos individuales y colectivos genere garantías sociales de derecho.

Generar un municipio que cuente con una “nueva gestión pública” la cual regenere la confianza en las instituciones y sus dirigentes los cual redundara en un compromiso social de los mismos para con los habitantes. **Un municipio integrado local y regionalmente, articulado con la provincia y demás municipios del departamento, para crear mejores condiciones y oportunidades, la recuperación de valores humanos, la generación de empleo e ingresos y la producción de riqueza colectiva** (Alcaldía Suesca Cundinamarca, 2008, p.4).

Dentro de los diez objetivos específicos del plan se resaltan los que tienen que ver con el tema de interés de la presente investigación, entre los cuales se mencionan:

- “Implementación y liderazgo en el desarrollo de la oficina y comité de turismo”.
- “Generación de estrategias que conduzcan a un proceso de desarrollo económico sostenible”.

Otros objetivos están encaminados a fortalecer la educación y la prestación de servicios de salud en el municipio; mejorar la calidad y cobertura del acueducto y alcantarillado; fortalecer el desarrollo de la infraestructura vial y fortalecer programas de mejoramiento y consolidación de la cultura, recreación y deportes.

Dentro de las **políticas generales** del Plan de Desarrollo se tienen:

- Focalización social: inversión dirigida a cubrir las necesidades básicas de la comunidad.
- Integración y colectividad.
- Mujer y género.



- Participación.
- Control social y rendición de cuentas.
- Integración regional para la sostenibilidad: articulando planes programas y proyectos con diferentes entes territoriales.

### **Estrategias generales:**

- Educación
- Salud
- Agua potable y saneamiento básico
- Desarrollo vial
- Cultura, deporte y recreación
- Fortalecimiento institucional y económico del municipio
- Medio ambiente y turismo: con la creación de la oficina de Turismo Municipal; implementación del programa turístico en Suesca “Una leyenda histórica digna de conocer”; capacitación y respeto por el medio ambiente; reforestación y conservación de las fuentes de abastecimiento de agua.
- Empleo: diseñar políticas y estímulos para fomentar la creación de microempresas, empresas de economía solidaria, empresas asociativas, etc.; establecer convenios con el SENA y Universidades para la capacitación de los jóvenes y adultos que les permitan ser competitivos.
- Unidad regional: convocar municipios aledaños para desarrollar programas conjuntos para la protección del medio ambiente, respeto por los valores culturales y armonización del desarrollo integral de la Provincia o región.
- Fortalecimiento del departamento de planeación. (Alcaldía Suesca Cundinamarca, 2008, p.9).

Dentro de las **estrategias específicas** relacionadas con la actividad turística se pueden resaltar:

- En lo económico: aumentar la productividad del campo buscando el uso eficiente y sostenible del suelo, diseño y gestión de posibilidades turísticas que incluyan: diseñar un plan turístico (diagnóstico de potencialidades turísticas), parques de recreación contemplativa, ciclo rutas y articulación con otros proyectos turísticos regionales.

- En lo social, fortalecimiento de los valores familiares y estructuras comunitarias.
- En salud, fortalecimiento en la gestión del hospital y otros programas de prevención en salud.
- En educación, prevención de la deserción, capacitación de docentes y estímulos para la educación superior.
- En servicios públicos, ampliación y mejoramiento del acueducto, plan maestro de alcantarillado, mejoramiento de las redes de acueducto en el área rural.
- En vivienda, actuaciones y actualizaciones urbanísticas y mejoramiento de la vivienda rural.
- En espacio público, generación de zonas verdes y parques, aprovechando el paisaje natural de la zona.
- En equipamiento, se mantendrá el actual y se generará el necesario para el desarrollo social y la actividad turística, cultural y de bienestar social, reubicación del Matadero Municipal.
- En cuanto a vías se prevé el rediseño y adecuación de la entrada al municipio, pavimento de las calles del casco urbano, adecuación y mantenimiento de las vías rurales.

**Objetivos y alcances:** en la Tabla No. 15, se resaltan los objetivos concernientes a la actividad turística, tomados textualmente de Alcaldía Suesca Cundinamarca (2008):

OBJETIVO ESPECIFICO	ALCANCE POR OBJETIVO
Aumentar la cobertura y calidad del acueducto y alcantarillado del casco urbano y del centro poblado de Cacicazgo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lograr la ampliación y mejoras de las redes, captación y potabilización de agua del casco urbano y del centro poblado de Cacicazgo, de acuerdo a los estudios previos que se realicen.</li> <li>- Gestionar recursos para llevar a cabo la cuarta etapa del Plan Maestro de Alcantarillado</li> </ul>
Fomentar la implementación de mejoras en los acueductos veredales.	Evaluar el suministro de agua en los acueductos veredales y adelantar programas de asesoría en organización empresarial y prestación del servicio a las juntas de Acueducto, aumentando el acceso al agua, de acuerdo con los estudios que se realicen.

Lograr el mejoramiento de cuencas hídricas y el manejo sostenible del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actuación sobre las quebradas que abastecían la Laguna de Suesca y de aquellas que abastecen acueductos rurales, especialmente en conservación y reforestación de nacimientos.</li> <li>- Desarrollo de un programa para mantenimiento del río Bogotá en conjunto con las ONG que actúan en el Municipio.</li> </ul>
Estimular el mejoramiento de las condiciones de vivienda urbana y rural	Generar programas de mejoramiento de vivienda en mal estado del área rural.
Fortalecer los espacios de interacción comunitaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyar la generación de programas de microempresas y organizaciones asociativas en el territorio municipal, de tipo artesanal, comercial y campesino.</li> <li>- Implementar programas de fortalecimiento de valores y unión familiar.</li> </ul>
Fortalecer la actividad turística municipal.	Iniciar el desarrollo de las actividades turísticas en su diseño y gestión.
Generar una dinámica de gestión regional que permita atender los programas y proyectos conjuntos con criterios de eficiencia, optimización de recursos y efectividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de las condiciones para la futura regionalización de la prestación de servicios públicos básicos.</li> <li>- Formulación del Plan Turístico en concordancia con los planes de municipios vecinos.</li> <li>- Definir estrategias conjuntas para la conservación de la Laguna.</li> </ul>

Tabla No. 15. Objetivos y alcances del Plan de Desarrollo del municipio de Suesca.

Elaboración propia a partir de Alcaldía Suesca Cundinamarca (2008, p.10)

En el informe de gestión del municipio de Suesca (Cundinamarca) para el periodo 2008-2010, no sólo se relaciona ningún avance en materia de turismo. Solamente se presentan actividades de los programas sociales.

Esto se ratifica en las visitas de campo, donde no se evidencia ningún mejoramiento en los sitios de interés turístico, en cambio se observa un aumento de cultivos de flores a nivel industrial y de explotación minera ilegal, como se muestra en la siguiente galería fotográfica.



Cultivo de flores en el sitio *Rocas de Suesca*  
Fuente: personal



Cultivo industrial de flores cerca al Río Bogotá, en Suesca  
Fuente: personal



Vista de los galpones del cultivo de flores en Suesca.  
Fuente: personal



Explotación minera ilegal en Suesca-Cundinamarca.  
Fuente: Municipio de Suesca (noviembre 15 de 2012)

Galería de Fotos No. 2. Cultivo de flores y explotación minera en Suesca.

### 3.3. ANTECEDENTES Y POTENCIAL TURÍSTICO DE SUESCA

#### 3.3.1. Reseña histórica del municipio de Suesca.

La historia del municipio se remonta a épocas del siglo IV a.c., con el asentamiento de los Muisca<sup>144</sup> en el Altiplano Cundiboyacense<sup>145</sup>. Para mejor

<sup>144</sup> Etnia indígena que habitó el altiplano Cundiboyacense por lo menos desde el Siglo IV a.c. hasta la llegada de los conquistadores en el Siglo XVI (Diccionario Encarta, 2008)

comprensión se hace un recuento breve de los hechos sobresalientes acaecidos en el municipio de Suesca y que marcaron las épocas: prehispánica; descubrimiento, conquista y colonia; independencia y republicana.

### 3.3.1.1. Época prehispánica.

Suesca es un sitio lleno de historia y leyendas que datan de tiempos prehispánicos. Esta tierra con paisajes pintorescos, fue una de las regiones “*más importantes del Imperio Chibcha*”, (Municipio de Suesca, 2008-b), por su clima agradable y por sus cercanías a los centros salineros de Sesquilé y Nemocón<sup>146</sup>, llegando a ser uno de los más grandes emporios del Estado de Guatavita<sup>147</sup>. Esta región fue habitada por los Muisca que tenían como lugar sagrado la laguna de Suesca - con muchas leyendas de dioses y demonios – y como fortificación natural contra ataques de otras tribus, el majestuoso conjunto rocoso de tres kilómetros de largo conocido actualmente como “Las Rocas de Suesca” por cuyo costado pasa río Bogotá. En este sitio los indígenas dejaron pictogramas alusivos a sus creencias y forma de vida.

Esta etnia chibcha es considerada por muchos historiadores, una de las culturas más avanzadas por sus conocimientos astronómicos, su forma de medir el tiempo, la forma de apropiación del territorio relacionada con la cosmología y su compleja organización social y política como lo corrobora Herrera (1996): “*A la llegada de los españoles, el territorio está dividido en dos grandes unidades políticas: el zipazgo y el zacazgo*” ((Municipio de Suesca, 2008-b, p. 2), sin embargo los cronistas dieron más importancia al zipa que al zaque y encuentra más información sobre los primeros. Volviendo al caso de Suesca, el territorio pertenecía al cacicazgo de Guatavita, el cual a su vez estaba sujeto al zipa de Bogotá.

---

<sup>145</sup> Altiplano Cundiboyacense: Altiplanicie que comparten los departamentos de Cundinamarca y Boyacá

<sup>146</sup> Sesquilé y Nemocón son dos municipios que colindan con el municipio de Suesca y se encuentran los yacimientos de sal del Altiplano Cundiboyacense.

<sup>147</sup> *Estado de Guatavita* era el centro político que abarcaba parte de la región comprendida por los actuales departamentos de Cundinamarca, Boyacá y parte de Santander.

En cuanto al origen del nombre, éste proviene de *SUESUCA*, en lengua Chibcha, según algunos historiadores, entre ellos Fray Pedro Simón y significa *Cola de Guacamaya* o *Tierra de colores*, sin embargo el historiador Joaquín Acosta en su libro *El idioma Chibcha*, afirma que el nombre debe provenir de dos vocablos chibchas: SUE que significa ave y HICA o JICA que significa piedra o roca, por lo tanto su nombre viene del topónimo<sup>148</sup> *SUEHICA* o *SUEJICA* que quiere decir “*Piedra o roca de las aves*”. Este último nombre es el más aceptado teniendo en cuenta que el pueblo se alza a la sombra de las majestuosas rocas y los indígenas tenían sobradas razones para nombrarlo así, además, porque en las rocas habitaban las águilas y otras enormes aves y no así las guacamayas, debido al clima y la altitud. (CAR, 2003; Herrera, 1996, p.; Medellín y Fajardo, 2006; Municipio de Suesca, 2008-b; Gobernación de Cundinamarca, 2008).

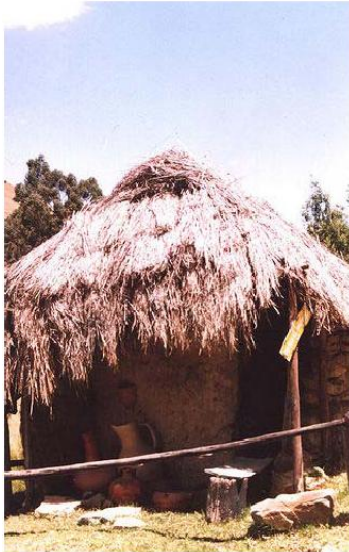
Esta época ha heredado un legado histórico resultado de la actividad humana y sus costumbres. Los pobladores se dedicaban a la minería y a la agricultura, especialmente al cultivo del maíz, del algodón y la coca, que intercambiaban a través del trueque con otras tribus y mediante esta actividad conseguían el oro, que no tenían en su territorio. El oro era trabajado por los orfebres Muisca de Guatavita, mediante la técnica de la cera perdida, permitiendo la elaboración de piezas únicas de finos detalles, que tenía para ellos un valor espiritual con sus figuras votivas para ofrendar al padre Sol.

Por otro lado, el legado gastronómico proviene de la base alimenticia de los Muisca centrada en el consumo de vegetales como el maíz, las habias, los cubios y la quinua, también incluyeron dentro de su dieta alimenticia una especie de pescado sin escamas llamado “capitán” que se encontraba en los humedales de la sabana, también consumían carne de venado y de curí. En este sentido, Coe, Snow y Benson, (1989), afirman que en el cuarto viaje Colon, quien llegó a las costas de Panamá y Costa Rica. Encontró entre otras particularidades de la

---

<sup>148</sup> La toponimia u onomástica geográfica consiste en el estudio etimológico de los nombres propios de un lugar. (Diccionario Encarta, 2008)

población: costas y valles fluviales con pequeños nichos ambientales, con cultivo de maíz, batatas y mandioca y además abundaba el oro y tenían gran desarrollo en las artes de la cerámica, la técnica de la metalurgia y los modelos comerciales. La siguiente fotografía, muestra una réplica de una choza indígena.



Fotografía No. 3. Choza indígena, Recuperada el 04 de septiembre de 2008:  
<http://www.flickr.com/photos/esquilar/tags/suesca/>  
Autor: Oscar Fandiño

Retomando el origen de los nombres, muchas poblaciones y sitios tienen nombres que son toponimia proveniente del lenguaje Chibcha, una lengua viva que proviene de Centroamérica y que aún hoy la hablan algunas tribus de la Sierra Nevada de Santa Marta. Como quedó registrado en el cuarto viaje de Colón, quien encontró un único “phylum” lingüístico, conocido como macro chibcha y que prevaleció en la zona desde Nicaragua y Panamá hasta Colombia y Venezuela. (Coe, et ál., 1989).

Entre estos nombres se encuentran:

- Guatavita: quiere decir, *punta de la cima y fin de la labranza*.
- Bogotá: proviene de *Bacatá*, nombre de un cacique, que también fue llamado *Bogotá*.
- Tominé: quiere decir *colibrí*.
- Guasca: *cercado de cerros*, por ser un valle cercado de cerros.

- Suesca: *Piedra o roca de las aves*. Sitio sagrado donde se preparaban los aspirantes a ser caciques en unos sitios de retiro espiritual llamados “Cucas”, donde permanecían entre 5 y 9 años.
- Chie: que significa *luna* y fue modificada posteriormente para dar el nombre al municipio de *Chía*,
- Gachancipá: que viene de *gacha: vasija para hacer salmuera*.
- Zipaquirá: quiere decir territorio del Zipa y proviene de *zipa: autoridad política*.

(Acosta, 1996; CAR, 2003, p. 70; Herrera, 1996, p.2; Medellín y Fajardo, 2006 p.933; López, Caita y Bernal, 2007; López, 2008; Municipio de Suesca, 2008-b; Gobernación de Cundinamarca, 2008).

De esta época queda un legado cultural que puede ser puesto en valor para aumentar el atractivo del municipio como son:

- Los pictogramas dejados por los indígenas en las paredes rocosas de las Rocas de Suesca.
- Las leyendas de dioses y demonios, que narran los pobladores del municipio.
- La historia de la organización social, económica y política de los Muisca.

### 3.3.1.2. La conquista y la colonia.

En 1536 Gonzalo Jiménez de Quesada partió en una expedición desde Santa Marta enviado por el Gobernador Pedro Fernández de Lugo con el fin de encontrar el nacimiento del río Grande de la Magdalena, pero en el camino un indígena les contó la historia de las grandes riquezas del Imperio Chibcha y la existencia de “El Dorado”<sup>149</sup>. Fue entonces cuando el 14 de marzo de 1537 Gonzalo Jiménez de Quesada llegó a Suesca en su recorrido hacia Guatavita, y

---

<sup>149</sup> La leyenda de El Dorado refería la existencia de grandes cantidades de oro en la Laguna de Guatavita, sitio sagrado donde los Muisca realizaban sus ofrendas en oro a los dioses.



“quedó maravillado por la bondad de sus habitantes y por la belleza de sus Rocas, que son un verdadero paisaje en su amanecer y atardecer de sus días de verano, lo mismo que su clima y tranquilidad” (Municipio de Suesca, 2008-b). Posteriormente Suesca fue fundada por Luis Enríquez el 2 de agosto de 1600, sin embargo, Quesada decidió permanecer en esa comarca, después de haber sido nombrado por el Rey de España *Adelantado del Nuevo Reino de Granada* donde escribió el libro *Ratos de Suesca*, un compendio histórico de sus conquistas y descubrimientos del cual no se han encontrado evidencias hasta el día de hoy.

Cuenta la historia que 5 años después de su fundación (en 1565), Quesada ordenó trasladar el caserío al sitio donde hoy se encuentra, para resguardarlo de las inundaciones del Río Funza hoy llamado río Bogotá. (Acosta, 1996; Herrera, 1996, p.3; y Municipio de Suesca, 2008-b).

Esta época dejó un legado histórico significativo representado en leyendas y construcciones descritas en detalle en el apartado 6.5. “Identificación de los principales productos y actividades turísticas del municipio” entre las cuales se resaltan:

- El Templo Parroquial o templo doctrinero, declarado Monumento Nacional por su estructura y antigüedad.
- Posada de la Montaña, con una antigüedad de más de 470 años, es una construcción con historias fascinantes de tesoros escondidos y fantasmas, y donde se han encontrado varios manuscritos del Gonzalo Jiménez de Quesada (López, 2008).
- Placa conmemorativa, sitio exacto donde se alzaba la casa de Jiménez de Quesada, donde escribió su libro “Ratos de Suesca”. Actualmente se encuentra la casa cural.

### 3.3.1.3. La independencia.

La revolución independentista se inició el 16 de marzo de 1781 con la “Revolución de los Comuneros” en la provincia del Socorro Santander, originada por el descontento de los colonos frente al alza inmoderada de los impuestos, el maltrato y abuso de los cobradores. Esta sublevación de carácter popular de pueblos ciudades y parroquias se inició en Socorro y San Gil<sup>150</sup> y abarcó “muchos pueblos de su demarcación extensiva a casi todo el reino; con advertencia que de todos los pueblos arriba mencionados, concurrieron a los campos de Zipaquirá y Nemocón, multitud de gentes armadas de cada uno, con sus respectivos capitanes y comandantes en jefe de todos los comunes, D. Juan Francisco Berbeo, natural y vecino de la Villa del Socorro, y uno de los principales que ellos nombraron, y se apellidaban generales” (Banco de la República<sup>151</sup>, 1951, p. 7). Así fue como los moradores de Suesca viendo el fervor de los comuneros y cansados de las injusticias que se cometían contra ellos, se unieron al grupo a su paso hacia Nemocón.

Ahora bien, otros sucesos históricos, como los sucedidos el 20 de julio 1810 “Grito de independencia del país” o el 7 de agosto del mismo año “Batalla de Boyacá”, consolidaron el proceso de independencia de Colombia, sin embargo no hay hechos notables que se enmarquen dentro del municipio de Suesca. (Banco de la República<sup>152</sup>, 1951; Municipio de Suesca, 2008-b; Gobernación de Cundinamarca, 2008)

---

<sup>150</sup> Dos poblaciones que actualmente pertenecen al departamento de Santander y donde se inició “La Revolución de los comuneros en 1781)

<sup>151</sup> (Manuscrito. Biblioteca “Luis Ángel Arango”. Publicado por primera vez en: Colección de documentos inéditos sobre la Geografía y la Historia de Colombia, recopilados por Antonio E. Cuervo. Sección 2ª Geografía, Viajes, Misiones, Límites. Tomo IV. Bogotá, 1894).

<sup>152</sup> (Manuscrito. Biblioteca “Luis Ángel Arango”. Publicado por primera vez en: Colección de documentos inéditos sobre la Geografía y la Historia de Colombia, recopilados por Antonio E. Cuervo. Sección 2ª Geografía, Viajes, Misiones, Límites. Tomo IV. Bogotá, 1894).

#### 3.3.1.4. La República.

Ya en la época republicada, en la década de 1860, se registra, según los historiadores un gran número de caudillos políticos que querían fomentar la guerra entre estados y el gobierno central, con el fin de llegar al poder. Estos hechos tuvieron efectos en Suesca donde las tierras de los dominicos fueron expropiadas en las veredas de Ovejeras, Hatillo y Palmira, para ser propiedad de los terratenientes de la época, finalmente estas tierras con el correr de los tiempos se convirtieron en minifundios.

Transcurrido el siglo XIX y a finales del mismo, se presentaron enfrentamientos entre los partidos políticos, llevando al país a la sangrienta “*guerra de los mil días*”, donde se destacan las siguientes personalidades del municipio de Suesca: el General Gratiniano Bueno Melo, el Coronel efectivo Ernestina Rodríguez, el Coronel Cesareo Bernal, Agustín Guacanéme, Eustacio Guáqueta, Miguel Bernal, Eleuterio Rivera y José Guacanéme. De esta etapa de la historia nacional se registra la existencia de la hermosa hacienda San Carlos o conocida como “*la casa de los presidentes*”, ubicada a la entrada del municipio, donde vivió la familia Holguín, dos de cuyos miembros, Carlos y Jorge, fueron presidentes de la república y un tercero Hernando, fue Ministro de Relaciones Exteriores. (Gobernación de Cundinamarca, 2008).

Otras construcciones emblemáticas de Suesca, que datan esta época son:

- La estación del ferrocarril.
- El túnel.
- La casa de la cultura, así como la plaza principal.

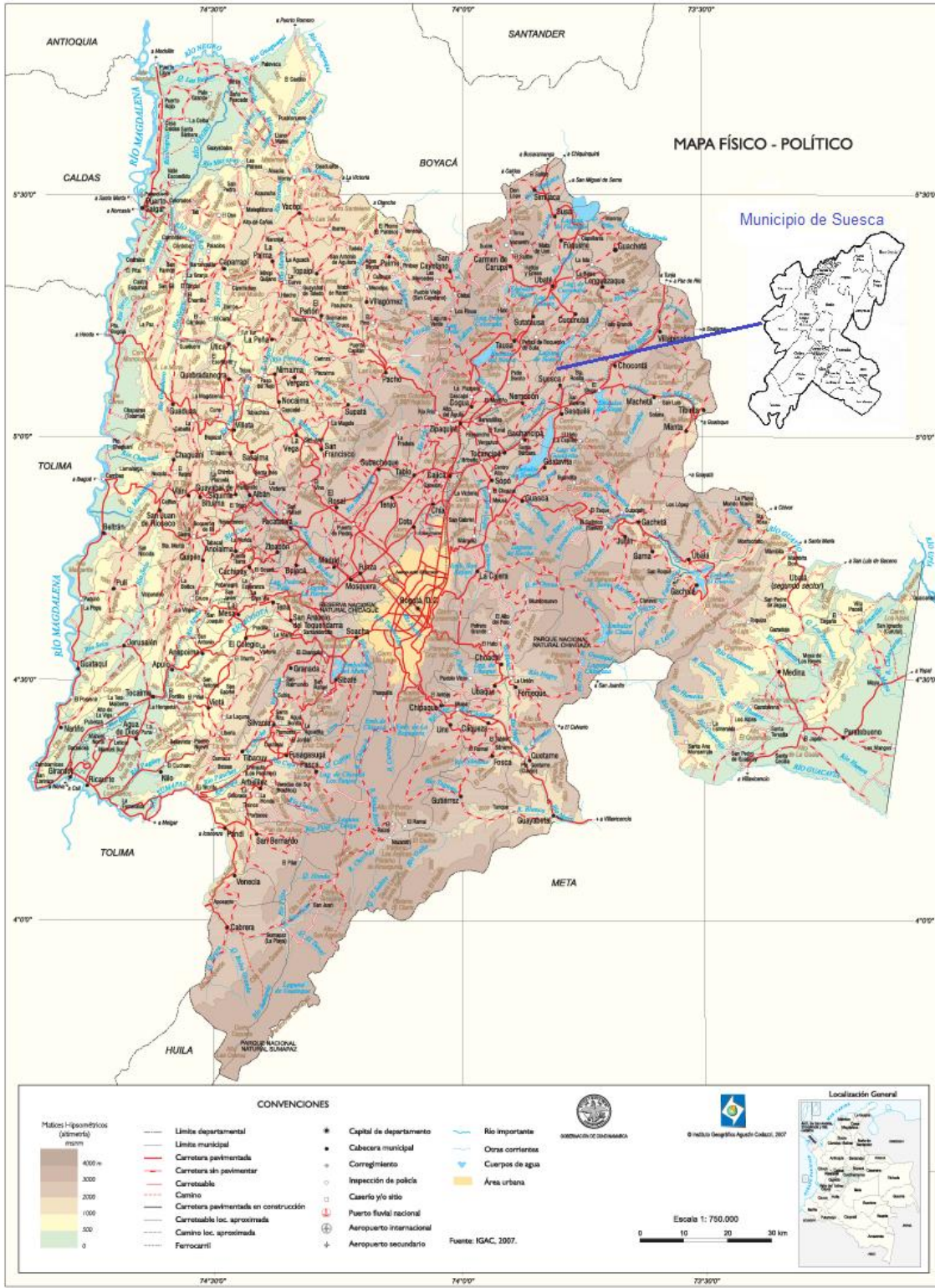
#### 3.3.2. Ubicación geográfica.

El departamento de Cundinamarca tiene un área de 24.210 Km<sup>2</sup>. Tiene 116 municipios y el Distrito Capital de Bogotá, administrativamente independiente. Se encuentra ubicado en la zona Andina de Colombia sobre la cordillera oriental.

Suesca es un municipio que pertenece al departamento de Cundinamarca, ubicado en la parte alta de la cordillera, razón por la cual tiene zonas de páramo y se considera un reservorio de agua vital para los municipios bajos del departamento y para Bogotá. Como se puede apreciar en el Mapa No. 15 (Anexo O), su cercanía con la capital de la República – Bogotá D.C.- lo ubica en un sitio estratégico para desarrollar el turismo; además, porque pertenece a Bogotá- Región, una escala regional para impulsar el desarrollo de los municipios cercanos a la capital.

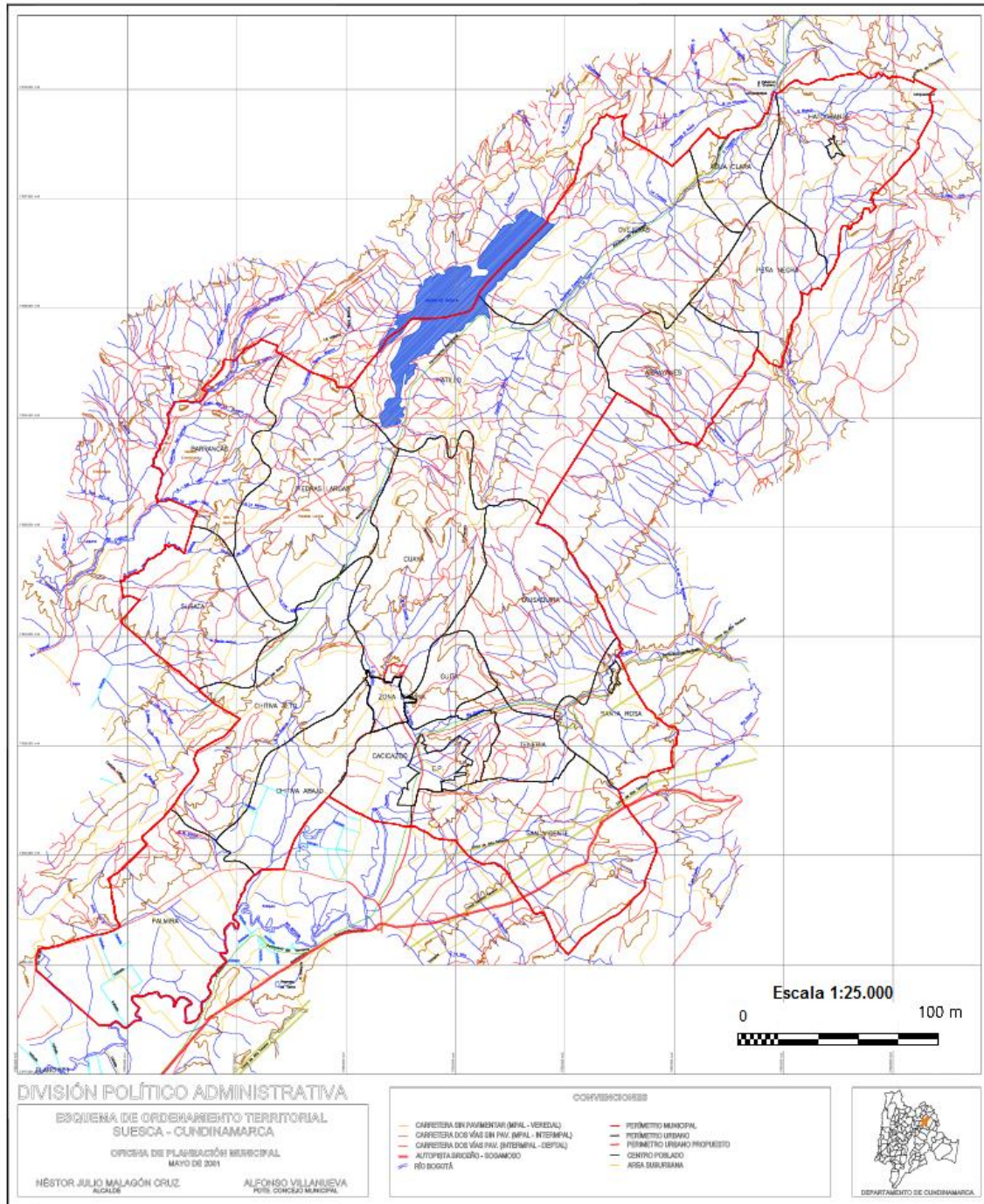
El Mapa No. 16., muestra la división político – administrativa del Municipio de Suesca Cundinamarca, compuesto por veredas y un casco urbano.

A continuación se relacionan los mapas No. 15 y No.16. Los Anexos O y P respectivamente, muestran con más detalle los mapas.



Mapa No. 15: Mapa físico- político de Cundinamarca. Ubicación del municipio de Suesca. Ver Anexo O.

Fuente: IGAC (2007). Mapa físico- político de Cundinamarca. Escala 1: 750.000.



Mapa No. 16. División político- administrativa de Suesca. Para mayor detalle ver Anexo P.

Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001). EOT: División político- administrativa. Escala 1:25.000.

Empotrado en la cordillera Oriental, entre el meridiano 73 al Este de Greenwich y el paralelo 5 al Norte del Ecuador, se encuentra el municipio de Suesca, en la

parte nororiental del Departamento de Cundinamarca, colindando con los municipios de Sesquilé, Gachancipá, Nemocón, Tausa, Cucunubá y Chocontá.

Con una altitud promedio de 2600 m.s.n.m. y una temperatura de de 14°C, Suesca, cuenta con un clima agradable, donde su población de 14.242 habitantes, según el censo de 2005, se distribuye a lo largo de sus de 176 Km<sup>2</sup> de extensión.

El área urbana representada en la cabecera municipal por el pueblo de Suesca (lleva el mismo nombre del municipio) es de 3,07 Km<sup>2</sup>, con una altitud de 2584 m.s.n.m. y tiene una distancia a Bogotá de 67 Km. por la carretera Central del Norte que es una autopista de primer nivel, por lo tanto se gasta una hora de Bogotá al pueblo de Suesca. (IGAC, 2008; Municipio de Suesca, 2008-b; Gobernación de Cundinamarca, 2008).

#### 3.3.2.1. Vías de comunicación.

La única forma de acceso es por vía terrestre. La principal vía es la autopista central del norte catalogada como carretera primaria y sobre el Km. 59 (desde Bogotá) de sur a norte a mano izquierda, por una carretera pavimentada de dos carriles catalogada como secundaria, a 6 Km. de la vía central se llega al pueblo de Suesca. También se puede ingresar por la vía a Nemocón - Suesca, vía Choconta - Suesca y Ubaté - Cucunuba - Suesca.

En el siguiente registro fotográfico (Galería fotográfica No. 4) se puede apreciar el estado de la autopista y el paisaje de la región.



Autopista Norte saliendo de Bogotá (vía primaria nacional)  
Fuente: personal



Paisaje Autopista Norte (vía Bogotá-Suesca)  
Fuente: personal



Represa del Sisga. Paisaje Autopista Norte (Bogotá-Suesca).  
Fuente: personal



Entrada a la cabecera municipal de Suesca (vía secundaria).  
Fuente: personal

Galería de Fotos No. 4. Estado de las vías de acceso a Suesca.

### 3.3.3. Características morfológicas del terreno, geografía y paisaje.

La estructura morfológica y geológica de la región del altiplano cundiboyacense, tiene sus orígenes en la evolución paleontológica de la cordillera Oriental, sobre la que se encuentra dicho altiplano.

Pérez (2000, p. 2), afirma que hace mas de 575 millones de años, en los tiempos *precámbricos*, todos los continentes estaban unidos en un solo continente llamando *Pangea*, “el cual se rompió entre el Cámbrico y el



Devónico”, en una época entre los 575 y 415 millones de años, generando “varios bloques rígidos independientes, cuya separación dio origen a una fosa meridiana invadida por el mar”, en la cual se encontraba la región andina (cordilleras de los andes colombianos) y donde se produjo la formación de capas alternas de *pelitas*, *areniscas*, *conglomerados*, *margas* y *calizas*, debido a la fuerte sedimentación que se produjo.

Posteriormente se dieron varios eventos *orogénicos*, generando el relieve que presenta la zona montañosa de Colombia (conocida como la zona andina). Estos fenómenos desencadenaron en unos casos la emersión de las tierras y en otros la transgresión o invasión del mar.

Luego en el Mesozoico, entre unos 230 y 145 millones de años, una transgresión marina, al parecer del océano Pacífico, cubrió esta zona donde posteriormente, en la era Terciaria (hace entre 65 y 60 millones de años), se retiró el mar debido a movimientos tectónicos. A partir de esta época los ríos empiezan a depositar gravillas, arenas y arcillas, dando origen a las formaciones Arenisca, que al ser replegadas por otros movimientos tectónicos formaron los cerros, sometidos a la erosión por acción de las aguas y los vientos. Por esto es que la zona de Suesca presenta unas formaciones rocosas de areniscas y se encuentran fósiles pertenecientes al fondo del mar. Para mayor ilustración, el Mapa No. 17., refleja las características geológicas del municipio.

El municipio de Suesca está ubicado en la cuenca alta del Río Bogotá, donde se encuentran varias zonas de importancia ambiental, destacándose la presencia del bosque nativo; el recurso hídrico - donde sobresalen la Laguna de Suesca y el río Bogotá - y el paisaje único debido a la formaciones rocosas en varios sitios de municipio, como las “Piedras de Suesca” y los “Monolitos”, ubicados dentro del Cerro Piedras Largas, identificado como una zona de subpáramo constituido por un área de bosque alto andino, una de bosque plantado y otra de pastos y rastrojos (CAR, 2003).



Se encuentra además en el municipio, gran diversidad de especies únicas, tanto de fauna como vegetación nativa, en la laguna de Suesca (declarada “Reserva Hídrica” por la CAR en 2006), con un espejo de agua y un paisaje sabanero, donde se puede observar gran diversidad de aves y especies de flora; cuenta además con una piscina natural de aguas calientes por encima de los 30°C a más de 2800 msnm. (Fundación ENDESA Colombia 2007). Esta variedad proporciona una riqueza paisajística compuesta por innumerables unidades de paisajes con un alto potencial turístico.

### 3.3.3.1. La Laguna de Suesca.

Toda la cuenca hidrográfica de la Laguna de Suesca se encuentra en un área entre los 2860 y 3040 m.s.n.m., en la parte alta de la cordillera oriental, a “*los 78° 48’ de longitud occidente y 5° 6’ de latitud Norte... y hace parte de la cuenca 20 de la CAR*”. (Municipio de Suesca, 2008-b); caracterizada por ser una zona de vida de Bosque Seco Montano Bajo (Holdridge, 1987), con una temperatura promedio de 11.7 °C y lluvias en dos períodos de abril a julio y de octubre a noviembre con una precipitación promedio anual de 838,1 mm., cuyas aguas alimentan la laguna.

El espejo de agua ubicado casi a 3000 m.s.n.m. en una hondonada, con fuertes vientos que descienden excesivamente la temperatura; tiene una profundidad que oscila entre los 2,5 m. y 4 m. con una extensión de 6 Km. de largo por 2Km. de ancho, constituyéndose en el cuerpo de agua más de mayor tamaño de la cuenca hidrográfica que tiene una extensión de 2966 ha., donde la laguna drena sus aguas ya que no hay un afluente principal que las saque. Por sus características paisajísticas esta laguna es uno de los atractivos naturales de Suesca con gran potencial turístico.

Es conveniente anotar, que a lo largo de su historia la laguna ha sufrido severos cambios en la sustitución de los ecosistemas naturales, resultante de las actividades de los asentamientos humanos, con la explotación agrícola de la zona en aproximadamente un 60% del territorio, ocasionando un impacto adverso a los ecosistemas naturales que han ido desapareciendo para dar cabida a otros nuevos, no autóctonos y con la desaparición casi en su totalidad de áreas antropizadas<sup>153</sup> modificando el paisaje natural y estimulando un proceso de desestabilización ecológica, con efectos no deseables como:

- La disminución del volumen de agua en la laguna, debido a la destrucción de la red de quebradas que la alimentan, a la extracción de agua para regadíos (cultivos industriales de flores), consumo humano y para la extracción minera en el municipio de Cucunubá, a la deforestación de las cúpulas, laderas y vaguadas de los cerros de la cuenca, entre otros aspectos descritos a continuación.
- El aumento de la escorrentía de sedimentos y la colmatación<sup>154</sup> de la cubeta.
- La aparición de plantas acuáticas macrófitas (*Potamogeton illinoensis*) que alteran la dinámica de los ecosistemas y generan la *terrización* ocasionando la disminución del espejo de agua y la afeción a las especies que la habitan.
- La extracción no sostenible del Junco<sup>155</sup>, favoreciendo el proceso de terrización.
- La introducción de especies de peces ajenas al ecosistema o alóctonas, que también lo alteran.
- Aumento del contenido orgánico y de fertilizantes en el agua, lo que estimula un aumento de la productividad acuática de especies dañinas. Este fenómeno se debe a los asentamientos humanos y su actividad agrícola que han ido desecando las orillas de la laguna para cultivar y han

---

<sup>153</sup> Antropizado: modificado por la acción humana, proviene de *antropo-*: *hombre*

<sup>154</sup> Colmatar. Rellenar una hondonada o depresión del terreno mediante sedimentación de materiales transportados por el agua.

<sup>155</sup> Junco: especie de planta autóctona de los Andes.

ido reforestando la cuenca con especies exógenas inadecuadas, generando erosión.

- Se evidencia “una alta intervención antrópica debido principalmente a los cultivos (de papa, arveja y cebada) y al pastoreo extensivo/intensivo” (Barrera, J.I. et ál., 2005, p.3), con la utilización de técnicas no sostenibles en el cultivo “como el volteo del suelo y los cultivos limpios que aceleran la erosión, el uso de plaguicidas y fertilizantes químicos” (Gobernación de Cundinamarca, 2008), todo lo anterior ha tenido como consecuencia, una reducción de la vegetación nativa alto andina, que se ve solamente en algunos sectores de la ronda de las quebradas y otros puntos de la microcuenca. Esto ha alterado ostensiblemente las unidades de paisaje.
- Contaminación del agua por vertimientos de aguas negras y basuras a campo abierto, debido a la falta de una cultura ambiental de los pobladores, a la poca presencia de autoridades ambientales y a la falta de una política de asistencia social, económica y ambiental dirigida a la población local.

(CAR, 2003; Barrera, J.I. et ál., 2005; Municipio de Suesca, 2008; Gobernación de Cundinamarca, 2008).

Analizando otro aspecto del área de cuenca, conviene resaltar que la vegetación nativa sustentaba una fauna que habitaba en la cuenca abundante en “venados grandes (*Codocoileus virginianus*), venado soche (*Mazamasp*), Armadillo (*Dasyus novemcinctus*), Oso (*Tremactos ornatus*), Puma (*Felix con color*), entre otros. Hace 5 años se observaban algunos Faras (*Ddidelphis albiventris*), Curíes (*Cavia porsellus*) que le daban sustento a estas poblaciones y al haberse cazado directamente, se extinguieron en su totalidad” (Gobernación de Cundinamarca, 2008).

Por otro lado, las especies autóctonas de aves también se han visto afectadas, mostrando desde 1994 una disminución considerable en especies como la Garza Bueyera (*Ardeola ibis*), el Guaco (*Nycticorax nycticorax*), el Sáncharo (*Oxyura jamaicensis andina*), la Tingua (*Rallus semiplumbeus*), la Chinita

(*Gallinula melanops bogotansis*), el Colibrí (*Colibrí coruscans*), el Copetón (*Zonotrichia capensis*), entre otros. Igual suerte han corrido la población de peces, formada por el Capitán (*Eremophilus mutisii*) y la Guapacha (*Grundulus bogotensis*), entre otros que han desaparecido. La producción pesquera de la laguna se ha visto fuertemente disminuida a pesar de que se ha introducido a la laguna la Tilapia (*Curassilus aucatus*) (Gobernación de Cundinamarca, 2008). Algunas unidades de paisaje del área se muestran en el siguiente registro fotográfico:



Pastoreo de ganado vacuno  
Fuente: personal



Tierras dedicadas al pastoreo  
Fuente: personal



Cultivo de flores  
Fuente: personal



Cultivo de papa  
Fuente: personal



Laguna de Suesca

Fuente: <http://cucunuba-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files//Suesca.jpg>



Laguna de Suesca

Autor: Carlos Salamanca, Revista Diners, 1986. Diners Club.

Galería de Fotos No. 5. Unidades de paisaje en la cuenca de la Laguna de Suesca.

Debido al grave deterioro ambiental, la CAR ha establecido acciones de recuperación, tema tratado más adelante.

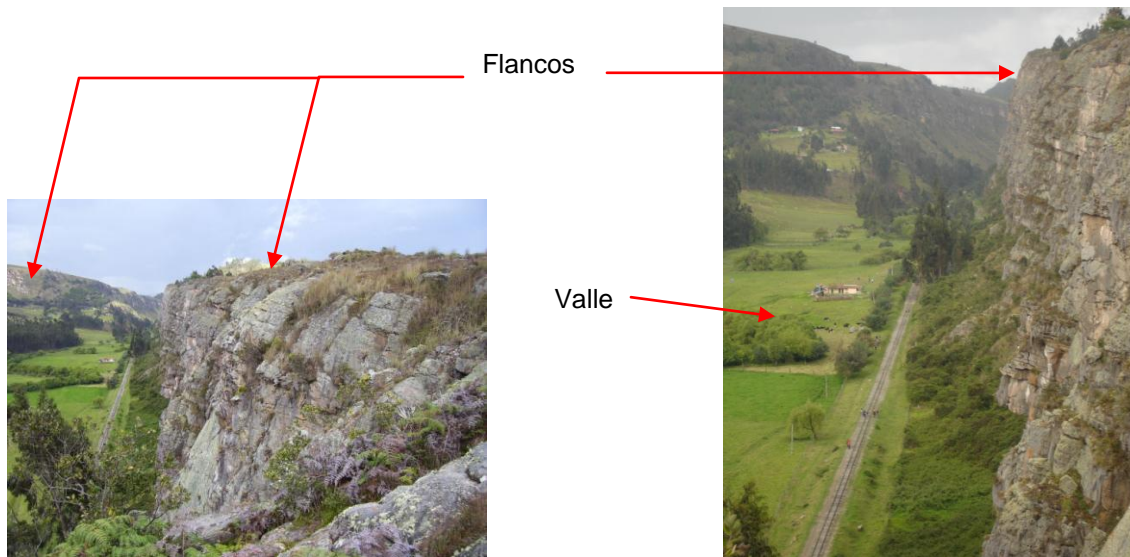
3.3.3.2. Las Piedras de Suesca (Declarado sitio de interés turístico por la Resolución No. 384 de 2007).

También conocido como “Piedras Blancas” o “Piedras Largas”, es un conjunto rocoso de 3 Km. de largo, con protuberantes formaciones monolíticas de aproximadamente 300 metros sobre el nivel del suelo y a una altura de 2.700 metros sobre el nivel del mar, cubiertas por líquenes blancuzcos que le dan el aspecto del cual se deriva el nombre como toponimia de “Piedras blancas”, sus formaciones tipo Ripples constituidas por areniscas del terciario pertenecientes al fondo marino –desplazado por movimientos tectónicos - y moldeadas por el agua y los vientos originando las singulares formas de colmena de abeja u hormigueros que adornan este paisaje dejando al descubierto algunos pequeños fósiles.

Rodeado por flancos de crestas monolíticas se observa un valle, resultado posible de la fractura de las rocas circundantes y posterior erosión y de excavación donde el río Bogotá depositó sus materiales; posiblemente contribuyeron otros aspectos como los procesos químicos de origen cáustico,

como un gran pliegue monoclinal. Resalta una unidad de paisaje en el valle cruzado por el ferrocarril, con depósitos aluviales y geofacias en los bordes con los flancos en las laderas.

El paisaje natural se encuentra interrumpido por manifestaciones antrópicas representadas por invernaderos y pequeños reservorios de agua implementados para el cultivo de flores, lo que genera diferentes unidades de paisaje.



Galería de Fotos No. 6. Formación farallones de Rocas de Suesca o Piedras Blancas.

Fuente: personal.

El siguiente registro fotográfico permite apreciar la imponente belleza del lugar:





Líquenes que cubren las rocas. Por su color también se les llama "Piedras Blancas".  
Fuente: personal.



Otro tipo de líquenes en las Rocas de Suesca.  
Fuente: personal.



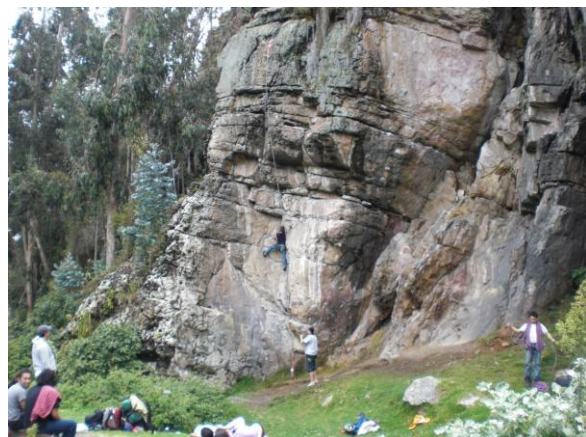
Rocas de Suesca. Unidades de paisaje.  
Fuente: personal.



Paisaje de la carrillera atravesando las Rocas de Suesca.  
Fuente: personal.



Otra mirada a Suesca  
Fuente: personal.



Para los que les gusta el rapel.  
Fuente: personal.

### Galería de Fotos No. 7. Rocas de Suesca.

Las “Rocas de Suesca”, es el atractivo turístico más visitado en el municipio para practicar deportes como escalada, Rappel, caminatas y cabalgatas. Es un sitio ideal para salidas en familia.

Este aspecto será detallado en el apartado “Identificación de los principales productos y actividades turísticas del municipio”.

La singular belleza de este sitio ha servido de sitio de entrenamiento a escaladores profesionales (entre ellos a Erwin Krauss quien posteriormente ascendió al Everest), pero también ha inspirado poemas como el siguiente:

#### LAS ROCAS DE SUESCA

“Coronados de pencas y de arbustos  
sobre altos precipicios suspendidos,  
ved gigante los informes bustos  
en éxtasis eternos sumergidos.

Un gesto horrible allí petrificado,  
con nariz trunca y arrugada frente  
decir parece al que le queda al lado  
que le pisan un callo eternamente.

De otro coloso en la entreabierta roca  
las águilas sus nidos han formado.  
y del labio inferior bermeja roca  
cuelga como la lengua del ahorcado.

Y sobre mí la mole vacilante,  
tendida allí por invisible dedo  
díjome con acento de gigante  
¡Huye mortal o sobre ti me ruedo!

A la voz ¡Huye!, véme en tal aprieto  
que no hallando tan pronto una tangente,  
resolví descender por el cateto  
de un triángulo de estratas adyacentes.

Cruzan con la mirada el horizonte  
cuatro patriarcas de semblante duro,  
a quienes miran del opuesto monte  
otros patriarcas de guijarro puro.

Y por saber si a conservar se prestan,  
¿Qué hacéis ahí? Preguntóles en verso,  
y en mudo endecasílabo contestan:  
¡Aguárdanos el fin del universo!

Escucho apenas lo que apenas creo,  
cual el rumor del viento que se aleja  
en singular y vago cuchicheo  
entre las altas peñas de la ceja.

Cuando hacia el sitio de atención dirijo,  
de abuelas miro inmóvil caravana,  
festejando con hosco regocijo  
el fausto cumple siglos de una hermana.

Un pañuelo de musgo y lana verde  
con prendedor de quiche al seño atado,  
remata el traje: lo demás se pierde  
tras un dosel en el peñón tallado....

Es fumadora la siguiente roca,  
y por cigarro tiene aunque apagado,  
en el rincón izquierdo de la boca  
de un frailejón el tronco retostado.  
Saluria, la mayor, anciana austera,  
que de su clara estirpe vio su gloria  
vivo guardada de su edad primera  
el recuerdo feliz en la memoria.

Que su prosapia sube hasta el más alto  
rango; porque Plutón el rey, la infanta  
doña Tranquita, el duque de Basalto  
y el príncipe Granito, cuya plata,

Sonda la mar del subterráneo fuego  
mientras sus sienes baña en los sombríos  
golfos del polo, todos desde luego,  
según sus pergaminos son sus tíos.

Y de esos pergaminos no se puede  
dudosa hacer la antigüedad presunta,  
que al herirlos burlada retrocede  
del taladro tenás la recia apunta.

Mas contemplada sobre la ancha frente;  
en vano el sol sus dardos ha lanzado,  
y en vano al par la lluvia disolvente,  
el rayo, el aquilón, la han azotado.

¡Ved! De sus cejas trazan la figura  
sendos cordones de erizadas pencas,  
y he visto fulgurar en noche oscura,  
del cazador la hoguera entre sus cuencas.

Es de su alta nariz el bloque corvo,  
atalaya del buitre carnicero,  
que desde allí condena, inmóvil torvo  
su presa a muerte en el lejano otero.

Su boca agreste remetida donde vierten  
mortal sudor las piedras; do se llaman  
a iglesia los conejos cuando advierten  
que los hambrientos galgos los reclaman.

Es la faz de esta avinagrada mueca  
con letras chibchas en los dos carrillos;  
el moño de aluvión y hierba seca,  
de líquen el collar y los zarcillos.  
Secas raíces que los lados penden,  
forman su escasa caballera grifa,  
y trae cabras que el riesgo no comprende,  
le comen la capul a la cachifa.

Y es sacristán de aquella gruta pía  
un armadillo, que a la mama vieja  
le ha perforado interna galería  
que comunica oreja con oreja.”

Fuente: Autor anónimo. (Municipio de Suesca, 2008-a)

Hay que resaltar que el deterioro de la flora y la contaminación del área ocasionada por las personas que visitan el lugar, es apreciable, aunque el flujo de visitantes no es tan alto. Esto muestra que este sitio con una alta fragilidad no ha sido visto con la importancia que tiene, desde el punto de vista ecológico y como recurso turístico de gran valor. Por otro lado es necesario hacer alusión a los pictogramas que dejaron los indígenas en las paredes rocosas, que lamentablemente están en un alto nivel de deterioro y algunos de ellos ya son irrecuperables. La siguiente figura es una muestra de estos pictogramas. ICANH<sup>156</sup> (2008).



Figura No. 24. Pictogramas en las Rocas de Suesca.

Fuente: ICANH (2008)

Aunque existe *El Plan de Uso Público y Ecoturismo*, en este momento no hay un estudio sobre la capacidad de carga del sitio “Rocas de Suesca” y las políticas emitidas por la CAR no se han aplicado debido a que no se cuenta con la infraestructura adecuada para ello. Según la CAR (2003), el uso público de las áreas protegidas debe tener establecida la “capacidad de carga” como una de

<sup>156</sup> ICANH. Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

las orientaciones concretas y medibles respecto a la cantidad de visitantes en un área y consiste en una indicación cualitativa y cuantitativa de la densidad de turistas en un lugar determinado considerando el soporte posible del área, infraestructura, programas de manejo y sobre todo el disfrute pleno del visitante. Por tanto la gestión de áreas protegidas debe partir de la capacidad de carga común limite dinámico de manejo de los recursos.

### 3.3.3.3. Los Monolitos (Declarado sitio de interés turístico por la Resolución No. 384 de 2007).

Este mágico lugar ubicado por la Vía a la Vereda Piedras Largas – Susatá a unos 40 minutos del parque principal del pueblo. Está compuesto por formaciones rocosas de esculturas naturales esculpidas por el viento y la lluvia a través del tiempo (y que ha generado mágicas leyendas dioses indígenas asociados a las formas de siluetas o rostros de indígenas), Este es el sitio más alto del municipio y debido a ello, los vientos soplan fuertemente esculpiendo con ayuda de la lluvia, estas atractivas formas rocosas compuestas al igual que las Rocas de Suesca, por areniscas del terciario pertenecientes al fondo marino y desplazado por movimientos tectónicos. (CAR, 2003; López, 2008; Municipio de Suesca, 2007; Gobernación de Cundinamarca, 2008).

Ahora bien, debido a que los monolitos se ubican en una finca de propiedad privada, su acceso no es muy conocido y el sitio presenta un buen estado de conservación.

La siguiente galería fotográfica, muestra la belleza del sitio ideal para practicar un turismo contemplativo y de familia.



Los Monolitos  
Fuente: Municipio de Suesca (2007-a)



Singular figura en Los Monolitos  
Fuente: Municipio de Suesca (2007-a)



Los Monolitos. Silueta de indio.  
Autor: Oscar Fandiño.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007-a)



Topografía del terreno donde se ubican los monolitos.

Autor: Oscar Fandiño.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007-a)



Ruta de entrada a los Monolitos  
Autor: Oscar Fandiño.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007-a)



Por la carretera de regreso a Bogotá  
Autor: Oscar Fandiño.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007-a)

Galería de Fotos No. 8. Los Monolitos.

Como este sitio es propiedad privada, la afluencia de público es limitada ya que no cuenta con vías de acceso adecuadas y en época de invierno es difícil llegar en vehículo. Sin embargo, es un sitio muy hermoso para diseñar una ruta turística a pie, ya que por la topografía del terreno la dificultad de acceso es menor.

#### 3.3.3.4. El cañón de la Lechuza y el túnel.

Cerca a las riberas del Río Bogotá, se encuentran estos sitios espectaculares por su belleza, ideales para practicar un turismo contemplativo. Sin embargo a pesar de estas potencialidades turísticas son muy poco visitados, especialmente por desconocimiento y falta de promoción.

El Cañón de las Lechuzas es una formidable formación natural resultante de la actividad del Río Bogotá sobre la superficie rocosa, que forma cañones especiales para practicar el rafting y disfrutar de sus aguas vivas, ya que a partir de Suesca y hacia la ciudad, el río se va contaminando por la actividad de curtiembre del cuero y cuando llega a la ciudad recibe todos los desechos de la misma convirtiéndolo en una cloaca.

Las características topográficas y geológicas, son iguales que las de las Rocas de Suesca, pero en el caso del túnel, se adiciona la intervención humana y se puede considerar como un patrimonio cultural heredado del ferrocarril, que en este momento prácticamente está fuera de servicio, ya que por allí solo transita los domingos el “Tren de la Sabana”<sup>157</sup> que se dirige a Nemocón, pero no se detiene en Suesca.

El siguiente registro fotográfico muestra algunos aspectos de las unidades de paisaje que se pueden apreciar en el área.

---

<sup>157</sup> *El Tren de la Sabana*, solo funciona con fines turísticos para visitar a Nemocón, municipio vecino, con atractivos turísticos derivados de la explotación de la sal, fósiles marinos (ya que toda la zona, era lecho marino) y hermosos paisajes de sabana.



El cañón de la Lechuza. Río Bogotá.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007-a)



El cañón de la Lechuza. Farallones.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007-a)



El Túnel en Suesca  
Fuente: Municipio de Suesca (2007-a)



El Túnel en Suesca  
Fuente: Municipio de Suesca (2007-a)

#### Galería de Fotos No. 9. El cañón de la lechuza.

Aquí, al igual que en las “Rocas de Suesca”, no existe un estudio de capacidad de carga turística (que se aplique o se considere aplicar en el futuro), aunque se sabe de la fragilidad ecológica que presentan, no hay acciones para regular la actividad turística, que afortunadamente en este momento es poca y su deterioro no ha sido tan acelerado como en otras partes de la región.

#### **3.3.4. Actividades económicas del municipio, como modificadoras del paisaje y la morfología del área.**

La agricultura es la principal actividad económica de los habitantes campesinos del municipio, representada en un alto porcentaje en el cultivo de la papa que

abastece las necesidades locales con un considerable excedente para exportar al resto del departamento. Este producto se cultiva principalmente en las veredas de Arrayanes, Ovejeras y Hato Grande y es muy apetecido por su calidad. Hay otros productos de rotación de cultivos, como las hortalizas, la arveja, el *pasto de olor* y el *pasto poa*, estas últimas como variedades introducidas para el pastoreo de ovejas y cabras. En cuanto al impacto ambiental y cambio en el paisaje se reconocen fenómenos preocupantes como la erosión y el deterioro de la tierra que la hacen cada vez menos productiva requiriendo mayor uso de fertilizantes y otros productos agroquímicos.

Otra actividad económica de los pobladores locales es la ganadería y la cría de ovejas, sin embargo esta actividad tiene un impacto negativo en el medio ambiente ya que debido al pastoreo y las quemadas, el suelo se densifica, formando en muchos casos *terracitas*. Por otro lado debido a la gran población de ganado se genera contaminación en las aguas donde el ganado tiene acceso.

La floricultura industrial es la actividad económica que más ha crecido en los últimos años, convirtiéndose en la primera generadora de empleo en el municipio, sin embargo, también es una de las generadoras de mayor impacto ambiental debido a las grandes cantidades de agua subterránea y superficial que demanda, al uso de fertilizantes que van a parar a los efluentes con elementos contaminantes como el Cadmio<sup>158</sup>, arrastrados por las escorrentías y filtrados a través del suelo arenoso. Como si esto no fuera poco, el impacto visual y destrucción del paisaje es notorio porque los invernaderos deben ser hechos con plástico. Además se promueve el surgimiento de asentamientos humanos suburbanos a los alrededores de los invernaderos sin ningún control, aumentando la demanda de agua y de otros recursos naturales de un área

---

<sup>158</sup> Estudios recientes de Ingeominas mostraron altos valores de Cadmio en las aguas adyacentes a cultivos de flores.



vulnerable ya de por sí afectada (CAR, 2003; Municipio de Suesca, 2007; Gobernación de Cundinamarca, 2008).

Dentro de las actividades menos desarrolladas, pero con un alto impacto ambiental y modificación del paisaje se destacan la minería (explotación de carbón), las canteras y la alfarería. La explotación de carbón ha venido disminuyendo debido al agotamiento del recurso que “*pertenece a la formación Guaduas, de edad Maastrichtina (cretáceo superior)*”, generando como impacto negativo el hundimiento del terreno, la pérdida de agua superficial- fenómenos originados por los socavones abiertos- , la pérdida de vegetación, la contaminación por desechos y la compactación del suelo debida al tráfico de camiones. La extracción de este mineral se realiza en minas sin licencia de funcionamiento y con precarias condiciones de salubridad para los trabajadores. Según la Gobernación de Cundinamarca (2008), estas minas se explotan rudimentariamente y se evidencia una ausencia de control por parte de entidades como la CAR.

El caso de las canteras no es mejor, ya que la extracción de arena y recebo concentrados en Guadalupe, es muy extenso con siete canteras funcionando actualmente y creando “llagas” en el paisaje, peligros de deslizamientos, erosión y daños causados por el tráfico pesado. Por otro lado los asentamientos humanos subnormales alrededor de las canteras acrecientan el problema ambiental.

Tomando el tema de la alfarería, en las veredas de Chitiva Alto y Chitiva Bajo, se encuentran funcionando en la actualidad 9 ladrilleras, causando impactos ambientales considerables ya que su materia prima es la arcilla y la roca rica en feldespatos, y como su demanda es considerable, del mismo modo lo es el agotamiento de los recursos, la generación de erosión y el impacto en el paisaje. (Gobernación de Cundinamarca, 2008).

Por último, se puede afirmar que el turismo ocupa en la actualidad, un lugar muy discreto en la economía del municipio, sin embargo se perfila como una actividad de gran futuro, dadas sus bondades en el mejoramiento socio-económico y de sostenibilidad de los destinos turísticos y dadas las potencialidades del municipio en cuanto a recursos turísticos tanto naturales como culturales y de paisaje.

Bajo este panorama, vemos que el paisaje juega un papel fundamental a la hora de planificar el turismo y como lo afirma (Miranda, 2006, p.201), “el turismo conducido por políticas improvisadas hace que se altere el paisaje”, por lo tanto un ordenamiento de bienes culturales es indispensable a la hora de planificar el turismo, además porque esta actividad puede poner en valor y recuperar el paisaje cultural de los pueblos.

### 3.4. SUESCA COMO ÁREA PROTEGIDA Y DESTINO ECOTURÍSTICO SUSTENTABLE

Para hacer una aproximación al objeto y alcance de las acciones emprendidas con miras a mejorar la situación ambiental del área, conviene hacer una reflexión sobre los principales conceptos del *Desarrollo Sostenible* y las buenas prácticas de ecoturismo en áreas protegidas (aspectos tratados con mayor profundidad en el numeral 2.3. “**Desarrollo Sostenible**”, Segunda Parte de este documento) que han llevado a muchos expertos a pronunciarse porque casi todos los países ven el turismo tanto nacional e internacional, como un generador de ingresos, divisas, empleos y en general, desarrollo económico nacional y regional; sin embargo son menos los que se interesan por desarrollar y gestionar el turismo de una manera sostenible, es decir, preservando tanto los recursos naturales como los culturales y garantizando una distribución equitativa y justa de los beneficios económicos que lleven a cumplir objetivos más amplios a nivel global como los Objetivos de Desarrollo del Milenio. (Yunis, 2006).

Parece oportuno resaltar, como ejemplo el caso del turismo rural en España ya que éste ha tenido un crecimiento espectacular, como se deduce de las siguientes cifras:

- En 1994 habían en todo el país 1077 establecimientos de turismo rural.
- En 1994 se produjeron 550.000 pernoctaciones en estos establecimientos.
- El 2007 el número de establecimientos rurales era de 11.300
- El número de pernoctaciones en 2006 ascendió a 7.5 millones.

Como se aprecia tanto el aumento de la oferta como de la demanda ha sido vertiginosa, conclusión apoyada por Grande (2008, p.8), quien además afirma que el turismo rural es “uno de los pilares sobre los que se apoyan numerosas estrategias de desarrollo rural”. A este respecto, De Andrés (2008), opina que

esta modalidad de turismo puede ser una fuente destacada de ingresos para las regiones, ya que hay un número creciente de personas que anualmente visitan los espacios naturales protegidos buscando los atractivos naturales y los paisajes.

Es conveniente anotar, que países como España han consolidado el turismo como una actividad prioritaria en su desarrollo desde hace cerca de 50 años, por lo tanto, tienen mucho que aportar a la naciente industria turística de Colombia, sobre todo, cuando se trata de espacios protegidos, dada su fragilidad.

Siguiendo con el ejemplo español, el aumento de la oferta se ha debido a las acciones de apoyo de LEADER<sup>159</sup> y PRODER<sup>160</sup>, en la creación de museos, empresas de turismo activo y agroturismo, poniendo en valor recursos turísticos culturales, naturales y etnográficos.

Bajo este panorama muchos expertos coinciden que hay que mejorar aspectos como: la planeación estratégica para definir objetivos claros; investigar sobre recursos turísticos competitivos para cuantificar su inversión; desarrollar productos turísticos que involucren el desarrollo sostenible, teniendo en cuenta que la mayoría de turismo rural *“tiene como escenario un espacio natural protegido”*, como lo afirma el editor de la Revista LEADER y reforzado por Perdomo (2007), quien asegura que se tiene generalizada la idea de que *más turistas son algo bueno* sin definir la carga que puede soportar un sitio específico, causando su deterioro rápidamente, además, hoy se puede apreciar una *“falta diferenciación del producto, carencias de oferta turística*

---

<sup>159</sup> “LEADER es el nombre con el que se conoce las sucesivas iniciativas comunitarias de desarrollo rural de la Unión Europea. Corresponde a las siglas, en francés, "Liaisons entre activités de Développement de L'Economie Rural" "Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural". (fuente: <http://www.redr.es/acciones/leader.htm>).

<sup>160</sup> “PRODER es un conjunto de programas para el desarrollo rural que aplican medidas de desarrollo endógeno y que se han implementado exclusivamente en España. En estos programas se va extendiendo de forma específica la aplicación del método LEADER”. (fuente: <http://www.redr.es/acciones/leader.htm>).

complementaria, masificación y descenso en la calidad de la oferta de alojamiento en su conjunto, a pesar de las muchas estrellas que portan los nuevos establecimientos” (Perdomo, 2007, p.2), por tanto no se puede concebir el *Desarrollo Sustentable* sin un análisis la demanda y las expectativas de los clientes, para tener una oferta global de calidad que satisfaga a los turistas cada vez más informados y con opciones variadas a través de la internet y por último establecer una articulación entre el sector público y los operadores privados. Por su parte el editor de LEADER (2008) plantea que: “los caminos por los que debe transitar el turismo rural del futuro parecen claramente dibujados. Planificación, calidad y sostenibilidad son claves”.

#### **3.4.1. Plan de Uso Público y Ecoturismo liderado por la CAR.**

La CAR ha estructurado la propuesta y procedimientos para el montaje de un Sistema Regional de Áreas Protegidas (SIRAP) en el departamento de Cundinamarca y en el marco de este sistema se ha elaborado el documento "Plan de uso Público para las Áreas Protegidas Piloto de la CAR", con un proyecto dentro del convenio CAR-CI<sup>161</sup> protocolizado en 2003. Este es un instrumento de administración que permite a entes privados y públicos tener parámetros para la selección de sitios de áreas protegidas y definir actividades relacionadas con infraestructura del sitio, comunicaciones, relaciones públicas, manejo de los recursos naturales, criterios para la clasificación y priorización de áreas, sistemas para optimizar y categorizar valores naturales o biológicos, culturales e históricos y paisajísticos para poner en valor los recursos conservándolos y promoviendo el desarrollo sostenible.

Es necesario a la hora de planificar, tener conocimiento del contexto histórico-cultural ya que es quizá uno de los más protegidos como patrimonio en la mayoría de los países del mundo. Según la CAR (2003), el patrimonio cultural está formado por las creaciones materiales y conocimientos que el hombre ha

---

<sup>161</sup> CI: Conservación Internacional Colombia

acumulado desde su existencia. Así, se forma por los testimonios arqueológicos, históricos y artísticos. Para Colombia es una prioridad tener la valoración de la dimensión patrimonial, en términos del componente histórico cultural; por lo tanto, debe ser tenida en cuenta en los esquemas de planificación de áreas protegidas.

Hay diferentes valores de tipo físico, biológico y eco-sistémico que se consideran en casi todas las áreas protegidas y son específicas de cada una. En casos como algunos parques de México, Perú, Guatemala y Belice sus valores arqueológicos de la cultura Maya, Azteca o Inca, son su prioridad.

El objetivo principal del **Plan de Uso Público y Ecoturismo**, es mejorar las acciones de gestión de las áreas protegidas (mediante talleres, planes y guías de manejo ambiental y cursos de socialización), fortalecer la capacidad institucional, estrechar las relaciones de las autoridades con la comunidad y los prestadores de servicios turísticos propendiendo por “la conservación del patrimonio natural y cultural, así como por los bienes y servicios ambientales que estas áreas prestan en el marco de desarrollo sostenible” CAR (2003, p. 51). Para tal fin se escogieron tres áreas piloto con el fin de priorizar su uso público, una las cuales incluye las zonas estratégicas del municipio de Suesca.

Para elaborar el plan de uso la CAR tuvo cuenta los siguientes elementos espaciales de orden territorial: a) identificar las áreas protegidas piloto y otras áreas de influencia; b) los asentamientos humanos; c) los sitios arqueológicos de importancia cosmogónica y d) el paisaje natural y cultural existentes. Bajo este panorama el Plan de Uso, debe constituirse en un instrumento que ayude a la generación de recursos conservando la sostenibilidad del sitio en el largo plazo, facilitando desarrollo de programas de uso público y atención de visitantes sin perder de vista el apalancamiento financiero, las estrategias de uso razonable de los recursos y alianzas para la conservación.

El modelo para el manejo y administración del uso público en el territorio de la CAR plantea las siguientes etapas:

- Definición de la localización geográfica y territorial de la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca.
- Identificación de los simbolismos y cosmogonías del territorio de la CAR: la etno - astronomía y el contexto histórico - cultural de las lagunas sagradas.
- Estructuración de algunos lineamientos para la definición de la arquitectura a partir de la cosmovisión en las áreas piloto.
- Definición de lineamientos para el turismo a nivel territorial.
- Proposición de la metodología para el inventario de recursos y servicios: un aspecto fundamental para la planificación del ecoturismo y el uso público en el territorio.
- Definición del perfil del visitante.

Dentro de las herramientas propuestas, vale la pena resaltar la determinación de la capacidad de carga y el inventario del inventario de recursos y servicios.

#### 3.4.1.1. Capacidad de carga.

El Modelo de Capacidad de Carga Turística, utilizado por la CAR en el Plan de Uso Público de las Áreas Protegidas es el mismo desarrollado por Cifuentes et ál. (1999) y detallado en el numeral 2.2.3.2 “La Capacidad de Carga Turística (CCT), un modelo para la planeación de espacios protegidos”, de la Segunda Parte del presente documento.

En cuanto a la utilidad del Modelo de CCT propuesto por Cifuentes (1999), los autores Garnier y Somarriba (2005, p.20), relacionan una serie de sitios donde se ha implementado la CCT exitosamente; resaltando las bondades de esta herramienta para la planificación de destinos turísticos en áreas protegidas. Textualmente mencionan: “Reserva Biológica de Carara (Cifuentes et ál., 1990), en el Parque Nacional Manuel Antonio (Rodríguez, 1992), en el Refugio de Vida

Silvestre La Marta (Acevedo E., 1997), en la Reserva Absoluta Cabo Blanco, Reserva Ecológica Monteverde, Estación Biológica La Selva, Monumento Nacional Guayabo (Fundación Neotrópica, 1992), en el Parque Nacional Tapantí Macizo de la Muerte (Girón, et ál. 2003), todas estas áreas encontradas en Costa Rica. Otros lugares son: en el Parque Nacional Galápagos nuevamente en Ecuador (Cayot, 1996) y en el Parque Nacional Marino Fernando de Noroña, en Brasil (Mitraud, 1998)".

Por su parte, El Plan de Uso Público de las Áreas Protegidas, dice que en gestión turística, se debe tener establecida la Capacidad de Carga Turística (CCT), considerada como un instrumento que permite mantener un nivel de integración ambiental y culturalmente sustentable, es decir este instrumento debe establecer la capacidad del sitio para absorber la presión de los visitantes, por lo que se convierte en un elemento indispensable en la planeación turística de cualquier destino. Hay que anotar aquí, que la capacidad de carga no es estática, sino que su dinámica está determinada por factores de impacto de los turistas, por lo tanto no puede ser un número exacto e inmodificable y los límites establecidos (al ser en gran parte subjetivos) pueden variar según los siguientes criterios:

- Objetivos del uso del suelo y su zonificación.
- Énfasis en el uso recreativo
- Impacto que los visitantes pueden ocasionar al área (la cultura del visitante hace que este número varíe).
- Características eco-sistémicas y socioculturales.
- Infraestructura.

Por su parte la CAR plantea que la CCT depende del carácter de los recursos del área, considerando aspectos físico, biótico y sociocultural; equipamiento e infraestructura establecida; gestión y manejo tanto público como de actores directos en la prestación de servicios y de la calidad, exclusividad y experiencia que quiera transmitírsele al turista.



Al definir la CCT se debe tener en cuenta: “un marco normativo (dimensión legal), un marco de política (directriz), un marco de evaluación (eficacia) y un marco de control (protección y monitoreo)” (CAR, 2003, p.39).

En términos generales la CCT se define a partir de tres dimensiones dependiendo de las características del sitio: a) capacidad de carga física o número máximo de visitantes que puedan permanecer en un sitio; b) capacidad de carga real, es el número máximo de visitantes que puede estar en un sitio teniendo en cuenta variables ambientales, ecológicas o de manejo y c) capacidad de carga efectiva, entendida como la posibilidad variable de incremento o reducción de visitantes dependiendo de la gestión, administración y recursos con los que cuenta el sitio.

Los siguientes son elementos claves para el buen manejo de la capacidad de carga: “Política pública (nacional, regional y local)

- Reglas o reglamentación específica (horarios, tamaños de grupos, seguridad y sanciones.
- Esquema de información e interpretación.
- Sistema sencillo de monitoreo y control.
- Participación activa de todos los actores involucrados.
- Determinación y caracterización (sub zonificación).

Plan de uso público”. (CAR, 2003, p.40 y Ley 300, 1996, artículo 27).

#### *3.4.1.1.1. Implementación del Modelo de CCT, según el Plan de Uso Público y Ecoturismo, liderado por la CAR.*

Para el municipio de Suesca la CAR no ha desarrollado ninguna reglamentación en cuanto a la determinación de la Capacidad de Carga Turística. Dentro del trabajo desarrollado por la CAR en la *Reserva forestal protectora y productora de la Laguna del Cacique de Guatavita y Cuchilla de Peña Blanca*, contenida en

el tomo II, del Plan de Uso Público (CAR, 2004, pp. 102-110), se menciona la “Reglamentación de Capacidad de Carga” para los siguientes tres senderos que conducen a la Laguna de Guatavita, donde la CAR ha dedicado sus mayores recursos: Sendero A “Ubichicua”; Sendero C “Suasic” y Sendero D “Zorotama”. Esta reglamentación contempla que los visitantes de tipo escolar ingresarán sólo durante la semana (días laborales) y todo tipo de visitantes los días festivos y fines de semana. Durante la semana los grupos serán de máximo de 12 personas y para los fines de semana de máximo 30. Así diariamente, como máximo, se podrán atender 122 estudiantes durante la época de lluvia y 171 en épocas secas. En el caso de “todo tipo de visitantes”, se permitirá el ingreso diario máximo de 112 en épocas lluviosas y 170 en épocas secas. La Tabla No.16, detalla la CCT por sendero:

SENDEROS	VISITANTES ESCOLARES		TODO TIPO DE VISITANTES	
	Época lluvia	Época seca	Época lluvia	Época seca
Sendero A (Ubichicua)	67	94	118	165
Sendero B (Suasic)	38	53	53	75
Sendero C (Zoratama)	12	17	25	35

Tabla No. 16. Cupos por sendero. Laguna de Guatavita.

Fuente: elaborado a partir de la Tabla 28 de (CAR, 2004, p. 103).

Dentro de los proyectos liderados por la Universidad Externado se encuentra el **“Diseño de un modelo de capacidad de carga con aplicación en el municipio de Suesca, Cundinamarca”** realizado por Jaime Durán Flórez en 2007, el cual ha aplicado las herramientas y la metodología solicitadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y recomendadas por la CAR (Basadas en el modelo de CCT, propuesto por Cifuentes (1992), por lo tanto se toman los resultados de dicho estudio para aplicarlo al **Modelo de Turismo Sustentable en Suesca Cundinamarca**.

En el estudio de investigación el autor discrimina tres niveles en la determinación de carga: “Capacidad de Carga Física (CCF), Capacidad de Carga Real (CCR) y Capacidad de Carga Efectiva (CCE)” (Durán, 2007, p. 115). Así, la CCF se refiere a la cantidad de personas que en fila dentro de un sendero (S), pueden dar un número determinado de vueltas (NV). Esto depende del espacio ocupado por el turista y relacionado con la actividad que realice como: caminatas, kayak, ciclismo, canotaje, escalada, entre otros. El espacio (SP) se expresa en metros.

Para determinar la CCR y la CCE, se analiza el equipamiento y la infraestructura lo que permite determinar la Capacidad de Manejo (CM). De esta forma la CCR establece el número de personas que pueden entrar al sendero, organizadas por grupos y con espacios de tiempo. La cantidad de personas en un grupo y el tiempo entre grupos, se calcula a partir de la CCF con factores de corrección que tienen en cuenta variables ambientales, de manejo y físicos.

La cuantificación de las variables resultan de un estudio de campo y los datos son alimentados en una herramienta en hoja de cálculo, desarrollada por el autor.

La CCE se refiere al número de personas que pueden ingresar al sendero considerando las variables y las limitaciones de manejo, es decir la CM. En este orden de ideas, cuando la CM mejora, la CCE se acerca a la CCR. Esto tiene particular importancia porque permite establecer mecanismos de mejoramiento continuo que logren maximizar el aprovechamiento de los recursos de una manera sostenible, estableciendo una dinámica de innovación para consolidar los destinos turísticos.

Los interrogantes que se deben responder al elaborar la Carga de un sendero turístico son:

- ¿Cuántas personas pueden transitar diariamente, mensualmente, anualmente? Esto permite evaluar aspectos de gestión y de inversión, que permiten planificar y promocional el uso de los recursos turísticos.
- ¿Cuál es el máximo de personas que pueden circular para que no haya deterioro del lugar? Al igual que el anterior permite establecer normas y procedimientos para el buen uso de los recursos contribuyendo a la adecuada gestión del sitio.
- ¿Con qué infraestructura, equipamiento y personal se cuenta y, qué número de personas se puede atender? Se evalúa la capacidad de manejo CM.
- ¿Qué estrategias son las óptimas para garantizar la calidad de atención a los visitantes y la conservación del área?
- ¿Qué factores limitan la cantidad de visitantes?
- ¿Cuál es la longitud del sendero y cuánto tiempo se requiere para recorrerlo?
- ¿Qué impacto tienen las visitas sobre los ecosistemas y el medio ambiente?

Para el diseño del modelo de capacidad de carga se utilizan equipos para determinar las coordenadas, como el GPS o la brújula, además de levantar mapas vectoriales en tres dimensiones que proporcionan información sobre las condiciones de la ruta en cuanto a inclinaciones, erosión, atractivos visuales, culturales, geológicos, biológicos y otros accidentes geográficos para evaluar las dificultades de los trayectos y como consecuencia establecer las normas de seguridad y planes de evacuación y rescate ante posibles eventos como inundaciones, deslizamientos u otros fenómenos que puedan afectar la integridad de los viajeros y la conservación del medio (Durán, 2007).

Cabe anotar que este trabajo de investigación no ha sido implementado, pero queda como un referente para posteriores intervenciones como las propuestas en el Modelo de Turismo Sustentable para Suesca- Cundinamarca.

3.4.1.2. Inventario de recursos y servicios.

La siguiente Figura No. 25 esquematiza la metodología de recopilación de información del inventario de recursos y servicios:



Figura No. 25. Metodología de recopilación de información del inventario de recursos y servicios.

Fuente: CAR (2003, p. 82).

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo publicó en el año de 2001 el documento "Asistencia Técnica en la Planificación del Turismo", aquí se dan metodologías y herramientas para la planificación del turismo, las cuales deben adecuarse a cada región si se considera necesario. En él se tratan las siguientes definiciones para la realización de un inventario de recursos y servicios:

Inventario: “es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales con un conjunto de atractivos, que sirven de base para elaborar productos turísticos en una región”.

Recurso: "son factores físicos y en rural es potencialmente explotables por el turismo".

Atractivo: "son factores de infraestructura y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato los productos turísticos".

Las áreas piloto de la CAR, donde se encuentra la zona de Suesca a aún no reúnen las condiciones de infraestructura y operación descritas anteriormente. Para esta zona la recolección de información se hará identificando y clasificando los recursos y servicios turísticos, el inventario tendrá en cuenta la comunidad de la región como fuente primaria la información, complementada con documentos publicaciones (como fuente secundaria). La siguiente es la metodología utilizada: a-clasificación de recursos turísticos, b-clasificación de servicios turísticos, c- evaluación de recursos turísticos, d-descripción de recursos turísticos y e-valoración de recursos turísticos (CAR, 2003, p. 81).

### **3.4.2. Actividades de recuperación del área**

Uno de los estudios de investigación liderado por la Universidad Javeriana y la CAR, se centra en la situación ambiental; así, Barrera, et ál. (2005), expone los problemas ambientales causados por “*disturbios antrópicos*” en la Laguna de Suesca y sus microcuencas abastecedoras, que han desencadenado una rápida disminución del espejo de agua, hecho sobre el cual ha tomado acciones de la CAR como entidad pública responsable del manejo de los recursos naturales del departamento de Cundinamarca, y su “Sistema de Áreas Protegidas” para implementar medidas de recuperación de las microcuencas abastecedoras y detener el deterioro ambiental.

Por otro lado, Barrera, et ál. (2005), cita los siguientes autores (*Barrera & Ríos, 2002; SER, 1996; Bradshaw, 1993, 1987B, 1983; Cairns, 1993*), donde todos coinciden que restablecer la estructura y la función de las áreas disturbadas depende de variables como: cuánto tiempo se ha presentado el fenómeno, características geológicas del área, intensidad y magnitud del disturbio al que ha sido sometida el área, cantidad y clase de nutrientes y “el compromiso de la comunidad o población de la zona.

#### 3.4.2.1. Metodología para abordar la restauración ecológica en el marco de la sostenibilidad de la microcuenca.

Dado lo anterior, se propuso una prueba piloto en la microcuenca de Santa Helena, considerado el principal cuerpo abastecedor de agua de la Laguna, desarrollada por un grupo de estudiantes y profesores de la Universidad Javeriana y un delegado de la CAR, la cual contempla tres fases descritas en la siguiente Figura No. 26.

El trabajo realizado por este grupo de investigadores ha sido parcialmente ejecutado con algunas intervenciones en el área. Por la calidad de la investigación realizada y los recursos invertidos, constituye una fuente valiosa para la presente investigación.

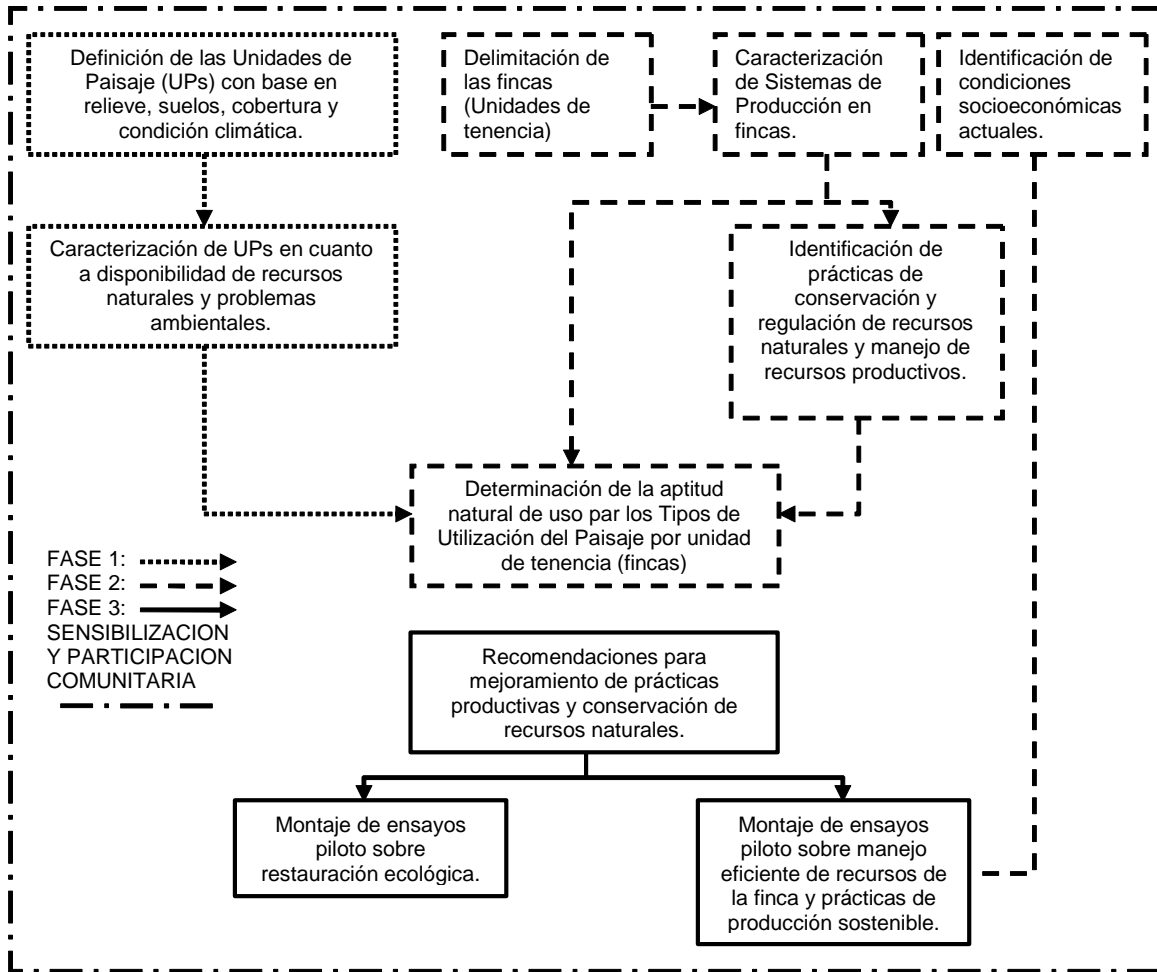


Figura No. 26: Esquema metodológico para abordar la restauración ecológica, conservación y producción sostenible en la microcuencia Santa Helena, Departamento de Cundinamarca – Colombia.  
Fuente: Barrera, et ál. (2005, p.1).

1. FASE 1. “Zonificación ecológica y diagnóstico biofísico de las unidades de paisaje”. Se tienen en cuenta fotografías aéreas para ayudar a delimitar aspectos físicos, bióticos y patrones culturales. Los inventarios (vegetación, avifauna, herpetofauna, etomofauna y suelo) se realizan con muestreo estratificado, según las áreas proporcionadas por las fotografías remotas y la información resultante se integrará a la base espacial de Unidades de Paisaje (UP). Por otro lado esta información se utilizará “para estructurar las tablas temáticas que deben ser articuladas a la base espacial de unidades cartográficas para su caracterización estructural y funcional”.



2. FASE 2. “Evaluación de los tipos de utilización de la tierra como herramienta para el mejoramiento y la conservación de los recursos naturales en la microcuenca de Santa Helena”. Esta evaluación se realizó con la metodología propuesta por la FAO (2003).
3. FASE 3. “Montaje de experiencias piloto de restauración ecológica, prácticas de producción sostenible y manejo eficiente de los recursos de la finca”. Barrera, et ál. (2005, pp.1-3).

Con la información generada en la Fase 1 y en la Fase 2, se tiene una “*visión más integral del estado de las unidades de paisaje, de la microcuenca*” lo que facilita la implementación de la Fase 3.

4. FASE 4. “Desarrollo de actividades para la sensibilización y apropiación del proyecto por parte de la comunidad de la microcuenca”.

Es determinante la participación de la comunidad, especialmente de los líderes locales, para lo cual se tiene previsto realizar las siguientes actividades:

- Talleres de socialización de los resultados parciales y totales.
- Reflexión conjunta sobre los problemas detectados.
- Prácticas colectivas para el mejoramiento de la producción y conservación de los recursos.

Por otro lado, el Comité Pro – recuperación de la Cuenca de la Laguna de Suesca en concordancia con la CAR han realizado las siguientes acciones de recuperación con aportes de la Gobernación de Cundinamarca:

#### 3.4.2.2. Recuperación de quebradas.

Reconectando la quebrada Santa Helena con la Laguna de Suesca, mediante una zanja principal que recoge las aguas de otros efluentes pequeños, se logró captar y conducir las aguas para subir el nivel del espejo de agua,

especialmente en invierno. Simultáneamente se realizaron labores de limpieza y se colocaron pasos de ganado en diferentes puntos, para impedir que los animales deterioren la obra, para lo cual los dueños de las fincas que bordean la zanja se comprometieron a colocar cercas eléctricas.

#### 3.4.2.3. Acolchados.

Mediante una práctica de recuperación de la cobertura vegetal, con material orgánico (pasto Kikuyo, *penicetum clandestinum*) en costales de fique sostenidos con alambre dulce, se reforestó la cúpula geológica en tres predios que presentaban altos grados de erosión. Al igual que en el caso anterior se contó con la colaboración de los dueños de los predios para cercar los sitios recuperados evitando el deterioro causado por el ganado.

#### 3.4.2.4. Control de Cárcavas.

Mediante la práctica de esta técnica que consiste en la excavación de “una zanja en corona de la cabeza de la cárcava con el fin de reducir la velocidad del agua de escorrentía arriba de la misma, y de evitar la caída de más sedimentos en su interior”, se ha logrado iniciar la recuperación de sitios muy erosionados en dos predios (Gobernación de Cundinamarca, 2008 y Municipio de Suesca, 2008-b).

Como se puede apreciar las acciones tomadas para recuperar la zona son muy pobres y solo corresponden a pruebas piloto, que aunque valiosas no mejoran ni detienen el detrimento ambiental causado.

### **3.4.3. El turismo como alternativa de recuperación ambiental y sustentabilidad.**

Como lo afirma Barrera, et ál. (2005), los problemas ambientales en el municipio de Suesca son causados por “*disturbios antrópicos*”, en una economía

netamente agrícola dedicada a la agricultura y ganadería, efecto que se puede ver potenciado si se impulsa el turismo sin la planificación adecuada, con la llegada de visitantes en masa. A este respecto (Moreno, 2007 y Yunis, 2006), hace algunas advertencias sobre los efectos de este fenómeno.

#### 3.4.3.1. Efectos negativos de la presión antrópica.

Estos efectos se originan primero en una superpoblación originada por los habitantes habituales atraídos por la productividad del área y segundo por el fenómeno del “turismo de masas”, que se agrava en la época de vacaciones.

Los efectos producidos pueden agruparse en dos categorías: Barrera, et ál. (2005, p.5).

- a- “Deterioro de la calidad ambiental”.
- b- “Canalización de la zona y el paisaje”.

Respecto al punto b), se tiende a eliminar la particularidad paisajista de cada sitio, produciendo sitios iguales, cuando se cambian los paisajes naturales por otros artificiales, en casos como la construcción de parques temáticos iguales a los de otros sitios, hoteles u otra infraestructura sin tener en cuenta el entorno.

Lo más preocupante es que la población de una zona tarda en reaccionar ante los efectos negativos debido a que en un comienzo hay un aumento de los ingresos y como consecuencia un aumento en la calidad de vida de los habitantes, luego hay una etapa de estabilización para luego empezar un deterioro de la calidad de vida, porque los recursos que proporcionaban el bienestar, se deterioran o se agotan. (Moreno, 2007, p.25).

En muchas zonas del mundo se han recorrido estas etapas, pero es deseable que países como Colombia, que están empezando a impulsar el ecoturismo en áreas protegidas, como una actividad económica atractiva para el desarrollo

local, aprendan de las experiencias de países como España que han desarrollado esta actividad como una de las más relevantes, desde hace algunas décadas.

#### 3.4.3.2. Efectos positivos de la presión antrópica.

Debido al turismo y los beneficios económicos que trae al país o región receptora muchos países han empezado a valorar sus territorios, promoviendo el cuidado y legislando para evitar el daño de los recursos que son la fuente económica.

Al aumentar el nivel de ingresos y favorecer el aumento de la calidad de vida, hay mayor saneamiento con alcantarillado, recolección y tratamiento de las “aguas servidas”, recogida y tratamiento de los desechos sólidos y desde el punto de vista social hay un aumento del nivel cultural de la población que se preocupa por el medio ambiente y la conservación de los recursos urbanísticos. Entonces surge una mejor planificación y uso del suelo y en muchos casos, políticas de restauración y puesta en valor de recursos deteriorados.

En este mismo sentido, se considera que el ecoturismo representa un medio práctico y objetivo para lograr un mejoramiento social y económico en las regiones que poseen un patrimonio natural y cultural sobresaliente, y se considera además, que el ecoturismo es una buena estrategia para conseguir fondos destinados a la para la conservación del patrimonio natural y cultural. (CAR, 2003).

Según el Consejo Mundial para los Viajes y el Turismo (WTTC, 1996), a finales del año 2000 el turismo empleaba 212 millones de personas aproximadamente y se pronosticó el doble de personas dedicadas a la actividad turística para finales de 2005, por lo tanto los beneficios se deben evaluar en dos perspectivas: la

primera para la conservación del área y la segunda para mejorar el desarrollo rural de las poblaciones locales.

Esto debe ser entendido y promovido desde la política y gestión pública para mejorar la calidad de vida de las comunidades teniendo como recursos el patrimonio cultural considerado como “el conjunto de bienes (naturales y culturales, materiales e intangibles) correspondientes a un espacio/ sociedad particular que, por las características de sus componentes, por sus usos efectivos y potenciales, por su criticidad para los grupos sociales que a través de él se identifican o que dependen de él para su desarrollo, por el carácter y la impronta histórica que lo marcan, por su singularidad y/ o escasez, posee un valor excepcional como capital social a proteger y conservar para su goce actual y futuro y para reafirmar la identidad de las sociedades con él vinculadas, elevando así el nivel de la experiencia humana”. (Venturini, 2003, p. 49).

Según la UNESCO, una alternativa de recuperación del patrimonio cultural es la realización de rutas, de caminos o itinerarios culturales que permitan revalorar el contexto histórico y geográfico específico de una región inscrito en el desarrollo sustentable. Por otro lado se considera que el paisaje cultural es el resultado de un proceso histórico asociado al medio natural, que evidencia el paso de varias culturas antiguas y que conserva su rol social ligado a las formas tradicionales de vivir, lo que lo hace atractivo al visitante.

Volviendo al tema del deterioro ambiental y modificación de los paisajes de ecosistemas de alta montaña, resultado de las malas prácticas en el uso del suelo como tala de bosques, incendios forestales, erosión laminar y en surco entre otras, el caso de la Laguna de Suesca no se aparta de esta realidad y se ha comprobado que todas las áreas de la cuenca de la laguna presentan fuerte erosión, mínima cobertura de árboles y arbustos nativos que contrastan con una gran presencia de especies exóticas, la mayoría de los suelos son poco productivos y se ha venido disminuyendo el pasto y los cultivadores tienen que

recurrir con mayor frecuencia al uso de fertilizantes (Barrera, et ál., 2005). Las siguientes fotografías (Galería de Fotos No. 10), muestran un panorama árido y erosionado:



Erosión en la falda de la montaña del fondo.  
Fuente: personal



Vista del campo de Suesca  
Fuente: personal



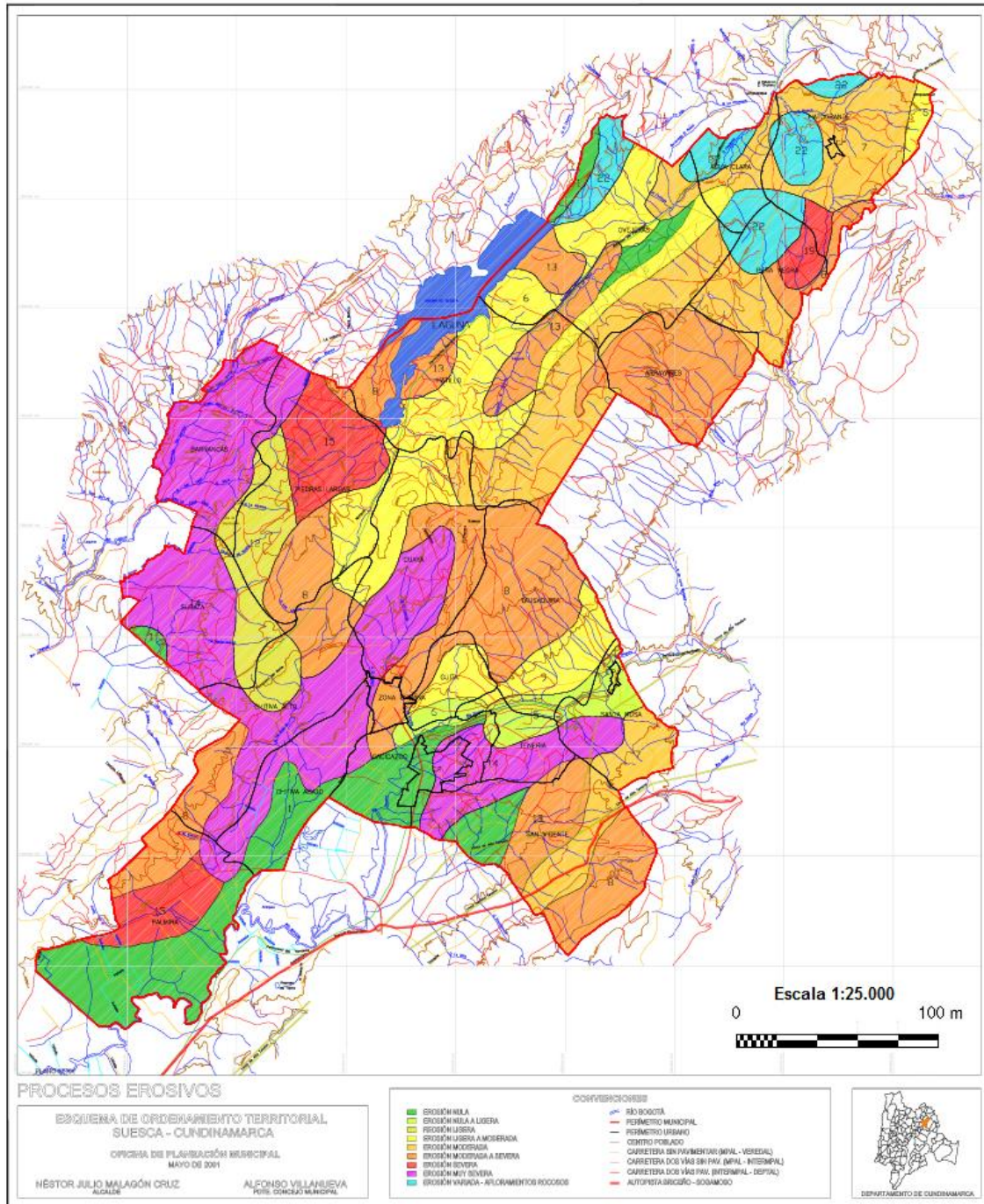
Terreno erosionado cerca a los Monolitos.  
Autor: Oscar Fandiño.  
Fuente: <http://www.flickr.com/photos/esquilar/tags/suesca/>



Vista de un campo de cultivo en Suesca.  
Autor: Oscar Fandiño.  
Fuente: <http://www.flickr.com/photos/esquilar/tags/suesca/>

Galería de Fotos No. 10. Paisaje erosionado en Suesca – Cundinamarca.

Por otra parte, el Mapa No. 18., ilustra sobre los procesos erosivos en el año 2001. Es decir que en una década la situación ha empeorado.



Mapa No. 18. Procesos erosivos del municipio de Suesca. Para mayor detalle ver Anexo R.

Fuente: Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001). EOT: Procesos Erosivos. Escala 1:25.000.

Según el anterior mapa se clasifican los procesos erosivos en las siguientes categorías de erosión: nula, nula o ligera, ligera, ligera a moderada, moderada, moderada a severa, severa, muy severa y variada (afloramientos rocosos). Las zonas de erosión nula (color verde) son relativamente pequeñas, mientras que las de erosión severa (color rojo) y muy severa (color violeta) abarcan un área apreciable del territorio.

Este panorama preocupante demuestra que los recursos que sustentaban la productividad del área se están agotando y como consecuencia la calidad de vida de los campesinos, también se ve disminuida. Para este caso se aprecia que el turismo es una alternativa interesante para ayudar a cambiar los usos del suelo de una manera más eficiente, más rentable y que prevea o mejore la sostenibilidad del destino.

Por otro lado, siendo el ecoturismo como lo define La ley 300 de 1996<sup>162</sup>, "aquella forma de turismo especializado y dirigido, que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible" (Araujo et ál., 2004), parece muy oportuno lo anterior, para mencionar la importancia del ecoturismo en Suesca, como medio de recuperación, preservación y puesta en valor aquellos recursos naturales y culturales, que hoy se están desperdiciando y deteriorando.

Considerando que el efecto del turismo puede ser más positivo que negativo en cuanto a la sostenibilidad, por ejemplo, en el caso del ecoturismo o agroturismo, donde la naturaleza es la base de la actividad, existe un incentivo económico considerable para conservarla y por lo tanto los ingresos generados por la actividad impulsarán una cadena de acciones que conlleven a tener un impacto positivo en la naturaleza mejorando aspectos como la educación, la conciencia ecológica de los consumidores y residentes (Yunis, 2006). Este mismo impacto puede darse para la recuperación y puesta en valor de otros recursos del

---

<sup>162</sup> Ley de 300: Ley de turismo



patrimonio cultural de la región. Como lo afirma Chávez (2004, p.8) “todas las actividades productivas basadas en el uso de los recursos pueden ser mejoradas”.

### **3.5. ANÁLISIS DEL ESTADO ACUTAL DE LA CADENA TURÍSTICA DE SUESCA**

Con la participación de la Fundación Endesa de Colombia, la Fundación Al Verde Vivo, el Instituto Humboldt y los actores directos e indirectos de la cadena de turismo del municipio de Suesca, se realizó un diagnóstico desde las dimensiones social, productiva y ambiental, plasmando los resultados en un documento de 32 páginas, basado en la metodología de Cadenas de Valor, desarrollada por CIAT<sup>163</sup> y el instituto Humboldt<sup>164</sup>, en el año 2004. La aplicación de esta metodología se refleja en la Figura No. 27.

Durante 5 meses se contó con la participación de 21 iniciativas empresariales (prestadores de servicios turísticos, empresas de transporte, hospedajes y restaurantes), la Alcaldía municipal, el Concejo del municipio, el Colegio Gonzalo Jiménez de Quesada y la CAR en tres talleres comunitarios, arrojando los siguientes resultados:

- Estructura de la cadena, identificando los principales atractivos del municipio, los prestadores de servicios, sus relaciones y los sistemas de apoyo existentes.
- Identificación de las causas y consecuencias de los problemas del sector turístico del municipio, identificando los factores críticos.

---

<sup>163</sup> CIAT: Centro Internacional de Agricultura Tropical. Se basa en resultados proyectados. Un resultado es la adopción de un nuevo producto de la investigación, una tecnología mejorada, enfocados en la sostenibilidad de los ambientes de una población. Las líneas de resultados se agrupan en tres programas interrelacionados: Agrobiodiversidad, comunidades y agro ecosistemas y fertilidad de suelos tropicales.

<sup>164</sup> Instituto Humboldt: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Von Humboldt.

- Diseño la estrategia de fortalecimiento de la cadena e identificación de los factores claves de éxito, líneas de acción, entidades de apoyo y prioridades de ejecución.



Figura No. 27. Metodología para estructurar la cadena de valor turística para el municipio de Suesca.

Fuente: Endesa et ál. (2007, pp.4-5).

Se elaboró también: una base cartográfica de los principales atractivos del municipio; un análisis económico y empresarial; se identificó el perfil del turista actual y las potencialidades del mercado. Asimismo al finalizar el estudio se

proporcionaron recomendaciones de buenas prácticas ambientales (capacidad de carga como herramienta para la planificación turística). Este estudio ha sido un punto de partida para el análisis de fuentes primarias de la presente tesis.

### **3.5.1. Visión de la cadena turística de Suesca**

*“A 2012 se espera que Suesca sea reconocido como **municipio de turismo sostenible** en Cundinamarca y Colombia y además mantenga sus atractivos naturales”.*

Vale la pena mencionar que a portas del año 2013, el propósito de la Visión está lejos de cumplirse y la situación del municipio no ha tenido cambios mayores desde 2004, cuando se realizó el estudio de la cadena de turismo. En la última visita de campo realizada en junio de 2012 como verificación visual de los atractivos, se evidenció poco desarrollo del sitio y en cambio se observó un aumento de vendedores informales y la instalación de carpas, sin ningún control de seguridad y sin los servicios básicos, según lo informado por los turistas.

Por otro lado, en temporadas invernales el acceso al sitio se inunda debido a la falta de drenajes adecuados y al manteniendo de la vía terciaria –sin pavimentar- que comunica con los sitios de interés eco turístico (Piedras de Suesca, Monolitos, el Cañón de la lechuza y el Túnel del ferrocarril), como lo informan los residentes del pueblo. Los pobladores no perciben que el turismo sea una actividad de importancia para el municipio, razón por la cual ven al turista como una oportunidad para obtener un poco de dinero, lo que deriva en mala atención y falta de servicios de calidad como restaurantes, alojamientos, servicios de hidratación y cafeterías en los sitios turísticos.

En conclusión, no se han desarrollado los productos turísticos que hagan de Suesca un destino turístico reconocido y mucho menos de *clase mundial*.

La siguiente Galería fotográfica No. 11., muestra el sitio “Piedras de Suesca” en junio de 2012.



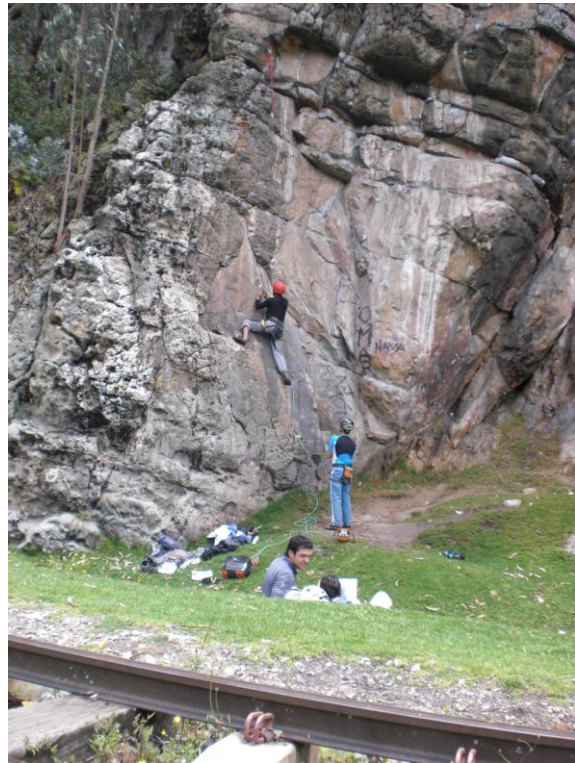
Vendedores informales en el sitio “Rocas de Suesca”.  
Fuente: personal.



Visitantes “Rocas de Suesca”.  
Fuente: personal.



Carpas turistas escaladores.  
Fuente: personal.



Escalada. Los guías no están certificados.  
Fuente: personal.



El Río Bogotá a pocos kilómetros de su nacimiento es parte del paisaje en Rocas de Suesca.

Fuente: personal.



El Ferrocarril es parte del paisaje en Rocas de Suesca.

Fuente: personal.

Galería de Fotos No. 11. Piedras de Suesca, junio de 2012.

### **3.5.2. Objetivo general de la cadena turística de Suesca**

*“Desarrollar y fortalecer el turismo sostenible con un enfoque de cadena de valor en el municipio de Suesca con criterios de sostenibilidad ambiental, aportando al aumento de los ingresos de la población e incrementando la participación de los actores en el desarrollo del turismo del municipio de Suesca”.* (Endesa, et ál. 2007, p.19).

### **3.5.3. Mapa de la cadena turística de Suesca**

El mapa de la cadena se ha estructurado de acuerdo a las actividades turísticas que se desarrollan actualmente, aunque hay que aclarar que la cadena no se ha estructurado formalmente, sino que más bien corresponde a la interacción natural que se da entre los diferentes actores. La cadena como tal adolece de la gestión, estructura y dinámica que supone este tipo de asociación empresarial. La siguiente Figura No. 28., esquematiza estas relaciones.

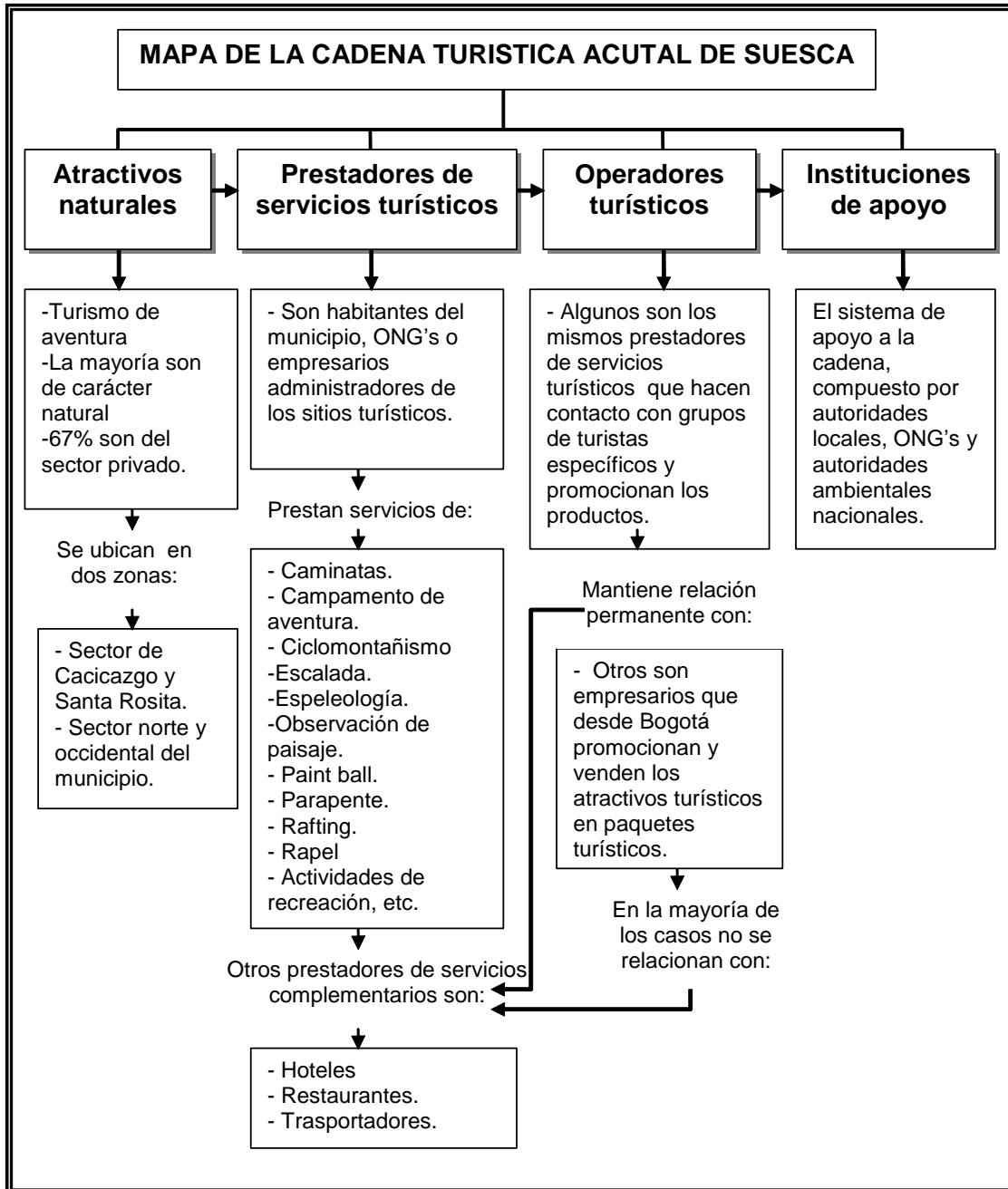


Figura No. 28. Mapa actual de la cadena de turismo en Suesca.

Fuente: elaborado a partir de Endesa et ál. (2007, p.8).

Siguiendo con el tema, la siguiente figura (Figura No. 29.) esquematiza el árbol de problemas de la cadena turística de Suesca.



Figura No. 29. Árbol de problemas de la cadena de turismo en Suesca.  
Fuente: elaborado a partir de Endesa et ál. (2007, p.11).

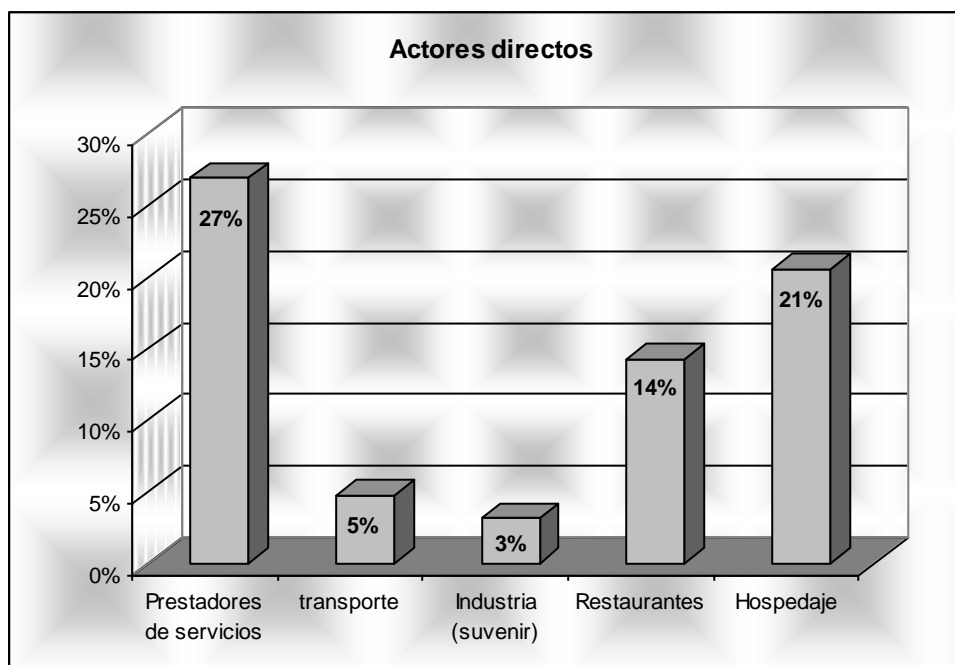
### 3.5.4. Definición de los actores de la cadena.

Se identificaron como actores de la cadena como directos e indirectos, según lo reflejado en la Tabla No. 17.

ACTORES DE LA CADENA DE SUESCA					
DESCRIPCION	No.	%	DESCRIPCION	No.	%
Prestadores de servicios	17	27%	Policia	1	2%
transporte	3	5%	Parroco	1	2%
Industria (suvenir)	2	3%	Hospital	1	2%
Restaurantes	9	14%	Educativo	1	2%
Hospedaje	13	21%	Autoridad ambiental CAR	3	5%
			Apoyo Alcaldia	8	13%
			Apoyo Fundacion Endesa	2	3%
			Apoyo Instituto Humboldt	2	3%
<b>Actores directos</b>	<b>44</b>	<b>70%</b>	<b>Actores indirectos</b>	<b>19</b>	<b>30%</b>

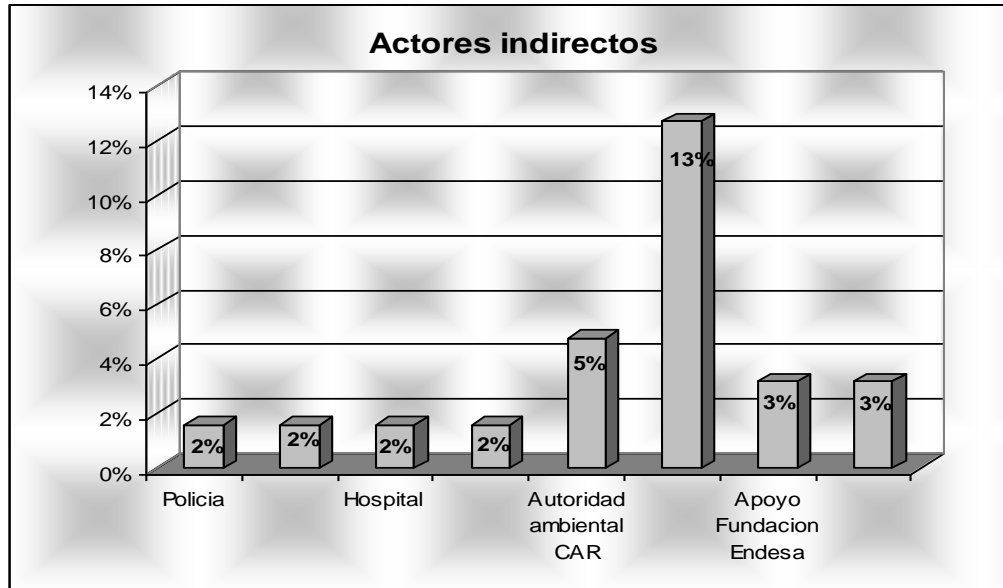
Tabla No. 17. Actores de la cadena turística de Suesca – Cundinamarca.  
Fuente: elaborado a partir de Endesa et ál. (2007, p.5).

El porcentaje de actores identificados en la cadena se refleja en las siguientes gráficas (Gráficas No. 10 y 11):



Gráfica No.10. Actores directos cadena turística Suesca.  
Fuente: elaborado a partir de Endesa et ál. (2007, p.5).





Gráfica No. 11. Actores indirectos cadena turística Suesca.  
Fuente: elaborado a partir de Endesa et ál. (2007, p.5).

### 3.5.5. Identificación de los principales productos y actividades turísticas del municipio.

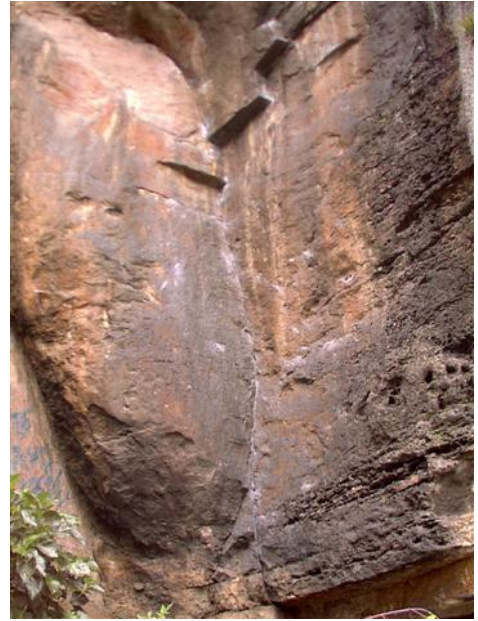
#### 3.5.5.1. Actividades turísticas.

#### Actividades de escalada y Rapel.

La práctica de deportes de aventura al aire libre como la escalada en roca y el Rappel, son la mayor atracción del municipio. Esta actividad se inició en 1938, cuando el Señor Erwin Krauss escaló estas rocas como una actividad de entrenamiento para subir al Nevado del Huila. Posteriormente en la década de los 70, empezó a practicarse este deporte y desde entonces se han establecido varias rutas, algunas de las cuales se aprecian en la muestra fotográfica (Galería fotográfica No. 12) presentada a continuación:



**Dirty Girl (Chica Sucia):** Es la más frecuentada, es corta y de fácil acceso.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007).



**Vuelo Nocturno:** Excelente para montar en yoyo y practicar los primeros movimientos de nivel 10<sup>a</sup>.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007).



**Betty Blue:** Tiene algunos de los pasos más complicados que hemos visto en una ruta de este nivel.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007).



**La Sicológica:** Se puede realizar varias técnicas de escalada, se puede montar la estación subiendo por un camino a la izquierda de la ruta o se puede puntear con algunas piezas medianas y pequeñas.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007).



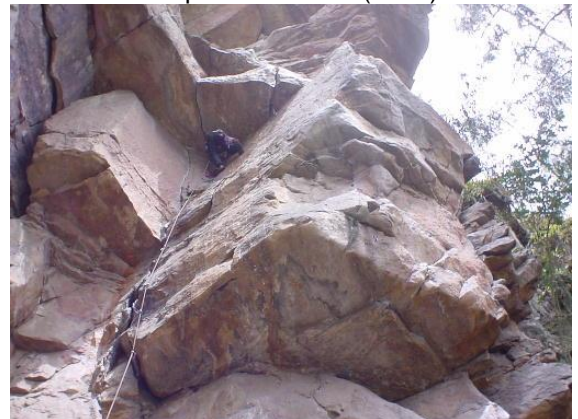
**Mandahuevix:** Es una ruta clásica de suesca, un 5.10c de empotres de palma, y dedos. Una ruta de "Gasolina" y buena técnica.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007).



**Mañana Gris:** Ruta Clásica de Suesca y muy visitada por escaladores de todos los niveles, frente a la zona de camping, comienza luego de ascender por el camino a la derecha.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007).



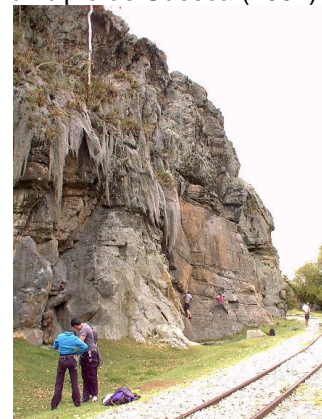
**CAEC 5.6:** Para hacer CAEC los primeros días.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007).



**La Abeja 5.10c - 5.7:** Otra ruta fácil para hacer en los primeros días.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007).



**Natalio Ruiz 5.9:** Tiene una buena barriga para superar en Bavaro.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007).



**El Riel:** La Ruta del primer día.  
Fuente: Municipio de Suesca (2007).

## Galería de Fotos No. 12. Tipos de Escalada en Roca y Rapel.

## Actividades de Rafting.

En el Cañón de las Lechuzas es el escenario preferido la práctica del Rafting por el río Bogotá, ya que posee rápidos de tipo III, por lo que es necesario estar acompañado por un guía experto.

Para llegar a este sitio hay que caminar cerca de dos horas por *Los Farallones de Suesca*. La siguiente Galería fotográfica No. 13., muestra imágenes de la práctica del deporte y del paisaje.



Rápidos del Río Bogotá en Suesca.

Fuente:

[http://aventura.viajaporcolombia.com/default.asp?link=noticia&id=791&depto=Noticias.](http://aventura.viajaporcolombia.com/default.asp?link=noticia&id=791&depto=Noticias)



Rafting en Suesca

Fuente: [http://www.glosk.com/CO/Suesca/-845430/videos\\_en.htm](http://www.glosk.com/CO/Suesca/-845430/videos_en.htm)



Rafting – Cañón de las Lechuzas- Suesca

Fuente: [http://www.glosk.com/CO/Suesca/-845430/videos\\_en.htm](http://www.glosk.com/CO/Suesca/-845430/videos_en.htm)



Cañón de las Lechuzas –Suesca

Fuente: <http://suesca-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=m1T1--&m=f>

Galería de Fotos No. 13. Rafting en Suesca – Cundinamarca.

## Ciclomontañismo.

El ciclo montañismo es un deporte de aventura que en ofrece varias rutas diseñadas y seguras. Entre ellas tenemos:

Ruta Nemocón-Suesca por la carrilera. Parte de Nemocón por la vía a Ubaté, tomando como ruta la vía férrea pasando por Suesca y regresando a Nemocón, por senderos que han formado los habitantes. La siguiente Figura No. 30., muestran la altimetría y el mapa de la ruta:

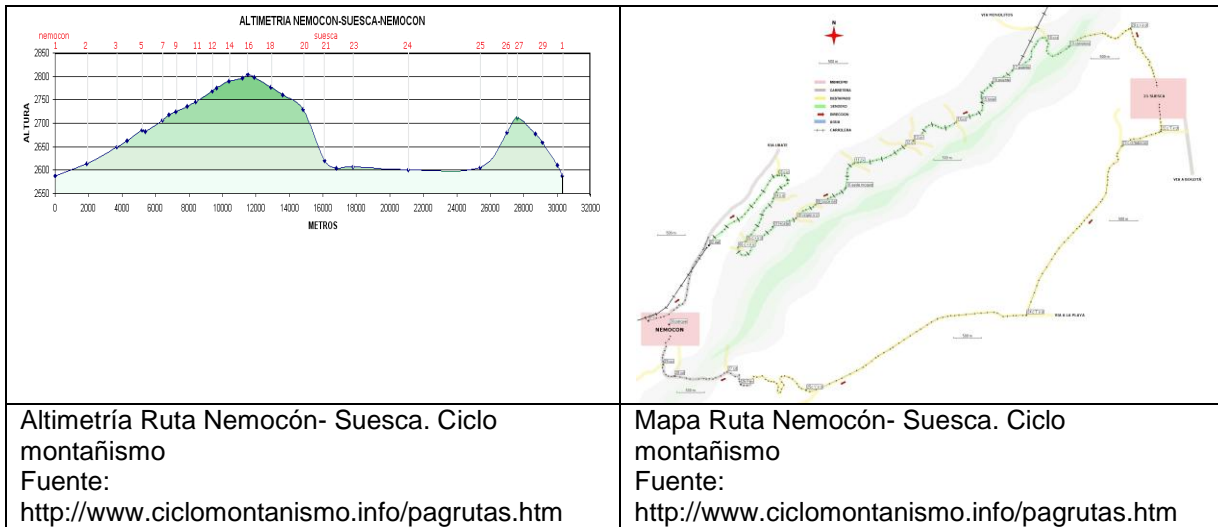


Figura No. 30. Altimetría y mapa de la Ruta Nemocón- Suesca, para ciclomontañismo.

En la Galería fotográfica No. 14., se muestra algunos tramos de la ruta de ciclomontañismo Nemocón Suesca, una de las más utilizadas por sus paisajes singulares, la seguridad (por ser la más concurrida) y topografía del terreno.



Ruta Memocón- Suesca por la carrilera. Ciclo montaña.

Fuente: <http://www.ciclomontanismo.info/rutanemoconcarrilera.htm>



Ruta Memocón- Suesca por la carrilera. Ciclo montaña.

Fuente: <http://www.ciclomontanismo.info/rutanemoconcarrilera.htm>



Ruta Memocón- Suesca por la carrilera. Ciclo montaña.

Fuente: <http://www.ciclomontanismo.info/rutanemoconcarriera.htm>



Ruta Memocón- Suesca por la carrilera. Ciclo montaña.

Fuente: <http://www.ciclomontanismo.info/rutanemoconcarriera.htm>

Galería fotográfica No. 14. Ruta Nemocón- Suesca, para ciclomontañismo.

Ruta Suesca-Santa Rita. Esta es una ruta corta de 18 Km. con pendientes pronunciadas, se parte del parque de las Rocas de Suesca y se llega al poblado de Santa Rita. La Figura No. 31., muestra la altimetría y el mapa de la ruta:

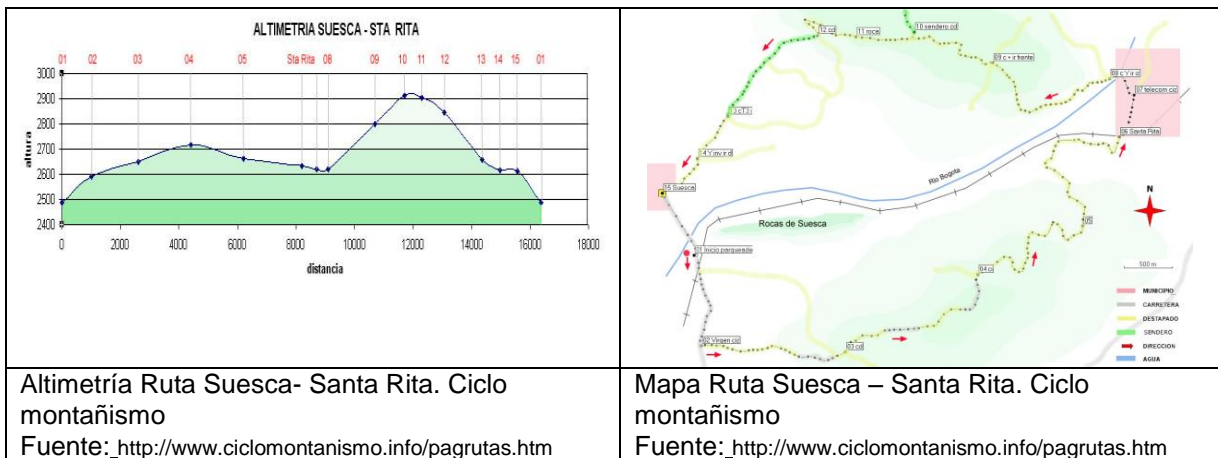


Figura No. 31. Altimetría y mapa de la Ruta Suesca – Santa Rita, para ciclomontañismo.

En la Galería fotográfica No.15., se pueden apreciar algunos tramos de la ruta.



Ruta Suesca- Santa Rita. Ciclo montañismo.

Fuente: <http://www.ciclomontanismo.info/rutanemoconcarrilera.htm>



Ruta Suesca- Santa Rita. Ciclo montañismo.

Fuente: <http://www.ciclomontanismo.info/rutanemoconcarrilera.htm>



Ruta Suesca- Santa Rita. Ciclo montañismo.

Fuente: <http://www.ciclomontanismo.info/rutanemoconcarrilera.htm>



Ruta Suesca- Santa Rita. Ciclo montañismo.

Fuente: <http://www.ciclomontanismo.info/rutanemoconcarrilera.htm>

Galería fotográfica No. 15. Ruta Suesca – Santa Rita, para ciclomontañismo.

Ruta Suesca – Laguna. Es una ruta de 38 km, muy exigente tiene trocha, carrilera y ascensos empinados. En la Figura No. 32., se aprecia la altimetría y el mapa de la ruta y en la Galería No. 16 se aprecian algunos tramos de la ruta.

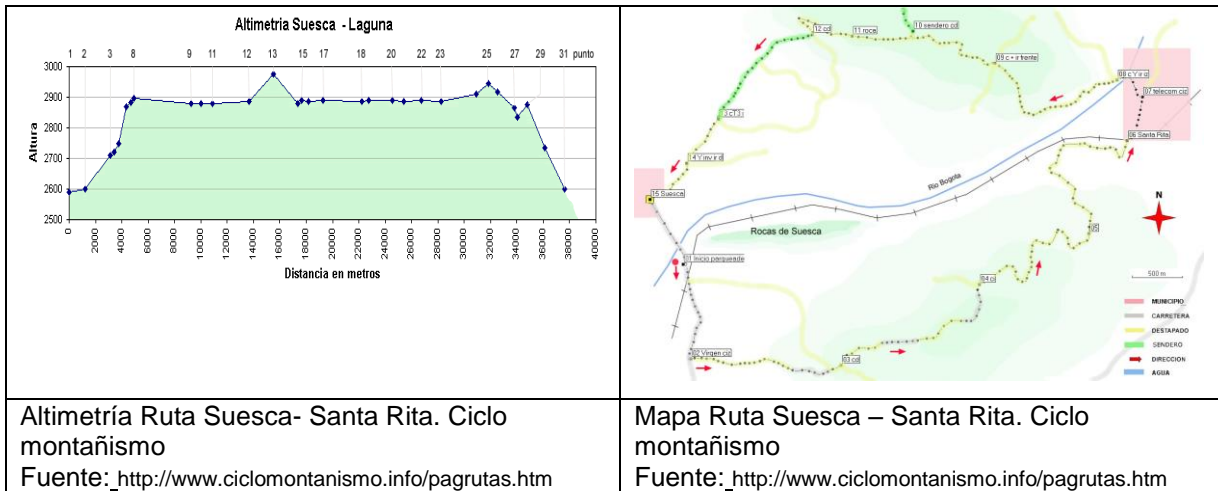


Figura No. 32. Altimetría y mapa de la Ruta Suesca – La Laguna, para ciclomontañismo.



Paisaje de bosque natural de la Ruta Suesca- La Laguna.

Fuente: <http://www.ciclomontanismo.info/rutanemoconcarriera.htm>



Camino veredal de la Ruta Suesca- La Laguna.

Fuente: <http://www.geocities.com/pipeline/shore/6092/suesbajo.htm>



Paisaje en la Ruta Suesca- La Laguna.

Fuente: <http://www.geocities.com/pipeline/shore/6092/suesbajo.htm>



Otro tramo de camino veredal en la Ruta Suesca- La Laguna.

Fuente: <http://www.geocities.com/pipeline/shore/6092/suesbajo.htm>

Galería fotográfica No. 16. Ruta Suesca – La Laguna, para ciclomontañismo.



## **Caminatas ecológicas.**

Las caminatas ecológicas son ideales para grupos de estudiantes, grupo familiares, grupos empresariales o grupos de la tercera edad. Las motivaciones pueden ser variadas, pero las más destacadas son el esparcimiento, la contemplación de la naturaleza y un relajante baño en la piscina de aguas termales.

Los sitios destacados para estas actividades son:

- Caminata por los Farallones de Suesca.
- Visita al bosque nativo “El Hatillo”: a través de senderos de más de 3 Km. los visitantes pueden observar la vegetación y fauna del bosque alto andino, considerado el relicto boscoso más importante del departamento con una extensión de 40 fanegadas.
- Visita a la Finca San Marino: reserva ecológica con un área de 115 hectáreas. Este sitio ha sido reforestado con fines ecológicos y tiene pequeños cuerpos de agua, vegetación nativa (entre ellas el chuzque usado por los indígenas para sus construcciones) y hermosos paisajes ideales para la contemplación. Este terreno pertenece a la CAR.
- Un recorrido por la laguna de Suesca, muestra el hermoso paisaje sabanero, el cuerpo de agua más grande del municipio, abundantes especies de aves y flora nativas. Esta Laguna fue declarada “Reserva Hídrica” por la CAR en 2006.
- Para relajarse un tomar un baño de aguas termales, la piscina de aguas calientes (Sitio declarado de interés turístico por la Resolución 384 de 2007), está ubicada en la vereda de Hato Grande a unos 50 minutos del pueblo. Tiene piscina para adultos y para niños, con zona de camping e integración familiar.

El siguiente registro fotográfico (Galería Fotográfica No. 17) proporciona una muestra de los paisajes y especies que se pueden apreciar en estos lugares:



Flores autóctonas - Suesca.  
Fuente: personal.



Frailejones (especie nativa de páramo).  
Fuente: personal.



Río Bogotá (a pocos Km. de su nacimiento) –  
Piedras de Suesca.  
Fuente: personal.



Piscina de aguas calientes –Suesca  
Fuente: personal.



Paisaje – Piedras de Suesca.  
Fuente: personal.



Finca donde se alquilan carpas para camping.  
Fuente: personal.

### Galería Fotográfica No. 17. Paisajes caminatas por Suesca.

### **Entretenimiento y vista a sitios de interés cultural.**

Para las personas cuya motivación es el descubrimiento de sitios históricos y la contemplación del paisaje y la naturaleza, se ofrecen los siguientes sitios:

Templo doctrinero, ubicado en el centro del pueblo de Suesca, fue construido en 1601 y “reposan allí pinturas de gran admiración de un estilo barroco del renacimiento, en madera gravada y dorada al fuego, con filigrana de oro, y en sus nichos tiene imágenes de la época”. Las imágenes más veneradas y admiradas son la Virgen de Chiquinquirá, la patrona de las casas, San Juan Bautista, San Francisco de Sales, la Sagrada Familia, Santo Domingo de Guzmán, Santo Tomas de Aquino, la Inmaculada, San Roque y Santa Rosa de Lima. El altar Mayor es de madera tallada y dorada al fuego, es considerado una verdadera reliquia colonial que vale la pena conocer.

Esta iglesia es de las pocas a las cuales se les ha respetado su arquitectura original, con algunas reconstrucciones y mejoras que se hicieron en 1834, con la reconstrucción de la torre y en 1957 se enchapó en piedra. (Página de Suesca, 2008; Gobernación de Cundinamarca, 2008).

La Asamblea de Cundinamarca, mediante la Ordenanza No. 11 de 1999, la declara *Bien de interés cultural*, en 1993 el Ministerio de Educación Nacional la declara como *Monumento Nacional* y en 2007 por la Resolución No. 384 es declarado como *sitio de interés turístico*.

Los días de visita son los sábados de 7:00 a.m y 2:00 p.m. y los domingos de 7:00 a.m, 10:00 a.m. y 12:00 m.

La siguiente es una muestra fotográfica del lugar (Galería fotográfica No. 18):



Templo Doctrinero –Suesca.  
Fuente: personal.



Interior del Templo Doctrinero –Suesca.  
Fuente: personal.



Interior del Templo Doctrinero –Suesca.  
Fuente: personal.



Altar del Templo Doctrinero –Suesca.  
Fuente: personal.

### Galería fotográfica No. 18. Templo Doctrinero – Suesca- Cundinamarca.

Parque principal de Suesca. Como en todos los pueblos colombianos, es el lugar de reunión de los pobladores y a cuyo alrededor se fue desarrollando el pueblo, por lo que cuenta con construcciones emblemáticas como la Casa de la cultura, que es una construcción de principios del Siglo XX, cuenta con 1600 m<sup>2</sup>. de área. En principio funcionó como escuela femenina, luego la Caja Agraria y fue reconstruida en 1992 como centro de difusión del arte y la cultura del municipio. Se resalta también la escultura del Águila que tiene una placa con el nombre de todas las veredas del municipio.

Al frente de la plaza principal, se ubica la *Posada de la Montaña*, antigua construcción que data del siglo XV. Parte de la construcción existió 1536 y fue donde Gonzalo Jiménez de Quesada escribió su libro “Los ratos de Suesca”. Llena de historia y leyendas, esta casona ha sido adecuada como un hotel y decorada con objetivos de la región y con un jardín de especies autóctonas. En la siguiente Galería fotográfica No. 18., se presenta una muestra del parque principal.



Placa de atractivos turísticos en el parque principal de Suesca.  
Fuente: personal.



Parque principal. Escultura del Águila.  
Fuente: personal.



Fuente en el parque principal de Suesca.  
Fuente: personal.



Parque principal de -Suesca.  
Fuente: personal.



Escultura fundador. Parque principal de Suesca.  
Fuente: personal.



Casa de la Cultura –Suesca.  
Fuente: personal.



La Posada de la Montaña –Suesca.  
Fuente: personal.



La Posada de la Montaña –Suesca.  
Fuente: personal.

### Galería fotográfica No. 19. Parque principal de Suesca.

Estación ferroviaria de Suesca. Como un legado cultural de las actividades de los habitantes de principios del siglo XX, la construcción de la estación del ferrocarril ha sido mejorada por la Fundación al Verde Vivo y queda como recuerdo de la prosperidad que trajo el tren al municipio. Se espera que en un futuro el tren vuelva a transitar por esta vía férrea, con fines turísticos.

Los ciclistas entrevistados valoran la topografía del terreno para realizar este deporte, pero se quejan del mal estado de las vías –especialmente en épocas lluviosas- y la inseguridad. Sin embargo, manifiestan que como atractivo es interesante para los paseos en grupo.

En el siguiente registro fotográfico (Galería fotográfica No. 20), se observa el estado actual de la estación y un tramo de la línea férrea adyacente.



Estación ferroviaria –Suesca.

Fuente: [http://www.misionrural.net/red\\_pueblos/suesca/index.htm](http://www.misionrural.net/red_pueblos/suesca/index.htm)



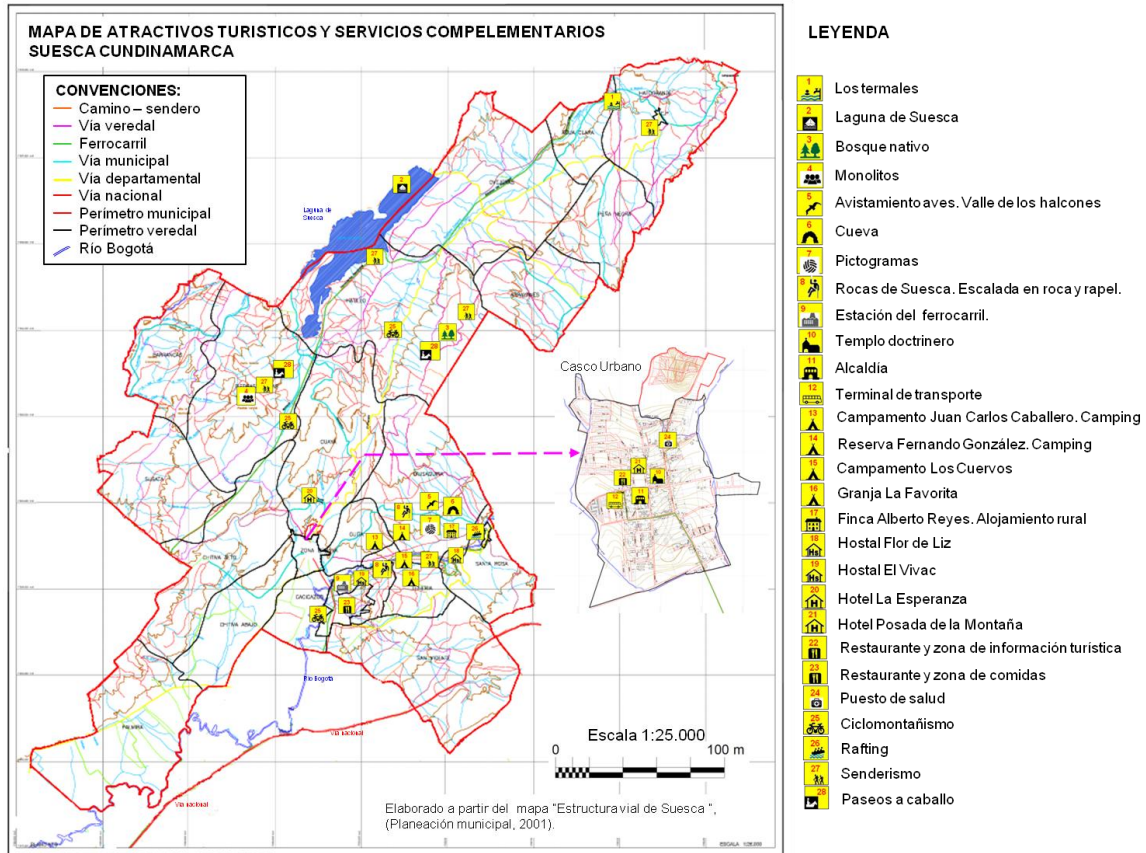
Línea del ferrocarril- Suesca.

Fuente: personal.

#### Galería fotográfica No. 20. Estación ferroviaria de Suesca.

Dentro de las actividades del trabajo de campo se hizo un reconocimiento y ubicación de los principales atractivos turísticos y los servicios complementarios existentes actualmente en el municipio. Los resultados se plasmaron en el siguiente mapa (Mapa No. 19), mostrando la ubicación aproximada de cada uno de ellos.

Aunque en la Alcaldía del Municipio se cuenta con mapas callejeros- generados con “*Google map*” y un plegable promocional no existe un mapa turístico detallado. En la página oficial del municipio hay información poco detallada de los sitios de interés turístico en los links de mapas no hay información.



Mapa No. 19. Mapa de atractivos turísticos y servicios complementarios de Suesca- Cundinamarca. Para mayor detalle ver Anexo S. Fuente: propia a partir del mapa "Estructura vial de Suesca". Planeación municipal (2001).

### 3.5.5.2. Valoración de los atractivos turísticos.

Utilizando la metodología de Cadenas de Valor, desarrollada por CIAT y el instituto Humboldt (2004), se priorizaron los 13 atractivos identificados en el municipio como sigue:

- La Tabla No. 18., detalla la metodología.
- La Tabla No. 19., muestra la priorización de los atractivos turísticos
- La Gráfica No. 12., visualiza los principales atractivos turísticos.



METODOLOGIA PARA PRIORIZAR LOS ATRACTIVOS TURISTICOS				
VARIBALE	ALTO (3)	MEDIO (2)	BAJO (1)	OBSERVACIONES
a) Accesibilidad	Si es por carretera primaria	Si es por carretera secundaria	Si es por carretera terciaria o caminatas	Se tiene en cuenta la facilidad de acceso al sitio
b) Seguridad	Seguridad alta		Seguridad baja	Se evalúan las condiciones de orden público y la seguridad propia del sitio
c) Infraestructura	Suficiente infraestructura	Infraestructura deficiente	Sin infraestructura	Se evalúa la infraestructura asociada a la prestación de servicios ecoturísticos y a la aplicación de estándares de calidad en la prestación del servicio.
d) Guianza	Presta servicios de guía (son calificados y/o certificados)	Presta servicios de guía	No presta servicios de guías	Se evalúa la presencia y calidad de los guías turísticos (o personas que orientan los grupos de visitantes)
e ) Servicios complementarios	Hay servicios complementarios		No hay servicios complementarios	Otros servicios adicionales que se prestan en el sitio, como actividades complementarias
f) Cantidad de prestadores	De tres operadores en adelante	Dos 2 operadores	Un operador o prestador de servicios.	Se refiere al número de prestadores de servicios turísticos u operadores turísticos que realizan actividades en el sitio.
g) Mención	Es mencionado en talleres, documentos elaborados sobre turismo en la zona y en plegables del municipio	Es mencionado en plegables del municipio	Es mencionado solo en talleres.	Se refiere a la mención de los atractivos en talleres, documentos y plegables promocionales del municipio.

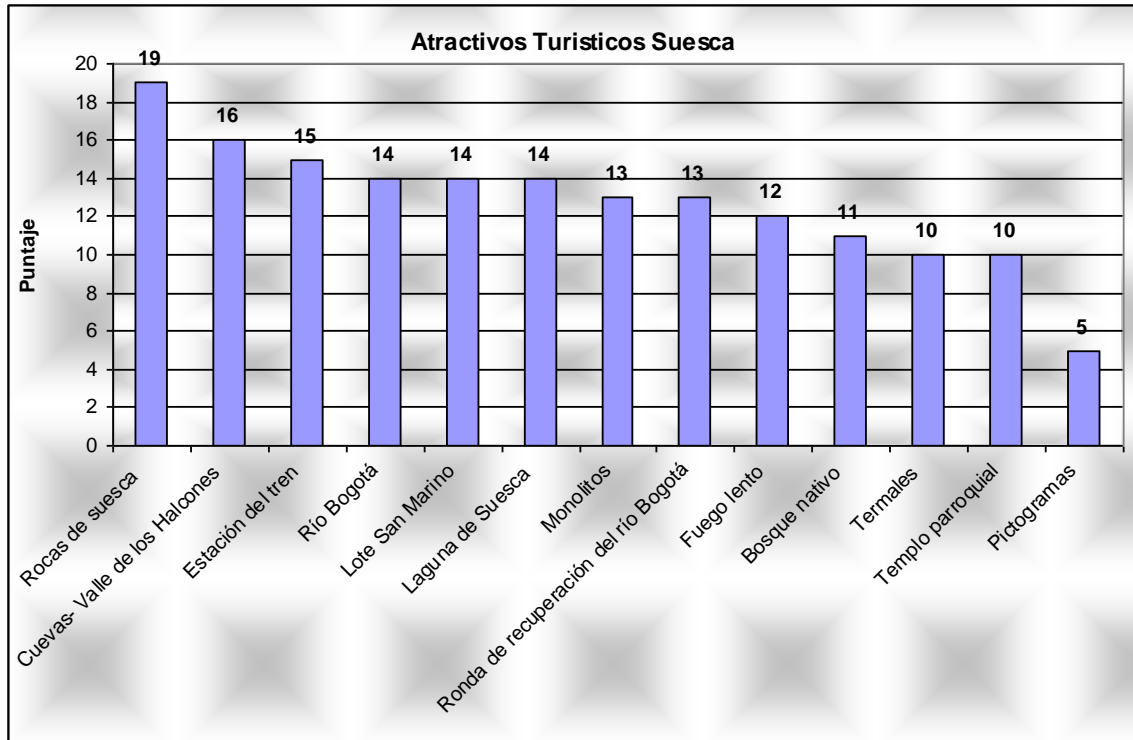
Tabla No.18. Metodología de Cadenas de Valor, desarrollada por CIAT y el instituto Humboldt (2004).

Fuente: elaborado a partir de Endesa et ál. (2007, p.6).

PRORIZACION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS EN SUESCA									
No.	ATRACTIVO	a	b	c	d	e	f	g	TOTAL
1	Rocas de suesca	3	2	2	3	3	3	3	19
2	Cuevas- Valle de los Halcones	2	3	2	2	2	3	2	16
3	Estación del tren	3	3	2	2	3	1	1	15
4	Río Bogotá	2	3	1	3	1	2	2	14
5	Lote San Marino	2	3	1	3	1	3	1	14
6	Laguna de Suesca	2	3	1	3	1	1	3	14
7	Monolitos	1	3	2	2	1	1	3	13
8	Ronda de recuperación del río Bogotá	2	3	0	3	3	1	1	13
9	Fuego lento	2	3	0	3	0	3	1	12
10	Bosque nativo	2	3	2	2	0	1	1	11
11	Termales	2	1	1	1	1	1	3	10
12	Templo parroquial	3	3	3	0	0	0	1	10
13	Pictogramas	2	2	0	0	0	0	1	5

Tabla No.19. Priorización de los atractivos turísticos en Suesca.

Fuente: elaborado a partir de Endesa et ál. (2007, p.7).



Gráfica No. 12. Principales atractivos turísticos en Suesca.  
Fuente: elaboración propia a partir de Endesa et ál. (2007).

El atractivo sobresaliente del municipio, como se muestra en la anterior gráfica son las *Rocas de Suesca*, sitio con mayor desarrollo turístico en el municipio, debido a la maravillosa morfología de las rocas que facilita la práctica del rapel y su atractivo paisaje de contemplación. En este sitio se concentran la mayoría de los prestadores de servicios turísticos.

En segundo lugar se encuentran las *Cuevas- Valle de los Halcones*, que posee una infraestructura propia. Los otros sitios requieren mayor grado de desarrollo para potencializarlos como *atractivos turísticos*. (Endesa, et ál., 2007, p.6).

### 3.5.6. Análisis empresarial y de mercados.

#### 3.5.6.1. Perfil del turista que visita a Suesca.

Los turistas se clasifican en tres categorías:

- Turista convencional.
- Visitante intencional.
- Grupos institucionales.

**El Turista convencional** pertenece al grupo de visitantes con intereses particulares en busca de nuevas experiencias. Generalmente son grupos familiares (incluidos niños, adultos y adultos mayores), que tienen capacidad de gasto, generalmente se desplazan en vehículos particulares y dada su cercanía con Bogotá visitan a Suesca en plan de un solo día, especialmente los fines de semana y particularmente el domingo.

La mayoría son turistas nacionales procedentes de la ciudad de Bogotá y los que visitan por primera vez al municipio, buscan la infraestructura que más se adecue a sus expectativas para empezar el descubrimiento de la zona. Los turistas convencionales que regresan a Suesca, buscan preferencialmente las *Rocas de Suesca*, ya que son las más accesibles y por su gran atractivo natural, pero la mayoría de ellos no se interesan por otros sitios turísticos del municipio porque no hay promoción suficiente y porque estos sitios carecen de infraestructura adecuada para la visita.

Aunque los turistas convencionales tienen capacidad de gasto, los ingresos que dejan son muy pocos ya que solo pueden contemplar el paisaje y observar a los escaladores y porque alrededor de las rocas no hay servicios complementarios para los visitantes, por lo tanto el nivel de consumo es prácticamente nulo y no hay productos con calidad que motiven su gasto, generando un bajo nivel de satisfacción y desestimulando su intención de regresar o recomendar el sitio.

Ahora bien, considerando que muchas de las familias bogotanas que tienen capacidad de pago, conservan la tradición de ir a comer fuera de la ciudad - especialmente los fines de semana y festivos – y acostumbran visitar los municipios aledaños en busca de esparcimiento familiar, cuando llegan a Suesca tienen la expectativa de encontrar una gastronomía por lo menos

semejante a la de otros municipios aledaños y una infraestructura de servicios que les permita ocupar su tiempo de ocio con la experiencia que buscan, sin embargo, como la oferta de estos servicios es tan precaria, no encuentran motivaciones para quedarse, reduciendo su permanencia y por consiguiente su gasto.

Así las cosas, es necesario que desde la gestión pública y privada se impulse el desarrollo de productos turísticos competitivos, se impulse la articulación eficiente de la cadena turística y se empiece a formar un capital humano idóneo para lograr las metas que el gobierno nacional se ha propuesto en materia turística.

Hay que enfatizar, que se está desaprovechando un recurso tan representativo económica y socialmente por falta de visión pública y privada.

**El Visitante intencional** se caracteriza por pertenecer a *grupos de personas que tienen intereses bien definidos y comunes al grupo*. Visitan al municipio con el fin de realizar actividades de esparcimiento o deportivas que se pueden clasificar en 5 categorías así:

- Escaladores que practican el rapel y la escalada en las Rocas de Suesca.
- Ciclomontañismo que utilizan los caminos.
- Caminantes que recorren los senderos
- Personas que practicas rafting en el río Bogotá.
- Motociclistas que recorren los caminos.

Estas personas se interesan en visitar el municipio para realizar sus actividades deportivas al aire libre o de esparcimiento motivadas por el paisaje y la topografía del terreno, que ofrece por un lado la práctica de deportes con cierto grado de aventura y por otro la contemplación del paisaje de sabana, fauna y flora.

La edad de las personas que practican deportes oscila entre 18 y 40 años y son en la mayoría de los casos, grupos de amigos (entre 2 y 30 personas) que permanecen de 3 a 6 horas en los sitios donde desarrollan sus actividades de interés. La práctica de escalada o rapel puede durar 6 horas, mientras que el rafting se desarrolla en 2 horas y otros deportes como el ciclomontañismo y motociclismo, se realizan en un día, por lo tanto el nivel de gasto es mínimo. A excepción del rafting, las demás actividades no tienen ningún costo, aunque hay oferta de servicios como acompañamiento en escalada, senderismo y alquiler de bicicletas, los ingresos no son representativos para el sector.

Volviendo al tema del consumo de los visitantes, este es poco atractivo para la economía del municipio, debido a que no hay una oferta de productos o servicios complementarios que motiven al turista a quedarse más tiempo.

**Los Grupos institucionales** están compuestos por un considerable número de visitantes pertenecientes a una empresa, colegio o universidad u otra organización, con intereses variados, aunque sea organizado por una misma institución. El perfil de los grupos institucionales puede clasificarse en dos: por un lado están los estudiantes (colegios y universidades) que se desplazan por fines educativos (ecológicos o ambientales) y algunos colegios contratan programas de campamento para sus alumnos, en fincas adecuadas para tal fin.

El segundo grupo – a nivel empresarial- desarrolla actividades recreativas o de esparcimiento, que en la mayoría de los casos se ajustan a una agenda desarrollada por las empresas, con gastos cancelados por anticipación.

En cuanto al gasto, en el primer grupo, por ser estudiantes, su capacidad de consumo es muy limitada, además porque dentro de la excursión se prevé la entrega de refrigerios para el viaje. El segundo grupo, se considera compuesto por personas con capacidad de gasto que desea comprar artículos típicos de la región o incluso disfrutar de la gastronomía y otros productos ofrecidos. Sin

embargo, en este último caso, también se desaprovecha esta oportunidad en Suesca.

### 3.5.6.2. Demanda.

La demanda actual se define como *el número de personas que utilizan los servicios turísticos del municipio*, la mayoría de ellos se ubican en el corredor rocoso de las Piedras de Suesca y sus actividades principales son la escalada, la observación de los escaladores y las caminatas.

Las siguientes estadísticas muestran las preferencias de los visitantes:

DEMANDA ACTUAL DE SERVICIOS TURISTICOS							
DIA	Carpas	Escalada	Rafting	Recreación	Educación	Hospedaje	TOTAL
Sábado	54	52	12	10	10	20	158
Domingo	77	55	36	20	20	50	258
Festivos	124	113	12	10	10	20	289
TOTAL AÑO	9.256	7.813	2.736	1.760	1.760	4.040	27.365

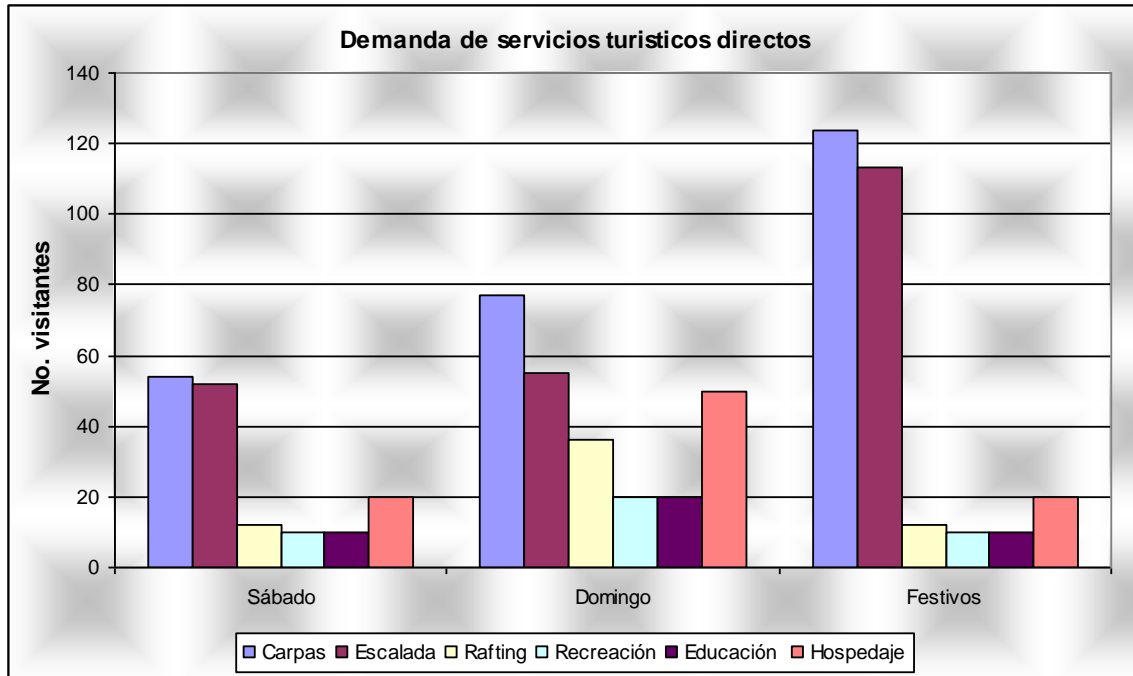
Fuente: sondeo de mercado 2007

Tabla No. 20: Demanda de servicios turísticos en Suesca.  
Fuente: Endesa et ál. (2007, p.16).

Los cálculos presentados son resultado de aproximaciones como:

El conteo de carpas en promedio es de 18, 26 y 41 los días sábado, domingo y festivos respectivamente, y suponiendo que en cada una se quedan 3 personas, se calcula que los visitantes son 54, 77 y 124 respectivamente.

Un procedimiento similar al anterior se hizo para calcular los visitantes que vienen a recreación, contando los vehículos particulares que ingresan al municipio y los estudiantes, contando los buses turísticos que llegan al municipio, como se muestra en la Gráfica No. 13.



Gráfica No. 13. Demanda de servicios turísticos en Suesca.  
Fuente: elaborado a partir de los datos de Endesa et ál. (2007, p.16).

La mayor demanda para escalada se da los días festivos, siendo este el atractivo turístico que más visitan los turistas y aunque se ofrecen servicios para este deporte como el acompañamiento en escalada y los servicios de guianza, la demanda es mucho menor que la mostrada en la gráfica y en la tabla, debido a que la mayoría de las personas visitantes, prefieren escalar por sí mismas y son grupos de escaladores donde hay personas conocedoras que enseñan y ayudan a las otras. El camping, se realiza proporcionalmente a la escalada, ya que los deportistas que se quedan varios días traen carpa para pernoctar.

En relación al gasto, como se ha mencionado anteriormente, el mercado es limitado ya que no hay una oferta de productos complementarios. En cuanto a lo deportes acuáticos los cálculos muestran que hay una sobreoferta de servicio, debido a que las dos empresas que operan prestando servicios para el rafting tienen en total 6 botes con un promedio de utilización al mes de cada uno de 1 o 2 veces. (Endesa, et ál., 2007, pp. 14-15).

Otros servicios analizados tienen conclusiones similares, es decir los ingresos al municipio por cuenta del turismo son mínimos.

### 3.5.6.3. Demanda potencial.

La demanda potencial de servicios de turismo se hace teniendo en cuenta la siguiente información:

- Se supone que la demanda insatisfecha corresponde al número de personas que entran al municipio y no realizan actividades de escalada o rafting.
- El conteo de vehículos particulares que entran al municipio, en promedio son: sábados 151; los domingos 313 y los festivos 86. Si en promedio viajan tres personas en cada uno de ellos, se tiene que el promedio de personas que ingresan son: sábados 452, domingos 638 y festivos 258.
- El conteo promedio de buses turísticos que generalmente transportan estudiantes arroja los siguientes resultados: sábados 7, domingos 11 y festivos 11. Si en promedio viajan 20 personas en cada bus, el número de turistas que ingresa en este medio de transporte es: sábados 134, domingos 217 y festivos 217.
- Sumando los dos anteriores, en promedio el municipio de Suesca recibe: sábados 586 visitantes, los domingos 855 visitantes y los festivos alrededor de 485 visitantes.
- Proyectando estas cifras anualmente, ya que el comportamiento de las visitas es constante durante el año, se tiene que en promedio 84.600 personas visitan a Suesca en planes de turismo, de las cuales 61.800 viajan en vehículos particulares y 22.800 en buses de turismo. Esta cifra es representativa al momento de diseñar nuevos productos turísticos para aprovechar la demanda insatisfecha.

Un sondeo similar se realizó en 2007, concluyendo que hubo un considerable aumento en estos tres años pasando de 25.000 visitantes en 2004 a 84.000 en



2007, con un incremento del 30%, a pesar de los problemas descritos anteriormente (Endesa, et ál., 2007, p.16).

Por otra parte según el estudio de campo realizado en 2011, con entrevistas a las autoridades del municipio, se informa que ha habido un incremento del 7% al 8%, con respecto a los datos obtenidos en 2007, pero no se ha realizado el estudio con la misma base del realizado en 2004 y 2007.

#### 3.5.6.4. Componente ambiental.

El estudio recomienda “las buenas prácticas de turismo sostenible” realizado por la CAR y referenciado por Endesa, et ál. (2007), considerando tres aspectos esenciales:

- “De conservación de la biodiversidad: aquellas específicas que favorecen la protección o conservación de los ecosistemas naturales.
- De buen uso de los recursos: medidas para el buen uso de los productos de la biodiversidad que son aprovechados directamente por la empresa.
- De reducción de impactos negativos sobre el agua, suelo, aire y ecosistemas naturales: prácticas específicas de la empresa para evitar el efecto negativo de sus actividades” (Endesa, et ál., 2007, p.16-17).

Las tablas No. 21. y 22., contienen el resumen de las buenas prácticas, proporcionando recomendaciones específicas y considerando el aspecto ambiental, respectivamente:

Agua	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer y aplicar medidas que permitan economizar el agua y reciclarla, como la recolección de aguas lluvias, etc.</li> <li>- Garantizar el uso de agua potable (certificada) para el consumo humano.</li> <li>- Mantener en adecuado estado de tratamiento las aguas recreativas (piscina y aguas termales).</li> <li>- Establecer y aplicar medidas de seguridad y salubridad en las actividades acuáticas de canotaje o rafting.</li> </ul>
Energía	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar adecuadamente la energía, reduciendo su uso concientizando a la comunidad para realizar prácticas de ahorro.</li> <li>- Promover el uso de fuentes alternativas de energía que utilicen recursos renovables.</li> </ul>
Flora y fauna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No permitir la venta de productos o especies en peligro de extinción (quiches, orquídeas, aves, etc).</li> <li>- Evitar la reforestación con especies exóticas como pinos, eucaliptos, acacias, entre otras especies no nativas.</li> <li>- Promover la utilización de cercas vivas con plantas autóctonas en cercanía de fuentes acuíferas, jardines, etc.</li> <li>- Disminuir o eliminar el uso de agroquímicos, buscar alternativas de control biológico de plagas y abonos orgánicos.</li> </ul>
Áreas naturales y conservación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar prácticas para mantenimiento y renovación paisajística, promoviendo las cercas vivas, enriquecimiento de rastrojos, los parches de vegetación nativa, entre otras prácticas que lleven a la recuperación de áreas y paisajes naturales de fauna y flora.</li> </ul>
Desechos sólidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evitar el uso de productos con empaques no biodegradables. Estimular la compra de insumos al por mayor.</li> <li>- Evitar el uso de utensilios desechables no biodegradables (vasos, platos, cubiertos).</li> <li>- Promover el reciclaje y separación de residuos sólidos en la fuente.</li> <li>- Tener infraestructura adecuada para la separación y reutilización de basuras.</li> <li>- Fomentar la producción de papel reciclado, compost, entre otros.</li> </ul>
Contaminación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evitar la contaminación del agua (cuerpos de agua, río Bogotá, quebradas, humedales) con basuras, aceites, desechos agrícolas, etc.</li> <li>- Establecer medidas que eviten la emisión de gases contaminantes y de ruidos contaminantes.</li> <li>- Fomentar el uso de productos de aseo biodegradables.</li> </ul>
Educación ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promover la concientización de la comunidad en general respecto a la protección ambiental.</li> <li>- Establecer normas y controles para el comportamiento responsable de los visitantes.</li> <li>- Informar a los visitantes sobre los ecosistemas de la región y su fragilidad.</li> <li>- Promover el involucramiento de la comunidad en la implementación e investigación de las mejores prácticas turísticas para cada sitio o atractivo.</li> <li>- Señalización de los sitios turísticos enfatizando en el cuidado de especies tanto de fauna como de flora.</li> </ul>

Tabla No. 21. Buenas prácticas en aspectos ambientales para los sitios turísticos de Suesca. Recomendaciones específicas.

Fuente: Endesa et ál. (2007, pp.17-18).

Actividades, rescate y respeto a culturas y poblaciones locales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promover el conocimiento, rescate y aprecio por expresiones culturales, deportivas y recreativas de las comunidades locales.</li> <li>- Proteger, recuperar y poner en valor el patrimonio histórico.</li> <li>- Prohibir la venta y tráfico de artefactos arqueológicos, sin el permiso respectivo.</li> <li>- Incentivar el orgullo de la comunidad por sus riquezas culturales.</li> </ul>
Contribución al desarrollo local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preferir la contratación pública con Mipymes locales formalizadas y sostenibles.</li> <li>- Impulsar la creación de empresas fabricantes de artesanías y productos gastronómicos locales.</li> </ul>
Administración y dirección	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Remuneración justa a todos los trabajadores.</li> <li>- Estimular contratación permanente y no la temporal.</li> <li>- Promover la capacitación y formación del talento humano.</li> </ul>
Leyes y regulaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir la legislación laboral, ambiental y cultural (nacional e internacional).</li> <li>- Elaborar y ejecutar: Plan de desarrollo turístico del municipio, Plan de ordenamiento territorial municipal, articulados con el Plan de Desarrollo Municipal.</li> <li>- Conocer y promover la implementación de normas de calidad turísticas</li> </ul>
Diseño y construcción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura acorde con el paisaje, no excluyente para personas discapacitadas.</li> <li>- Utilizar técnicas y productos autóctonos de la región en las construcciones, acorde con el respeto al paisaje, costumbres y valores culturales de la región.</li> <li>- Diseñar senderos y rutas para la escalada en roca, respetando las normas ambientales.</li> </ul>
Seguridad y salubridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicar normas de seguridad y salud, para la práctica de actividades turísticas.</li> <li>- Adoptar buenas prácticas de manufactura o normas que garanticen la inocuidad alimentaria (en toda la cadena alimentaria).</li> <li>- Control de insectos y roedores.</li> </ul>
Suministro y proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilidad y ética en las transacciones comerciales y demás relaciones con los proveedores.</li> <li>- Preferir proveedores que hayan implementado normas de calidad o buenas prácticas de manufactura o ambientales.</li> <li>- Preferir la compra de productos reciclados (papel), orgánicos, etc.</li> </ul>
Monitoreo y acciones correctivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Indicadores sociales, ambientales y económicos de la actividad turística.</li> </ul>

Tabla No. 22. Buenas prácticas en aspectos ambientales para los sitios turísticos de Suesca. Aspectos socio- económicos.

Fuente: Endesa et ál. (2007, pp.17-18).

Derivado del diagnóstico realizado en el diagrama de “Árbol de problemas”, se proponen las siguientes estrategias para el fortalecimiento de la cadena:

### **3.5.7. Estrategia de fortalecimiento de la cadena.**

El resultado del análisis del árbol de problemas y los estudios realizados en el municipio, permiten establecer las principales estrategias para fortalecer la Cadena Turística de Suesca – Cundinamarca. Así en la Tabla No. 23., se muestra el planteamiento de la estrategia de fortalecimiento de la cadena.

Esta información es la base para tomar las acciones correctivas en la gestión municipal para lograr el impulso de la cadena turística y el cumplimiento de la Visión 2012 propuesta en el Plan de Desarrollo Municipal de 2006. Sin embargo, como se ha mostrado a lo largo de esta investigación, esto no se ha cumplido. Asimismo, hay que resaltar que las estrategias son valiosas para retomar las acciones de fortalecimiento de la cadena y son parte fundamental para la propuesta del *Modelo de turismo sustentable en Suesca – Cundinamarca como área protegida*, objetivo central de la presente tesis.

ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR TURISTICA DE SUESCA						
PROBLEMA	OBJETIVO	LINEAS DE ACCION	PARTICIPANTES	TIEMPO DE EJECUCION		
				C	M	L
<b>No hay sensibilización de la comunidad hacia el sector turístico, ni sentido de pertenencia.</b>	Sensibilizar y concienciar a la población del municipio, propietarios, alcaldía y CAR sobre la importancia y los beneficios sociales, ambientales y económicos del turismo.	Socializar los resultados del diagnóstico y los estudios realizados sobre el sector turístico.	Alcaldía, concejales, prestadores de servicios, emisoras, canal de televisión institucional, instituciones educativas, transporte, salud, policía iglesia, empresa privada y propietarios de atractivos	X		
		Realizar eventos de socialización de los beneficios del turismo con los habitantes del municipio.	Comunidad en general.	X		
		Realizar un recorrido en los atractivos turísticos del municipio. Involucrar el tema de turismo en el PEI (Proyecto Educativo Institucional) o trabajo social de escuelas y colegios del municipio.	Prestadores de servicios e instituciones educativas.	X		
<b>Falta articulación entre turismo y municipio. Falta cultura ciudadana con respecto al turismo.</b>	Involucrar a la población de Suesca y a la alcaldía municipal en el desarrollo del sector turístico del municipio.	Capacitar a habitantes de Suesca en aspectos relacionados con el turismo como: formación de conciencia turística, guianza, interpretación local, promoción turística, diseño de paquetes turísticos, entre otros.	Comunidad en general	X		
		Mesas de trabajo entre prestadores de servicios y sector de salud y seguridad del municipio para creación de planes de trabajo conjuntos.	Prestadores de servicios	X		
<b>No hay apoyo de la alcaldía para el turismo.</b>	Incluir el tema de turismo dentro de los planes de desarrollo municipal.	Socializar los resultados del diagnóstico y la estrategia de fortalecimiento de la cadena con la alcaldía para ser incluidos en la actualización del EOT.	Prestadores de servicios, Fundación Endesa Colombia y Fundación al Verde Vivo.	X		

ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR TURISTICA DE SUESCA						
PROBLEMA	OBJETIVO	LINEAS DE ACCION	PARTICIPANTES	TIEMPO DE EJECUCION		
				C	M	L
<b>Falta organización en el sector turístico.</b>	Organizar el sector turístico del municipio y a la comunidad.	Elaborar un plan de desarrollo turístico del municipio tomando como base la estrategia de fortalecimiento de la cadena.	Actores de la cadena	X		
	Reglamentar la actividad turística.	Socializar las normas existentes para deportes de aventura, legislación tributaria, incentivos e infraestructura relacionada con el turismo, tanto las oficiales como propuestas.	Prestadores de servicios	X		
		Gestión de recursos para aplicar normas existentes y crear normas de actividades turísticas como escalada, ciclomontañismo y caminatas.	Prestadores de servicios	X		
	Ejecutar una estrategia financiera la ejecución de los proyectos turísticos.	Elaborar planes de negocio por cada una de las iniciativas empresariales con el fin de acceder a recursos económicos para la ejecución de los proyectos turísticos.	Prestadores de servicios	X		
	Buscar mecanismos de apoyo para la gestión empresarial y ejecución de la estrategia.	Negociación de la estrategia con instituciones de apoyo y formulación de proyectos.	Prestadores de servicios y alcaldía	X	X	
	Operar una oficina de turismo para el municipio de Suesca.	Formular el proyecto de la oficina de turismo ante el concejo municipal.	Alcaldía y concejo municipal	X		
		Poner en funcionamiento la oficina de turismo en cabeza de la alcaldía municipal y co una ubicación estratégica dentro del municipio.	Prestadores de servicios y alcaldía	X	X	
		Gestión de recursos para la operación y promoción de la oficina de turismo.	Alcaldía y concejo municipal	X		
Fortalecer la gestión turística para mejorar la competitividad turística de la cadena.	Involucrar a las instituciones del sistema de apoyo como la CAR, gobernación de Cundinamarca, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, etc., en el trabajo de la cadena. Otros actores de cooperación internacional, por medio de convenios de competitividad y de apoyo financiero al desarrollo de esta estrategia.	ONG, Alcaldía	X			

ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR TURISTICA DE SUESCA						
PROBLEMA	OBJETIVO	LINEAS DE ACCION	PARTICIPANTES	TIEMPO DE EJECUCION		
				C	M	L
<b>Intereses individuales; falta de coordinación de actividades y agrupación de actores.</b>	Lograr la articulación entre actores en torno al fortalecimiento de la cadena.	Crear un comité técnico de la cadena que coordine el funcionamiento periódico de la misma, sea la base del concejo municipal de turismo y gestione recursos y proyectos para la cadena.	Representante de cada sector.	X	X	
		Capacitar en torno al tema de asociatividad y manejo de cadenas con el fin de consolidar un gremio turístico en el municipio.	Actores de la cadena.	X		
	Elaborar planes de mercadeo.	Diseño de Suesca como destino turístico, enfocado a turismo de aventura y relacionando cacicazgo con otros atractivos del municipio y ampliando la oferta de servicios actuales.	Prestadores de servicios.	X		
		Desarrollo del producto turístico para la demanda actual y potencial diversificando el mercado.	Prestadores de servicios.	X	X	
	Diseñar estrategias de comunicación, promoción y mercadeo del destino.	Diseñar estrategias de promoción de Suesca como destino en ferias y a través de los medios de comunicación.	Comité de turismo.	X		
		Elaborar la guía de rutas de escaladores.	Escaladores.	X		
		Reunir información que hay sobre la descripción de los sitios turísticos de Suesca, para construir una guía.	Comité de turismo	X		
		Elaborar material impreso como herramienta de promoción (visitantes, agencias, etc.) y como herramienta de apoyo e interpretación.	Prestadores de servicios.	X		
		Realización de un evento "Semana de aventura" donde se involucre a los habitantes de Suesca y se inviten operadores para promocionar el turismo.	Prestadores de servicios.	X		
		Participar en la feria de ANATO.	Prestadores de servicios.	X		
	Mejorar la calidad en los servicios de apoyo del sector turístico.	Implementar estándares de calidad para garantizar una prestación eficiente del servicio.	Comité de turismo	X	X	
	Prestar seguridad en los atractivos.	Conformar un comité de seguridad (apoyo a emergencias) que involucre tanto a la policía como a un grupo local de atención de emergencias.	Comité de turismo	X		
		Controlar la aplicación de la normatividad de las actividades turísticas.	Comité de seguridad.	X		
	Implementar un sistema de información para la toma de decisiones.	Llevar estadísticas de turistas, para conocer el funcionamiento del mercado.	Prestadores de servicios.	X		
		Diseño de un sistema de seguimiento al visitante en cuanto a la satisfacción del servicio.	Prestadores de servicios.	X		
	Crear atractivos adicionales para diversificar los visitantes.	Transferencia de tecnología por medio del conocimiento de otras experiencias donde involucren otros tipos de turistas como el turismo familiar o académico.	Prestadores de servicios.	X	X	

ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR TURISTICA DE SUESCA						
PROBLEMA	OBJETIVO	LINEAS DE ACCION	PARTICIPANTES	TIEMPO DE EJECUCION		
				C	M	L
<b>Falta de cualificación entre prestadores y operadores en lo relacionado con la actividad turística.</b>	Capacitar a los actores para ofrecer mejor calidad en el servicio.	Desarrollar programas de capacitación de acuerdo a las necesidades de los prestadores de servicios y las posibilidades de ofrecer nuevos productos turísticos. Entre otras se destacan las siguientes líneas: - Primeros auxilios en áreas silvestres. - Sensibilización turística, diseño de productos turísticos para demanda actual y potencial, promoción turística, formas de turismo: agroturismo, ecoturismo, etc. - Prestación de servicios turísticos donde se incluya deporte de aventura. - Espeleología. - Fortalecimiento empresarial. - Legislación y administración, normatividad. - Idiomas y cocina. - Administración del potencial humano. - Contabilidad y tributación, control de inventarios y facturación. - Sistemas e internet. - Formación de conciencia turística. - Sensibilización ambiental empresarios y empleados. - Vinculación de la empresa con el entorno social. - Proyectos socio-culturales: arte rupestre, cultura muisca, caminos de herradura, entre otros. - Normas de competencia laboral para los prestadores de servicios turísticos.	Prestadores de servicios y la alcaldía.	X		
		Aplicar un programa permanente de investigación tanto de nuevos productos como de mercados.	Oficina de turismo.	X		



ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR TURISTICA DE SUESCA						
PROBLEMA	OBJETIVO	LINEAS DE ACCION	PARTICIPANTES	TIEMPO DE EJECUCION		
				C	M	L
<b>Falta infraestructura turística</b>	Construcción y adecuación de infraestructura de buena calidad para el apoyo al sector turístico.	Construir y/o adecuar la infraestructura sanitaria básica para la actividad turística que se desarrolle actualmente.	Prestadores de servicios y la alcaldía.	X		
	Aumento de la capacidad de los servicios complementarios.	Construir infraestructura complementaria para la demanda actual y potencial.	Prestadores de servicios, alcaldía, hospital y policía.	X	X	
	Desarrollar una estrategia de comunicación.	Ubicar señalización en la carretera que permita ubicar al turista desde Bogotá hasta Suesca.	Comité de turismo, alcaldía y dueños de predios.	X		
		Ubicar vallas informativas en carreteras a la salida de Bogotá y la entrada de Suesca. Señalización dentro del área en torno a los atractivos.	Comité de turismo, alcaldía y dueños de predios.	X		
<b>Los recursos naturales se aprovechan insostenidamente.</b>	Conservar patrimonio natural y arquitectónico.	Definir buenas prácticas para incluir la sostenibilidad en el desarrollo del turismo de aventura en el municipio de Suesca.	Prestadores de servicios y CAR.	X		
		Involucrar los sistemas productivos como complemento de los atractivos turísticos.	Prestadores de servicios y CAR.		X	
		Capacitar para la aplicación de buenas prácticas.	Prestadores de servicios.	X		
		Capacitar en certificación de ecoturismo a los prestadores de servicios.	Prestadores de servicios.		X	X
		Conservar y restaurar arqueológica, pictográfica y paisajísticamente los recursos culturales de la región.	Prestadores de servicios y alcaldía.	X		
<b>No se involucra el concepto de sostenibilidad en el desarrollo turístico.</b>	Trabajar el turismo acorde al uso sostenible de los recursos naturales.	Desarrollar un programa de manejo de residuos con prestadores de servicios turísticos.	Prestadores de servicios y alcaldía.	X		
		Implementar programas de conservación del río Bogotá y sensibilización ambiental.	CAR, alcaldía y comunidad en general.	X		
		Diseñar programas de interpretación turística que permitan la sensibilización ambiental en torno a la problemática del río Bogotá.	Prestadores de servicios, instituciones educativas y alcaldía.	X		
		Aplicar el concepto de capacidad de carga en las actividades turísticas.	Prestadores de servicios.	X	X	

Tabla No. 23. Estrategia de fortalecimiento de la cadena turística de Suesca.

Fuente: Endesa et ál. (2007, pp.17-18).

### **3.5.8. Ejes temáticos y líneas de acción**

Continuando por una parte, con el análisis de los datos obtenidos en la recolección de la información de fuentes primarias y por otra, en la aplicación del modelo de análisis de la Cadena Turística de Suesca, basada en el análisis del árbol de problemas, se han identificado los siguientes tres ejes temáticos:

- Capacitación: se centra en los prestadores de servicios turísticos y en la comunidad.
- Gestión del destino: se centra en el diseño del producto turístico, adecuación de infraestructura y manejo ambiental.
- Acompañamiento: se dirige primero a las iniciativas empresariales (planes de negocio) y segundo acompañando al Comité de turismo en sus actividades.

Estos ejes temáticos, también han sido tenidos en cuenta para la construcción del *Modelo de turismo sustentable en Suesca – Cundinamarca como área protegida*.

La Tabla No. 24., muestra la propuesta de agrupación de las líneas de acción según los ejes temáticos:

LINEAS DE ACCION Y EJES TEMATICOS		
PROBLEMA	LINEA DE ACCION	EJE TEMATICO
<b>Sensibilización</b>	Socialización	Capacitación.
	Recorridos por los atractivos	Gestión del destino.
	Involucrar el turismo en los PEI de colegios y escuelas.	Acompañamiento.
	Capacitación y sensibilización.	Capacitación.
<b>Organización del turismo</b>	Involucrar el turismo en la actualización del EOT	Acompañamiento.
	Diseño y desarrollo del producto turístico.	Gestión del destino.
	Planes de negocio para prestadores de servicios turísticos.	Acompañamiento.
	Oficina de turismo del municipio.	Acompañamiento.
	Comunicación, promoción y mercadeo del destino.	Gestión del destino.
	Desarrollo y gestión de recursos para la estrategia.	Gestión del destino.
	Operar el comité de turismo.	Gestión del destino.
	Conformar el comité de seguridad.	Acompañamiento.
Conocimiento y aplicación de normas.	Capacitación.	
<b>Capacidad turística</b>	Capacitación (técnica como empresarial).	Capacitación.
	Adecuación de infraestructura.	Gestión del destino.
	Conocimiento de otras experiencias.	Capacitación.
<b>Manejo de los recursos naturales</b>	Aplicar buenas prácticas de manejo de turismo sustentable.	Capacitación.
	Diseño de programas de interpretación turística asociados a la conservación y recuperación del río Bogotá.	Gestión del destino.
	Aplicación de capacidad de carga.	Gestión del destino.

Tabla No.24. Agrupación de líneas de acción por ejes temáticos.  
Fuente: Endesa et ál. (2007, p.27).

### 3.6. ANALISIS DEL TURISMO EN BOGOTA. En el marco de Bogotá-Región

Como se ha mencionado anteriormente, la cercanía de Suesca - Cundinamarca a la capital de la República y su ubicación como municipio aledaño, ofrece oportunidades de desarrollo para el municipio en materia de promocionar el turismo de naturaleza sostenible, razón por la cuál es indispensable el análisis de la cadena turística de Bogotá para diseñar el Modelo de Turismo Sostenible en Suesca.

### **3.6.1. Bogotá – Región como unidad de desarrollo y competitividad.**

El departamento de Cundinamarca tiene un área de 24.210 Km<sup>2</sup>. Tiene 15 provincias que agrupan un total de 116 municipios y el Distrito Capital de Bogotá, administrativamente independiente. Bogotá y sus alrededores es considerado, dentro del “Plan de competitividad de turismo para Bogotá 2006-2015”, un eje de desarrollo, que debe posicionarse con una imagen de marca, como destino de turismo sostenible mediante el diseño de productos turísticos atractivos.

Como efecto del crecimiento del comercio internacional, se pueden identificar en la actualidad, dos tendencias predominantes en la economía mundial: la globalización y la regionalización. En este contexto resulta un imperativo crear ventajas competitivas en las regiones, por ser los núcleos de desarrollo a nivel nacional, mejorando el nivel de vida de sus habitantes mediante la transformación hacia una sociedad del conocimiento y la innovación que permitan crear valor y promover el desarrollo sostenible, además de promover la asociación y unidad empresarial mediante cadenas productivas y clústeres. La flexibilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas responde a la característica de la economía global, cuya tendencia es operar en redes que van desde lo local hasta lo nacional y mundial. En este marco, la ciudad- región funciona como plataforma vital para la competitividad.

Aunque Bogotá es una de las ciudades líderes en la región andina, se encuentra rezagada frente a otras ciudades como Santiago de Chile, Sao Paulo, Buenos Aires y Ciudad de México, evidenciando que se necesitan proyectos compartidos entre los diferentes sectores para posicionarla como una ciudad líder de Latinoamérica y que ofrezca estándares de vida comparables a una ciudad región global. (CCB, 2003).

Ahora bien, considerando a la ciudad- región, Cervantes & Gómez (2007), plantean que desde la actividad turística, como fenómeno complejo que involucran lo económico, lo socio-cultural y lo ambiental, la "región" se percibe, como una unidad de trabajo geográfico en la cual existe una cohesión definida por las relaciones espaciales y las actividades humanas que han dejado un legado histórico, es decir un patrimonio cultural que en sí mismo es un atractivo turístico diferenciado. Para el caso de Bogotá – Región, dado el tiempo libre del flujo de turistas que entran a la ciudad en plan de negocios, convenciones, reuniones, seminarios e incentivos, puede existir un potencial para el turismo en los municipios aledaños si se tienen planes de promoción y diseño de rutas turísticas cortas (de fin de semana), que promuevan productos turísticos de alta calidad aprovechando los recursos turísticos de los municipios aledaños a la ciudad, poniéndolos en valor y garantizando su sustentabilidad, dada en múltiples facetas, teniendo en cuenta las singularidades del territorio, de los asentamientos humanos y del patrimonio cultural.

Un ejemplo, entre muchas otras alternativas, es La ruta o circuito Bogotá- Zipaquirá- Nemocón- Bogotá, donde se encuentran hallazgos arqueológicos compuestos de fósiles marinos – de cuando esta parte de la cordillera de los Andes a más de 3000 msnm era parte del fondo marino- , también se pueden apreciar vestigios de la cultura indígena alrededor de la explotación de sal y su legado cultural, religioso y paisajístico. La colonización española deja un rico legado histórico, dominado por vestigios arquitectónicos, religiosos- donde se traslapan las creencias de la fe católica y las creencias y cultos religiosos de los indígenas chibchas-, del mismo modo el impacto en el paisaje- como el caso de la laguna de Guatavita- dejan una impronta histórica y cultural única como recurso turístico.

Asimismo, dado el perfil del turista de negocios, hay dos aspectos que los hace un nicho potencial para impulsar el ecoturismo en los municipios aledaños, el primero tiene que ver con su capacidad de pago, ya que son empresarios o

empleados con buenos ingresos y el segundo, tiene que ver con su interés por la cultura y el disfrute de la naturaleza, dado que la mayoría de ellos tienen un buen nivel educativo y sensibilidad por el medio ambiente. Esto permite que se ofrezcan productos diferenciados, con alta calidad y que garantice que la capacidad de carga turística no sea vea desbordada en áreas protegidas, como sucedería si se impulsara un turismo de masas.

A continuación mostramos las cifras del turismo en Bogotá en dos épocas significativas: en 2008 antes de la crisis económica, y en 2010 y 2011 después de la recuperación, con el fin de corroborar que el impacto de la crisis en la ciudad de Bogotá, ha sido poco y que el turismo es un renglón de alto crecimiento.

#### 3.6.1.1. Las cifras del turismo en Bogotá en 2008.

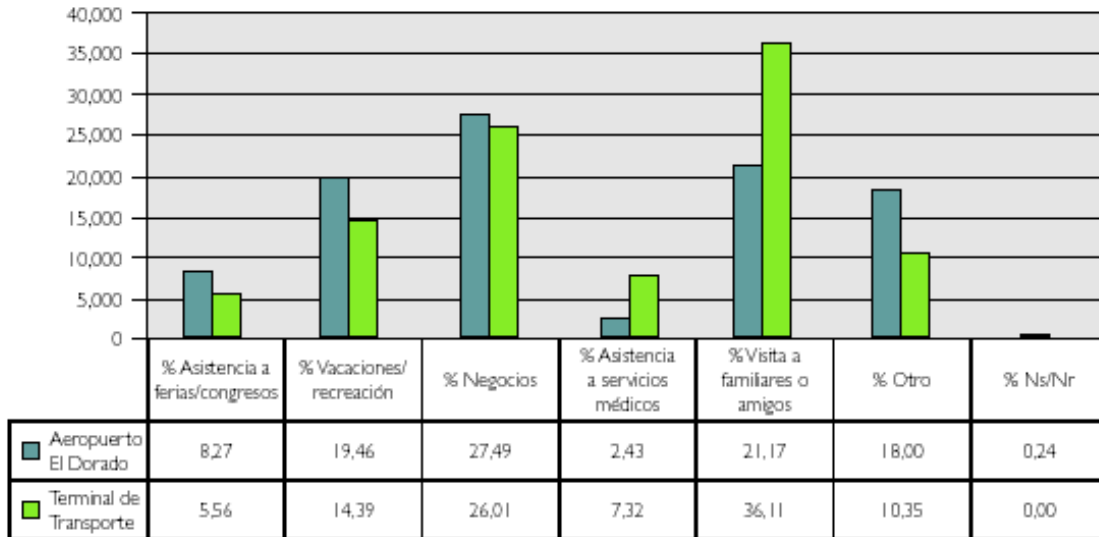
Entre enero y junio de 2008 ingresaron al país 578.707 extranjeros, con un incremento del 3% con respecto a la misma época de 2007 y el 52% de ellos se alojó en Bogotá. Estas cifras ratifican a la ciudad como el principal foco dinamizador del turismo nacional, empezando por el desarrollo de la competitividad en la ciudad – región. El Instituto Distrital de Turismo (IDT, 2008) en el Boletín de Estadísticas de Bogotá del segundo semestre de 2007, refiere la siguiente información:

La encuesta a viajeros aplicada a quienes finalizan su estadía en Bogotá y salen por el aeropuerto El Dorado y por la Terminal de Transporte de Bogotá (terminal terrestre), realizada en noviembre de 2007 y aplicada a 807 viajeros (411 en el Aeropuerto y 396 en la Terminal) arrojó los siguientes datos:

- La edad de los viajeros oscila entre los 18 y 40 años. El rango predominante de los viajeros que se movilizan por la Terminal de transporte terrestre es de 18 a 25 años y los que se movilizan por vía aérea es de 26 a 30 años.

- La residencia de los visitantes de Bogotá es: 75,43% nacionales (origen Antioquia 10,7%; Cundinamarca 56%; Valle 9,42%; Tolima 8,27% y Santander 8,13%) y 24,57% extranjeros (origen Estados Unidos 16,98%, Venezuela 16,98%, España 15,09%; Ecuador 7,55% y otros entre el 6% y 4%).
- El promedio de pernoctación de los viajeros en la ciudad fue de 6,62 noches.
- El principal motivo de viaje de los encuestados en el aeropuerto son los negocios (27,49%), mientras que para los encuestados en la Terminal, el principal motivo de viaje es la visita a familiares o amigos (36,11%) y en segundo lugar los negocios con el 26,01%. Los restantes motivos de viaje se relacionan con trabajo, realización de trámites y estudio, como lo muestra la siguiente gráfica.
- Otra actividad relacionada con el turismo de negocios es la asistencia a ferias y congresos: el 8,27% de los que ingresaron por el Aeropuerto y el 5,56% de los que ingresaron por la Terminal de transporte.

En conclusión, alrededor del 35% de los viajeros que entraron a la ciudad tienen como motivo de viaje actividades relacionadas con el turismo de negocios. En la Gráfica No. 14., se muestran los motivos de viaje.



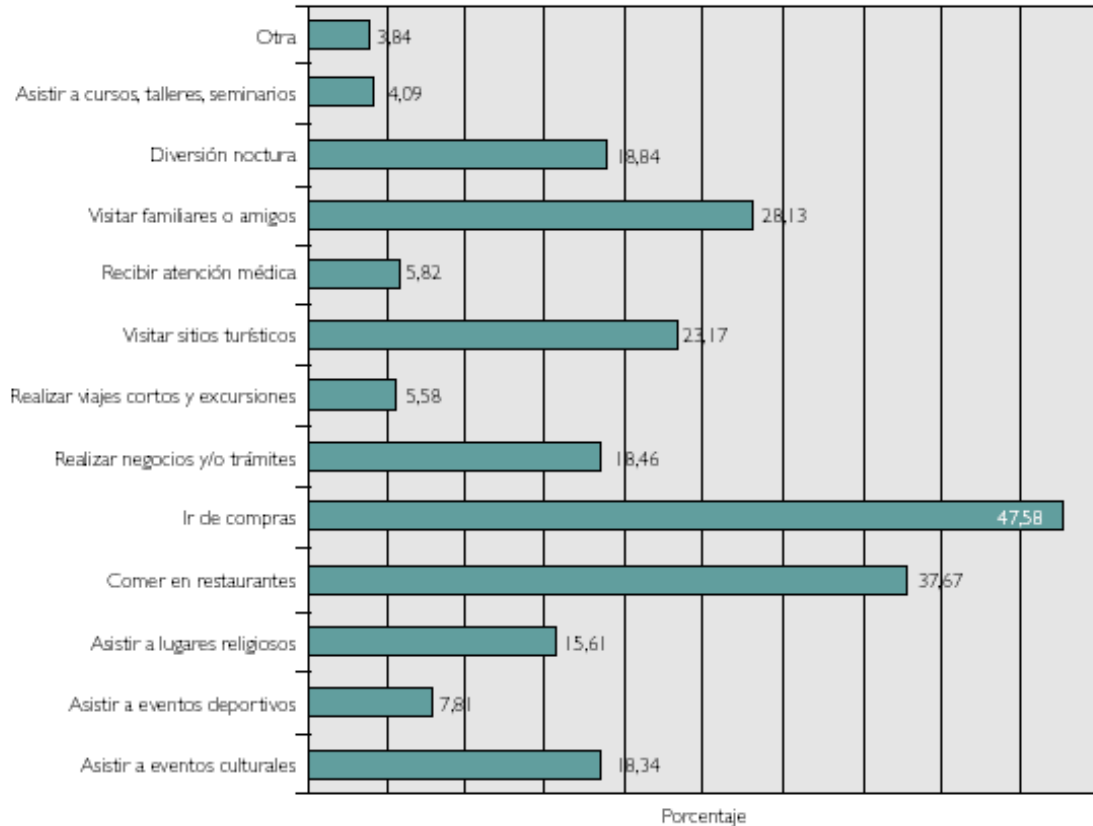
Gráfica No. 14: Principal Motivo de viaje de los turistas que ingresaron a Bogotá en 2008.

Fuente: IDT (2008, p.33).

Es necesario resaltar que el 67,29% de los viajeros no hizo uso de las agencias de viajes y que el 32,47% que utilizó este tipo de intermediación adquirió pasajes.

También se indagó por las actividades complementarias al motivo de viaje principal, obteniendo el resultado mostrado en la Gráfica No. 15.; de aquí se concluye que como actividades complementarias de los visitantes diferentes al motivo principal del viaje, se destaca ampliamente las compras, seguida las comidas en restaurantes y visitas a amigos. “Esto corrobora el posicionamiento que ha adquirido la ciudad en los últimos años como un destino con amplias posibilidades comerciales y una variada oferta gastronómica”. Otras actividades complementarias que los visitantes planearon realizar fueron la visita a la Catedral de Sal de Zipaquirá y a los municipios de la región (IDT, 2008).





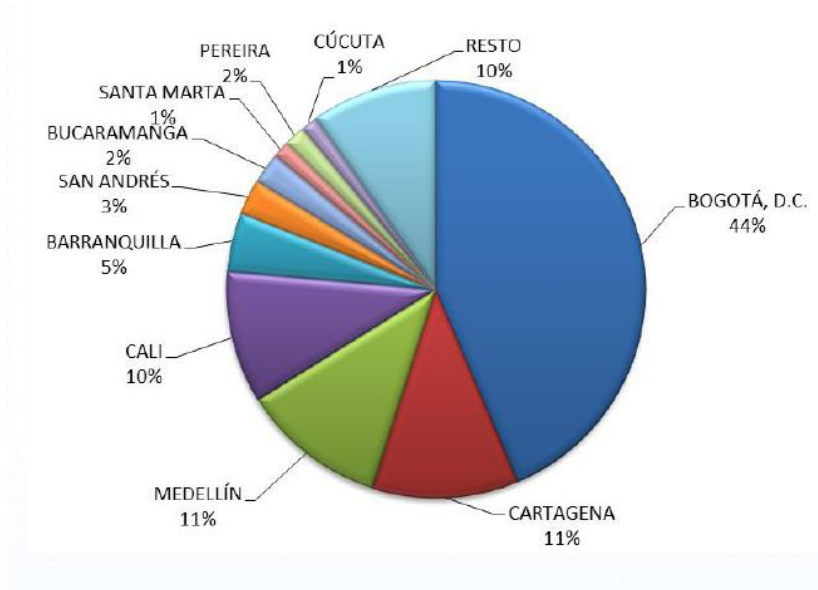
Gráfica No. 15: Actividades complementarias.  
Fuente: (IDT, 2008, p.44).

### 3.6.1.2. Las cifras del turismo en Bogotá en 2010 y 2011.

En 2010 entraron al país 1'474.863 visitantes (9% más que en 2009), y de ellos el 44% se alojaron en Bogotá como lo muestra la Gráfica No. 16., que ubica a Cartagena y a Medellín en el segundo lugar con el 11% y a Cali en el tercer lugar con el 10% (MCIT, 2010).

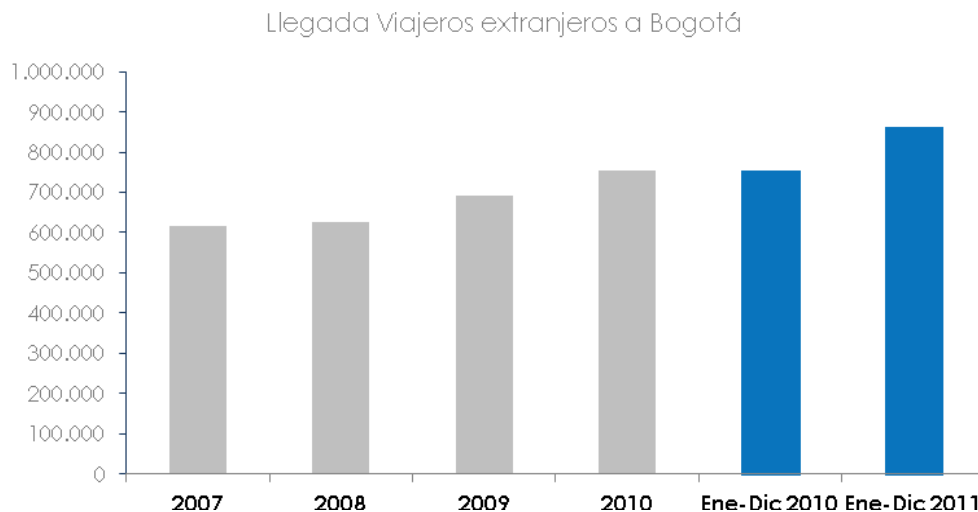
Por otro lado, en 2011 el turismo en el país tuvo un incremento del 7.3% con respecto al 2010, ingresando 1.582.120 viajeros extranjeros. Bogotá recibió 861.722 extranjeros equivalentes al 54,5% de las llegadas nacionales, convirtiéndose en el destino preferido de los visitantes extranjeros. La Gráfica

No. 17., muestra la llegada de turistas a Bogotá en 2011. Además, la tendencia creciente se mantiene, como lo refleja la Figura No.33, en 2012.



Gráfica No. 16: Llegada de viajeros extranjeros. Participación según ciudad de destino. Diciembre de 2010.

Fuente: DAS. Cálculos Viceministerio de Turismo, referenciados en MCIT (2010, p.8).



Gráfica No. 17. Llegada de viajeros extranjeros a Bogotá, hasta diciembre de 2011.

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Viceministerio de Turismo. Proexport. Bases DAS. Cálculos Observatorio Turístico de Bogotá IDT, referenciados en IDT (2011).

**Viajeros extranjeros no residentes**  
**Principal ciudad de destino**  
**Participación 2012**

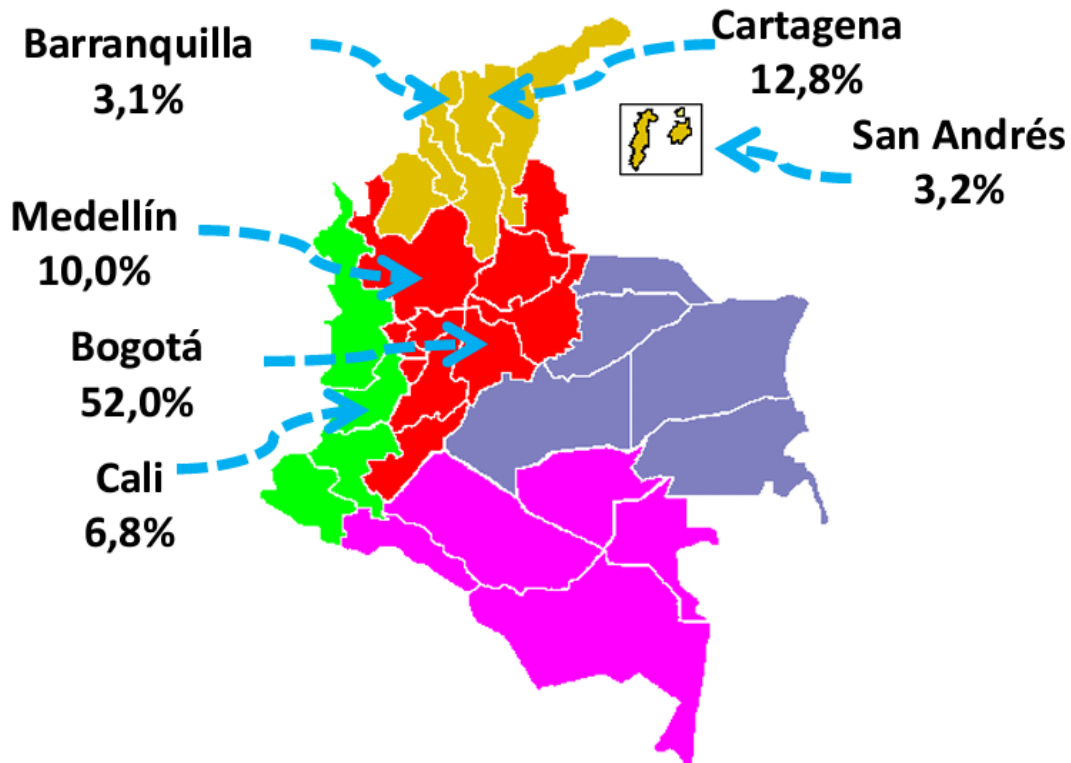


Figura No. 33: Llegadas de viajeros extranjeros no residentes. Principal ciudad de destino en 2012.

Fuente: MCIT (2013, p.48).

Además, la Alcaldía Mayor de Bogotá publica en la página [www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co) los resultados de estudios y estadísticas mensuales del turismo en la ciudad, como una valiosa fuente de información. En el boletín de diciembre de 2010 se muestran los resultados consolidados durante el año y el comparativo para evaluar el comportamiento respecto a 2009, con las siguientes cifras: en 2010 entraron a Bogotá 10.232.707 viajeros en vuelos nacionales, con un incremento de 31,9% respecto al año anterior. En cuanto a la

entrada de pasajeros provenientes de vuelos internacionales se tiene que en 2010 ingresaron 3.801.991, lo cual muestra un incremento del 11,3% respecto a 2009. Asimismo los visitantes extranjeros que ingresaron al país, según lo informado por el DAS (Departamento Administrativo de Seguridad de Colombia) fue de 1.320.105 y a Bogotá ingresaron 687.473, 9,2% más que en el 2009 (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2010). Como lo reflejan las cifras hay una tendencia de aumento en las visitas a la ciudad.

Por otro lado, en el estudio exploratorio realizado a 1013 viajeros por el Instituto Distrital de Turismo (IDT, 2008) para establecer las tendencias, características, percepción y satisfacción de los viajeros luego de visitar la ciudad (entre el lunes 9 de diciembre y el domingo 15 de diciembre, se encontraron los siguientes datos:

- El 82,5% eran viajeros nacionales y el 17,5% eran extranjeros.
- El 35,7% viene a visitar un familiar, el 27,6% de vacaciones o en busca de recreación, el 23,6% por negocios, el 2,3% a asistir ferias o congresos y el 11% a otras actividades. Es decir, que cerca del 26% de los viajeros se puede clasificar en turismo de negocios, ferias y eventos.
- En cuanto al perfil del viajero el 35,6% es empleado; el 22,8% es independiente; el 3,3% es empresario y el resto 38,3% son amas de casa, estudiantes, rentista o pensionado y otros.
- Dentro de las actividades complementarias realizadas durante la visita, se destacan: compras con el 54,3%; visita a sitios turísticos el 30,3%; visita a familiares o amigos el 27,4%, entre otras actividades. Como un visitante puede realizar varias actividades complementarias la suma de ellas es más de 100%.
- Se destacan los siguientes factores que animan a los turistas a regresar a Bogotá: diversidad y calidad de la oferta cultural el 24,9%; diversidad de centros comerciales el 20,9%; patrimonio arquitectónico y cultural el 19,5%, entre otras variables. Se resalta que el aseo e higiene de la ciudad es el más bajo con solo el 1,78% seguido de la seguridad con el 4,9%.

Barragán, Mariela; Muñoz, Elsa Victoria; Figueredo, Rosa; & otros (2009), desarrollaron la investigación denominada “Caracterización del producto turístico Bogotá”, patrocinado por el IDT en 2009, donde se analizan los paquetes que ofertan las agencias de viajes donde se vende a Bogotá como destino turístico. Algunos de los resultados son:

- Bogotá es un destino que se vende sólo o acompañado de otros destinos nacionales. El que más se vende junto con Bogotá es Cartagena y Santa Marta, seguido por el eje cafetero y San Andrés.
- Las agencias de viajes utilizan la web como el primer medio de divulgación y posicionamiento del destino, seguido por la promoción mediante folletos.
- La principal feria donde se vende Bogotá como destino turístico es la Vitrina Turística de ANATO, realizada anualmente en Bogotá en el mes de febrero. En el ámbito internacional la feria más concurrida por las agencias de viajes para ofrecer a Bogotá es FITUR, considerada la feria internacional más sobresaliente y realizada en España y donde el Stand de Colombia ha sido destacado en los últimos tres años y premiado como el mejor entre 170 países, en la feria realizada en febrero de 2011 (MCIT, 2011).
- Los paquetes más solicitados por los turistas son *Cultura* con un 34% y *Bogotá y sus alrededores* con un 23%, otros con menor participación son City Tour, Compras, Bogotá País, Parques, Rumba y Gastronomía, Monserrate y Naturaleza.
- Los municipios cercanos que más se promocionan, son en su orden: Pueblo de Zipaquirá, La Calera, Villa de Leyva, Cajicá, Fusagasugá, Tunja y Sutatausa.
- En la feria de ANATO, los atractivos más incluidos en los paquetes que promocionan a Bogotá como destino turísticos son en su orden: Centro histórico de la Candelaria, Catedral de Sal de Zipaquirá, Monserrate, Museo del oro, Museo Botero, Mirador de la Calera, Laguna de Guatavita, Municipio de Zipaquirá, Panaca Sabana, Casa de la Moneda, Zona Rosa,

Santuario del Divino Niño del 20 de julio, Parque de la 93, Quinta de Bolívar y Nemocón.

### 3.6.1.3. Bogotá como ejemplo de desarrollo sostenible para impulsar el turismo.

Desde la década de los noventa Bogotá ha contado con administraciones visionarias que han logrado cambiar la imagen de la ciudad, por una que la ha hecho merecedora de diversos reconocimientos, designaciones, menciones y varios premios a nivel internacional como:

- Bogotá, Capital Mundial del Libro 2007. Otorgado por la UNESCO, donde a partir del 23 de abril y por un año será la sede, en reconocimiento a la diversidad y calidad de los programas de fomento de la lectura.
- León de Oro como mejor ciudad. En la X Muestra de Arquitectura de la Bienal de Venecia (Italia) 2006, gracias a la recuperación del espacio público, la Red de Bibliotecas y los avances en movilidad.
- Bogotá como capital Iberoamericana de la Cultura 2007. El 11 de octubre de 2006 en San José de Costa Rica, En el marco de la XXI Asamblea de la Unión de Ciudades Capitales de Iberoamérica (UCCI), se otorgó por segunda vez, esta distinción a Bogotá debido a su desarrollo cultural y a los esfuerzos por complementar los logros de una cultura ciudadana fundada en el conocimiento y seguimiento de la ley y la autorregulación.
- Mención Especial del II Concurso Internacional de Ciudades Activas, Ciudades Saludables 2005. Reconocimiento al programa ciclo vía y recrovía del Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD), por su contribución a la calidad de vida de los residentes, como alternativa de actividad física eficiente y transporte ecológico.
- Premio “Ciudad con Corazón”. Otorgado por Naciones Unidas en diciembre de 2004. Reconocimiento a la promoción del voluntariado, en el

marco del “Día Internacional del Voluntariado”, por los programas “Bogotá Sin Indiferencia” y “Bogotá Sin Hambre”.

- Premios “Ciudades por la Paz 2002-2003”. Distinción internacional otorgada por la UNESCO en septiembre de 2004, en reconocimiento a la positiva transformación de Bogotá en los últimos 10 años, impulsando la cultura y el civismo, transformándola en una de las ciudades más habitable y humana.
- Premio “Ciudad Digital”. Otorgado por el Programa de Naciones Unidas Para el Desarrollo y la AHCET (Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones) en 2004, por los logros en los últimos diez años en cuanto a gobernabilidad y gestión urbana.
- Reconocimiento en el informe mundial sobre violencia y salud. Otorgado por la Organización Mundial de la Salud (Bruselas 2002), por ser líder en servicios médicos especializados y por los avances en la prevención y reducción de muertes.
- Premio “Access to learning 2002”. Concedido por la Fundación Bill & Melinda Gates, por los programas en las bibliotecas públicas de Bogotá para expandir el acceso a la información, computadores e internet.
- “Stockholm partnerships for sustainable cities”. Otorgado en el XXX Aniversario del Día Mundial del Ambiente en Estocolmo, por un nuevo modelo de transporte y espacio público en las ciudades del tercer mundo, incluyendo proyectos como Transmilenio, Ciclo rutas y Espacio Público Tercer Milenio.
- “Stockholm Challenge Award” en la categoría de Medio Ambiente. Concedido en 2000 por la puesta en marcha del “día sin carro”.
- “Best social innovation 2001 Award”. Otorgado por “The Institute for Social Inventions del Reino Unido, por la celebración de la “Noche de las Mujeres”.
- “Plaza Mayor de la Cultura Iberoamericana”. Reconocimiento otorgado en 2000 por la UCCI (Unión de Ciudades Capitales de Iberoamérica).

- Bogotá cuenta además con una Calificación AAA (Triple A). Otorgada por las calificadoras Duff & Phelps de Colombia y BRC Investor Services, por el acertado manejo de las finanzas (Alcaldía Mayor de Bogotá 2008).

El turismo de negocios y reuniones requiere diversas infraestructuras, equipamientos y dotaciones que propicien una oferta especializada. Bogotá tiene entre los proyectos macro, para el desarrollo de la infraestructura de la ciudad los siguientes:

- La modernización del aeropuerto “El Dorado”, para convertirlo en el más moderno de Suramérica.
- La construcción del metro, como proyecto macro para optimizar la movilidad en la ciudad y complementario al sistema de transporte masivo de Transmilenio.
- En 2009 se inicia la construcción del Complejo Empresarial en Ciudad Salitre llamado “Latinamerican Trade Mart” con una superficie de 80 mil metros cuadrados y área construida de 650 mil metros cuadrados, que incluye el Centro de Convenciones más grande de Latinoamérica (Vargas, 2008 y Portafolio, 2008).

El propósito de toda esta transformación de la ciudad es acoger las funciones terciarias emergentes de la capacidad productiva tanto a nivel nacional como internacional, para aprovechar su rentabilidad social y económica, y posicionar simbólicamente la ciudad para visitantes. "Esta estrategia obedece a un comportamiento homogéneo y estandarizado de éstos espacios en el nuevo modelo de organización capitalista del presente siglo". Es entonces, el turismo urbano con sus diversos productos, especialmente el cultural y el de negocios, una actividad potente para impulsar el desarrollo y competitividad de la ciudad-región (Ponce, 2007).

La siguiente galería de fotos es una muestra de lo que se puede ver en la ciudad capital de Colombia.





Vista de Bogotá desde los cerros tutelares de la ciudad.  
Fuente: personal



La Candelaria. Al fondo: cerros de Monserrate y Guadalupe”  
Fuente: personal



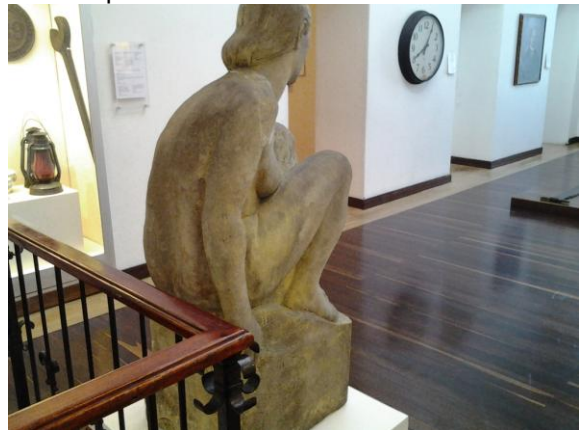
Vista del Palacio de Nariño.  
Fuente: personal



Palacio Liévano- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.- Plaza de Bolívar  
Fuente: personal



Pieza del Museo del Oro.  
Fuente: personal



Museo Nacional.  
Fuente: personal

Galería de Fotos No. 21. Fotos de Bogotá D.C.

### 3.6.2. El Plan Estratégico de Bogotá D.C.

Otro elemento que involucra los dos anteriores e indispensable a la hora de planificar el desarrollo del territorio y del turismo, es la planificación estratégica a nivel local y regional. Las bondades de esta herramienta se manifiestan porque expresa un deseo futuro y determina los medios para conseguirlo. Por otro lado, la planificación estratégica es común a todos los actores capaces de influir en el desarrollo de la ciudad - región, fundamentando la cooperación entre los entes públicos y privados. Ahora bien el plan estratégico ha de ser concebido como un gran proyecto urbano, que permita la inclusión de todas las fuerzas vivas, desde la sociedad civil (organizaciones de barrios, sindicatos, asociaciones de base) hasta los socios económicos, públicos y privados y expertos de todo tipo. Como lo afirma Borja (1997, p.15), las ciudades son “*actores sociales complejos y multidimensionales*”.

La ciudad no solamente es un espacio simbiótico que integra el poder político y la sociedad civil, sino que también, es un espacio simbólico al integrar culturalmente y proporcionar identidad colectiva a sus habitantes. Entendida de esta manera, la ciudad es capaz de cumplir los retos impuestos por la sociedad moderna, como es el de dar respuestas integradas y no sectoriales a los problemas de empleo, educación, cultura, vivienda, movilidad, recreación, salud, entre otros. Por otro lado los compromisos entre lo público y lo privado deben garantizar el desarrollo sostenible y la participación de todos los actores en la construcción de la nueva ciudad. Por su parte, la ciudad es cada vez más consciente de su importancia como “producto turístico” y su privilegiada relación con el territorio circundante, facilitan el disfrute de muchas alternativas de recreación y descanso, según los gustos de las personas. Entre ellos podemos destacar:

- Elementos naturales
- La ciudad como producto cultural e histórico.

- La ciudad como producto de turismo de convenciones y eventos.
- La ciudad como producto de modernas comodidades y compras.

(Borja, 1997 y Rausell Et. al, 2006)

El Banco Mundial promueve los planes estratégicos, condicionando la ayuda económica a proyectos que estén contemplados dentro del Plan Estratégico de la ciudad. Para esto son necesarias cuatro condiciones:

- Competitividad.
- La calidad de vida. Proteger el medio ambiente; disminuir la violencia y criminalidad; prever el impacto de los desastres naturales; mejorar la infraestructura de servicios (transporte, agua, acueducto, electricidad, etc.) y disminuir la pobreza.
- Buena gobernabilidad y gestión. Privatización de los servicios públicos, descentralización y eficiencia en la gestión.
- Gestión financiera. Capacidad bancaria.

El plan estratégico de algunas ciudades europeas ha consolidado su imagen convirtiéndolas en centros de desarrollo con eventos sobresalientes, como es el caso de Barcelona con los Juegos Olímpicos de 1992; Lisboa como “capital cultural” declarada en 1994 y la preparación de la Exposición Universal en 1988; Glasgow que modernizó su estructura urbana para crear una oferta de congresos y encuentros internacionales, aprovechando su nominación como capital cultural y realizando su festival cultural de verano; entre otros ejemplos de ciudades destacadas.

En Asia el protagonismo económico de algunas ciudades, concebido en sus planes estratégicos, es reconocido como en el caso de Taipei, Hong Kong, Singapur, Bang-Kock, Shanghai, Hanoi, entre otros ejemplos. En estas ciudades hay una estrecha colaboración entre el gobierno local, los sectores productivos y los agentes económicos, orientados hacia mercados externos. El éxito de las ciudades asiáticas se fundamenta en la innovación y flexibilidad de las

estructuras productivas y comerciales de pequeñas y medianas empresas articuladas en redes con las grandes empresas, las cuales se han logrado desarrollar mediante la utilización de la tecnología, además de generar ventajas competitivas aprovechando eficientemente el capital humano, las riquezas naturales y la posición geográfica favorable.

En Estados Unidos, ciudades como Los Angeles, San Francisco, Detroit, Seattle, entre otras, han creado mediante la planeación estratégica y la cooperación entre lo público y lo privado una estructura productiva y de desarrollo urbano, tan efectivo, que les ha permitido convertirse en foco económico y social destacado, liderando *“programas sociales basados en la generación de empleo y la educación, publicación de la asistencia sanitaria, protección del medio ambiente urbano, etc.”* (Borja, 1997, p.16).

En América Latina, las ciudades como focos de desarrollo regional, han tenido un papel determinante, sin embargo, problemas de desajustes sociales heredados del pasado y reflejados en la debilidad del entramado socio-cultural, han impedido un protagonismo más determinante. Existe déficit de infraestructura, servicios públicos, capacitación del capital humano, entre otros problemas sociales y económicos que es necesario superar, mediante estrategias que logren la competitividad urbana y su entorno.

Es así, que ciudades emblemáticas como México D.F, Buenos Aires y Bogotá D.C, por poner un ejemplo, han ido consolidando su liderazgo a nivel nacional y regional, a partir de la década de los años 90, mediante planes estratégicos de desarrollo económico, social y urbano, con la participación activa de la sociedad y la descentralización de los gobiernos locales liderados por alcaldes que se convierten incluso, en líderes nacionales.

Es claro que los grandes proyectos de desarrollo en infraestructura de comunicaciones y servicios, son claves para el desarrollo efectivo de la ciudad-

región. Por ejemplo la construcción de grandes corredores viales que comuniquen eficientemente a la ciudad con otras ciudades, pueblos o municipios, impulsa el desarrollo económico. Por otro lado el mejoramiento y cobertura de los servicios públicos, es necesario para el mejoramiento de la calidad de vida de los residentes y la propuesta proyectos turísticos que involucren a las pequeñas y medianas empresas en redes de colaboración con la gran empresa turística.

En un nivel macro, varias ciudades latinoamericanas han estudiado la posibilidad de definir proyectos de desarrollo concertados, mediante la construcción de “instituciones supranacionales” de ámbito regional o continental en un ambiente de descentralización política y autonomía local. Por ejemplo, iniciativas como “Ciudades del MERCOSUR”, son acciones destacables en este propósito. Otros ejemplos son: la UCCI (Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas); IULA (Red Latinoamericana de Asociaciones de Municipalidad) y Ciudades Unidas Desarrollo- Federación Mundial – que estimula la cooperación entre las ciudades latinoamericanas, las de América del Norte y las de Europa-. (Borja, 1997; Gómez, López y Martí, 2004 y Osmont, 2003).

### **3.6.3. La Ciudad-Región como escenario para el desarrollo del turismo.**

Como efecto del nuevo orden económico mundial, se pueden identificar en la actualidad, dos tendencias predominantes: la globalización y la regionalización. En este contexto resulta un imperativo crear ventajas competitivas en las regiones, por ser los núcleos de desarrollo a nivel nacional, mejorando el nivel de vida de sus habitantes mediante la transformación hacia una sociedad del conocimiento y la innovación que permitan crear valor y promover el desarrollo sostenible, además de promover la asociación y unidad empresarial mediante cadenas productivas y clústeres. La flexibilidad de las micro, pequeñas y

medianas empresas responde a la característica de la economía global, cuya tendencia es operar en redes que van desde lo local hasta lo nacional y mundial. En este marco, la ciudad- región funciona como plataforma vital para la competitividad. (CCB, 2003).

Ahora bien, desde el punto de vista de competitividad turística a nivel nacional, Viana (2008), señala los resultados del Foro Económico Mundial que convoca anualmente el foro Davos (Suiza), donde se analiza la situación de cada país en cuanto a la sostenibilidad de las políticas en el sector del turismo. Entre las diez primeras naciones a nivel mundial se destacan Suiza, Australia, Canadá, España y Alemania. Colombia en cambio, se encuentra en el puesto 71 de 130 naciones y con respecto al año pasado donde ocupó el puesto 72 entre 124 naciones, la mejoría no es significativa.

Se destacan como aspecto negativos, la inseguridad, la infraestructura vial, accidentes de tránsito, la conservación de especies naturales y la ratificación de los tratados medioambientales, los impuestos a los pasajes aéreos y la vocación turística.

En el mismo foro resalta como aspectos positivos para Colombia, la diversidad de especies (puesto 2), la conservación de áreas naturales (puesto 7), la cantidad de patrimonio cultural y turístico (puesto 21), las tarifas hoteleras (puesto 22), el trámite de visas (puesto 28), los precios de los combustibles (puesto 28), la facilidad para firmar tratados bilaterales (puesto 40), la disminución de gases contaminantes (puesto 41) y el tráfico aéreo (puesto 41).

En la actividad turística, como fenómeno complejo que involucran lo económico, lo socio-cultural y lo ambiental, la "región" se percibe, como una unidad de trabajo geográfico en la cual existe una cohesión definida por las relaciones espaciales y las actividades humanas que han dejado un legado histórico, es decir un patrimonio cultural que en sí mismo es un atractivo turístico diferenciado

(Cervantes & Gómez, 2007 y Toselli, 2006). En el caso de Bogotá – Región, existe un considerable patrimonio cultural en la ciudad y municipios aledaños que puede ser aprovechado utilizando el tiempo libre del flujo de turistas que entran a la ciudad en plan de negocios, convenciones, reuniones, seminarios e incentivos, mediante planes de promoción y diseño de rutas turísticas cortas (de fin de semana), que promuevan productos turísticos de alta calidad aprovechando los recursos turísticos de los municipios, poniéndolos en valor y garantizando su sustentabilidad.

“Bogotá – Región” se considera como núcleo de desarrollo la zona urbana ya que tiene la principal economía del país, con una participación del PIB del 23% para que impulse y promueva la competitividad local en el Distrito Capital y la competitividad regional en los municipios aledaños de su área de influencia dentro del departamento de Cundinamarca.

#### 3.6.3.1. Oferta turística complementaria en municipios aledaños.

La oferta turística de Bogotá se complementa con la de los municipios aledaños como se muestra en la Tabla No. 25 a continuación:

<b>MINICIPIO</b>	<b>ATRATIVOS</b>
Zipaquirá	Catedral de Sal Las piedras de Abra Catedral diocesana de la Asunción Capilla del Cedro o Sixtina (monumento nacional) Salón del cabildo abierto Oleos del Libertador Parque de la cultura agropecuaria PANACA
Cajicá	Monte Pincio Convento Las Clarisas Palacio municipal Estación de tren
Cogua	Parque del Neusa Reserva forestal de la vereda Quebradahonda Foyer de Charité Piedras Estrella y Ballena Puente de Los Comuneros Cementerio indio

Chía	Casa de la cultura Castillo de Marroquín Puente del Común Centro comercial Centro Chía Concha acústica Monumento a la raza chibcha Restaurante Andrés Carne de Res
Gachancipá	Parque ecológico Las Mercedes El balcón de la Virgen del Carmen Capilla de Santa Bárbara Iglesia de San Bartolomé
Nemocón	Iglesia de San Francisco de Asís Museo de la Sal Mina de sal Tren turístico Piedras pintadas
Sopó	Parque Jaime Duque Santuario Nuestro Señor de la Piedra Parque Natural del Pionono Parque Ecológico de la CAR
Tabio	Termales del Zipa Peña de Juaica Cerro Cucuatá Jardín Botánico Zona de Lagos Casa de la Cultura Casa de Gobierno Capilla de Santa Bárbara
Tocancipá	Autódromo de Tocancipá Parque ecológico Villa Olímpica Santuario de la Fuente Iglesia de Nuestra Señora del Tránsito
Facatativá	Piedras del Tunjo Cerro de Manjuy Represa El Gatillo Alto de Tribuna
Fusagasugá	Parque natural arqueológico del Quinina Fábrica de licores Coloma Cultivos florales
Bojacá	Iglesia de Nuestra Señora de la Salud de Bojacá
Cota	Jeroglíficos de la Piedra de Tapia Termales El Manantial Cueva del Mohán
Funza	Casa de la Cultura Museo y templo parroquial Capilla de San Martín Humedal Guacaly
Madrid	Plazoleta del Reloj Puente Colonial Vereda de Abra Piedras de Casa Blanca Laguna de la Herrera Parque de las Flores
Mosquera	Desierto de Sabrinsky



	Cerro de Cátedra Cerro de Mal Paso Laguna de la Herrera Rocas de Usca
Subachoque	Monumento Nacional de las ruinas de la Ferrería Cerro el Tablazo Templo Parroquial Parque principal
Tenjo	Casa de la Cultura Mercado artesanal Piedras de la Chorrera de Miranda Piedras de las Petacas Termales el Manantial Cerro Pan de Azúcar
Zipacón	Alto de la Madre del Amor Hermoso Laguna de San José Laguna de Puerto Rico Cerro del Oro Río Bahamón Monte nativo Boca del Monte
Sesquilé	Laguna de Guatavita Embalse de Tominé
Sibaté	Nuestra Señora del Carmen Parque ecológico Muña Represa del Muña La casa quinta y el túnel hacienda San Benito
Soacha	Mirador del salto del Tequendama Salto del Tequendama
Guatavita	Guatavita La Nueva Páramo de Bermúdez Cerro de las Tres Viejas
La Calera	La cueva de La Moya El embalse de San Rafael El Parque nacional de Chingaza
San Antonio del Tequendama	Zoológico de Santa Cruz Salto de la Chorrera Parque Natural Chicaque Templos de Santandercito Virgen del Carmen

Tabla No. 25. Oferta turística complementaria en municipios aledaños a Bogotá.  
Fuente: elaborado a partir de Senn, et ál. (2007).

#### 3.6.4. Descripción de la política pública turística Bogotá – Región

Para fortalecer el turismo sostenible en la ciudad, se crea el **Instituto Distrital de Turismo** – miembro afiliado a la OMT- en febrero de 2007, con el objeto de ejecutar políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Distrito Capital como destino turístico sostenible (Acuerdo

275 de 2007). La directora de dicho instituto, manifiesta que para hacer de Bogotá un destino turístico sostenible, se requiere<sup>165</sup>:

- Certificar a los prestadores de servicios turísticos con las normas de calidad turística desarrolladas por el ICONTEC y la aplicación de buenas prácticas de turismo para proteger las zonas naturales vulnerables de Bogotá – Región.
- Cambiar la cultura en la concepción del turismo y de las actividades turísticas.
- Crear un sistema de información turística para Bogotá – Región.
- Incrementar los recursos públicos enfocados al sector.
- Tener la voluntad política hacia el turismo y la participación de todos los actores, considerando que concebido en un concepto amplio, Bogotá-Región, articula las diferentes políticas sectoriales.
- Tener un ordenamiento territorial con equilibrio y con equidad, concebido desde el Plan de Turístico de la ciudad – región, para el desarrollo de las obras públicas.
- Aumentar la productividad del sector para internacionalizar el turismo de la región.

En el mismo sentido, el **Plan Estratégico de Promoción del Turismo Internacional**, concibe a Bogotá como la ciudad receptora de visitantes con posibilidades de integración nacional para generar corrientes turísticas apreciables. Para esto se requiere:

- Que la ciudad sea conocida como ciudad cosmopolita y cultural.
- Que Bogotá sea un destino competitivo.
- Que el mercado de hombres y mujeres de negocios compren la oferta turística.
- Que Bogotá sea destino turístico obligatorio referente para Colombia.

---

<sup>165</sup> Primer Encuentro Turístico de Bogotá y la Región, Julio de 2007

- Que Bogotá tenga más centros de convenciones, ferias, congresos e incentivos para consolidar la oferta de turismo de negocios, posicionándolo como destino de clase mundial.

Además, el **Plan de Competitividad de Turismo para Bogotá 2006-2015**, tiene como objetivo principal posicionar a Bogotá – Región con una imagen de marca, como destino de turismo sostenible con el diseño de productos turísticos mediante las siguientes estrategias:

- Fortalecer la imagen de Bogotá como destino turístico que impulse la cultura de la sostenibilidad.
- Articular a Bogotá – Región a través del turismo, mediante acciones de diseño de productos turísticos de calidad.
- Mejorar la infraestructura para el turismo y fortalecer los puntos de información turística.
- Estimular la participación ciudadana y compromiso cívico en creatividad turística.
- Fortalecer la capacidad institucional de cooperación y corresponsabilidad.
- Desarrollar estrategias de mercado para la ciudad.
- Estructurar estrategias para el turismo en el territorio, de acuerdo con los planes de ordenamiento territorial y la gestión de la región, incluyendo las mejores prácticas del turismo.
- Desarrollar estrategias de mejoramiento de la información turística para prestadores de servicios, turistas y ciudadanos.
- Contribuir desde la política pública, al mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos donde se propicia la inclusión social, la competitividad y el desarrollo para Bogotá.
- Consolidar la ciudad como espacio incluyente, solidario y comprometido con el desarrollo local y regional.

**El Acuerdo 305 de 2007** por el cual se establecen los lineamientos de la Política Distrital de Turismo para Bogotá, D.C. que contiene entre otros puntos los siguientes:

- Crear el Sistema distrital de gestión turística, compuesto por “normas, programas, instituciones y recursos para garantizar la competitividad, sostenibilidad financiera, social, ambiental y técnica del sector turístico de la Ciudad a través de una política concertada y participativa entre los diferentes actores” (Concejo de Bogotá D.C., 2007, Artículo 2.) que promueva a nivel nacional e internacional, la imagen de Bogotá - Región como un destino turístico sostenible.
- Fortalecer el sector empresarial de la industria turística.
- Facilitar la promoción, fomento y articulación interinstitucional para aumentar la competitividad y conectividad de los destinos de la Ciudad-Región.
- Poner en valor el patrimonio natural y cultural del Distrito Capital.
- Tener en cuenta los siguientes principios básicos para formular la política: igualdad; libertad; ética; coordinación y articulación (con el Plan de Competitividad de Bogotá 2015 y el Plan Estratégico de promoción internacional del turismo); proyección; sostenibilidad (principios de la Agenda 21); competitividad; reconocimiento; conservación; evaluación y seguimiento; integración social; corresponsabilidad; participación; credibilidad; formalidad y emprendimiento en la prestación del servicio turístico e identidad y equidad.
- Definir los ámbitos estratégicos de la política: campos de acción de los sectores público, privado y entes interinstitucionales como organizadores del Sistema de Gestión para el turismo del Distrito Capital. Por otro lado, buscar los recursos para garantizar la viabilidad en la ejecución de la política.

Los siguientes son los lineamientos de acción de la política distrital de turismo:

1. Ordenamiento territorial, para que las actividades turísticas se desarrollen de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial y el enfoque Bogotá-Región.
2. Sensibilización de la comunidad, para que se entiendan los beneficios del turismo y la importancia de brindar un buen trato al turista, con la debida información de la ciudad como destino turístico sostenible.
3. Capacitación y formación, para que los prestadores de servicios turísticos mejoren sus competencias laborales, con el objeto de brindar un buen servicio y constituir empresas sostenibles.
4. Valoración periódica de los atractivos turísticos de la ciudad, para que se elaboren productos turísticos competitivos.
5. Esquema promocional de la ciudad, que permita consolidar una imagen de marca y un posicionamiento a largo plazo, integrado a la marca nacional, pero con identidad particular.
6. Trabajo interinstitucional, para que las entidades cuyas funciones tengan relación con el desarrollo del turismo en la ciudad, coordinen sus acciones con la entidad encargada de la formulación y ejecución de la política de turismo.
7. Encadenamiento productivo, para que los empresarios turísticos entiendan la importancia de trabajar de manera coordinada, con el fin de lograr un sector competitivo.
8. Sostenibilidad, para que las acciones de promoción del turismo tengan en cuenta los valores socio-culturales, ambientales y económicos de la ciudad.
9. Cooperación internacional, para que se articulen programas de apoyo internacional al desarrollo del turismo.
10. Información estadística, para que los sectores público y privado puedan tomar decisiones informadas. Consolidar la generación y difusión de la información que fortalezca el sector turístico, bajo los conceptos de veracidad, oportunidad, pertinencia.
11. Participación comunitaria, para que los diferentes actores sociales contribuyan en su formulación.
12. Mejorar el servicio de información y orientación para el consumo turístico.
13. Crear y fortalecer la marca turística de Bogotá.
14. Desarrollo de infraestructura acorde con la actividad turística sin generar pasivos sociales y ambientales.
15. Fomento del ecoturismo y agroturismo en las Unidades de Planeación Rural del Distrito.
16. Inclusión en la actividad, de la población beneficiaria y/o habitante de los destinos turísticos de la Ciudad.

17. Desarrollo equitativo de destinos turísticos y/o culturales en las diferentes localidades del Distrito.

18. Ampliación y reconocimiento a la actividad turística local (Concejo de Bogotá D.C., 2007, Artículo 6.).

El **Programa Bogotá Innova**, liderado por la Cámara de Comercio de Bogotá, fomenta la incorporación de la innovación en los procesos productivos empresariales, siendo el turismo uno de los sectores considerados dentro de las apuestas productivas regionales y locales más destacadas. En este mismo sentido COLCIENCIAS ha destinado recursos para promover el cierre de la brecha tecnológica mediante el desarrollo de proyectos de innovación y desarrollo tecnológico para el sector del turismo. (CCB, 2008).

El **Plan Maestro de Espacio Público (PMEP)**. El POT estableció la necesidad de estructurar un PMEP para gestionar el espacio público. El PMEP fue aprobado en 2005 y contó con la participación mediante audiencias públicas de la comunidad de las localidades de la ciudad, empresarios, academia, entre otros interesados. El objetivo principal es contar para el 2015 con 10 m<sup>2</sup> de espacio público por habitante, de acuerdo a los estándares internacionales, en 2005 se contaba con un promedio de 4.74 m<sup>2</sup> por habitante. Se dará prioridad a las zonas residenciales y de concentración de actividades comerciales.

## **CUARTA PARTE. CONSOLIDACION DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION, PROPUESTA DEL MODELO DE TURISMO SUSTENTABLE EN SUESCA – CUNDINAMARCA Y CONSIDERACIONES FINALES.**

### **4. PROPUESTA DEL MODELO DE TURISMO SUSTENTABLE EN SUESCA – CUNDINAMARCA COMO ÁREA PROTEGIDA**

#### **4.1. INTRODUCCIÓN**

Llegados a esta parte de la investigación, se evidencia que las acciones emprendidas desde el sector público, empresarial y académico, no han logrado el desarrollo del turismo de naturaleza en Suesca- Cundinamarca. Así, las hipótesis planteadas al inicio de la investigación se comprueban, convirtiéndose en el referente para la propuesta del Modelo de Turismo Sustentable, mencionado como problema de investigación y objetivo general de la tesis.

#### **4.2. ANALISIS DE RESULTADOS. HALLAZGOS**

Es un hecho suficientemente documentado y discutido, que el turismo debe hacerse de manera sostenible<sup>166</sup>. En esta investigación se han explorado los documentos existentes sobre los esfuerzos que se han hecho en ámbitos internacionales, para advertir sobre las consecuencias de la actividad humana

---

<sup>166</sup> Solamente los destinos turísticos que se comprometan con la sostenibilidad, serán viables en el futuro porque “la protección del medio ambiente y el turismo van íntimamente ligadas. El turista del siglo XXI rechaza las urbanizaciones masificadas, la suciedad y los ruidos; y busca buena calidad...” (Melgosa, 2005, p.190).

reflejadas el deterioro ambiental, la injusticia social y la pobreza de gran parte de la población. Desde hace más de tres décadas, el tema se ha vuelto recurrente en foros, seminarios, cumbres, entre otros eventos. También se encuentra en la planificación de los sectores públicos (desde el nivel local hasta el nacional) y en las *visiones* y *misiones* de las empresas.

Sin embargo, en Colombia son pocos los logros que permitan ser optimistas frente a esta problemática. Las causas son variadas; unas son por *deficiencias en los modelos administrativos* (falta de: conocimiento, planeación, ejecución, voluntad política, etc.) y otras son derivadas de la *corrupción* que ha permeado todas las esferas de la vida nacional. En cuanto a las primeras, es posible tener soluciones si se corrigen las causas, desarrollando modelos productivos sostenibles (como el modelo que se plantea en esta tesis); pero las segundas, son un problema complejo que se escapa a los planteamientos de este estudio porque frente a la corrupción no hay modelo sostenible, por bien elaborado, que funcione.

Por ejemplo, la crisis ambiental que enfrenta el país en los últimos años, debida al deterioro ambiental que aqueja al planeta (calentamiento global, daño en la capa de ozono, contaminación, entre otros) causando inundaciones, deslizamientos, deshielo de los nevados, agotamiento del agua y daño en las carreteras; en las épocas lluviosas y sequías muy fuertes e incendios forestales en las épocas secas. Otro aspecto que contribuye a la crisis ambiental es la explotación indiscriminada de recursos naturales, especialmente causado por la minería legal e ilegal, como se expuso detalladamente en la segunda parte de esta tesis, fenómeno causado por la corrupción y la presencia de grupos armados ilegales.

Ahora bien, parece existir esperanza para evitar la destrucción de los ecosistemas existentes y la recuperación de algunos ya perdidos, si se impulsan proyectos capaces de cambiar el uso del suelo y distribuir la riqueza de una



manera más equitativa. Uno de ellos, es el de turismo sostenible. Pero ha de ser cuidadosamente diseñado, para que involucre todas las variables y a todos los sectores, de manera que sea sostenible en el tiempo.

Por otro lado, hay hechos que favorecen la implementación de modelos de turismo sostenible en los municipios colombianos: a) inclusión del turismo de naturaleza como sector emergente en la política pública del país dentro del Programa de Transformación Productiva<sup>167</sup>); b) promulgación de nuevas leyes (Ley de Regalías y la nueva Ley de Ordenamiento Territorial); c) impacto de las TIC en el turismo y d) utilización de TIC en el país y política pública para su desarrollo.

**Turismo de naturaleza.** Desde que se empezó esta investigación han surgido cambios positivos en el desarrollo del turismo a nivel nacional y se han diseñado nuevas políticas y estrategias gubernamentales encaminadas a dinamizar el *turismo de naturaleza* incluyéndolo en el 2012 como un sector emergente dentro del “Programa de Transformación Productiva” con apoyo económico a los municipios que pueden invertir en el desarrollo del sector (Ley de regalías); adicional a esto, se ha fortalecido en Programa de la Alianza Universidad-Empresa- Estado, aspecto relevante para el éxito de un modelo como el propuesto aquí.

**Ley de Regalías y nueva Ley de Ordenamiento Territorial.** En el año 2012 se promulgaron estas leyes para que fueran herramientas efectivas en el desarrollo de las regiones ya que los alcaldes pueden aprovecharlas para grandes obras de infraestructura e invertir en proyectos regionales de ciencia y tecnología, porque los departamentos y los municipios van a recibir recursos significativos

---

<sup>167</sup> El Programa de Transformación Productiva (PTP), es una metodología propuesta por el Gobierno para facilitar la cooperación de los sectores público – privados impulsando objetivos y metas concertadas para el desarrollo de los productos y servicios competitivos y de clase mundial en sectores nuevos y emergentes, y en aquellos ya establecidos que proyecten un crecimiento en el mercado nacional e internacional. Dentro de los sectores nuevos y emergentes se encuentran el turismo de salud y más recientemente fue incluido el turismo de naturaleza, entre 5 sectores considerados como emergentes y de alto crecimiento (MCIT, 2012).

provenientes de las regalías, como lo afirma en el comunicado de prensa publicado en el portal web de la Presidencia de la República el 13 de diciembre de 2012 (Santos, diciembre 13 de 2011).

Al respecto, el Presidente de la República de Colombia se pronunció el 22 de mayo de 2012, en la promulgación de la ley sobre el nuevo Sistema General de Regalías, asegurando que actualmente los recursos financieros destinados a financiar proyectos de intervención en los municipios, tienen un interesante componente desde las últimas reformas: primero la Ley de Ordenamiento Territorial –Ley 1554 de 2011-, y segundo la Ley de Regalías – Ley 1530 de 2012<sup>168</sup>-. Respecto a la Ley de regalías el Presidente resalta “su gran componente de equidad regional y de equidad social (...) dentro de la estrategia para reducir la pobreza en el país, estrategia que está dando resultado (...). Las regalías son una herramienta muy poderosa y muy eficaz de inclusión social” Santos (mayo 22 de 2012).

Considerando que una de las prioridades de inversión de las regalías son obras de infraestructura de gran impacto, se puede en el municipio de Suesca mejorar las condiciones de competitividad para el turismo y además, pueden aprovecharse los recursos para la financiación de proyectos de ciencia y tecnología, como los propuestos en el *Modelo de Turismo Sustentable para Suesca*.

**Impacto de las TIC en el Turismo.** El avance tecnológico y uso creciente de las TIC ha modificado drásticamente el marketing turístico con un considerable impacto sobre el sector en los últimos dos años. Especialmente las redes sociales, de aquí surge una nueva forma de gestionar, promocionar y desarrollar el turismo. Las estrategias digitales deben ser muy dinámicas ya que el

---

<sup>168</sup> En el capítulo I, la Ley 530 por la cual se regula la organización y el funcionamiento del Sistema General de Regalías, plantea las “Reglas generales para los proyectos de inversión”. La destinación de los recursos se encaminan al financiamiento de proyectos de inversión

crecimiento de usuarios de internet es muy rápido<sup>169</sup> y las nuevas tecnologías innovan a diario. Surgiendo a su vez, nuevos hábitos de consumo que las empresas y los destinos deben conocer, interpretar y satisfacer si quieren ser competitivos. Surgen así, nuevas oportunidades y nuevas formas de prestar servicios y vender productos, siendo una oportunidad para dinamizar el turismo de naturaleza.

Del mismo modo, gracias al desarrollo de la tecnología, los viajes en la actualidad son más fáciles de realizar por la oferta del “Low cost” y la forma de compra on-line. De esta manera también cambia el perfil del viajero que busca más la experiencia y valora poder comunicar en tiempo real. Por lo tanto, lo que importa ahora no es con lo que sale el viajero sino con lo que llega, *la experiencia vivida*, como lo manifiesta (Jiménez, 2011). De ahí también, el papel fundamental de las redes sociales donde es tan fácil y divertido promover esta experiencia y sobre todo contarla a los amigos.

**La utilización de TIC en el país y política pública para su desarrollo.** En cuanto a la utilización de las TIC, en el estudio elaborado por la consultora multinacional Everis se analiza el indicador ISI (Indicador de la Sociedad de la Información y las Comunicaciones). Este indicador considera una serie de variables (equipos TIC, servicios TIC, entorno económico, entorno institucional, entorno social e infraestructura) para evaluar la adopción de las TIC en Latinoamérica, Europa y Estados Unidos. En el último estudio se encontró que América Latina ha mantenido un crecimiento económico del 4%, debido a varios factores; entre ellos, porque se ha presentado un aumento de la competitividad económica en los últimos tres años con un 40% de acceso a internet y teléfonos móviles. Las ventas on-line aumentaron un 300% (8.900 millones de dólares

---

<sup>169</sup> El crecimiento en España de los usuarios en internet, según Jiménez (2011), en la última década paso de 2 millones a 25 millones. Ahora se ven las antiguas ciudades históricas llenas de turistas que han reemplazado los mapas, las cámaras fotográficas y otros consumos, por tablas electrónicas, smartphones, microordenadores y teléfonos inteligentes.

anuales) y se multiplicaron los usuarios de redes sociales llegando a 116 millones.

En este estudio se tuvieron en cuenta 6 países latinoamericanos, donde Colombia presenta el más alto crecimiento de usuarios de servicios TIC llegando a un 4.9%. Situación que ubica a Colombia más cerca de los países desarrollados ya que Europa y Estados Unidos reflejan una situación de estancamiento con respecto a años anteriores.

Sin embargo, en cuanto a equipamiento tecnológico, Colombia presenta un rezago respecto a otros países, como lo manifiesta el Director de Everis –Javier Rodríguez-. Tiene el menor número de ordenadores (136 unidades por mil habitantes, con un incremento del 10.5% en 2012) y servidores seguros (17 unidades por mil habitantes, con un incremento del 23% en 2012) con relación a otros países Latinoamericanos. Para que el indicador ISI colombiano iguale al europeo necesita un aumento del 54% y para que sea igual al de Estados Unidos necesita crecer un 80% (Elespectador.com, diciembre 4 de 2012).

Por parte de la política pública colombiana el nuevo entorno del “marketing social” del turismo, se ve favorecido con la mejora en la conectividad de internet en el país. Desde 2010 se han invertido 172 mil millones de pesos (Aproximadamente 96 millones de dólares) en TIC, cobijando 30 departamentos del país. A su vez, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones [MinTIC] y Colciencias tienen abierta las convocatorias “Vive Digital Regional”, para financiar proyectos regionales en TIC, financiados con recursos de las alcaldías y las gobernaciones. En dos convocatorias se han desarrollado 49 proyectos exitosos en departamentos como Arauca, Atlántico, Bolívar, Guainía, Guaviare, Magdalena, Meta, Putumayo y Risaralda, y ciudades como Florencia, Ibagué, Manizales, Riohacha y Villavicencio. Ninguno de los proyectos favoreció al Departamento de Cundinamarca.

Estos proyectos se encaminan para que tanto las gobernaciones y las alcaldías “se involucren cada vez más en el desarrollo social de su población, porque además de invertir recursos alinean sus planes de desarrollo local y le apuestan a disminuir la brecha digital, generar opciones de emprendimiento y lo más importante, erradicar la pobreza” (MinTIC, marzo 14 de 2013, párr. 5).

**Programa Universidad-Empresa-Estado en Bogotá- Región.** Hay un entorno nacional que favorece el acercamiento Universidad-Empresa-Estado<sup>170</sup>, en Bogotá- Región, para establecer alianzas estratégicas entre los grupos de investigación de las universidades<sup>171</sup>, empresas nacionales e internacionales y entidades públicas para elaborar y buscar financiación de proyectos I+D+i. En este escenario se hacen encuentros en Ruedas de Innovación, siendo esta la oportunidad para que proyectos de intervención de corto plazo, derivados del *Modelo de Turismo Sustentable*, sean impulsados por grupos de investigación y empresas aliadas. Además, se puede obtener financiación a través de las diferentes convocatorias de entidades como Colciencias<sup>172</sup>, Gobernación de Cundinamarca, Fomipyme, entre otros patrocinadores de carácter privado u ONG.

La “Alianza Universidad – Empresa – Estado”, surge de la Política Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación, plasmada en el documento CONPES 3582. En dicha política se considera que la Ciencia, la Tecnología y la Innovación (CTel), son fuente de desarrollo económico y consolidan su crecimiento, por lo tanto es

---

<sup>170</sup> Los Comités Universidad-Empresa-Estado (CUEE) en Colombia, son desarrollados basándose en los planes de acción de la Alianza Universidad-Empresa-Estado de Bogotá-Región, inspirados en los resultados exitosos de Chile, apoyando el fomento de inversión en proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación. Desde 2002 se han venido realizando Ruedas de Innovación con la participación de grupos de investigación de las universidades, empresas y por el sector público: Colciencias, Gobernaciones, Alcaldías y Ministerios.

<sup>171</sup> El grupo de investigación es considerado en Colombia como la unidad de I+D+i, dentro de la Política Nacional de Ciencia y Tecnología. Esto favorece que se puedan crear redes de grupos interdisciplinarios para abordar temas complejos. Por otra parte, la mayoría de las convocatorias para el financiamiento de proyectos de investigación o de intervención, exigen que sean liderados por uno o más grupo de investigación reconocidos en Colciencias.

<sup>172</sup> Para 2013 se abren varias convocatorias para presentar proyectos de impacto regional para ser financiados con recursos del Sistema Nacional de Regalías (Colciencias, 2013).

tenida en cuenta como una política del Estado colombiano para incrementar la capacidad de generar y utilizar el conocimiento científico y tecnológico en el país. En el marco de esta política se han formulado seis estrategias a saber:

- Fomentar la innovación en el aparato productivo colombiano. Apoyo a los empresarios innovadores.
- Fortalecer la institucionalidad del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTel), mediante la Ley 1286 de 2009 que convierte a Colciencias en Departamento Administrativo.
- Fortalecer el recurso humano para que sea capaz de generar y usar el conocimiento para generar riqueza. Se elabora el proyecto de inversión de Colciencias “Capacitación de Recursos Humanos para la Investigación”, con el fin de tener más doctores en el país.
- Promover la apropiación social del conocimiento, mediante la difusión y apoyo a entidades que realizan estas actividades.
- Desarrollar sectores estratégicos en el largo plazo, con bienes y servicios de alto valor agregado, es decir, con alto contenido científico y tecnológico. Prioriza en “instrumentos y programas en las áreas estratégicas de energía y recursos naturales, biotecnología, salud, materiales y electrónica, tecnologías de la información y comunicaciones, logística y diseño y construcción de ciudadanía e inclusión social" (DPN, 2009, p. 2).
- Desarrollar y fortalecer las capacidades de CTel, mediante la cooperación para la investigación y adquisición de equipos robustos fortaleciendo de los sistemas regionales de CTel.

El proyecto de construcción de región Bogotá- Cundinamarca impulsa proyectos en esta *ciudad-región*. Aquí hay una concentración de grupos de investigación, el 33,6% (1020 de los 3032 grupos registrados en Colciencias) están ubicados en esta ciudad. Igualmente el 37,9% de los investigadores, el 62,5% de los Centros de Desarrollo Tecnológicos, el 54,5% de los Centros de Desarrollo Agropecuario, el 31,5% de los Centros de Desarrollo Industrial y el 75% de los Centros de Desarrollo en Servicios (DPN, 2009).

Como es de esperarse, esto beneficia el aprovechamiento del gran potencial en biodiversidad, recursos naturales y destinos turísticos en los municipios aledaños a Bogotá y que pertenecen a *Bogotá- Región*.

Por último, se resalta que en muchas ocasiones los recursos económicos no se aprovechan porque no se estructuran los proyectos adecuadamente. Por ejemplo, el Sistema General de Regalías cuenta con recursos por 9.1 billones de pesos (equivale aproximadamente a 5.056 millones de dólares) para 2012. Sin embargo aún falta asignar muchos de los recursos porque no se han presentado proyectos. Para este año (2012) Cundinamarca solicitó aproximadamente 23.500 millones de pesos (equivale al 0.26% del total de los recursos) para inversión en infraestructura, conectividad vial y equipamiento urbano, y para proyectos en el sector agropecuario, pero aunque para el sector turístico (turismo de naturaleza) hay posibilidades de acceder a estos recursos, no se ha presentado ningún proyecto (Santos, diciembre 13, 2011).

En conclusión, hay un entorno político a nivel nacional que favorece la actividad de turismo de naturaleza en los municipios; también hay recursos que podrían invertirse para dinamizar el sector. Pero los resultados evidencian la debilidad en la planeación y en la gestión a nivel regional (gobernación de Cundinamarca) y a nivel local (Alcaldía de Suesca), para presentar proyectos viables y acceder a dichos recursos.

Ahora pasando al entorno regional y local del municipio de Suesca, los hallazgos se pueden resumir así:

**A- Desde lo ambiental.** Es indiscutible que el municipio es estratégico para la conservación del recurso hídrico<sup>173</sup> de la sabana de Bogotá y los Llanos

---

173 En el mapa No. 7. Red hídrica del municipio, se aprecia que todo el territorio pertenece a la cuenca hidrográfica de tres ríos y una laguna.

Orientales; además, posee ecosistemas sensibles amenazados por la intervención humana (intervenciones antrópicas), especialmente por las actividades agrícolas, floricultura industrial, ganadería y minería<sup>174</sup>. Esta situación es reconocida por las autoridades ambientales y la administración local, como se refleja en el EOT<sup>175</sup> y en el Manual de Uso Público de área protegida, desde hace una década. Desde entonces se evaluaron los conflictos en el uso del suelo; no obstante, la situación en vez de mejorar ha empeorado.

Vale la pena destacar que se han realizado actividades tendientes a la recuperación de las cuencas hídricas, especialmente de la quebrada Santa Helena y se han realizado algunas intervenciones para prevenir la erosión, pero éstas son muy puntuales como proyectos piloto, sin impacto considerable sobre el territorio.

Con respecto al carácter de *área protegida*, este territorio ha despertado el interés de varias entidades para investigar los recursos naturales, culturales, históricos y paisajísticos de la región. Organizaciones como la CAR, la Gobernación de Cundinamarca, la Alcaldía de Suesca, el Instituto Humboldt, La Fundación Endesa, La Fundación Al Verde Vivo, han realizado estudios y Universidades como: Antonio Nariño, Javeriana, Universidad de los Andes, entre otras han desarrollado proyectos de tesis.

De manera que se cuenta con material valioso como base para la elaboración de proyectos de intervención, como los propuestos en el Modelo de Turismo Sustentable, ya que los estudios e investigaciones abarcan temas como: análisis del impacto ambiental causado por las intervenciones antrópicas; estudios detallados de los recursos hídricos, de fauna y flora; estudios y análisis de los potenciales productos turísticos y análisis de la cadena turística del municipio.

---

175 En el mapa No. 3 Conflictos de uso del suelo de Suesca, se refleja el problema desde 2001.



**B- Potencial eco turístico del territorio.** El municipio posee un variado patrimonio histórico y cultural, con hermosos paisajes y atractivos turísticos naturales únicos, que aún no se han desarrollado como productos de interés turístico. Además por ser área protegida cercana a Bogotá (64,18 Km), hay una oportunidad clara para desarrollarse como un destino eco turístico de calidad.

Asimismo, se ha evaluado la vocación del municipio para actividades de turismo de naturaleza y deportes de aventura, en estudios reflejados en documentos emitidos por instituciones -que contaron con los recursos para abordar la investigación con rigor-. Estos documentos son: a) el “Plan de Uso Público para las Áreas Protegidas Piloto de la CAR: Marco general territorial de uso público en las áreas protegidas del Sistema Regional de la CAR”, elaborado en 2003 y b) la “Cadena de valor de turismo sostenible de Suesca: diagnóstico de las dimensiones social, productiva y ambiental para la cadena de valor de turismo sostenible del municipio de Suesca, cuenca alta del Río Bogotá”, memorias elaboradas en 2007 por la Fundación Endesa Colombia, la Fundación al Verde Vivo y el Instituto Humboldt.

Por lo que se refiere al EOT (Esquema de Ordenamiento Territorial), toma en consideración las directrices del *Plan de Uso Público* para proponer la actividad turística del municipio, considerada dentro de los apartados: “Política Social y Cultural” y “Política Físico Espacial” (Consejo Municipal de Suesca, 2002, pp. 4-6). Otras políticas consideradas en el EOT y relacionadas con el turismo, mencionan el uso sostenible de los recursos y la inversión en infraestructura.

Aunque estos estudios de diagnóstico contienen recomendaciones y directrices para impulsar el ecoturismo en la región, no se han tomado acciones -como lo afirma La Rotta (2009), no se aprecia un desarrollo turístico de la región; ni un mejoramiento socio-económico de sus habitantes y el deterioro ambiental continúa-. De manera que el problema de fondo para no emprender acciones, no es por falta diagnóstico sino que no ha existido un modelo de gestión territorial

que logre articular los esfuerzos de todas las entidades en proyectos de intervención tangibles, que concentren los esfuerzos en unos pocos objetivos concretos en el corto plazo, para alcanzar las metas de largo plazo propuestas.

**C- Planeación municipal.** Como se analizó en la “Tercera Parte” de esta tesis – “Análisis de la política pública nacional y regional”-, el EOT del municipio de Suesca, es el documento principal para la planeación y ordenamiento del territorio. Además, por ser área protegida, el municipio cuenta con el “Plan de Uso Público” elaborado por la CAR como autoridad ambiental del Departamento de Cundinamarca. Pese a esto, los pobres resultados evidencian la falta de aplicabilidad y ejecución, debida a varios factores: unos de carácter técnico y actualización de la documentación; otros de carácter político, por falta de voluntad en la ejecución y finalmente la corrupción, problema complejo muy difícil de manejar.

Es decir, hay suficientes normas, políticas y estudios, pero hay deficiencia en la ejecución por la falta de un modelo integral para el desarrollo territorial, que logre aunar los esfuerzos de la Gobernación de Cundinamarca, de la Alcaldía de Suesca y de la CAR para elaborar la planeación y el ordenamiento del territorio, facilitando los espacios de participación a todos grupos de interés.

**D- Cadena turística.** Se han realizado estudios de caracterización, en un intento por articular la cadena turística. De esos estudios de diagnóstico se resalta el **Árbol de Problemas** donde se concluye en primer lugar que no hay una cadena estructurada en la realidad; sólo se ha intentado construir un documento como referente inicial. Se identificaron, además, las siguientes como causas de la *Falta de Competitividad de la Cadena*: 1) **Deficiente Capacidad Turística** debida a la falta de organización de los actores; a la falta de coordinación de actividades ya que existen iniciativas individuales y desorganizadas; no hay apoyo efectivo por parte de la alcaldía ya que prevalecen otros intereses políticos que desvían la atención y los recursos del

municipio y, además, la comunidad no tiene sentido de pertenencia con el turismo debido a que no han existido campañas de sensibilización. Así se ve al turista como una oportunidad mediática para obtener algunos recursos, sin considerar aspectos de calidad y de servicio y 2) **Los recursos naturales se aprovechan de manera no sostenible** porque no hay una infraestructura adecuada para el turismo en vías de acceso a los sitios donde están los atractivos, en servicios médicos adecuados (ya que se practican deportes de aventura), no hay personal capacitado, no hay iniciativas de emprendimiento estructuradas y legalizadas. Lo anterior conlleva a que el turismo sea una actividad poco atractiva (Endesa et ál., 2007).

En este contexto, la calidad es un factor determinante que impide el desarrollo del turismo en el municipio, por lo tanto, hay que considerar la formación del potencial humano para el turismo. Aquí es fundamental el papel de la academia apoyada por la autoridad municipal, ya que desde el ámbito nacional hay un marco creado para lograr la calidad turística. El país ha avanzado notablemente en el desarrollo **de normas técnicas y certificación** con estrategias claras, pero es necesario capacitar y certificar a los prestadores de servicios turísticos y fomentar el emprendimiento, considerando además, que todos los prestadores de servicios turísticos son micro, pequeñas y medianas empresas.

También, es claro el papel fundamental que desempeñan las Mipymes dentro del sector y las dificultades que presentan en su gestión, así como la nula asociación empresarial.

Para concluir, luego de analizar las variables que han impedido que tenga éxito el desarrollo turístico en el municipio de Suesca – Cundinamarca; teniendo en cuenta los hallazgos de la investigación y el análisis de la cadena turística (árbol de problemas y la estrategia de fortalecimiento de la cadena de valor turística, se propone a continuación *El modelo de turismo sustentable en Suesca – Cundinamarca como área protegida*, el cual debe soportarse en la participación

activa de los diferentes actores que tienen que ver en la planificación, consolidación y desarrollo de la actividad en el sitio.

#### **4.3. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE TURISMO SUSTENTABLE EN SUESCA CUNDINAMARCA**

Como se ha documentado extensamente, el desarrollo sostenible se enmarca en la concepción de territorio como un espacio natural donde se desarrollan varios tipos de relaciones: ambientales (del hombre con la naturaleza); económicas (actividades humanas de producción); políticas (de poder público) y socioculturales (del ser humano con su comunidad y con su historia). De modo que la planificación del territorio, los usos del suelo y su desarrollo, deben contemplar estas variables; es decir, ser integral. Frente al poco desarrollo del turismo de naturaleza en Colombia, se establece como reflexión la debilidad en la planeación, incapaz de ver la dimensión de lo local hacia lo regional; de lo regional hacia lo nacional y viceversa. De manera que se trabaja aisladamente sin aunar esfuerzos para lograr el desarrollo en todas las escalas territoriales.

Para el caso específico del municipio de Suesca, se propone el *turismo sustentable*, como una actividad estratégica para lograr las metas sociales, económicas y medioambientales. El Modelo esquematizado en la Figura No. 34, propone una alternativa para articular alrededor de la *Cadena Turística* a todos los actores del turismo en el municipio y vincularla con la Cadena Turística de Bogotá D.C., en el marco de las estrategias de Ciudad-Región. El Modelo contempla acciones de corto plazo para consolidar el destino en el largo plazo.

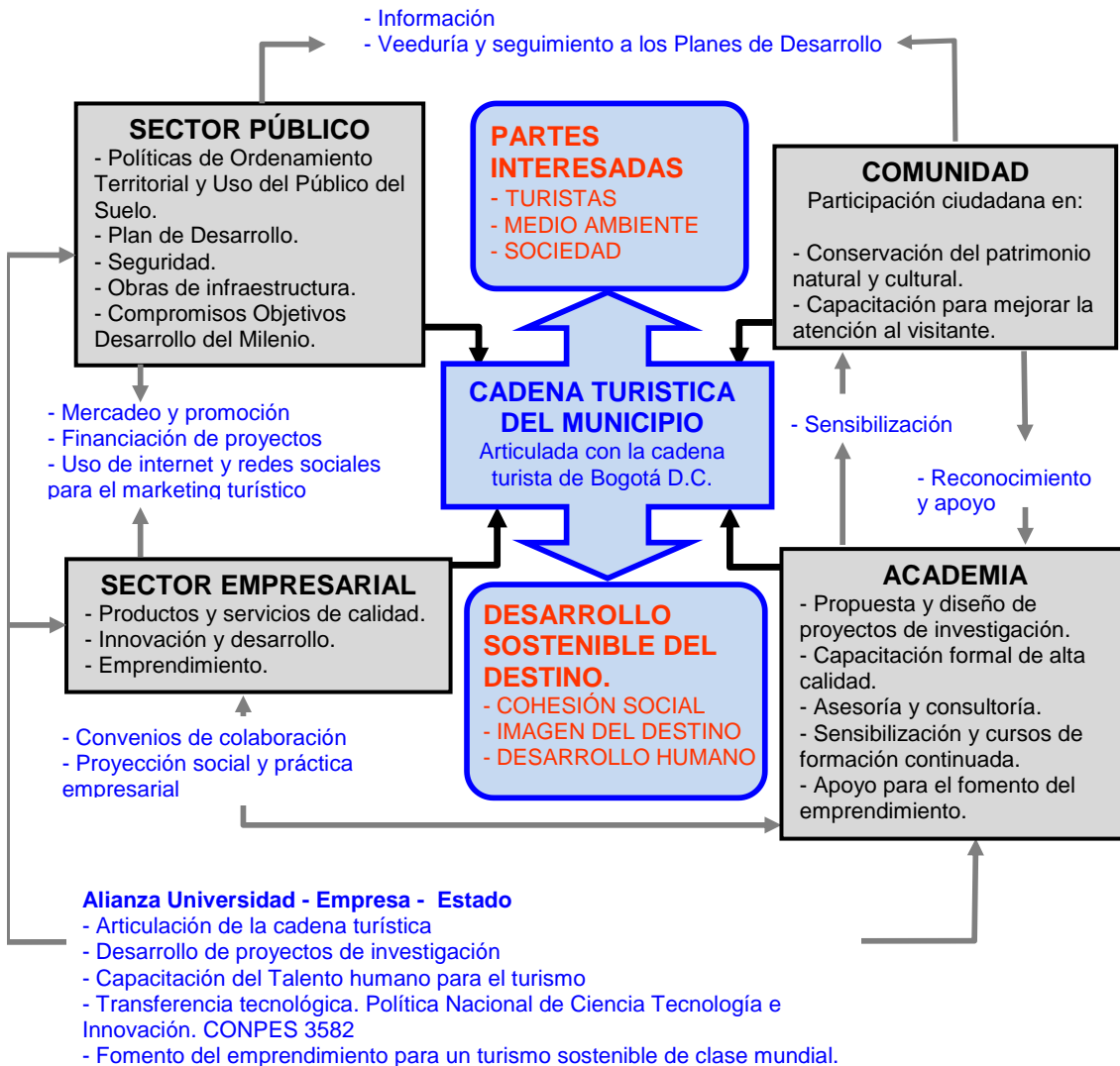


Figura No. 34. Actores del Modelo de turismo sustentable en Suesca-Cundinamarca.

Fuente: elaboración propia.

En este modelo se privilegia el papel de la **CADENA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO**, como integradora de las actividades de los actores (público, empresarial, academia y comunidad) y como eje principal para lograr en primer lugar, la satisfacción de las partes interesada (turistas, medio ambiente y sociedad) y en segundo lugar, el Desarrollo Sostenible del municipio que

involucra la recuperación de la cohesión social, la construcción de la imagen del destino y el desarrollo humano de la comunidad del municipio.

Como se ha comprobado en el avance de esta investigación, el problema es la falta de ejecución y coordinación entre los diferentes actores para desarrollar proyectos de intervención. Así, se propone dentro del Modelo de Turismo Sustentable, que la cadena sea liderada en un principio y acompañada posteriormente, por una red de grupos de investigación que permanentemente estén desarrollando proyectos de investigación y de intervención de corto plazo, abordando temas multidisciplinarios que permitan resolver de manera integral los problemas identificados como prioritarios dentro de la cadena turística.

Es necesario resaltar el papel de los grupos de investigación como unidades gestoras de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) y la capacidad que tienen para apoyar a las empresas, al sector público y a la sociedad en la resolución de problemas. Además, cuentan con un capital humano capacitado (investigadores, docentes y estudiantes) para aplicar el conocimiento en innovación y desarrollo. Además, se contribuye al acercamiento entre la academia y la empresa. En este caso el grupo de investigación gestor es el Grupo Calidad<sup>176</sup>.

La contribución del **SECTOR PÚBLICO** es decisiva para el desarrollo del municipio como destino turístico, en tanto que la política pública (a nivel local, regional y nacional), determina que los planes de desarrollo municipal y regional, respondan efectivamente al desarrollo del sector, especialmente para áreas protegidas, donde el ecoturismo es una de las actividades privilegiadas. Dado que la planificación municipal se hace dentro del esquema de la Planificación Estratégica, los Planes de Desarrollo deben ser coherentes con las políticas

---

<sup>176</sup> El Grupo Calidad, es un grupo de investigación reconocido en COLCIENCIAS, dirigido por Alba Ligia López (autora de la presente tesis). El perfil del grupo se puede consultar en: <http://201.234.78.173:8080/gruplac/jsp/visualiza/visualizagr.jsp?nro=00000000000924>

nacionales, regionales y departamentales; además deben considerar las directrices plasmadas en el EOT y en el Plan de Uso Público del suelo, documentos que requieren revisión y actualización frecuente.

Se propone que se cuente con la asesoría y acompañamiento de los grupos de investigación que conforman la red de apoyo para la cadena turística. La ventaja de contar con ellos, es por la capacidad que tiene la academia de generar conocimiento a partir de las innovaciones a nivel mundial, entender e interpretar los cambios internacionales y las tendencias globales en materia económica, de desarrollo humano y ambiental.

Otro aspecto que involucra directamente al sector público, es el compromiso de la administración local para gestionar la construcción de obras de infraestructura y adecuación de los servicios básicos que garanticen la calidad y seguridad en la práctica de los deportes de aventura y el disfrute de los otros atractivos turísticos identificados. Así también, el aporte y consecución de recursos para la financiación de proyectos.

Abordando ahora, el papel que juega el sector **EMPRESARIAL** en el desarrollo del destino turístico, éste se centra en el ofrecimiento de productos y servicios de calidad. Por lo tanto, un reto es conseguir la certificación con normas nacionales e internacionales, con lo cual se facilitan los procesos de marketing. Otro aspecto fundamental del sector empresarial es la innovación, para ampliar la oferta y mejorar paulatinamente la imagen del destino.

Como se menciona en el esquema propuesto en la Figura No. 34., las empresas deben articularse en la cadena turística y participar activamente en el programa nacional “Alianza Universidad-Empresa-Estado”, ya que los prestadores de servicios turísticos en el municipio son micro y pequeñas empresas, la mayoría sin formalizarse legalmente, con deficiencias en la gestión y organización empresarial, las cuales requieren la asistencia de la **academia** y el apoyo del

**sector público** para “identificar, producir, difundir, usar e integrar el conocimiento para apoyar la transformación productiva y social del país” (DPN, 2009, p. 6). Por lo tanto, el emprendimiento, la cualificación del capital humano y la articulación de cadenas productivas son mecanismos concretos para el logro de la productividad y competitividad en el largo plazo.

Dado lo anterior, la **ACADEMIA**, como uno de los actores en el desarrollo del ecoturismo en Suesca, es decisiva para el cumplimiento de las metas propuestas tanto en la política pública, como en el sector empresarial, siendo protagonista dentro de la “Alianza Universidad-Empresa-Estado”<sup>177</sup>. Los campos de acción se enfocan en cinco aspectos: articulación de la cadena turística; desarrollo de proyectos de investigación; capacitación del talento humano; transferencia de tecnología y fomento del emprendimiento.

El mecanismo principal para lograr los objetivos son proyectos (investigación o de intervención), porque a través de ellos se tiene control sobre la ejecución (quién o quiénes son los responsables, los recursos necesarios, los plazos, los resultados y los indicadores de cumplimiento). La articulación de la cadena turística es un proyecto de largo plazo que requiere el desarrollo de proyectos de corto plazo para cubrir diferentes frentes como: mejoramiento de la gestión empresarial de los prestadores de servicios turísticos; desarrollo de proveedores de la cadena; mejoramiento de la calidad y certificación; construcción de la imagen y la marca del destino; marketing turístico basado en TIC; ente otros. En todo este proceso hay transferencia de tecnología hacia los actores del sector.

---

<sup>177</sup> Como se afirma en el CONPES 3582, el objetivo general de la *Política Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación* es “incrementar la capacidad del país en identificar, producir, difundir, usar e integrar el conocimiento científico y tecnológico, con el propósito de mejorar la competitividad, y contribuir a la transformación productiva del país. En ese sentido (...) busca estimular tres elementos del conocimiento: la oferta (generación de conocimiento), la demanda (uso) y la interacción entre oferta y la demanda (...) que permita crear las condiciones para que el conocimiento tenga una función instrumental en la generación de riqueza, ingreso, equidad y bienestar social” (DPN, 2009, p. 35)



Los proyectos de investigación se relacionan con el desarrollo del estado del arte del sector en el territorio específico, permitiendo tener herramientas confiables para la toma de decisiones que conlleven a identificar las mejores prácticas para lograr: la competitividad del territorio, la cohesión social y la consolidación del destino turístico de talla mundial.

En cuanto a la capacitación del talento humano, la academia se vincula desarrollando una oferta educativa formal (pregrado y postgrado) que responda a las necesidades regionales. También desarrolla programas de capacitación y sensibilización no formales que apunten a necesidades concretas de las empresas. Otro tema de interés es la formación en emprendimiento, bien sea con apoyo directo en el diseño de planes de negocio o la formación de capacitadores en los colegios del municipio.

Bajo este panorama, la pertinencia de la elaboración de estudios, tesis y proyectos de investigación aplicados y asesorías especializadas, es reconocida y valorada, dada la escases de recurso humano con formación en maestría y doctorados que facilite la transferencia de tecnología, que ha propiciado la baja apropiación social de la ciencia, la tecnología y la innovación, y dificultado la participación y diálogo (DPN, 2009). Así, los grupos de investigación obran como las unidades de investigación que vinculan a la academia con el sector empresarial, incorporando investigadores nacionales e internacionales, docentes y estudiantes que faciliten la transferencia de tecnología mediante la realización de proyectos.

El siguiente punto trata del papel que tiene la **COMUNIDAD**, en el desarrollo del destino turístico, porque será ella la primera beneficiada con el mejoramiento de de los ingresos y por consiguiente la calidad de vida de la población local. Se espera que en el largo plazo, se recobre la cohesión social, el sentido del lugar (con el rescate de la cultura ancestral y la pertenencia por el territorio) y la

posibilidad de encontrar en el *Patrimonio Territorial*, la forma de desarrollar productos turísticos que garanticen la subsistencia digna de los pobladores.

Con el desarrollo de Suesca como destino turístico de clase mundial, los beneficios traducidos a la población serán: mejor infraestructura de comunicación y de servicios básicos; más y mejor empleo; facilidad de crear y/o mejorar sus propios negocios; mayor capacitación; entre otros.

Si bien es cierto que la comunidad bien informada ayuda a la consolidación de la imagen del destino, la comunidad mal informada, puede obstaculizar su desarrollo. Por lo tanto, es indispensable contar con su colaboración y participación para formar una conciencia de atención y servicio a los turistas, de protección de su integridad y sus bienes, de salvaguarda y protección del patrimonio natural y cultural, de orgullo por sus valores culturales y su legado como destino único y diferenciado, etc.

Con respecto a la aplicabilidad del Modelo de Turismo Sostenible, se han previsto varias acciones, que pueden desarrollarse con proyectos de investigación e intervención directa en el sitio, a través de los grupos de investigación. Las propuestas que se han presentado contemplan acciones en el largo plazo (3 años) y corto plazo (un año), como se describe en los siguientes acápite.

#### **4.3.1. Propuesta de Largo Plazo.**

La realización de proyectos de intervención e investigación en el marco del Programa Nacional “Articulación Empresa-Universidad-Estado” en Bogotá-Región para conseguir en el largo plazo lo siguiente:

#### 4.3.1.1. Articulación de la cadena turística.

Con la participación de: a) la ACADEMIA como gestor de la cadena –a través de proyectos<sup>178</sup> de intervención gestionados por los grupos de investigación-; diseño y ejecución de jornadas de sensibilización y capacitación; diseño de programas formales de cualificación del recurso humano en turismo y proyectos de investigación e innovación; b) el SECTOR PUBLICO mediante la Alcaldía del municipio de Suesca, como socio de la cadena, o la Gobernación de Cundinamarca, aportando logística y financiación para el desarrollo de los proyectos, adecuaciones de infraestructura de servicios y capital semilla para la formalización de la cadena; c) el SECTOR EMPRESARIAL, participando activamente en las jornadas de capacitación y desarrollando las actividades solicitadas para que la cadena se consolide. Además, los empresarios como socios de la cadena deben mantener su funcionamiento una vez se haya consolidado y d) la COMUNIDAD, asistiendo a las campañas de sensibilización y presentando propuestas de emprendimiento.

Es fundamental el papel de la cadena turística dentro del sector, contemplado como una de las estrategias y acciones del Plan Sectorial de Turismo mediante el programa “*Cadenas productivas eficientes en los destinos*”, que busca mediante convenios de competitividad consolidar cadenas turísticas para desarrollar destinos específicos, porque facilitan entre otras cosas:

- La posibilidad de que las Mipymes tengan acceso a tecnologías modernas de la información (TIC’), que una sola empresa no podría poseer.
- El acceso y utilización a todos los actores de la cadena, de los resultados de la investigación y desarrollo que se pueden impulsar para un destino

---

<sup>178</sup> En el marco de la Alianza Universidad- Empresa- Estado, este tipo de proyectos puede ser financiados en la modalidad de *recuperación contingente* por Colciencias, siendo la academia (universidades) las ejecutoras a través de los grupos de investigación. Otra fuente de recursos económicos son los provenientes del Sistema General de Regalías, recursos igualmente ejecutados por las universidades (grupos de investigación) o en asociación con empresas. Otros recursos provienen de Gobernaciones, Alcaldías, empresas privadas u organizaciones internacionales.

turístico específico, en lugar de ofrecerlos para sectores o empresas individuales.

- La implementación de sistemas de gestión y de normas sectoriales de calidad, definiendo objetivos comunes de calidad según las características del destino turístico y estableciendo procesos y procedimientos compartidos.
- El aprovechamiento de economías de escala, reduciendo los costos al compartir: tecnología, programas de promoción y mercadeo, capacitación del talento humano y proyectos de investigación específicos que solucionen problemas de gestión en las empresas de la cadena.
- La identificación de otros productos turísticos de calidad, que puedan ofrecerse con los ya existentes. (MCIT, 2008-a).

#### 4.3.1.2. Implementación de un sistema integrado de gestión para las Mipymes.

Con el fin de garantizar la calidad de productos o servicios y obtener la certificación en las normas sectoriales o internacionales. Esta etapa debe contar con la asistencia de la ACADEMIA para el desarrollo de programas de capacitación y asesorías en la implementación de los sistemas de gestión y normas de calidad. El diseño de un sistema integrado de gestión es deseable para involucrar las variables que intervienen en la **gestión empresarial** de cada Mipyme orientada al logro de la **calidad turística** y que permita a su vez relacionar y articular la diversidad de servicios ofrecidos por diferentes actores dentro de la cadena de servicios dirigida a los turistas, facilitando la estandarización y el control por los mismos actores de la cadena.

Se busca además, mejorar la gestión empresarial de los diferentes actores de la cadena turística, promoviendo la certificación de las Mipymes involucradas; la excelencia del servicio prestado en conjunto por toda la cadena, la reducción de

costos y otros beneficios derivados y reconocidos a nivel internacional con este sistema de agrupamiento empresarial, manteniendo la independencia administrativa de cada unidad de negocio, pero compartiendo el cumplimiento de los requerimientos de las normas de calidad, en variables críticas para el turismo como:

- La sostenibilidad turística que se ve amenazada por los mal llamados “turismo sexual y narcoturismo” y que modifican drásticamente y peligrosamente la cultura (costumbres y valores de la comunidad) o por la proliferación del “turismo de masas” que afecta la sostenibilidad de destinos vulnerables cuando se sobrepasa la capacidad de carga o de acogida de los mismos.
- La sostenibilidad económica es fundamental para garantizar la permanencia de las empresas en el largo plazo y como consecuencia el mejoramiento de la calidad de vida de los residentes.
- La calidad en el servicio, en el cual se encuentra mucha deficiencia y que involucra un fuerte componente de formación y capacitación en todos los niveles de la organización y que no se incluye en las normas sectoriales de calidad turística.
- La certificación de calidad, promoviendo la implementación de estándares internacionales y nacionales, con lo cual se mejora la gestión empresarial creando productos turísticos de clase mundial, se facilita la promoción y mercadeo de los mismos y se mejora la imagen del país como destino turístico de calidad, para lograr las metas propuestas en la Visión Turística para el 2020.
- La articulación de cadenas productivas y la creación de empresas legalizadas donde se estimule la certificación de calidad en los prestadores de servicios turísticos como guías, pequeños negocios de gastronomía, artesanos, hospedajes rurales, entre otros.

4.3.1.3. Articulación de la Cadena Turística de Suesca con la cadena turística de Bogotá Región.

Aprovechando los beneficios de la asociación en cadenas productivas, en esta parte del modelo debe apoyarse a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas – Mipymes- con el fin de mejorar sus procesos de gestión y de calidad. También es necesario diseñar un plan de mercadeo que se articule con la cadena turística de la Bogotá-Región, la cual está bastante desarrollada.

Como una visión de mediano o largo plazo, es conveniente dejar las bases desde la planeación de las cadenas turísticas de los municipios aledaños a Bogotá para articularlas con la de la capital, aprovechando de esta manera, la oportunidad de ofrecer estos destinos turísticos, mediante estrategias de mercadeo a los turistas que arriban a la ciudad. Para esto se requiere que los gestores de la cadena turística de Suesca estimulen el uso de las TIC en los socios de la cadena para facilitar la articulación con la cadena turística de Bogotá-Región.

#### **4.3.2. Propuesta de Corto y Mediano Plazo.**

Para lograr los objetivos de largo plazo, es necesario desarrollar proyectos de corto y mediano plazo; uno de los proyectos para iniciar se presenta como **“Proyecto de intervención de turismo sostenible en Suesca - Cundinamarca”**. Con este proyecto se pretende realizar una intervención directa en el destino partiendo de los resultados de la presente investigación.

El desarrollo del proyecto propuesto puede derivar en otros proyectos de modo que en el largo plazo se tenga un destino sustentable que contribuya eficazmente en el desarrollo local y regional y sea modelo para otros municipios. En este contexto, la participación de los estudiantes de las diferentes carreras (Administración de Empresas, Ingeniería Ambiental, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Industrial, entre otras disciplinas), se hace mediante el desarrollo de sus trabajos de grado, como jóvenes investigadores y como práctica

empresarial. Esta estrategia es valiosa porque aporta recurso humano calificado para las asesorías y acompañamiento en el desarrollo de los proyectos, además de fomentar el emprendimiento y enriquecer la formación de los estudiantes.

Se prevé el desarrollo del proyecto por fases donde se integran: investigación, capacitación, asesoría y desarrollo de aplicaciones basadas en TIC, acciones coordinadas por los grupos de investigación vinculados al proyecto, con el apoyo de CONAMIC (Confederación Nacional de Microempresarios), la Alcaldía de Suesca y la Gobernación de Cundinamarca, para ser presentado a convocatorias nacionales o internacionales con el fin de tener los recursos de financiación para la comunidad receptora.

#### 4.3.2.1. Fase de investigación.

- Evaluar el patrimonio natural y cultural: a) diagnóstico del número de potencialidades tanto naturales como culturales y evaluación oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas; b) Identificación del estado en que se encuentran (conservación, tenencia de la tierra y variables ecotopográficas -cultural y natural-) y c) elaborar la propuesta del diseño de intervención. (infraestructura de los sitios para su puesta en valor, documentación técnica, uso del suelo (EOT), señalización, planimetría del área, estudio topográfico, elaboración de maquetas de los sitios de interés.
- Realizar un diagnóstico ambiental general especialmente sobre la gestión de recursos, implementación de energía no convencionales, manejo de residuos, reutilización del agua lluvia, ecosistemas y cambio climático (ecosistemas de alta montaña; manejo, conservación y restauración ecológica; biodiversidad; transformación y aprovechamiento de residuos orgánicos; conservación de fuentes hídricas; calidad ambiental y reciclaje).
- Realizar un estudio de mercado: a) investigación de la demanda y la oferta; b) propuesta para el desarrollo de marcas; c) diseño de los paquetes de

productos turísticos potenciales que se van a ofertar, articulados con la oferta turística de Bogotá y d) diseño de un sistema de información turística para promoción mediante el marketing por internet –centrado en el marketing social y marketing “*experiencial*”<sup>179</sup>.

- Realizar la evaluación técnico – económica: a) determinación de la capacidad instalada y proyectada, los recursos disponibles y la mejor manera de utilizarlos y ponerlos en valor; b) caracterización de la población vulnerable de la zona e identificación de los negocios o empresas para la generación de empleo; c) estudio sobre artesanías, gastronomía y otros productos típicos de la región y c) estudio de asociación de los empresarios o dueños de negocios; programas de emprendimiento, legalización de los negocios e implementación de normas de calidad.
- Evaluar el impacto ambiental y socio-económico: a) estudio flora y fauna; b) estudio geomorfológico del área de interés; c) estudio de impacto visual por las obras a construirse (paisajismo); d) estudio del aprovisionamiento de agua y energía; e) estudio de la capacidad de carga (forma, frecuencia y continuidad de las visitas guiadas); f) Desarrollo de indicadores f) análisis socio-cultural en las poblaciones locales y elaboración de manuales de uso sostenible.
- Diseñar el manual de uso para la determinación de la Capacidad de Carga Turística en los sitios más visitados. Este manual será una herramienta de planificación utilizada por los actores de la cadena turística.

#### 4.3.2.2. Fase de capacitación.

- Proponer un programa de capacitación para los empresarios que ofrecen productos o servicios turísticos en temas de: gestión empresarial, calidad,

---

<sup>179</sup> El marketing social se basa en las redes sociales como medio de comunicación y el marketing “experiencial”, se enfoca en la vivencia del turista durante el viaje, velando que la experiencia sea la mejor para que sea compartida en las redes sociales –los turistas sociales incluyen como parte de su satisfacción el poder comunicar sus experiencias-. Esto obliga a centrarse en ofrecer una conectividad eficiente en los destinos.



normas sectoriales de turismo, contabilidad, marketing, atención al cliente, legalización de los negocios, entre otros.

- Elaborar un programa de capacitación y concientización ambiental dirigido tanto a educación básica (primaria y secundaria) como a los pobladores en general, en los siguientes temas: gestión de recursos, energía no convencionales, manejo de residuos, reutilización del agua lluvia, ecosistemas y cambio climático (ecosistemas de alta montaña; manejo, conservación y restauración ecológica; biodiversidad; transformación y aprovechamiento de residuos orgánicos; conservación de fuentes hídricas; calidad ambiental y reciclaje).
- Diseñar un programa de emprendimiento turístico: a) capacitación en planes de negocio orientados al sector de turismo dirigido a estudiantes de los grados 9 a 11 de los colegios del municipio y b) capacitación en emprendimiento para el público en general, especialmente para los residentes locales.
- Diseñar un programa de capacitación para guías turísticos y profesionales turísticos: mediante la oferta de un portafolio de capacitación en guianza y certificación con normas sectoriales de turismo.
- Proponer el programa en Administración de empresas turísticas por ciclos propedéuticos articulados con la media vocacional.
- Elaborar un programa de sensibilización dirigido a la comunidad mediante charlas o seminarios dirigidos a los pobladores en temas de ecoturismo y desarrollo sostenible.

#### 4.3.2.3. Fase de asesoría, consultoría y desarrollo de aplicaciones basadas en TIC.

Desarrollar un programa de asesoría y acompañamiento (virtual y presencial) que brinde servicios como: a) desarrollo proyectos productivos y sustentables y elaboración de los planes de negocio; b) diseño de planes de marketing turístico para posicionar los productos utilizando la internet; c) procesos de

implementación y certificación de estándares de calidad y ambientales nacionales e internacionales; d) en temas contables, jurídico, administrativos, gestión del recurso humano, entre otras necesidades identificadas y e) elaboración de planes de desarrollo, planes de uso del suelo, gestión de calidad, estudios de impacto ambiental, gestión del recurso hídrico; etc., dirigido a entidades públicas.

4.3.2.4. Plan de trabajo para la ejecución de la *Propuesta de Corto y Mediano Plazo*.

ACTIVIDADES		TIEMPO EN SEMANAS											
#		8	16	24	32	40	48	56	64	72	80	88	96
<b>I</b>	<b>FASE INVESTIGACION</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1	<b>Evaluación del Patrimonio Natural y Cultural</b>	X	X	X	X								
A	Inventario turístico	X											
B	Estado del recurso turístico	X											
C	Propuesta de intervención	X	X										
D	Diseño y construcción de obras		X	X	X								
2	<b>Estudio de Mercado</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
A	Perfiles de turistas		X	X	X								
B	Desarrollo de Marcas		X	X	X	X							
C	Difusión Oral y Escrita			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
D	Registro y evaluación de eventos (ferias, festividades, etc.)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
E	Sistema de información turística						X	X	X	X	X	X	X
F	Diseño de paquetes turísticos								X	X	X	X	X
G	Articulación y marketing de cadenas productivas										X	X	X
3	<b>Evaluación técnico-económica</b>	X	X	X	X	X	X						
	Capacidad instalada y proyectada	X	X	X	X	X	X						
	Caracterizar población vulnerable		X	X	X	X	X						
4	<b>Impacto Ambiental</b>												
	gestión de recursos	X	X	X	X	X							
	energía no convencionales	X	X	X	X	X							

	manejo de residuos,	x	x	x	x	x									
	reutilización del agua lluvia,	x	x	x	x	x									
	ecosistemas y cambio climático	x	x	x	x	x									
	aprovechamiento de residuos orgánicos;	x	x	x	x	x									
	conservación de fuentes hídricas;	x	x	x	x	x									
	calidad ambiental	x	x	x	x	x									
	reciclaje	x	x	x	x	x									
<b>5</b>	<b>Evaluación Socio-Económica</b>		x	x	x	x	x	x	x	x	x				
	Estudios geomorfológico, paisajismo, agua y energía, etc.		x	x	x	x	x	x	x						
	Análisis socio cultural de los poblaciones		x	x	x	x	x	x	x						
	Manuales de uso sostenible.					x	x	x	x	x	x				
	Estacionalidad de la demanda		x		x	x	x	x	x	x					
<b>II</b>	<b>FASE CAPACITACIÓN</b>							x	x	x	x	x	x	x	x
	Capacitación a empresarios							x	x	x	x	x	x	x	x
	Programa de emprendimiento turístico							x	x	x	x	x	x	x	x
	Capacitación para guías turísticos							x	x	x	x	x	x	x	x
	Programa de Administración de Empresas por ciclos propedéuticos							x	x	x	x	x	x	x	x
	Programa de sensibilización a pobladores en temas de ecoturismo y desarrollo sostenible							x	x	x	x	x	x	x	x
	Capacitación en gestión ambiental							x	x	x	x	x	x	x	x
<b>III</b>	<b>FASE DE ASESORIA, CONSULTORIA Y DESARROLLO</b>								x	x	x	x	x	x	x

## 5. CONSIDERACIONES FINALES

En el *Nuevo Orden Internacional* surgido después de la segunda guerra mundial y consolidado durante la guerra fría, supone que una vez terminadas las tensiones derivadas de ellas, los países deberían enfrentar los problemas globales, relacionados con el *Desarrollo Sostenible* para garantizar la subsistencia de las futuras generaciones. Éstos problemas involucran temas como el medio ambiente (desde la década de los años 90 el tema del deterioro ambiental es recurrente porque la población crece y varias especies naturales desaparecen, amenazando la subsistencia del hombre); la erradicación de la pobreza; el atraso económico y las desigualdades sociales.

Al mismo tiempo, el nuevo orden internacional ha impuesto un *Nuevo Orden Económico* (incrementado con la globalización) que ha agudizado, en los países en vía de desarrollo, la crisis ambiental, económica y social, por las prácticas depredadoras de los recursos naturales y la explotación de las comunidades, por parte de grandes multinacionales provenientes de los países desarrollados; los cuales tienen injerencia en los asuntos internos de los países menos desarrollados, amparándose en las exigencias del FMI, BM y otras organizaciones multilaterales; presentándose así un fenómeno de *colonialismo económico y político*.

Este fenómeno se refleja en Colombia con la presencia de grandes multinacionales dedicadas a la minería como Cerro Matoso, Drummond, El Cerrejón, Colombian Gold, Eco Oro Minerals Corp, entre otras<sup>180</sup>, que causan problemas ambientales de grandes proporciones; deterioro a la salud de las

---

<sup>180</sup> Estos temas fueron profundizados en la segunda parte de esta tesis, el numeral 2.2.1.1.2. *La pérdida del sentido del lugar y cohesión social en Colombia*.

comunidades aledañas y a los trabajadores, con el agravante de tener licencias de explotación donde las normas ambientales, de seguridad industrial y salud ocupacional, se incumplen. Además, las regalías que deberían revertirse en el desarrollo de la región, son irrisorias, teniendo a las comunidades cada vez más sumidas en la pobreza y el territorio degradado e improductivo para soportar las necesidades básicas de los pobladores.

Por otro lado, la crisis económica en la que estamos inmersos desde 2008, evidencia que el nuevo modelo económico, no ha sido la respuesta para lograr el tan anhelado *Desarrollo Sostenible*. Las consecuencias de esta crisis todavía son inciertas, pero lo que queda claro es que se vuelca la mirada hacia los países en *vía de desarrollo* que aún poseen recursos naturales como una fuente de enriquecimiento para las grandes multinacionales (con contratos leoninos amparados la corrupción que ha permeado las esferas políticas de casi todos los países).

De ahí, que el reto como individuos<sup>181</sup> y como sociedad es actuar, desde el entorno particular, para generar conciencia y sentido de pertenencia que conlleve al Desarrollo Sostenible entendido desde lo más profundo de sus concepciones ambientales, socio-culturales y económicas. De igual manera el sector público y el sector privado deben establecer alianzas estratégicas que permitan aunar esfuerzos para combatir la corrupción, mal que ha permeado a la sociedad colombiana hasta límites insospechados, impulsar proyectos que propendan por la competitividad de los territorios salvaguardando su patrimonio y trabajar para recuperar la cohesión social.

---

<sup>181</sup> A nivel personal como investigadora con formación de alto nivel, el aporte de esta investigación puede desde la academia y a través una red de grupos de investigación, entre ellos "Grupo Calidad", mejorar las condiciones de vida de la comunidad de Suesca Cundinamarca, cambiando la vocación del municipio y uso del suelo, propendiendo por el desarrollo integral del territorio y como consecuencia orientarse al Desarrollo Sostenible. Además, el *Modelo de Turismo Sostenible* propuesto en esta tesis, puede ser replicado para otros municipios, desplegando así una actividad I+D+i que aporte soluciones efectivas en el ámbito del turismo sostenible en Colombia.

En este orden de ideas, las siguientes reflexiones derivadas de la presente investigación pretenden resaltar puntos considerados clave para impulsar el turismo sustentable como actividad económica que contribuye efectivamente al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio<sup>182</sup>.

En primer lugar, hay que considerar el papel protagónico del territorio no solamente desde el punto de vista geográfico, sino como soporte del patrimonio natural y cultural representado en el paisaje, la historia, las expresiones culturales y la arqueología, que son la materia prima para el turismo de naturaleza. De ahí que autores como Barrado, 2004; Del Pozo Paz, 2007; Cabero (2006); Iribe, 2005; López y López, 2007; Otero (2007); Porter (1997); entre otros, consideren que la competitividad del territorio<sup>183</sup> es el soporte para el desarrollo sostenible y de ello depende el crecimiento de los destinos turísticos.

De suerte que planes como el Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT), el Plan de Uso Público, el Plan de Desarrollo y el Plan de Turismo Sostenible son para el municipio los cimientos de la competitividad territorial, porque facilitan la construcción de modelos de desarrollo exitosos apoyados por políticas que incentiven la cooperación entre todos los actores. Por consiguiente, estos documentos deben elaborarse cuidadosamente con el apoyo de las universidades y del sector empresarial.

En cuanto al turismo como actividad económica, a nivel nacional se muestra un panorama positivo. En 2011 y 2012, el turismo representó para el país el tercer renglón que generó más divisas, después del petróleo y el carbón. En 2012

---

<sup>182</sup> Frente al reto para lograr los ODM (Objetivos de Desarrollo del Milenio), el turismo es una excelente herramienta ya que no se requiere grandes inversiones, ni tecnologías sofisticadas, puede generar resultados en el mediano plazo y contribuye significativamente a los propósitos prioritarios del país convirtiéndose en una política de Estado, dados los beneficios que genera y la influencia y vinculación que tiene con otros sectores de la economía (MCIT, 2003).

<sup>183</sup> Para Porter (1997, p.24) la competitividad territorial “es un proceso dinámico en el que los gobiernos se anticipan y buscan adecuar el desarrollo de la comunidad de manera que sea posible equilibrar los objetivos de uso del suelo competitivos y compatibilizar los intereses locales con los regionales” (citado por Otero, 2007, p. 98).

entraron al país, según reporte del MCIT<sup>184</sup>, 3.192 millones de dólares y se espera duplicar esta cifra para 2014 con la llegada proyectada de cuatro millones de turistas extranjeros. La razón para considerarlo prioritario dentro de la agenda del gobierno es porque éste sector impulsa una dinámica de desarrollo desde lo local, debido a su alta incidencia en la generación de empleo teniendo en cuenta el papel de las Mipymes, el fortalecimiento de toda la cadena productiva aumentando los beneficios económicos y permitiendo, a su vez mayor inversión. Además, hay que resaltar que el turismo de naturaleza, objeto de este estudio, ha sido considerado como sector emergente de alto potencial, por lo que entró dentro del Programa de Transformación Productiva, como se profundiza en el siguiente acápite.

En conclusión, la pertinencia del *Modelo de turismo sustentable en Suesca – Cundinamarca como área protegida*, se ratifica porque acoge las últimas tendencias de la economía nacional, influenciadas por el entorno mundial (globalización) y porque dicho modelo se basa en las políticas nacionales, facilitando así su capacidad para ejecutar proyectos de largo plazo mediante intervenciones de corto plazo en la escala local. Un aspecto clave mostrado en los hallazgos, determinaba que el principal problema para no lograr el desarrollo del turismo en el municipio de Suesca es la falta de ejecución. Así, las bondades del *modelo* se corroboran por lo siguiente:

### **5.1. El Turismo de Naturaleza como sector emergente de alto crecimiento en Colombia.**

Desde el punto de vista de cambio de uso del suelo en los territorios afectados por el narcotráfico, el turismo de naturaleza o ecoturismo es visto como una alternativa para la sustitución de cultivos ilícitos, generando un impacto positivo

---

<sup>184</sup> Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT)

en las comunidades, estimulando la conservación de los recursos naturales y evitando la migración hacia las ciudades<sup>185</sup>.

Por otro lado, según los indicadores del Foro Mundial y el análisis de los expertos nacionales, es en el turismo de naturaleza donde el país tiene las mayores oportunidades, razón por la cual se incluye en el “Programa Nacional de Transformación Productiva”, de tal manera que se integren los dos ministerios: Ministerio de Comercio Industria y Turismo, y Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, con el fin de aprovechar sosteniblemente y poner en valor los recursos de los Parques Naturales Nacionales y las áreas protegidas, mediante acciones como:

- Incentivos y concesiones especiales para instalaciones turísticas bien sea a empresas privadas y especializadas.
- Proyectos asociativos que involucre a las comunidades.
- Es necesario asesorar a los departamentos para formular sus planes de desarrollo (DPN y MCIT, 2011).
- Otro aspecto relacionado con el turismo de naturaleza es la potenciación y puesta en valor de los recursos culturales, considerando que mucho del legado histórico coexiste en las mismas áreas geográficas aptas para el turismo de naturaleza.
- El esquema de ciudad- región, favorece el impulso del turismo de naturaleza, considerando que son las urbes las mayores receptoras de turistas con capacidad de pago, dispuestos a conocer y disfrutar oferta de productos turísticos de naturaleza en los municipios aledaños a la ciudad<sup>186</sup>.

---

<sup>185</sup> “Las comunidades campesinas organizadas empresarialmente y capacitadas para la prestación de servicios eco turísticos se convertirán en guardianas de un nuevo esquema de desarrollo” (MCIT, 2003, p.21).

<sup>186</sup> Como lo plantea DPN y MCIT (2011, p. 21) “para atender la demanda de servicios asociados al turismo de salud y de bienestar, al turismo de aventura y al turismo corporativo y de negocios; en los últimos años se han generado estrategias (construcción de centros de convenciones, creación de *convention bureau*, investigaciones de mercado, fortalecimiento de redes empresariales)”; sin embargo, no se han incluido a las regiones que tienen oferta turística



## **5.2. Resultados de la “Mesa de Mejoramiento de la Competitividad Turística”.**

Organizada por el MCIT, donde varios expertos en el sector presentaron sus análisis, que como se aprecia a continuación, son los mismos argumentos discutidos ampliamente tanto a nivel nacional como internacional:

- Para que haya una diferenciación en la oferta turística es necesario que los destinos ofrezcan valores agregados, de cada uno de los subsectores involucrados, acorde con las exigencias de los turistas (calidad, seguridad, novedad, entre otros).
- Para que un destino sea competitivo, además de la oferta de los atractivos, también ha de modificarse la infraestructura; la conectividad (aérea, terrestre y telecomunicaciones); garantizar la seguridad y servicios de salud; la oferta de servicios con capital humano capacitado; el encadenamiento productivo como complemento para el logro de las ventajas competitivas del destino.
- Para lograr las metas del Visión 2020, se deberán considerar los siguientes imperativos: a) Desarrollo Sostenible y con calidad, b) buena relación calidad / precio, c) utilización intensiva de las TIC para mantener comunicación permanente y personalizada con el cliente.
- Para el Siglo XXI la industria del turismo será la mayor industria del mundo, pero también deberá asumir su mayor responsabilidad frente a los impactos que genera. Esto también implica que los ingresos no sean proporcionales al crecimiento de las llegadas debido al incremento de la oferta de calidad.

Se puede decir que aunque falta mucho camino por recorrer para alcanzar las metas propuestas, sobre todo a nivel regional, los avances logrados en la última

---

complementaria, especialmente en turismo de naturaleza. También se resalta que la oferta de sol y playa es la más reconocida en el exterior, pero presenta altos problemas de sostenibilidad social y ambiental.

década en Colombia, permiten ser optimistas frente al desarrollo del sector. En este sentido el MCIT (2011) afirma que algunos de los aspectos positivos que se han fortalecido en los últimos años son: confianza en las instituciones (a pesar de los escándalos de corrupción); reactivación del crecimiento económico del país; mejoramiento de la percepción del país en el exterior<sup>187</sup>; aprovechamiento por parte de los empresarios, de los incentivos tributarios; recuperación de la inversión extranjera y crecimiento del sector.

Sin embargo, el crecimiento se debe a destinos ya consolidados y tradicionales, mientras que en las regiones aún “existen grandes debilidades en materia de competitividad” (DPN y MCIT, 2011, p.20), retardando las metas del desarrollo sostenible regional e impidiendo concretar los objetivos, especialmente en áreas protegidas; a pesar de que se ha mejorado en aspectos de planificación y gestión del turismo.

En los resultados del estudio de expertos desarrollado para estructurar el PST 2011-2014, se resalta la falta de competitividad de los destinos no tradicionales en las regiones debido a:

- Falta de compromiso de los gobernantes locales y regionales “sin compromiso regional no hay turismo” (DPN y MCIT, 2011, p.21).
- Falta de una autoridad turística a nivel local que permita descentralizar las responsabilidades, las decisiones y los recursos.
- Falta articulación efectiva entre las metas nacionales, regionales y locales que permitan el desarrollo de los destinos.
- No hay conocimiento suficiente sobre la planificación turística y un alto desconocimiento de las tecnologías para la gestión del sector. Esto se mejoraría con la inclusión de la academia como un actor visible del turismo, ya que puede asesorar a las entidades públicas en la gestión turística,

---

<sup>187</sup> El 10 de abril de 2013, Proexport (perteneciente al Ministerio de Comercio Industria y Turismo), lanzó la campaña “Realismo mágico” con la que se promoverá a Colombia como destino turístico. Esta campaña pretende renovar la imagen del país en el exterior y reemplaza a la anterior campaña “El riesgo es que te quieras quedar”, que aunque fue exitosa ya está desgastada.

impulsar investigación aplicada para el mejoramiento del sector e impulsar el emprendimiento con calidad y de clase mundial.

- No hay cadenas turísticas que integren todo el servicio y permitan la formalización y modernización de los prestadores de servicios turísticos.
- El Gobierno Nacional no ha promovido el uso de herramientas<sup>188</sup> para reglamentar el uso del suelo (procesos de ordenamiento territorial) orientado al desarrollo del turismo sostenible, especialmente en aquellas regiones que presentan problemas por la vulnerabilidad de sus ecosistemas.

Este problema se deriva de la desarticulación que hay entre los diferentes actores del el sector, entre otras causas. Así, la presencia de una cadena turística mejoraría aspectos como la articulación entre los diferentes actores; la gestión individual de las empresas y entidades públicas; la calidad de los servicios y productos asociados al turismo y como consecuencia la imagen del destino.

Los resultados derivados de la “Mesa de Mejoramiento de la Competitividad Turística” (desarrollada en 2011), son muy valiosos por la confiabilidad de la información- participación de expertos nacionales (sector público, gremios y académicos)- y porque corroboran las hipótesis planteadas en este estudio validando la pertinencia del modelo y evidenciando hay sitios del país donde las políticas públicas y las estrategias diseñadas por los diferentes actores del turismo, no han sido efectivas; como es el caso de Suesca y otros municipios pertenecientes al mismo ecosistema declarado como área protegida por su relevancia ambiental en la producción y conservación del agua para los Llanos Orientales y la cuenca del Río Bogotá, y además porque es el soporte de especies endémicas de gran valor como biodiversidad y de alta fragilidad; donde urge cambiar la vocación productiva y uso del suelo para protegerlos.

---

<sup>188</sup> La Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo- prevé el uso de herramientas “como las declaratorias de Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario, las declaratorias de Recursos Turísticos y la implementación de peajes turísticos”

Así, el *Modelo de turismo sustentable en Suesca – Cundinamarca como área protegida*, puede ser replicado en otros municipios aledaños que poseen características similares como es el caso de Tibirita- Cundinamarca<sup>189</sup>, municipio que queda a 15 minutos de Suesca y que posee atractivos naturales y culturales únicos de gran potencial turístico (se destacan: una cascada natural, aguas termales y construcciones emblemáticas como la iglesia, el hotel, entre otros). Una visita realizada al municipio y la entrevista con los empresarios líderes de la región y las autoridades locales evidencian una oportunidad para que a través del Grupo Calidad, se implemente el Modelo de Turismo Sustentable. La siguiente Galería fotográfica No. 22., es una muestra del patrimonio natural y cultural de la zona.



Cascada- Sendero ecológico Tibirita-  
Cundinamarca.  
Fuente: propia



Camino real- Sendero ecológico Tibirita-  
Cundinamarca.  
Fuente: propia

---

<sup>189</sup> Tibirita- Cundinamarca, cuenta con gran cantidad de recursos hídricos, siendo esta una de sus mayores riquezas, junto con la fauna y la flora, también alberga una arquitectura procedente del siglo XX pero con relaciones directas al proceso de transformación de siglo XIX, y poca incursión a las nuevas tendencias de la arquitectura moderna. En el plan de desarrollo 2008-2011 Tibirita “Para seguir Creciendo”, considera en su Eje Económico, el *Turismo de Naturaleza* como una oportunidad viable de desarrollo para el municipio, estableciéndolo como un pilar en la agenda de competitividad para ser desarrollado durante los próximos 10 años.



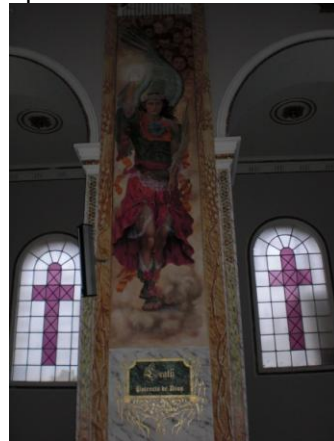
Horno de piedra- Sendero ecológico Tibirita- Cundinamarca.  
Fuente: propia



Vegetación típica de páramo- Sendero ecológico Tibirita- Cundinamarca.  
Fuente: propia



Casa de la cultura- Área urbana Tibirita- Cundinamarca.  
Fuente: propia



Pinturas columnas iglesia- La iglesia es un monumento del Silo XVIII adornada por las pinturas del maestro del pueblo.  
Fuente: propia

Galería fotográfica No. 22. Atractivos turísticos de Tibirita- Cundinamarca.

### 5.3. Situación del municipio de Suesca – Cundinamarca.

Se comienza por resaltar que el municipio de Suesca- Cundinamarca (objeto de estudio de la presente investigación) fue declarado área protegida por la CAR, dada su considerable biodiversidad y por ser fuente de los recursos hídricos que abastecen una amplia zona del país (pertenece a la cuenca de tres ríos y una laguna). Esta condición restringe el uso del suelo para actividades agrícolas, ganaderas o mineras, pero lo perfilan como un destino con potencial para el

turismo de naturaleza, como la alternativa más viable para proteger los ecosistemas de montaña<sup>190</sup> generando los recursos económicos para que los pobladores puedan garantizar su desarrollo.

Como vocación turística del municipio, las “*Piedras de Suesca*”, constituyen el principal atractivo donde se realizan prácticas de escalada en roca y rappel. El sitio también es conocido como “Piedras Blancas” o “Piedras Largas”, compuesto por un conjunto rocoso de 3 Km. de largo, con protuberantes formaciones monolíticas de aproximadamente 300 metros sobre el nivel del suelo y a una altura de 2.700 metros sobre el nivel del mar, cubiertas por líquenes blancuzcos que le dan el aspecto del cual se deriva el nombre como toponimia de “Piedras blancas”, sus formaciones tipo Riples constituidas por areniscas del terciario pertenecientes al fondo marino –desplazado por movimientos tectónicos - y moldeadas por el agua y los vientos originando las singulares formas de colmena de abeja u hormigueros que adornan este paisaje dejando al descubierto algunos pequeños fósiles. Rodeado por flancos de crestas monolíticas se observa un valle, resultado posible de la fractura de las rocas circundantes y posterior erosión y de excavación donde el río Bogotá depositó sus materiales; posiblemente contribuyeron otros aspectos como los procesos químicos de origen cáustico, como un gran pliegue monoclin. Resalta una unidad de paisaje en el valle cruzado por el ferrocarril, con depósitos aluviales y geofacies en los bordes con los flancos en las laderas, como se muestra en la siguiente muestra fotográfica.

---

<sup>190</sup> Cabero (2006-a, p.248), señala que varios geógrafos y naturistas desde finales del siglo XIX, han estudiado las grandes reservas de agua y de minerales que contienen las áreas montañosas, pero también advierte que muchas de esas reservas de recursos no renovables como el carbón, el petróleo y los minerales, “ya ha sido explotados y en muchos casos expoliados” en los países desarrollados.



Galería fotográfica No. 23. Rocas de Suesca.  
Fuente: personal.

El paisaje natural se encuentra interrumpido por manifestaciones antrópicas representadas por invernaderos, cultivos, pastizales y pequeños reservorios de agua implementados para el cultivo de flores.

Otros atractivos del municipio son la práctica de otros deportes de aventura al aire libre como el rafting y ciclo montañismo. También la visitan turistas para realizar caminatas ecológicas; para disfrutar de las piscinas de aguas termales y conocer el legado cultural que tiene la región, representado en leyendas y construcciones coloniales.

De modo que el turismo de naturaleza se ve favorecido por las ventajas comparativas del territorio, en cuanto a patrimonio cultural, paisajes, sitios turísticos naturales y diferenciados, clima agradable, topografía ideal para deportes extremos y la cercanía a Bogotá<sup>191</sup> –ciudad que acoge a más del 51% de los visitantes extranjeros que llegan al país. No obstante, estos recursos se han desaprovechado y peor aún, están amenazados seriamente debido a la

---

<sup>191</sup> Suesca se encuentra a 68 Km. de Bogotá, llegando por una vía principal de excelentes condiciones. En “**El plan de competitividad de turismo para Bogotá 2006 – 2015**” se busca posicionar a “**Bogotá – Región**” con una imagen de marca, como un destino turístico sostenible que involucre los municipios aledaños a la ciudad en el diseño de productos turísticos sostenibles (Senn & otros, 2006)

explotación inadecuada y desconocimiento en la aplicación de las buenas prácticas ambientales.

Ahora bien, de la investigación se concluye que el deterioro ambiental es progresivo, amenazando la estabilidad de los ecosistemas de páramo. De igual manera los suelos cada vez son más improductivos para la agricultura y la ganadería -sustento de la mayoría de los pobladores que van corriendo la línea de agricultura y ganadería invadiendo las tierras de páramo- con lo cual se agrava el problema de sustentabilidad integral del territorio.

Por otra parte, los hallazgos también muestran que gran parte del problema que ha impedido que el municipio de Suesca - Cundinamarca se desarrolle como un destino turístico se debe a la falta de articulación entre los diferentes actores del sector turístico<sup>192</sup>; la falta de voluntad política; la deficiencia y desarticulación en la planeación municipal y la corrupción –que ha permitido que los intereses mediáticos de unos pocos pesen más que el interés general, intensificando actividades económicas que destruyen los ecosistemas (floricultura industrial, explotación de carbón, canteras para la extracción de tierra, ganadería, entre otras prácticas.

Aunque hay un estudio de “La cadena de valor de Suesca realizado por La Fundación Endesa de Colombia, la Fundación Al Verde Vivo y el Instituto Humboldt, no hay resultados visibles. El estudio es apenas una prueba piloto que adolece del rigor requerido para ser una guía en la implementación de la cadena turística, ya que no contiene directrices claras para la determinación de la capacidad de carga, caracterización e inventario de productos turísticos, diagnóstico y normas para la protección y recuperación del paisaje y de los

---

<sup>192</sup> En el país el eco-turismo no ha tenido el desarrollo previsto años antes, porque falta visión para planificar de lo regional a lo nacional y viceversa. Esto ha ocasionado que muchas decisiones de los actores del turismo se lleven a cabo separadamente y no se aúnen esfuerzos lograr la productividad y desarrollo del sector. Falta mucha cultura del turismo en la comunidad (Castrillón, 2010, p. 160)



recursos naturales, así como procedimientos para la integración y actuación de los diferentes actores de la cadena turística en cuanto a responsabilidades, análisis de proveedores, control de calidad de los productos ofrecidos, calidad en el servicio, capacitación del talento humano, entre otros factores que deben tenerse en cuenta a la hora de estructurar una cadena productiva. Sin embargo, hay que reconocer que este estudio es un primer paso en el diagnóstico de la cadena turística.

En cuanto a la capacitación del recurso humano<sup>193</sup>, se carece de un diagnóstico fidedigno que exprese cuantitativamente las necesidades reales de capacitación de las personas que manejan estos recursos, sin embargo existen una alta conciencia de que ello es necesario (CAR, 2003, p. 29) y se han hecho adelantos por parte del ICONTEC<sup>194</sup> y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, desarrollando normas de calidad dirigidas a la cualificación de guías turísticos.

En este escenario se requiere de un modelo integral que facilite el desarrollo del territorio para lograr la competitividad del municipio como destino turístico perteneciente a Bogotá-Región<sup>195</sup>. La propuesta del Modelo de Turismo Sustentable para Suesca, intenta superar la falta de ejecución y aplicación de las políticas públicas, mediante la articulación de la cadena turística que mantenga

---

<sup>193</sup> Para Castrillón (2010), las causas de la falta de competitividad de los destinos turísticos regionales en Colombia son: la oferta educativa turística, la cual considera bastante deficiente para las necesidades regionales, por otra parte, hay deficiencias en la conectividad, especialmente del transporte aéreo y terrestre y no hay infraestructura adecuada para personas de la tercera edad, discapacitados, etc.

<sup>194</sup> ICONTEC: Instituto Colombiano de Normas Técnicas

<sup>195</sup> Según George McIntyre, en “Desarrollo Turístico Sostenible”, Organización Mundial del Turismo, 1993, “la mayoría de los destinos turísticos preferidos por el público dependen hoy de entornos físicamente limpios, ambientes naturales protegidos y, con frecuencia, rasgos culturales distintivos de las comunidades locales. Los puntos de destino que no presentan estas características experimentan hoy un descenso de calidad y éxito turístico...un entorno interesante, con hermosos paisajes, flora, fauna, aire y agua limpios, ofrece ya muchos de los recursos que atraen a los turistas...la conservación del patrimonio cultural de una zona, conformado por enclaves arqueológicos e históricos, estilos arquitectónicos peculiares, danzas, música, teatro, ceremonias singulares, arte y artesanías, vestidos, costumbres y sistemas de valores locales... son una atractivo para los turistas” (citado por Castrillón, 2010, p.178).

la competitividad del destino en el largo plazo, apoyándose en proyectos de intervención de corto plazo, facilitando de esta manera, la integración de los diferentes actores en la cadena de valor.

Como modelo de gestión del destino, la cadena turística promueve la asociación empresarial y vincula a los diferentes actores, aumentando la capacidad de negociación, la calidad integral del servicio orientada a la satisfacción de los turistas y aprovecha economías de escala. Además, mediante el acompañamiento permanente de la academia a través de los grupos de investigación<sup>196</sup>, se logrará la consecución de recursos y el desarrollo del capital humano, como masa crítica para el fortalecimiento del destino turístico en el largo plazo.

Finalmente, el *desarrollo humano* como requisito fundamental para lograr la competitividad del destino requiere del apoyo de la academia, como actor de la cadena turística, para mejorar la oferta educativa, partiendo de los hallazgos que se refieren a la educación en turismo en el país. Por ejemplo, para Castrillón (2010), las deficiencias se centran en: a) la cantidad de técnicos, tecnólogos y profesionales formados en el área de turismo, b) los contenidos de los programas no apuntan a las necesidades del sector y de la región en particular, c) falta formación para promover el emprendimiento en los estudiantes de pregrado, especialmente, d) falta mayor formación en la toma de decisiones en temas de gestión administrativa y e) hay una notoria proliferación de prestadores de servicios de guianza totalmente descoordinados, lo cual afecta la calidad en la prestación del servicio.

---

<sup>196</sup> En este caso el proyecto se ha desarrollado dentro del Grupo Calidad, dentro del cual se han culminado varios proyectos de investigación en el área del turismo. En 2013 está desarrollando el proyecto **Utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el sector turístico colombiano**. El perfil del Grupo Calidad se profundiza en la Introducción (Primera Parte de esta tesis).

#### **5.4. Retos para el futuro del turismo sostenible en áreas protegidas.**

En este apartado, a manera de conclusión final, se pretende hacer un análisis crítico del turismo de naturaleza en Colombia, en las escalas nacional, regional y local; además de la proyección del sector en el corto, mediano y largo plazo.

La temática que convoca estas reflexiones es el turismo sostenible como un modelo de desarrollo económico que permite “el resguardo del presente para el futuro”. En este enfoque se encuentra el turismo de naturaleza o ecoturismo, como principal actividad económica para desarrollar en las áreas protegidas. Los proyectos de turismo sostenible deben beneficiar a todos los actores involucrados, es decir, deben ser viables económicamente, equitativos socialmente, rentables comercialmente, ecológicamente sostenibles, socioculturalmente aceptables y con calidad para el turista.

A nivel nacional, Colombia tiene el reto de volver competitivo el sector de turismo<sup>197</sup>, porque tiene suficientes recursos naturales. Es decir, existe la ventaja comparativa pero aún falta lograr la ventaja competitiva que haga del turismo de naturaleza, un sector de talla internacional. Para ser competitivos a nivel nacional hay que desarrollar estrategias que faciliten la competitividad del sector en las escalas regional y local.

En los últimos años, el Gobierno Nacional ha emitido políticas claras para mejorar la competitividad del sector turístico, especialmente el turismo de naturaleza. Los Programas derivados de estas políticas son:

---

<sup>197</sup> Proexport afirma que España en 2012 ocupó el cuarto puesto como país más competitivo en turismo (detrás de Suiza, Alemania y Austria), a pesar de la crisis económica, porque tiene experiencia, mantiene precios competitivos y es ampliamente apoyado por el sector oficial (Semana, 2013)

- a) Modificación de la Ley de Ordenamiento Territorial.
- b) Sistema General de Regalías que aporta recursos económicos al sector.
- c) Inclusión del turismo de naturaleza dentro Programa de Transformación Productiva, para priorizar la asignación de recursos.
- d) Alianza Universidad-Empresa-Estado, para vincular los tres sectores en la presentación, financiación y ejecución de proyectos I+D+i; fortalecimiento del esquema de cooperación regional Ciudad-Región, para vincular con las grandes urbes, los municipios aledaños impulsando el desarrollo regional integral; para este caso Bogotá-Región, es el esquema regional más desarrollado en el país.
- e) Apoyo directo a los prestadores de servicios turísticos mediante la rebaja de impuestos (por ejemplo: las posadas turísticas rurales, los hoteles y otros establecimientos inscritos en el Registro Nacional de Turismo, están exentos de pagar impuesto sobre la renta, durante los primeros 30 años).
- f) Ley Mipyme, para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas.
- g) Ley de emprendimiento, para favorecer la innovación empresarial y la creación de nuevas empresas “Spin Off”.
- h) Ley TIC, para fortalecer las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, masificando su uso. En el marco de esta Ley se crea el Ministerio de las TIC (MinTIC).
- i) Programa “Vive Digital Regional”, impulsado por el MinTIC y Colciencias para apoyar proyectos regionales en ciencia tecnología e investigación, cofinanciados y propuestos por las gobernaciones y las alcaldías. Después de dos convocatorias hay 49 proyectos en ejecución y 14 de ellos ya han ganado la tercera convocatoria (MinTIC, 2013).

- j) El 10 de abril de este año, hace apenas una semana, se lanza por parte del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, a través de Proexport, la campaña “Realismo mágico” con la que se promoverá a Colombia como destino turístico en todo el mundo (Semana, 2013).

Como se aprecia hay un entorno nacional que favorece el crecimiento y competitividad del sector, con estrategias sólidas, pero todavía no hay resultados visibles por lo reciente de muchas ellas. En este sentido, países como España, que han logrado una alta competitividad en el turismo, tienen además del apoyo nacional, décadas de experiencia y precios competitivos<sup>198</sup>. De manera, que en Colombia falta mucho por hacer para ser competitivos a nivel internacional, pero el crecimiento del sector es un buen indicio de que Colombia va en el sentido correcto para alcanzar las metas económicas de largo plazo.

Como ejemplo exitoso, se cita el planteado por Yunis (2006). Éste bien podría ajustarse a la situación de muchos destinos de áreas protegidas en Colombia. Se trata de Bulgaria, un país que reconocía a sus recursos naturales y paisajísticos como un potencial turístico, y durante la década de los años 90 se emprendieron muchas iniciativas para aprovecharlo pero no dieron los resultados esperados porque aunque habían acciones bien intencionadas de sus gobernantes, actuaban dispersos sin conocimientos técnicos, sin recursos financieros, y las empresas no eran rentables ya que carecían de promoción y de calidad de los productos ofrecidos. Pero en el año 2001 se unieron 3 ministerios (equivalentes en Colombia a MCIT, Ministerio del medio ambiente y Ministerio de agricultura) con acciones claras –a 10 años- a nivel nacional y local<sup>199</sup>.

---

<sup>198</sup> El presidente de Cotelco (Asociación Hotelera de Colombia), Juan Leonardo Correa, considera que “Colombia es costosa para los turistas por la revaluación del peso, la mala infraestructura, no solo vial sino de servicios públicos, los problemas de conectividad en algunas zonas y los altos impuestos” (Semana, 2013).

<sup>199</sup> Existen otros ejemplos de aplicación de casos exitosos del eco-turismo, logrando la reactivación económica de las regiones y la apropiación de recursos para lograr la sostenibilidad del destino, en Tequila México con el proyecto “La Ruta del Tequila” apoyado por el Banco

Volviendo al tema colombiano, hay que resaltar que el crecimiento económico del sector, se debe a destinos tradicionales ya consolidados, donde el mayor beneficio económico es para grandes cadenas hosteleras<sup>200</sup> y grandes empresarios del turismo que tienen las concesiones de explotación de los parques nacionales. Entre los destinos consolidados están Cartagena (destino Caribe<sup>201</sup>); las ciudades con vocación de turismo de negocios<sup>202</sup> como Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena, Barranquilla y Santa Marta; los destinos de sol y playa (Cartagena y Santa Marta); los destinos de turismo de naturaleza como el Eje Cafetero, el avistamiento de ballenas en la Gorgona y algunos parques naturales con riqueza arqueológica como el Parque Tayrona, Sierra Nevada de Santa Marta, Amacayacu en el Amazonas, entre otros.

Ahora bien, para lograr las metas nacionales en cuanto a desarrollo de turismo sostenible, no solo hay que basarse en las metas económicas, es necesario ver el desarrollo integral en todas las regiones para cerrar la brecha de las desigualdades territoriales<sup>203</sup>. Si bien es cierto que estos megaproyectos turísticos traen inversión extranjera al país y generan empleo, las metas sociales y ambientales no se cumplen porque las regiones que no pertenecen a los destinos consolidados, no logran superar el atraso de competitividad, especialmente en áreas protegidas, que la mayoría de las veces son las más vulnerables porque pertenecen a ecosistemas de montaña con potencial riqueza

---

Interamericano de desarrollo (BID, 2009; Municipio de la Paz en Bolivia (Chávez, 2010); Turismo Eco-cultural provincia de Catamarca en Argentina (Ratto, 2000); y otros.

<sup>200</sup> Según datos de Proexport, en la última década se ha aumentado la oferta hotelera en 155.000 habitaciones en el país construidas por las principales cadenas hoteleras como Hilton, Marriot, Intercontinental, Holiday Inn, Gran Hyatt, Sonesa, entre otros y se están construyendo 60 nuevos hoteles. De manera que se habla de una sobre oferta hotelera en Bogotá y Medellín.

<sup>201</sup> Se incrementó la llegada de cruceros y la llegada de turistas por este medio se quintuplicó en los últimos 5 años. Ahora hay 4.500 frecuencias semanales.

<sup>202</sup> Según el Ministro de Comercio, Industria y Turismo, se invertirá en macro proyectos en los destinos consolidados. Entre ellos dos grandes centros de convenciones en Bogotá y Barranquilla para impulsar el turismo de negocios y un parque temático de fauna y Flora en Pereira (que pertenece al eje cafetero).

<sup>203</sup> Para Cabero (2006-b), las desigualdades territoriales son una de las causas de la pobreza y la marginación de grupos sociales, perdiendo el arraigo y el sentido de lugar y como consecuencia la pérdida de cohesión social.

minera y con poblaciones pobres, lo que las hace objetivo de explotación inadecuada de los recursos con actividades como la minería (legal o ilegal), la agrícola o la ganadera, como sucede en Suesca- Cundinamarca.

Así las cosas, los territorios de áreas protegidas necesitan proyectos turísticos simples<sup>204</sup>, ya que el producto turístico para el perfil del viajero que aprecia la naturaleza, no requiere grandes inversiones y está compuesto por componentes tangibles (como los atractivos que son el catalizador que impulsa al viajero a conocer el sitio, la accesibilidad, la seguridad, y otras comodidades como: conectividad, alojamiento y alimentación) y componentes intangibles como el precio, la actitud de la comunidad y la calidad del servicio. De hecho como el producto turístico se basa en el patrimonio del territorio, los prestadores de servicios son Mipymes de la región.

Por esta razón los resultados deben ser de corto y mediano plazo, para ir creando una dinámica de mejoramiento alrededor del destino, hasta consolidarse en el largo plazo como destino turístico reconocido; haciendo la salvedad que el objetivo del turismo de naturaleza sostenible no es atraer turistas en masa que superen la capacidad de acogida del destino, sino tener un flujo constante que garantice un ingreso fijo todo el año.

Con respecto a las escalas regionales, su papel como dinamizador del turismo local es decisivo porque tiene la capacidad de gestión suficiente para apoyar la construcción de infraestructura de conectividad y de servicios, además de apoyar la articulación de las cadenas turísticas de los municipios. El paso siguiente, es formar redes o clúster<sup>205</sup> con los centros urbanos en el esquema Ciudad-Región. Además desde los departamentos, como escalas regionales se pueden gestionar recursos y apoyar proyectos que beneficien a los territorios

---

<sup>204</sup> Para Castrillón (2010), el turismo de naturaleza requiere cosas simples y que se encuentre información, en últimas el turista aprecia toda la información alrededor de cada sitio visitado.

<sup>205</sup> El clúster contiene varias **cadenas productivas** de diferente naturaleza y calidad que agregadas en espacios territoriales sucesivos forman aglomeraciones urbanas y empresas en torno a la cadena productiva del destino turístico (Muñoz, 2007).

aledaños. Pero al igual que en los municipios, hay problemas que impiden la ejecución a nivel de las gobernaciones departamentales, por desconocimiento, falta de apoyo, desidia administrativa o corrupción. Lo cierto es que hay departamentos como el de Cundinamarca que no han accedido a los recursos de Regalías, porque no ha presentado proyectos para inversión de infraestructura en los municipios; el mismo panorama se ve frente a la convocatoria “Vive Digital Regional”.

En conclusión, el país va bien en materia de turismo, pero hay mucho para mejorar, abriendo el espacio de participación para que propuestas, como la planteada en esta tesis, sean exitosas y puedan contribuir efectivamente al desarrollo local del municipio en primera instancia, pero al ser replicado mejorará la competitividad del sector a nivel regional y como consecuencia contribuye a la competitividad del turismo de naturaleza a nivel nacional, acercándose al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.



## **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

**ACAC:** Asociación Colombiana para el Avance de la Ciencia. Es una entidad privada sin ánimo de lucro cuya misión es trabajar por el fomento de la ciencia, la tecnología y la innovación (I+D+i), creando conciencia pública sobre la importancia y significado de la I+D+i.

**ACODRES:** Asociación Colombiana de Restaurantes. Gremio creado en 1954 que representa la industria gastronómica en Colombia, por lo que a partir de 1993 con esta misma sigla pasó a llamarse. Asociación Colombiana de la Industria gastronómica.

**Afloraciones rocosas:** cuando una masa rocosa o una capa mineral consolidada en el subsuelo se asoma a la superficie terrestre. Viene de la palabra aflorar: surgir, asomar.

**Acolchados:** cubierta de protección que se extiende sobre el suelo para evitar la actividad del clima.

**Altiplano cundiboyacense:** sub-región colombiana localizada en la cordillera oriental de los Andes colombianos que agrupada en tres regiones de tierras altas y planas: la Sabana de Bogotá, Los valles de Ubaté y Chiquinquirá y los de Duitama y Sogamoso.

**ANATO:** Asociación Colombiana de Agencias de Viaje. Es un entidad sin ánimo de lucro y de carácter gremial que representa y defiende los intereses generales del sector de las agencias de viajes y turismo en Colombia. Tiene 657 agencias asociadas.

**Antrópico:** según Wikipedia (2013), etimológicamente proviene del griego ἄνθρωπος –anthropos. En términos generales se refiere al impacto de la acción humana sobre el medio ambiente.

**Astempo:** Asociación Colombiana de Tiempo Compartido. Es una entidad sin ánimo de lucro, constituida en 1994 por empresarios y promotores de proyectos de turismo compartido.

**BID:** Banco Interamericano de Desarrollo. Es una organización financiera internacional con sede en Washington D.C. creada en 1959 para financiar proyectos de desarrollo económico, social e institucional y promover la integración comercial en América Latina y el Caribe.

**BIRF:** Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento. El objetivo principal es reducir la pobreza en los países con menos ingresos, fomentando el desarrollo sostenible con préstamos, garantías, productos de gestión de riesgo y asesoría.

**Cacicazgo:** es la zona geográfica gobernada por un cacique en la era prehispánica. Actualmente se le da el mismo nombre al control que ejercen las personas sobre un área (generalmente se asocia a los políticos en Colombia).

**CAF:** Corporación Andina de Fomento. Su misión es impulsar el desarrollo sostenible y la integración regional en la zona andina mediante el financiamiento de proyectos de carácter público y privado y la asesoría técnica.

**CAR:** Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca. Es una corporación cuyo objeto es la ejecución de las políticas, planes, programas y proyectos sobre medio ambiente y recursos naturales renovables, adscrita al Ministerio del Medio Ambiente en Colombia.

**CCB:** Cámara de Comercio de Bogotá. Asociación de empresarios y comerciantes del Distrito Capital, cuyo objetivo es promover la prosperidad de

las empresas asociadas y de la comunidad; proteger sus intereses y mejorar sus actividades sobre la base de la mutua colaboración.

**CCI:** Corporación Colombia Internacional. Es una entidad sin ánimo de lucro que busca apoyar, promover y desarrollar la agricultura moderna no tradicional de cara a las necesidades del mercado. Cuenta en con más de 300 empelados.

**CDT:** Centros de Desarrollo Tecnológico. Se conciben como una estrategia para promover el desarrollo del sector productivo colombiano mediante la alianza entre el Estado y el sector privado en la investigación, capacitación del recurso humano y prestación de servicios tecnológicos.

**CEPAL:** Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Es un organismo dependiente de las Naciones Unidas con sede en Santiago de Chile, su misión es contribuir al desarrollo económico y coordinar acciones para reforzar las relaciones económicas al interior de los países miembros y a nivel mundial.

**CFC:** Productos clorofluorcarbonados. Son compuestos derivados de los hidrocarburos que contienen átomos de flúor y cloro, altamente contaminantes para el medio ambiente porque destruyen el ozono.

**Ciclomontañismo:** deporte de aventura que consiste en transitar en bicicleta por caminos destapados por áreas montañosas.

**CNCyT:** Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Es el órgano de dirección y coordinación de ciencia y tecnología, actuando como principal asesor del gobierno colombiano en esta materia. Encabezado por el Presidente de la república, los ministros de agricultura y educación, el director de Colciencias y el rector de la Universidad Nacional.

**Codensa:** es una compañía colombiana que comercializa y distribuye la energía eléctrica y filial de la empresa española Endesa (24% del mercado nacional).

Asimismo presta servicios de infraestructura para el sector de las telecomunicaciones.

**Colciencias:** Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología Francisco José de Caldas. Es el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación, encargado de formular, orientar, dirigir, coordinar, ejecutar e implementar la política del Estado colombiano en materia de I+D+i.

**Colmatar:** rellenar una hondonada o depresión del terreno mediante sedimentación de materiales transportados por el agua.

**CONIF:** Corporación Nacional de Investigación y Fomento Forestal. Creada en 1974 y vigilada por la Alcaldía Mayor de Bogotá, busca promover la investigación y conservación de los bosques naturales a nivel nacional. Mediante el centro especializado de investigación forestal, brinda apoyo al Gobierno nacional en este tema.

**CONPES:** Consejo Nacional de Política Económica y Social. Catalogado como el máximo organismo de coordinación de la política económica en Colombia. Da lineamientos para la política macro mediante documentos CONPES. Lo preside el primer mandatario del país y la secretaría la ejerce el jefe del Departamento de Planeación. Además, hacen parte los ministros de Relaciones Exteriores; Comercio, Industria y Turismo; Agricultura; Hacienda; Trabajo y Obras Públicas.

**Contralor(a):** funcionario(a) responsable de la Contraloría General de la República de Colombia. Según La Constitución Política de 1991, en su artículo 267, se establece que: "El control fiscal es una función pública que ejercerá la Contraloría General de la República, la cual vigila la gestión fiscal de la administración y de los particulares o entidades que manejan fondos o bienes de la Nación".

**CORPOICA:** Corporación Colombiana de Investigaciones Agropecuarias. Es una corporación mixta de derecho privado sin ánimo de lucro, creada por iniciativa del gobierno Nacional para fortalecer la investigación y transferencia de tecnología en el sector agropecuario.

**COTELCO:** Asociación Hotelera de Colombia. Entidad sin ánimo de lucro creada en 1954 para agrupar y fortalecer los establecimientos que se dedican a la industria hotelera. Cuenta en la actualidad con 22 capítulos regionales y 850 afiliados.

**CRC:** Comisión Regional de Competitividad. Es una organización dedicada a formular y desarrollar la visión económica y regional de largo plazo. Por ejemplo, hay una CRC para Bogotá y Cundinamarca, que busca elevar la calidad de vida de sus habitantes.

**Cubios:** tubérculo de procedencia americana, muy utilizadas en la dieta alimenticia de los indígenas e incluido dentro de la gastronomía cundiboyacense.

**Curí:** es el conejillo de indias, utilizado por los indígenas americanos dentro de su dieta alimenticia. Actualmente es un plato típico en el Departamento de Nariño.

**DANE:** Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Es una entidad colombiana que pertenece a la rama ejecutiva del Estado, responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales.

**DAS:** Departamento Administrativo de Seguridad. Era el principal centro de inteligencia del Estado Colombia. Llevaba operaciones de control migratorio de nacionales y extranjeros, protección de personalidades y policía judicial antiterrorismo. Desde el 31 de octubre fue suprimida por escándalos de corrupción, entre otros.

**DIAN:** Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales. Es el organismo colombiano encargado de gestionar el recaudo de impuestos a nivel nacional y el control fiscal aduanero.

**DPN:** Departamento Nacional de Planeación de Colombia. Establecido en 1968, es un organismo técnico asesor de la Presidencia de la República, en los temas social, económico y ambiental.

**Especies alóctonas:** son especies que han sido introducidas de otros lugares de manera causal o accidental. No son autóctonos del área.

**Espeleología:** actividad considerada como atractivo turístico que se dedica a la exploración y estudio de las cavidades subterráneas

**FENALCO:** Federación Nacional de Consumidores de Colombia. Creada en 1945 para promover el desarrollo del comercio con justicia social. Cada departamento colombiano cuenta con una oficina.

**Fundación Endesa Colombia:** Endesa Colombia: es una entidad sin ánimo de lucro, creada en 2005 por iniciativa de sus Fundadores: Emgesa, Codensa y Endesa Internacional. Su fin es integrar, gestionar y potencializar la mayor parte de los compromisos de Gestión Social que venía adelantando tanto la Fundación Emgesa como la Fundación Codensa en sus zonas de influencia.

**Guerra de los mil días:** guerra civil colombiana entre el 17 de octubre de 1899 y el 21 de noviembre de 1902. En principio se generó por inestabilidad política que enfrentó a los líderes de los partidos Liberal y Conservador.

**Guianza:** término turístico utilizado en Colombia, el cual se refiere a la actividad que desarrollan los guías de turismo. También se le llama guionaje.

**HACCP:** Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control. Es un sistema de control de calidad que permite identificar, evaluar y controlar peligros

significativos para la inocuidad en la industria de alimentos, medicamentos o cosméticos.

**Hibias:** tubérculo de procedencia americana, muy utilizadas en la dieta alimenticia de los indígenas e incluido dentro de la gastronomía cundiboyacense.

**I+D+i:** se refiere al término Investigación, desarrollo e innovación. Al tradicional I+D se le ha adicionado recientemente el término innovación.

**ICONTEC:** Instituto Colombiano de Normas Técnicas. Empresa multinacional colombiana que desde 1963 tiene como labores la creación de normas técnicas y la certificación con normas internacionales. Es el representante por Colombia ante la Organización Internacional para la Estandarización- ISO.

**IDH:** Índice de Desarrollo Humano. Es un indicador social elaborado por el Programa de las Naciones Unidas PNUD, basado en tres parámetros: vida larga y saludable; educación y nivel de vida digno.

**IGAC:** Instituto Geográfico Agustín Codazzi – Colombia. Es la entidad colombiana encargada de producir los mapas oficiales y la cartografía básica del país. Además, elabora el catastro nacional de la propiedad inmueble; realiza inventario y características de los suelos; capacita profesionales en tecnologías de la información geográfica y coordina la Infraestructura Colombiana de Datos Espaciales (ICDE).

**Indicador GINI:** mide el grado de distribución de la riqueza en un país. Se basa en el ingreso, el gasto y el consumo. Se basa en la medida de una línea hipotética de distribución equitativa. Varía entre cero para indicar la igualdad total y uno para la desigualdad absoluta.

**Indicador IWI:** índice de enriquecimiento inclusivo. Por sus siglas en inglés: Inclusive Wealth Index; fue presentado en junio de 2012 por la ONU en la Conferencia de Río + 20. Es una especie de PIB verde, que busca reflejar mejor

la riqueza de los países y su capacidad de crecer sosteniblemente. Tiene en cuenta los recursos naturales y la educación de su población.

**IVA:** Impuesto al Valor Agregado. En Colombia se le conoce como “impuesto sobre las ventas”. Es decir, el consumidor final es quien tiene que asumir este costo.

**MCIT:** Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Es un ministerio de la República de Colombia que apoya la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística a nivel nacional. Creado en 2002 por la fusión de los ministerios de Desarrollo Económico y Comercio Exterior.

**MinTIC:** Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones. Es un ministerio de la República de Colombia creado para diseñar, formular, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector TIC.

**Mipyme:** Micro, pequeñas y medianas empresas. En la legislación colombiana se consideran separadamente las microempresas por ser representativas en el tejido empresarial colombiana (una microempresa tiene menos de 10 trabajadores).

**OCDE:** Organización de Cooperación y Desarrollo Económico. Es una organización compuesta por 34 estados creada para coordinar sus políticas económicas y sociales. Creada en 1960 su sede principal está en Paris (Francia). Colombia está haciendo los trámites para ingresar a esta organización.

**Piedemonte llanero:** es una subregión colombiana que se encuentra entre los Llanos Orientales y la Cordillera Oriental. Se ubica entre los 700 y 500 msnm, con alta pluviosidad (3.000-4.000 mm de precipitación anual); con temperaturas entre los 23°C y 30 °C, y con vegetación selvática rica en fauna y flora.



**PNUMA:** Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Creado en 1972 por recomendación de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Humano. Su misión es promover y liderar los esfuerzos conjuntos para la protección del medio ambiente, brindando asesoría, informando y capacitación a los países y a los pueblos sobre el desarrollo sostenible.

**Proceso de terrización:** es un manejo especial de aguas, utilizando un sistema de balsas flotantes. Es un entramado con madera amarrado con fique, el cual se cubre con tierra para favorecer el crecimiento de plantas sobre superficies inundadas.

**Proexport:** es la entidad colombiana encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en el país.

**PST:** Plan Sectorial de Turismo: Como parte del Plan Nacional de Desarrollo, el Ministerio de Comercio, Industria y Comercio de Colombia convoca a los diferentes actores del turismo para formular el PST. Para el período 2011-2014 el PST se denomina “Turismo: factor de prosperidad para Colombia”.

**Rafting:** deporte extremo que utiliza el descenso de ríos como una actividad deportiva que se caracteriza por recorrer el cauce en la dirección de la corriente.

**Rappel:** deporte que consiste en el descenso por cuerda utilizado en superficies verticales, especialmente roca.

**SENA:** Servicio Nacional de Aprendizaje. Es una institución pública encargada de la enseñanza de programas técnicos y tecnológicos.

**SINAP:** Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Este sistema integra a las áreas protegidas en Colombia, al igual que a los actores sociales, estrategias e instrumentos de gestión (a nivel local, regional y nacional) para propender por la conservación de dichas áreas.

**Técnica de la cera perdida:** usada por los aborígenes en América para formar figuras de oro.

**TIC:** Tecnologías de la Información y la comunicación. Concepto asociado a todos los recursos, procedimientos y técnicas utilizadas para el procesamiento, transmisión y almacenamiento de la información en informática (incluye medios digitales e internet).

**Trekking:** también llamado senderismo, es una actividad deportiva no competitiva realizada por caminos.

**UNESCO:** United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura).

**USN:** Unidades Sectoriales de Normalización. Organismo que tiene como función la preparación de normas propias de un sector con la posibilidad de ser sometidas, al proceso de adopción y publicación de la NTC (Norma Técnica Colombiana).

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acosta, J. (1996)<sup>206</sup>. *Compendio histórico del descubrimiento y colonización de la Nueva Granada*. Bogotá D.C.: Presidencia de la República - Biblioteca Luis Ángel Arango.
- Agustí, F.<sup>207</sup>(2006). *Buenas prácticas para un turismo sostenible: guía metodológica para el desarrollo de turismo sostenible en el Perú*. Lima: PromPerú<sup>208</sup> – APTAE<sup>209</sup>
- Alcaldía Mayor de Bogotá (2010). Turismo en Cifras: boletín mensual de estadísticas de turismo Bogotá D.C 2010. Consultado el 01 de septiembre de 2011 de <http://www.bogotaturismo.gov.co/estadistica>.
- Alcaldía Suesca Cundinamarca (2008). *Plan de desarrollo municipal Suesca-Cundinamarca 2008-2011: unidos por el cambio, desarrollo y vigencia de los derechos del ciudadano*<sup>210</sup>. Alcaldía Suesca Cundinamarca. Proyecto de acuerdo 004 de abril de 2008. 47 páginas.
- Alemán, F. (Junio de 2006). Importancia de las Mipymes en las Aglomeraciones Empresariales: una estrategia para el desarrollo regional en Colombia. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Militar Nueva Granada. Vol. XIV- No.1*, p. 173-186. Bogotá D.C.
- Alvarado, C. (2012). *Redes Sociales para empresas 2.0*. Libro consultado el 12 de noviembre de 2012 en: <http://dominasocialmedia.com/wp-content/uploads/2012/10/RedesSocialesEmpresas20.pdf>
- Alvarado, C. (2013). Negocios en internet y marketing online. Blog consultado el 20 de febrero de 2013 en: <http://christiamalvarado.com/negocios-internet/herramientas-negocios-internet/blog/>
- Amat, Y. (Octubre 14 de 2012). Colombia un desastre ambiental. Entrevista a la Contralora de la República, Sandra Morelli. *El tiempo*.

---

<sup>206</sup> Edición original de Joaquín Acosta en 1996, perteneciente a la Biblioteca Luis Ángel Arango.

<sup>207</sup> Consultora ambiental

<sup>208</sup> Comisión de Promoción del Perú- PromPerú

<sup>209</sup> Asociación Peruana de Turismo de Aventura y Ecoturismo -APTAE

<sup>210</sup> Orlando Camelo Castillo: Alcalde municipal de Suesca- Cundinamarca- Colombia en el período 2008-2011.

- Araujo, M.; Mejía, A. et ál. (2004). *Programa de Participación: Vigías del Patrimonio*. Bogotá D.C: Ministerio de Cultura- Defensoría del Pueblo.
- Báez, A. y Acuña, A. (1998). *Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las Áreas Protegidas de Centro América*. PROARCA/CAPAS, USAID<sup>211</sup> – CCAD. Guatemala: Turismo & Conservación Consultores, S.A.
- Banco de la República (1951). *Proceso histórico del 20 de Julio de 1810*. Edición original, Bogotá: El Ministerio - Biblioteca Luis Ángel Arango.
- Baldwin, S. (1995). *Distritos Industriales: conceptos, experiencias y bibliografía*. Trujillo – Perú: MINKA.
- Baré, J. (1996). Aculturación, en Bonte, P e Izard, M., *Diccionario de Etnología y Antropología*. Madrid: Akal. pp. 13 a 15.
- Barrado, D. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial. *Revista "Estudios Turísticos"*. No. 160. pp. 45-68. España: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Instituto de Estudios Turísticos.
- Barragán, M.; Muñoz, E.V.; Figueredo, R, et ál. (2009). Caracterización del producto turístico de Bogotá. *Instituto Distrital de Turismo*. Consultado el 01 de septiembre de 2010 en:  
[http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/caracterizacion\\_producto\\_Bogota.pdf](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/caracterizacion_producto_Bogota.pdf)
- Barrera, j.I.; Valdés, C.; Miranda, B.T. & Sorzano, C. (2005). Metodología para abordar la restauración ecológica, en el marco de la sostenibilidad, de la microcuenca Santa Helena, Municipio de Suesca, Departamento de Cundinamarca- Colombia. *Universidad Javeriana y Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca [CAR]*. Consultado el 01 de septiembre de 2010 en: [www.dama.gov.co](http://www.dama.gov.co)
- BID (2009). Proyecto Desarrollo Turístico para Mipymes en la región de Tequila. *Documento del Banco Interamericano de Desarrollo (ME-M1016)*. Consultado el 24 de febrero de 2011 de:  
<http://www.iadb.org/es/proyectos/project-information-page,1303.html?id=ME-M1016>
- Biblioteca Luis Ángel Arango (s.f.). Plan Vallejo. *Biblioteca Virtual*. Consultado el 16 de octubre de 2012 en:  
<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo107.htm>

---

<sup>211</sup> Esta publicación y el trabajo descrito en ella fueron financiados por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

- Blanco, M. (2008). Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. *IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura-OEA)*. Costa Rica. Consultado el 14 de febrero de 2011 de [www.territorioscentroamericanos.org/.../Guía%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20...](http://www.territorioscentroamericanos.org/.../Guía%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20...)
- Bonells, J.E.<sup>212</sup> (2001). Paisaje, instalaciones hoteleras, turismo y medio ambiente. *II Congreso Iberoamericano de Parques y Jardines Públicos Ciudad de la Habana- Cuba*. La Habana: PARJAP- CUBA.
- Borja, J. (1997). Las ciudades como actores políticos. *América Latina Hoy, Vol. 15*. Universidad de Salamanca. España. pp. 15-19.
- Bovet, D. y Martha, J. (2000). *Value Net: Breaking the Supply Chain to Unlock Hidden Profits*. Willey.
- Cabero, V. (2006-a). Cultura territorial y cordura ecológica. Las políticas de la Tierra. *IV Encuentro Salamanca*. Editorial Sistema, pp. 237 – 259.
- Cabero, V. (2006-b). Por una lectura crítica del territorio: repensar el oikoumene, p. 181-196. Capítulo de libro contenido en Espinoza, Luis y Cabero, Valentín (2006). *Sociedad y Medio Ambiente*. Salamanca- España: Ediciones Universidad.
- Castellanos, F. (2005). Plan de desarrollo turístico sostenible para el municipio de Suesca (Cundinamarca). *Revista Anuario Turismo y Sociedad, Vol. 4 (2005)*, 211-226. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Castrillón, A. (2010). *El desarrollo turístico del departamento del Cauca (Colombia): una visión desde la academia*. Popayán – Colombia: Editorial Universidad del Cauca.
- CCB (2003) -Cámara de Comercio de Bogotá–. *Cundinamarca hacia una región competitiva: Bases del Plan Regional de Competitividad 2004-2014*. Bogotá D.C.: Departamento de publicaciones Cámara de Comercio de Bogotá.
- CCB- (2008). Bogotá- Cundinamarca. Región líder en turismo corporativo y de negocios. Consultado el 3 de diciembre de 2008 de: [http://camara.ccb.org.co/documentos/3158\\_Mar%C3%ADa\\_Fernanda\\_Campo,\\_CCB\\_%5BModo\\_de\\_compatibilidad%5D.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/3158_Mar%C3%ADa_Fernanda_Campo,_CCB_%5BModo_de_compatibilidad%5D.pdf)
- Cala, B. (2006). Evaluación de proyectos de desarrollo turístico rural desde la perspectiva del turismo sostenible: proyecto para el fortalecimiento del

---

<sup>212</sup> Jefe de Jardinería General y Viario del Ayuntamiento de Sevilla (España)

turismo agroecológico en los municipios de Nimaima y Vergara. Departamento de Cundinamarca. *Revista Pasos*, Vol. 4 No.1, pp. 99-113.

Campo, María; Rincón, Luz y Castaño Lina (2009). *Ciudad Región – Global: experiencias internacionales para Bogotá y Cundinamarca*. Cámara de Comercio de Bogotá, publicación de expertos. Bogotá- Colombia.

CAR<sup>213</sup> (2004). *Plan de Uso Público para las Áreas Protegidas Piloto de la CAR: Marco general territorial de uso público en las áreas protegidas del Sistema Regional de la CAR*. Tomo 1. Bogotá: CAR – CI<sup>214</sup>.

CAR (2012). Planes, programas y proyectos del POT. Región Almeidas, municipio de Suesca. *Portal Web de la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca*. Consultado el 22 de octubre de 2012 en: <http://www.car.gov.co/?idcategoria=2268>

Cardona, C. (junio de 2012). Nefasto balance del impacto de la ola invernal en el sector agropecuario en 2011. *Revista Gobierno*. Consultado el 01 de junio de 2012 en: <http://www.revistagobierno.com/portal/index.php/economisa-y-negocios/agricola/9397-especial-nefasto-balance-del-impacto-de-la-ola-invernal-en-el-sector-agropecuario-en-2011>

Carrillo, E.; Mallo, M.; Márquez, D.; Pacheco, M.; Pereira, N. y Vidal, A. (2007). Turismo sostenible y desarrollo local. Programa Delnet del Centro Internacional de Formación de la OIT. *Revista @local.glob*, Número 4.

Ceglie, G.; Michele, C. & Dini, M. (1998). Cluster and Network Development Projects in Developing Countries: *lessons learned through the UNIDO experience*. Viena Austria: UNIDO.

Cerezo, J. (2006). La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital. *Fundación France Telecom España*<sup>215</sup>. España: Oman Impresores.

Cervantes, B.; Jorge, F. y Gómez, R. (2007). El ordenamiento territorial como eje de planeación de proyectos de turismo sustentable. *Ciencias Sociales*

---

<sup>213</sup> CAR: Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca. Es una corporación cuyo objeto es la ejecución de las políticas, planes, programas y proyectos sobre medio ambiente y recursos naturales renovables, adscrita al MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE en Colombia

<sup>214</sup> CI: Conservación Internacional Colombia. Es una organización sin ánimo de lucro, fundada en 1987 y con programas en más de 40 países de los cuatro continentes donde se encuentran las áreas de mayor riqueza biológica del mundo. En Colombia inició sus actividades en 1991.

<sup>215</sup> La Fundación France Telecom España se dedica a la divulgación de los beneficios de las nuevas tecnologías, con el fin de constituirse en una guía para llegar a la sociedad del conocimiento. Ha publicado varios libros recopilando la opinión de expertos que trabajan en el área

Online, Julio 2007, Vol. IV, No. 2. Universidad de Viña del Mar – Chile, pp. 103 - 117.

Cifuentes, M. (1992). Determinación de la capacidad de carga turística en áreas protegidas. Serie Técnica. *Publicación Fondo Mundial para la Naturaleza-WWF. Informe técnico No. 194*. Costa Rica.

Cifuentes, M.; Mesquita, C.; Méndez, J.; Morales, M.; Aguilar, N. et ál. (1999). Capacidad de Carga Turística de las áreas de uso público del Monumento Nacional Guayabo, WWF Centroamérica. *Costa Rica*. Consultado el 14 de julio de 2011 de:  
[http://www.wwfca.org/sala\\_redaccion/publicaciones/?133182/Capacidad-de-Carga-Turistica-de-las-reas-de-Uso-Publico-del-Monumento-Nacional-Guayabo-Costa-Rica](http://www.wwfca.org/sala_redaccion/publicaciones/?133182/Capacidad-de-Carga-Turistica-de-las-reas-de-Uso-Publico-del-Monumento-Nacional-Guayabo-Costa-Rica)

Coe, M.; Show, D. y Benson, E. (1989). América Antigua: Civilizaciones precolombinas. *Atlas Culturales del mundo*, pp. 162-169.

Comisión Europea (1999). Estrategia Territorial Europea. Hacia un desarrollo equilibrado y sostenible del territorio de la UE. *Postdam*. Consultado el 29 de marzo de 2011 de:  
[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docoffic/official/reports/pdf/sum\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/reports/pdf/sum_es.pdf)

Concejo de Bogotá (2007). Acuerdo 305 de 207. Política Distrital de Turismo. Registro Distrital 3899 de diciembre 24 de 2007. Consultado el 30 de octubre de 2012 de:  
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=28045>

Concejo municipal de Suesca (2002). Acuerdo No. 005 de marzo 19 de 2002. Por medio del cual se adopta el esquema de ordenamiento territorial del municipio de Suesca. *Departamento de Cundinamarca- Colombia*.

Colciencias- DPN (2009). *VISION 2019. Visión Colombia II Centenario: Fundamentar el crecimiento y el desarrollo social en la ciencia, la tecnología y la innovación*. Bogotá- Colombia: Colciencias, Presidencia de la República y DPN.

Colciencias (2013). Sistema General de Regalías (SGR): Plan Anual de Convocatorias 2013. Consultado el 09 de abril de 2013 de:  
<http://www.colciencias.gov.co/blog/plan-anual-de-convocatorias-2013>

Chávez, D. (2004). Indicadores de sostenibilidad para productos turísticos. Presentado en el “Foro Internacional. Normalización y Certificación en Turismo Sostenible”. *Rainforest Alliance*. Medellín, Colombia.

- Chávez, D. (2004). Estado del arte para la certificación del turismo a nivel mundial. Presentado en el “Foro Internacional. Normalización y Certificación en Turismo Sostenible”. *Rainforest Alliance*. Medellín, Colombia.
- Chávez, T. (2010). Proyectos de desarrollo turístico en áreas rurales del municipio de La Paz. Bolivia. Dirección de Promoción Turística-GMLP. Extraído el 14 de febrero de 2011 de:  
[www.turismoruralbolivia.com/img/municipioLP.pdf](http://www.turismoruralbolivia.com/img/municipioLP.pdf)
- DANE (2007) -Departamento Administrativo Nacional de Estadística-. Anexo metodológico Cuenta Satélite de Turismo (CST). Ejercicio piloto. Extraído el 18 de febrero de 2010 de:  
[http://www.dane.gov.co/daneweb\\_V09/index.php?option=com\\_content&view=article&id=131&Itemid=115](http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=131&Itemid=115)
- De Andrés, A.<sup>216</sup> (2008). El turismo en España. Sostenible por definición. Publicación de la Unidad de Promoción y Animación del Desarrollo Rural. *Revista Actualidad LEADER: Número monográfico*. Egraf, España. p. 10-13.
- Del Pozo Paz, B. (2007). La ordenación de parques culturales en espacios rurales: una propuesta para Asturias, *Ciudad y Territorio: Estudios territoriales, Vol. XXXIX. Tercera época, No. 154*, Ministerio de vivienda, España. pp. 711-725.
- DPN (2005) - Departamento Nacional de Planeación –. *Documento CONPES 3397: Política Sectorial de Turismo*. Bogotá D.C.: Departamento Nacional de Planeación.
- DPN (2009). Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación. Documento CONPES 3582. Departamento Nacional de Planeación: Bogotá, D.C. Consultado el 24 de febrero de 2010 de:  
<http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3582.pdf>
- DNP y MCIT (2011) -Departamento Nacional de Planeación y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia-. Plan Sectorial de Turismo 2011 – 2014 “Turismo: factor de prosperidad para Colombia”. Consultado el 14 de agosto de 2012 de:  
<https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=14994>
- DPN (2012). Caracterización del empleo en la industria del turismo en Colombia. Consultado el 24 de enero de 2012 de:  
<https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=16590>

---

<sup>216</sup> ECOTONO- España



DPN (s.f.-a). Consejo Nacional de Política Económica y Social, Conpes. *Portal web del Departamento Nacional de Planeación de Colombia*. Consultado el 19 de octubre de 2012 en: <http://www.dpn.gov.co/CONPES.aspx>

Dinero.com (mayo 25 de 2010). Tercerización de procesos (BPO & O). Consultado el 29 de mayo de 2012 de: <http://www.dinero.com/caratula/edicion-impres/ articulo/tercerizacion-procesos-bpo--o/96412>

Durán, J. (2007). Diseño de un modelo de capacidad de carga con aplicación en el municipio de Suesca, Cundinamarca. *Revista Turismo y Sociedad*. pp.113-118. Universidad Externado de Colombia.

Elespectador.com (diciembre 4 de 2012). Uso de TIC en Colombia se incrementó 4.9%. Consultado el 04 de abril de 2013 de: <http://www.elespectador.com/tecnologia/articulo-338017-uso-de-servicios-tic-colombia-se-incremento-un-49>

El Espectador (marzo 10 de 2011). Minería ilegal en expansión. Diario el Espectador (Redacción judicial). Bogotá – Colombia.

El Tiempo (Enero 22, 2011). Premian a Colombia por apostarle al turismo verde. Consultado el 22 de enero de 2011 de: <http://www.eltiempo.com/vida-de-hoy/ecologia/premian-a-colombia-por-apostar-le-al-turismo-verde-8793958-4>

EUROPARC (2007). La Carta Europea del Turismo Sostenible en los Espacios Protegidos. Texto oficial. España. Consultado el 12 de junio de 2012 de: [http://www.redeuroparc.org/carta\\_turismo\\_europea\\_sostenible/texto2fasece ts.pdf](http://www.redeuroparc.org/carta_turismo_europea_sostenible/texto2fasece ts.pdf)

FAO (2003). *Evaluación de Tierras con Metodología de FAO. Proyecto Regional "Ordenamiento Territorial Sostenible"* Documento de trabajo. Santiago-Chile: GCP/RLA/139/JPN.

FENALCO<sup>217</sup> (2008) La política de calidad turística y las normas técnicas sectoriales. Consultado el 3 de marzo de 2008 de: [www.fenalcovalle.com/resource/download/res=117& id=275&n=4](http://www.fenalcovalle.com/resource/download/res=117& id=275&n=4),

Fondo de Promoción Turística Colombia (2012). Quienes somos. Consultado el 16 de octubre de 2012 de: <http://www.fondodepromocionturistica.com/nosotros.php>

Frax, J. J. (2005). El patrimonio histórico y cultural, Capítulo de libro contenido en Alba, J. y Val, E. (Comp.). *Turismo y Gestión del Territorio. Primera*

---

<sup>217</sup> FENALCO: Federación Nacional de Comerciantes. Colombia.

Edición. (pp. 47-56). Zaragoza- España: Novalia Electronic Editions. Consultado el 02 de marzo de 2012 de:  
<http://www.dpz.es/turismo/novedades/2007/turismoyterritorio.pdf>

Formanchuk, A. (2010). *Comunicación interna 2.0: un desafío cultural*. (1ª.Edición). Buenos Aires: Formanchuk & Asociados.

Fundación Carvajal (2008). Desarrollo Turístico Rural en el Territorio Paraíso. Departamento del Valle del Cauca, Colombia. Consultado el 14 de febrero de 2011 de: <http://turismo.comunidadfomin.org/content/view/36/68/>

Fundación Endesa<sup>218</sup> Colombia (2007). *Guía Suesca Cundinamarca: Programa “Las Rocas del Río”*. Suesca: Comité de Turismo.

Fundación Endesa Colombia, Fundación al Verde Vivo & Instituto Humboldt (2007). *Cadena de valor de turismo sostenible de Suesca: diagnóstico de las dimensiones social, productiva y ambiental para la cadena de valor de turismo sostenible del municipio de Suesca, cuenca alta del Río Bogotá. Memorias, mayo 14 de 2007*. Suesca: Comité de Turismo.

Garay, H. (1999). Ecoturismo sostenible una caracterización del potencial que tiene Colombia en la unión europea: la demanda. *Revista BIOCOCOMERCIO: Estrategias para el Desarrollo Sostenible en Colombia*. pp. 64- 131.

García, S. (mayo de 2011). Irregularidades en entrega de títulos mineros. *Revista Gobierno*. Consultado el 26 de mayo de 2012 de: <http://www.revistagobierno.com/portal/index.php/economisa-y-negocios/petroleo-minas-y-energia/6175-irregularidades-en-entrega-de-titulos-mineros>

Garnier, M. y Somarriba, M. (2005). Estimación de la Capacidad de Carga Turística en los Senderos de la Reserva Natural Volcán Mombacho, Granada. Universidad Nacional Agraria. Facultad de Recursos Naturales y del Ambiente. Managua. Consultado el 14 de julio de 2011 de: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/capacidad-carga-turisticas-mombacho-granada/capacidad-carga-turisticas-mombacho-granada.shtml>

Guevara, A. y Campos, M. (2009). *Turismo sustentable: el equilibrio necesario en el siglo XXI*. México D.F.: Editorial Trillas.

Gobernación de Cundinamarca (2003). *Plan de Ordenamiento Territorial: conceptos básicos de elaboración y aspectos relevantes para su revisión y ajuste*. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia.

---

<sup>218</sup> Fundación ENDESA Colombia en cooperación con la Fundación Al Verde Vivo y el Instituto Von Humboldt, vienen adelantando el Programas “Las Rocas del Río”

- Gobernación de Cundinamarca (2008): nuestro Municipio- Suesca. *Página oficial del Departamento de Cundinamarca*. Consultado el 21 de agosto de 2008 de: <http://suesca-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=m1T1--&m=f>
- Gómez, B.; López, F. y Cors, M. (2004). Turismo y planificación estratégica: el estudio e informe estratégico del turismo urbano y territorial de Lleida. *Cuadernos geográficos No. 34*. Universidad de Granada. España. pp. 95-109.
- González, C. (1998). *ISO 9000, QS 9000, ISO 14000: Normas Internacionales de administración de la calidad, sistemas de calidad y sistemas ambientales*. México: Mc Graw Hill.
- Grande, J.<sup>219</sup> (2008). Los retos turismo rural. *Revista Actualidad LEADER: Número monográfico*. Publicación de la Unidad de Promoción y Animación del Desarrollo Rural. Egraf, España. pp. 8-19.
- Herrera, M. (1993). Los señores Muisca. *Revista Credencial Historia. Bogotá - Colombia. Edición 44. Agosto de 1993*. 11 páginas.
- Holdridge, L.R. (1987). *Ecología basada en zonas de vida*. San José de Costa Rica: IICA. 216 páginas
- Humprey, J. y Schmitz, H. (1996). Principles for Promoting Cluster and Networks of SMEs. *Discussion Paper No.1*, UNIDO, Viena, Austria.
- ICANH<sup>220</sup> (2008). ¿En qué municipios de Cundinamarca hay arte rupestre?. Consultado el 04 de septiembre de 2008 de: [www.icanh.gov.co/secciones/arqueologia/download/mar\\_04.pdf](http://www.icanh.gov.co/secciones/arqueologia/download/mar_04.pdf) -
- IDT (2008). Boletín de estadísticas de turismo de Bogotá: segundo semestre de 2008. Bogotá D.C.: Instituto Distrital de Turismo.
- IDT (2011). Boletín 12. Diciembre de 2011. *Observatorio Turístico de Bogotá*. Consultado el 30 de octubre de 2012 de: <http://www.bogotaturismo.gov.co/publicaciones-2011>
- IGAC<sup>221</sup> (2008). Información Municipal para la toma de decisiones. Consultado el 25 de agosto de 2008 de: <http://sigotn.igac.gov.co/sigotn/>
- IGAC (s.f.-a). Portal de mapas oficiales. *Instituto Geográfico Agustín Codazzi*. Consultado el 12 de junio de 2012 de:

---

<sup>219</sup> Director SEPIMUN- España

<sup>220</sup> ICANH. Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

<sup>221</sup> IGAC: Instituto Geográfico Agustín Codazzi - Colombia

<http://geoportal.igac.gov.co/ssigl2.0/visor/galeria.req?mapald=7&title=Mapa%20Base>

IGAC (s.f.-b). Portal de mapas oficiales. *Instituto Geográfico Agustín Codazzi*. Consultado el 12 de junio de 2012 de:  
[http://geoportal.igac.gov.co/mapas\\_de\\_colombia/igac/mps\\_politico\\_admon\\_dptales/Cundinamarca\\_2012.pdf](http://geoportal.igac.gov.co/mapas_de_colombia/igac/mps_politico_admon_dptales/Cundinamarca_2012.pdf)

IDT (2008). Boletín de estadísticas de turismo de Bogotá. Segundo semestre de 2007. *Instituto Distrital de Turismo*. Consultado el 4 de diciembre de 2008 de:  
[http://bogotaturismo.gov.co/estadisticas/descargas/2007/Boletin\\_Semes2007-2\\_final\\_web.pdf](http://bogotaturismo.gov.co/estadisticas/descargas/2007/Boletin_Semes2007-2_final_web.pdf)

Iribe, J. A. (2005). Interacción de factores y políticas de carácter territorial / medioambiental sobre las actividades turísticas en espacios rurales. En Alba, J. y Val, E (Comp.). *Turismo y Gestión del Territorio. Primera Edición*. Novalia Electronic Editions. (pp. 47-56). Zaragoza- España. Consultado el 02 de marzo de 2012 de:  
<http://www.dpz.es/turismo/novedades/2007/turismoyterritorio.pdf>

Jaume, S.; Ordinas, A. (2003). El Turismo de reuniones y negocios en Mallorca. *Cuadernos de Turismo, No. 12*, Universidad de Murcia, España, pp. 35-51.

Jiménez, R. (2011). *Libro blanco de los viajes sociales: Cómo internet y el protagonismo de los viajeros ha revolucionado el sector turístico*. minube.com. Consultado el 06 de febrero de 2012 de:  
<http://www.minube.com/libroblanco>

Kingsolver, B. (2010). El agua es vida. *Revista National Geographic: el número del agua. Vol.26 Núm. 4*. pp. 2-25

La Rotta, J. (2009). Anotaciones sobre la vereda el Haltillo del municipio de Suesca. Documento de trabajo no publicado. *Fundación Bosque Nativo El Haltillo*.

Larrea, P. (1991). *Calidad de servicio: del marketing a la estrategia*. Madrid: Ediciones Díaz Santos S.A.

LEADER (2008). Un nuevo turismo rural. *Revista Actualidad LEADER*, número monográfico. Publicación de la Unidad de Promoción y Animación del Desarrollo Rural. Egraf, España. pp. 3-21.

Lewin, H. (8 de agosto de 2006). *El turismo nacional tiene un presupuesto muy bajo*. "Estrategia", especial "Turismo de Negocios". *Diario de negocios*. Chile.

Ley 300 de 1996, por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Publicado en el Diario Oficial de Colombia No. 42845, de julio 30 de 1996. Bogotá- Colombia.

Ley 388 de 1997, por la cual se reglamenta la elaboración del POT. Congreso de Colombia. Bogotá- Colombia.

Ley 905 de 2004, Diario Oficial de Colombia No. 45.628 de 2 de agosto de 2004, Bogotá- Colombia.

Ley 101 de 2006. Diario Oficial de Colombia No. 46.461 de 23 de noviembre de 2006. Congreso de la República. Bogotá- Colombia.

Ley 1530 de 2012. Congreso de la República (2012). Diario Oficial 48433 del 17 de mayo de 2012. Consultado el 31 de octubre de 2012 de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=47474>

Lincon, R.J; Boxshall, G.A y Clark, P.F (2009). *Diccionario de Ecología, Evolución y Taxonomía*. FCE 2ª. Ed. México. Consultado el 07 de abril de 2012 en:

<http://books.google.com.co/books?id=AKJOZb6QpdkC&pg=PA404&lpg=PA404&dq=qu%C3%A9+es+monotop%C3%ADa&source=bl&ots=0V6cdgQlyo&sig=Xp0DWNKkjOq7crM-mlkID1WlkCo&hl=es&sa=X&ei=NmyAT9bPF4WR0QHEqpXdBw&ved=0CCQQ6AEwAQ#v=onepage&q=qu%C3%A9%20es%20monotop%C3%ADa&f=false>

López, A.L.; Caita, G. y Bernal, C.E. (2007). Dinámicas de las unidades de paisaje en una expedición a la laguna de Guatavita y las Rocas de Suesca en la sabana de Bogotá. Informe sin publicar. El medio natural “escenarios de nuevas alternativas de desarrollo”. Doctorado en Nuevos Recursos y Sustentabilidad en Turismo. Universidad de Salamanca.

López A.L. (2008). Entrevista directora Comité Turístico de Suesca. Trabajo de campo realizado el 4 de mayo de 2008. Entrevista a Patricia Valencia Directora del Comité Turístico de Suesca y operadora turística; Oscar Alejandro Cristancho profesor de danza folclórica y guía turístico y a Javier Ramírez: dueño del hotel “La Posada de la Montaña.

López, A.L.; Tabares, G.E. y Vega, R.A. (2008-a). *Sistemas Integrados para la Gestión Empresarial (SIGE): guía práctica para integrar a la gestión empresarial otros sistemas de gestión mediante el cuadro de mando integral*. Bogotá: Fondo Editorial Universidad Antonio Nariño.

López, A.L. (2009). Sistema Integrado de Gestión para empresas turísticas. *Estudios Gerenciales*, 25 (112), 131-150.

- López, C. (2003). *Redes Empresariales: experiencias en la región Andina*. Minka: Trujillo, *Obra desarrollada con asistencia técnica de la CEPAL y financiada por la Cooperación Italiana*. Perú.
- López, J.M. y López, L.M. (2007). Diferencias territoriales en la planeación y gestión de los destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo, No. 19*, pp. 71-90.
- López, J.M. y López, L.M. (2008). La capacidad de carga turística: Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad. *Revista el Periplo Sustentable. Número 15* (pp. 123-150). Universidad Autónoma del Estado de México.
- Maldonado, C. (2008). El dilema de la cohesión social: Redes sociales e Instituciones. *Revista Latinoamericana de Bioética. Vol. 8, (2)*, 10-19. Consultado el 20 de marzo de 2013 de:  
<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/1270/127012550002.pdf>
- MCIT (2003) -Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-. Turismo para un nuevo país. Plan Sectorial de Turismo 2003-2006. Bogotá. Consultado el 8 de julio de 2008 de:  
<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/VerImp.asp?ID=1118&IDCompany=1>
- MCIT (2004). *Guía para la inversión en turismo: Fortalezas, incentivos y herramientas institucionales, "Estudio de Competitividad del Sector Turístico"*, Bogotá D.C.: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- MCIT (2005). Acuerdo de cooperación entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, el Ministerio de Cultura de Colombia, Proexport Colombia y la Organización Mundial del Turismo. Consultado el 11 de noviembre de 2011 de:  
<https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=12190>
- MCIT (2007). Boletín estadístico. Consultado el 15 de enero de 2008 de:  
<http://www.mincomercio.gov.co>
- MCIT (2008 - a). Colombia, destino turístico de clase mundial. Plan Sectorial de Turismo 2007-2010 (Documento preliminar). Bogotá. Consultado el 17 de julio de 2008 de:  
<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/VerImp.asp?ID=1118&IDCompany=1>
- MCIT (2008 - b). Política de calidad turística. Consultado el 3 de marzo de 2008 de: [www.fenalcovalle.com/resource/download/res=117&id=275&n=4](http://www.fenalcovalle.com/resource/download/res=117&id=275&n=4),

MCIT (2009-a). Boletín estadístico: enero - diciembre de 2010. Consultado el 01 de septiembre de 2011 de:

<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/Boletin/2009-TurismoDiciembre.pdf>

MCIT (2009-b). Análisis Sectorial y Registro Nacional de Turismo. Consultado el 19 de octubre de:

<https://www.mincomercio.gov.co/descargar.php?id=58025>

MCIT (2010). Boletín estadístico: enero - diciembre de 2010. Consultado el 01 de septiembre de 2011 de:

<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/2010/2010-Turismodiciembre.pdf> Estadísticas 2010.

MCIT (febrero 01 de 2011). Éxito de Colombia en FITUR le apunta a más inversión: Ministro Díaz Granados. Consultado el 09 de febrero de 2011:

<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/verimp.asp?id=8562>.

MCIT (2012-a). Informe turismo octubre de 2011. Consultado el 24 de enero de 2012 de: <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=16590>

MCIT (2012-b). Dinámica de la economía mundial y comportamiento en Colombia: 1 trimestre de 2012. MCIT, *Oficina de Estudios Económicos*. Consultado el 14 de agosto de 2012 de:

<https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=15870>

MCIT (2012-c). ABC Programa de Transformación Productiva. Consultado el 31 de octubre de:

<https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=18033>

MCIT (s.f.). Normatividad Turismo. *Portal web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia*. Consultado el 19 de octubre de 2012 de:

<http://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=13311>

MCIT (2013). Informe turismo Enero de 2013. Consultado el 21 de abril de 2013 de: <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=16590>

Medellín, B.; Jorge, A. y Fajardo, D. (2006). Mi tierra. *El diccionario de Colombia*. 1ª. Edición. Colombia: Grupo Editorial Norma.

Méndez, C. (1995). *Metodología: guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. Bogotá D.C. : McGraw-Hill.

- Melgosa, F. (s.f.). Consideraciones ambientales en las leyes de ordenación del turismo de las comunidades autónomas. E.U. de Educación y de Estudios Turísticos Universidad de Salamanca. Consultado el 17 de enero de 2013 de: [http://www.estiq.ipbeja.pt/~ac\\_direito/consamb.pdf](http://www.estiq.ipbeja.pt/~ac_direito/consamb.pdf)
- Melgosa, F. (2005). Del desarrollo sostenible al turismo sostenible. La integración del medio ambiente en el sector turístico. En Ramos, P. (Comp.). *Gestión del medio ambiente*, pp.189-236. Salamanca: Escuela de Educación y Turismo Universidad de Salamanca.
- Merlo, J.A. (2003). La evaluación de la calidad de la información web: aportaciones teóricas y experiencias prácticas. *Sociedad de la Información*, 8. pp. 101-110. Mérida: Junta de Extremadura, Universidad de Salamanca. España.
- Meyer, D. (2002). *Turismo y Desarrollo Sostenible*. Bogotá D.C.: Universidad Externado de Colombia.
- Michael, F. y Stacey, L. (1999). *Arando en el mar: fuentes ocultas de la creación de riqueza en los países en desarrollo*. México D.F.: Editorial McGraw-Hill.
- MinTIC (2013) -Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones-. ¿Qué esperas para hacer de tu región un destino TIC?. Consultado el 04 de abril de 2013 de: <http://www.mintic.gov.co/index.php/blogd/2004-que-esperas-para-hacer-de-tu-region-un-destino-tic>
- Mincetur<sup>222</sup> (2007). Proyectos de inversión en desarrollo turístico. Plan multianual de inversiones en proyectos de desarrollo turístico 2007-2013. Consultado el 14 de febrero de 2011 de: [www.regionlalibertad.gob.pe/opi/documentos/.../Presentacion3.pdf](http://www.regionlalibertad.gob.pe/opi/documentos/.../Presentacion3.pdf)
- Miranda, G. (2006). La participación del turismo en la modificación del paisaje cultural de Malinalco, Estado de México. Pasos: *Revista de turismo y patrimonio cultural*. Vol. 4 No. 2, pp.201-211.
- Morales, M.; Otero, J.; Van der Hammen, T.; Torres, A.; Cadena, C.E.; Pedraza, C.A. et ál. (2007). Atlas de páramos de Colombia. (1ª. ed.). Bogotá D.C.: Grey Comercializadora Ltda.
- Moreno, F.; Marthe, N. y Rebolledo, L. (2010). *Cómo escribir textos académicos según normas internacionales: APA, IEEE, MLA, VANCOUVER e ICONTEC*. Barranquilla Colombia: Ediciones Uninorte.

---

<sup>222</sup> Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú.



- Moreno, I. (2007). *Manejo Integral Costero: Por una costa más ecológica, productiva y sostenible. Vol. 3. 2007.* Palma de Mallorca: Cooperació al Desenvolupament i Solidaritat.. Graficas Planisi. S.A.
- Moreno, V.; García, J.F. y Villalba, J.C. (2002). *Descripción general de los humedales de Bogotá.* Bogotá D.C.: Sociedad Geográfica de Colombia. Academia de Ciencias Geográficas.
- Mosquera, J. (2006). Planificación Ambiental y Arquitectura Sostenible. *Revista Ambiental, Aire, Agua y Suelo. Vol.1 (2)*, pp. 87-93. Facultad de Ingenierías y Arquitectura. Universidad de Pamplona.
- Municipio de Suesca (2007). Historia del parque de escalada. *Página oficial del municipio de Suesca.* Consultado el 25 de noviembre de 2007 de: [http://www.suesca.com/VBeContent/home.asp? Profile=1](http://www.suesca.com/VBeContent/home.asp?Profile=1)
- Municipio de Suesca (2007-a). Sitios Turísticos. *Página oficial del municipio de Suesca.* Consultado el 23 de octubre de 2007 de: <http://suesca-cundinamarca.gov.co /sitio. shtml>
- Municipio de Suesca (2008-a). Piedras de Suesca (poema). *Página oficial del municipio de Suesca.* Consultado el 21 de agosto de 2008 de: <http://suesca-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=m1T1--&m=f>
- Municipio de Suesca (2008-b). Prehistoria. *Página oficial del municipio de Suesca.* Consultado el 21 de agosto de 2008 de: <http://suesca-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=m1T1--&m=f>
- Municipio de Suesca (noviembre 15 de 2012). La minería ilegal será tipificada como delito. *Página oficial del municipio de Suesca.* Consultado el 09 de mayo de 2013 de: <http://www.suesca-cundinamarca.gov.co/noticias.shtml?apc=Cnxx-1-&x=1809256>
- Muñoz de Escalona, F. (2007). El turismo explicado con claridad: autopista del turismo 2a. parte. *Eumed.net.* Barcelona, España. Consultado el 23 de marzo de 2009 de: [www.eumed.net/libros/2007c/310](http://www.eumed.net/libros/2007c/310)
- Muñoz, A. (2005). *Logística y Turismo.* Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Navarrete, J.D.; Montoya, L.A. y Montoya, I.A. (2009). Clústeres como un modelo en el desarrollo de los negocios electrónicos. *Revista Innovar, Vol. 19, No. 34*, pp. 35-52, Bogotá D.C.
- Navdi, K. (1995). Industrial Cluster and Networks: cades studies of SMES growth and inovation. *UNIDO report*, Viena, Austria.

- Oficina de Planeación Municipal Suesca-Cundinamarca (Mayo de 2001). EOT: Cartografía Municipio de Suesca. Consultado el 01 de Abril de 2013 de: [http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoConocimiento/D/dc-sig\\_pot\\_suesca/dc-sig\\_pot\\_suesca.asp](http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoConocimiento/D/dc-sig_pot_suesca/dc-sig_pot_suesca.asp)
- OMT (1980) -Organización Mundial del Turismo-. Declaración de Manila sobre el turismo mundial. *Conferencia Mundial de Turismo*. Consultado el 8 de noviembre de 2011 de: <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=12190>
- OMT y NU (2001). Código ético mundial para el turismo. Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas. 21 de diciembre de 2001. Consultado el 11 de noviembre de 2011 de: <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=12190>
- OMT (2003). Declaración de Djerba sobre Turismo y Cambio Climático. Djerba Túnez, 9 al 11 de abril de 2003. Consultado el 11 de noviembre de 2011 de: <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=12190>
- OMT (2009). El turismo al servicio de los objetivos de desarrollo del Milenio. Desarrollo Sostenible del Milenio. Consultado el 20 de octubre de 2010 de: <http://turismoyreducciondelapobreza.blogspot.com/>
- OMT (2011). Panorama OMT del turismo internacional. Consultado el 20 de abril de 2012 de: [http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr\\_4.pdf](http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr_4.pdf)
- OMT (2012). Panorama OMT del turismo internacional. Consultado el 04 de febrero de 2013 de: <http://mkt.unwto.org/es/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2012>
- OMT (2013). El turismo internacional mantendrá un crecimiento fuerte en 2013. Comunicado de prensa. Consultado el 04 de febrero de 2013 de: <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-01-29/el-turismo-internacional-mantendra-un-crecimiento-fuerte-en-2013>
- Olivanti, V. (Abril de 1992). L'impresa a Rete nei Settori Tradizionali: Potenzialità e Limiti. *Economia Marche*, No. 1, Italia.
- Osmont, A. (2003). Ciudad y Economía: la ciudad inclusiva. *Cuadernos de la CEPAL* (88). Publicaciones Unidas. Chile. pp. 11-28.

- Otero, A. (2007). La importancia de la visión del territorio para la construcción del desarrollo competitivo de los destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, No. 19, pp. 91-104.
- Palafox, A. (2005). *Turismo: teoría y praxis*. Barcelona: Universidad de Quintana Roo. [UQROO]
- Pérez, A.<sup>223</sup>(2000). Estructura ecológica principal de la sabana de Bogotá. *Sociedad Geográfica de Colombia. Academia de Ciencias Geográficas. Bogotá D.C.*
- Pyke, F. y Sengenberger, W. (1992). Industrial Districts and Local Economic Regeneration. *OIT*. Suiza.
- PNUMA<sup>224</sup> y OMT (2002). Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo. Año Internacional del Ecoturismo. Consultado el 8 de noviembre de 2011 de: <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=12190>
- Perdomo, M.A. (2007). Calidad turística, según la Estrategia. *Cuadernos de Turismo*, No. 10, pp. 7-10. Consultado el 27 de julio de 2007 de: [www.linea-e.com/cuadernos/pdfs/numero10/calidadturisticasegun.pdf](http://www.linea-e.com/cuadernos/pdfs/numero10/calidadturisticasegun.pdf) -
- Petronivs (20 de junio de 2012). Otra aberrante trama del Cerrejón y Gobierno Colombina. Consultado el 21 de febrero de 2012 de: <http://www.soyperiodista.com/denuncias/nota-14232-otra-aberante-trama-del-cerrejon-y-gobierno-colomb>
- Portafolio (enero 08 de 2012). Páramo de Santurbán es declarado parque natural del país. Consultado el 21 de febrero de 2013 de: <http://www.portafolio.co/economia/paramo-santurban-es-declarado-parque-natural>
- Porter, D. (1997). *Managing Growth in America's Communities*. Covello, California U.S.A.: Island Press. pp. 1-51, 261-285 citado en Otero (2007)
- Prats, J.M.<sup>225</sup> (2008). Como oro en paño. La Garrotxa, un ejemplo de planificación de espacios protegidos. *Revista Actualidad LEADER: Número monográfico*. Publicación de la Unidad de Promoción y Animación del Desarrollo Rural. Egraf, España. p. 18-19.
- Quintar, A. y Gatto, F. (1992). *Distritos Industriales Italianos*. CEPAL, Buenos Aires, Argentina.

---

<sup>223</sup> Ingeniero geógrafo. Consultor Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca. CAR

<sup>224</sup> PNUMA: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente

<sup>225</sup> Técnico del Parque Natural Zona Volcánica de la Garrotxa- España

- Rabellotti, R. (1998). Recovery of a Mexican Cluster: devaluation, bonanza or collective efficiency?. Working paper No. 71, Julio de 1998, *Institute of Development Studies*, University of Sussex, Sussex, Inglaterra.
- Ramos, A. y Gómez, A. (2010). *Desarrollo del Turismo Interior Comunitario a través de las TIC'S: una oportunidad para la inclusión social y a descentralización con apoyo de la Secretaría General Iberoamericana*. Madrid España: edición AHCIET
- Ramos, D. (23 de febrero de 2012). Ponencia: Marketing aeroportuario y turismo cultural. Fundamentos teóricos estudio de casos. V *Jornadas de Turismo de la Universidad Europea de Cervantes Valladolid*. Consultado el 17 de enero de 2013 de:  
[http://www.uemc.es/es/Empresas/comunicacion/noticias/PublishingImages/Curso%202011-2012/Febrero%202012/V%20Jornada%20Turismo/Marketing%20aeroportuario%20y%20planificacion%20estrategica%20del%20turismo%20\[Modo%20de%20compatibilidad\].pdf](http://www.uemc.es/es/Empresas/comunicacion/noticias/PublishingImages/Curso%202011-2012/Febrero%202012/V%20Jornada%20Turismo/Marketing%20aeroportuario%20y%20planificacion%20estrategica%20del%20turismo%20[Modo%20de%20compatibilidad].pdf)
- Ratto, N. (2000). Proyecto de turismo eco-cultural para la provincia de Catamarca: 1ra. Fase (Dpto. de Andalgalá). *Ciudad virtual antropológica y Arqueológica. Recursos de investigación*. Consultado el 14 de febrero de 2011 de:  
<http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/norma%20ratto.htm>
- Rausell, P. y Marco, F. (2006). Una Aproximación al Turismo Urbano. El Valor de la Ciudad Empaquetada en el Caso de Valencia. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente (RESTMA)*, Número 2, Septem Ediciones. España. pp. 7-27 .
- Regalado, O. (2009). Efectos de las nuevas tecnologías en la intermediación del sistema turístico de los países de América Latina: un marco conceptual. Consultado el 25 de marzo de 2009 de:  
<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00036.pdf>.
- Resolución 384 de 2007. Por la cual se determinan los sitios de interés turístico de que tratan los numerales 1 y 2 del artículo 1° de la Resolución 0347 de 2007. Diario Oficial No. 46.557 de 1 de marzo de 2007, Bogotá, Colombia.
- Rivas, J. (2004). *Estructura y Economía del Mercado Turístico*. España: Septem Ediciones.
- Rodríguez, J. (1996). Familia y política: controversias y futuro. *Publicaciones de la Universidad Pontificia Comillas*. Madrid- España.

- Ros, F. (2005). El forastero, el nativo y sus huellas. Una aproximación antropológica al turismo. En Alba, J. y Val, E. (Comp.), *Turismo y Gestión del Territorio. Primera Edición*, (pp. 17-46). Zaragoza- España: Novalia Electronic Editions. Consultado el 02 de marzo de 2012 de: <http://www.dpz.es/turismo/novedades/2007/turismoyterritorio.pdf>
- San Martín, H. y Rodríguez del Bosque, I. (2005). Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador. *Editorial Universidad de Cantabria*. España.
- Santana, A. (2005). *Antropología y turismo*. España: Editorial Ariel.
- Santos, M.L.; Sanzo, M.J.; García, N. & Trespalacios, J. (2009). Procesos de aprendizaje en las pyme industriales españolas: efectos en la innovación, calidad de la oferta y resultados empresariales. *Innovar. Vol. 19, No. 33*, 35-54.
- Santos, J.M. (diciembre 13 de 2011). Con reforma a las Regalías y Ley de Ordenamiento Territorial alcaldes y gobernadores tienen una oportunidad de oro en sus manos. Consultado el 26 de octubre de 2012 de [http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2011/Diciembre/Paginas/20111213\\_10.aspx](http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2011/Diciembre/Paginas/20111213_10.aspx)
- Santos, J.M. (mayo 22 de 2012). Palabras del presidente Juan Manuel Santos en la promulgación de la ley sobre el nuevo Sistema General de Regalías. Consultado el 31 de octubre de 2012 de: [http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2012/Mayo/Paginas/20120522\\_07.aspx](http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2012/Mayo/Paginas/20120522_07.aspx)
- Salvador, J.A; Angós. J.M. (2001). *¿Evaluar la calidad d los recursos Web o simplemente filtrarlos?. Documentación de las Ciencias de la información, No. 24*, pp. 105-126. Universidad de Zaragoza (España).
- Semana.com (12 de marzo de 2011). Desigualdad extrema. Consultado el 26 de mayo de 2012 de: <http://www.semana.com/nacion/desigualdad-extrema/153207-3.aspx>.
- Semana (04 de agosto de 2012). Cerro Matoso: mina rica, pueblo pobre. Reportaje Revista Semana. Bogotá D.C. – Colombia.
- Semana (13 de abril de 2013). La cara bonita de Colombia. Reportaje Revista Semana. Bogotá D.C. – Colombia.
- Senn, M.; Arenas, A.; Sánchez, C. et ál. (2006). *Plan de competitividad turística de Bogotá 2015*. Bogotá D.C.: Alcaldía Mayor de Bogotá.

- Toro, G.A. (2006). La política de calidad turística y las normas técnicas sectoriales de turismo, *Tourism Consulting*, Cali – Colombia.
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 4 No. 2, pp. 175-182. Universidad del Salvador (Argentina).
- UIA (junio de 2007) -Unión Industrial Argentina-. Cadena de Valor de la Industria Turística en el Norte Argentino (memorias). *Sexto Foro Federal de la Industrial- Región Noreste. Realizado el 7 y 8 de junio de 2007 en Salta*. Consultado el 25 de marzo de 2009 de:  
[www.uia.org.ar/download.do?id=685](http://www.uia.org.ar/download.do?id=685)
- UNCTAD (2011). Las TIC y el turismo: una alianza natural. *Conferencia de las naciones Unidas sobre el comercio y el desarrollo*. Consultado el 04 de diciembre de 2011 de:  
<http://www.unctad.org/templates/Page.asp?intltemID=3609&lang=3&print=1>
- Universidad de los Andes. (Marzo de 2011). Contra la explotación minera en el páramo de Santurbán. Comunicado de prensa. *Congreso Visible. Org.* Consultado el 02 de junio de 2012 de:  
<http://www.congresovisible.org/agora/post/contra-la-explotacion-minera-en-paramo-de-santurban/931/>
- Vallejo, F. y Rentería, C. (2006). Plan Nacional de Desarrollo Científico, Tecnológico y de Innovación 2007 – 2019: informe de avance par divulgación y concertación. *Colciencias y Departamento Nacional de Planeación*. Bogotá- Colombia.
- Vásquez, J.A.; Posada, A; Laytón, P. (2010). Perspectiva del ecoturismo en el altiplano cudiboyacense para conformar una red local. *Rev. U.D.C.A Act. & Div. Cient.* 13 (1), pp.147-156. Consultdo el 25 de marzo de 2011 de:  
<http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v13n1/v13n1a16.pdf>
- Velásquez, F.; Peña, J.R.; Macía, A.F. (2005). Agencias de viajes: nuevos retos en la industria del turismo. *Revista Estudios Gerenciales*. No. 96 Julio-Septiembre de 2005. pp.141-173. Universidad ICESI, Colombia.
- Venturini, E. (2003). *Patrimonio cultural, turismo y desarrollo local: el camino de las estancias jesuitas*. Centro de investigaciones turísticas. Universidad Nacional del Mar del Plata. Argentina: Editorial Red Aportes y Transferencias (e-libro.com)

- Viana, J. (2008). Colombia ocupa el lugar 71 en competitividad turística, entre 130 países. *El Tiempo*, Bogotá D.C.
- Villa, D. (Presentación Power Point, julio de 2001). Desarrollo Agropecuario Sustentable y Formación de Redes de Valor. *FIRA*. México.
- Vizcaíno, K. (2010). La trascendencia de las TIC en el sector turístico. *Revista jurídica. Universidad Latina de América*. Consultado el 04 de diciembre de 2011 de:  
<http://www.unla.edu.mx/iusunla18/opinion/La%20trascendencia%20de%20las%20TIC%20en%20el%20sector%20turistico.htm>
- Yunis, E. (2006). Desafíos de la sostenibilidad en turismo. Implicaciones para la conservación de áreas naturales protegidas. *Revista Estudios Turísticos*. No. 169-170. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Instituto de Estudios Turísticos. España, pp. 77-83.
- Zuluaga, P.A. (2006). Una mirada al paisaje como recurso turístico. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo –RIAT-*. Volumen 2, número 2. Consultado el 09 de agosto de 2009 de:  
<http://riat.utralca.cl/pdf/numero2/pdf8.pdf> (consultado en agosto 2009).

## **DESCRIPCION DE LOS ANEXOS**

Los mapas que se adjuntan a este documento como anexos fueron elaborados por el Instituto Agustín Codazzi en formato pdf., que facilita acciones para acerca la imagen y visibilizar capas de atributos. Algunos se adquirieron directamente en la institución y otros están disponibles en sitios web oficiales como: Gobernación de Cundinamarca<sup>226</sup>, Presidencia de la República<sup>227</sup> e Instituto Agustín Codazzi<sup>228</sup>.

Anexo A: División político administrativa de Colombia.

Anexo B: Mapa físico- político Colombia.

Anexo C: División político- administrativa de Cundinamarca.

Anexo D: Clasificación del suelo de Suesca.

Anexo E: Cobertura del suelo de Suesca.

Anexo F: Conflictos en el uso del suelo.

Anexo G: Exploración Minera en Suesca.

Anexo H: Zonificación Ambiental de Suesca.

Anexo I: Zonificación producción en Suesca.

Anexo J: Red hídrica principal en Suesca.

Anexo K: Tratamientos en el suelo urbano de Suesca

Anexo L: Corredores ambientales de Suesca.

Anexo M: Equipamiento urbano sugerido para Suesca.

Anexo N: Mapa Zipaquirá- Suesca.

Anexo O: Mapa físico- político de Cundinamarca.

Anexo P: División político administrativa de Suesca.

Anexo Q: Mapa geológico de Suesca.

Anexo R: Procesos erosivos en Suesca.

Anexo S: Mapa atractivos turísticos Suesca. Elaboración propia

---

<sup>226</sup> [http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoConocimiento/D/dc-sig\\_pot\\_suesca/dc-sig\\_pot\\_suesca.asp](http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoConocimiento/D/dc-sig_pot_suesca/dc-sig_pot_suesca.asp)

<sup>227</sup> <http://web.presidencia.gov.co/asiescolombia/mapapolitico.pdf>

<sup>228</sup> <http://geoportal.igac.gov.co/ssigl2.0/visor/galeria.req?mapald=7>