



Engreth J. Vega Gómez

ANÁLISIS DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE BOYACÁ, COLOMBIA

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Dirigido por la Dra. Marta G. Nel-lo Andreu

Grado de Turismo



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Villaseca

2019



	INDEX
ÍNDIX DE FIGURAS	3
RESUMEN	5
AGRADECIMIENTOS.....	6
3 INTRODUCCION: objetivo del trabajo, motivación e hipótesis.....	7
4. METODOLOGIA	9
5. ORIGEN DEL TURISMO EN COLOMBIA.....	10
5.1. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (Mincit): Principales acciones para la competitividad del sector.....	14
5.2. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (2010-2014).....	16
5.3. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (2014-2018).....	18
5.4. PLAN SECTORIAL DEL TURISMO (2014-2018).	20
6. SITUACION ACTUAL DEL TURISMO EN COLOMBIA.	24
7. PRINCIPALES ATRACTIVOS TURISTICOS DE COLOMBIA.....	33
8. SITUACION ACTUAL DEL TURISMO EN BOYACA.....	40
8.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURISTICA	45
8.2. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA BOYACA.....	51
8.3. PLAN DE DESARROLLO BOYACA (2016-2019).....	53
8.4. PRINCIPALES ATRACTIVOS TURISTICOS DE BOYACA	55
8.4.1 TURISMO DE NATURALEZA	58
8.4.2 TURISMO CULTURAL	60
8.5. PROMOCION TURISTICA Y EL USO DE LAS TICS.....	69
9. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL TURISMO EN BOYACA.....	72
10. REFLEXIONES Y CONSIDERACIONES	74
11. BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA	78

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Situación del turismo a través de los principales indicadores turísticos en Colombia (1996-2001).....	12
Figura 2. Evolución de los principales indicadores turísticos en Colombia. (2011-2018)	26
Figura 3. Participación porcentual de la actividad económica Hoteles y Restaurantes dentro del Producto Interior Bruto Departamental. (Año 2016p).....	29
Figura 4. Valor agregado por regiones en la actividad económica de Hoteles y Restaurantes (Año 2016P)	30
Figura 5. Distribución de plazas en Alojamiento y Hospedaje por Departamento. (Año 2017Pr).....	31
Figura 6. Principales departamentos con mayor número de plazas en Alojamiento y Hospedaje. (2017pr).....	32
Figura 7. Situación geográfica de Colombia	33
Figura 8. Regiones geográficas de Colombia.....	35
Figura 9. Principales actividades turísticas en Colombia	36
Figura 10. Rutas turísticas por región geográfica.	38
Figura 11. Evolución de los principales indicadores de Boyacá (2014-2018).....	41
Figura 12. Participación del turismo extranjero en Boyacá vs. Total Colombia, 2018	42
Figura 13. Participación de visitantes no Residentes, en Boyacá. (2018)	45
Figura 14. Visitantes extranjeros no residentes: Turistas vs. Excursionistas. (2018).....	45
Figura 15. Motivación del viaje.....	46



Figura 16. Tipo de Alojamiento utilizado (2018)	46
Figura 17. Principales Destinos de Viaje (2018).	47
Figura 18. Actividades Realizadas.....	48
Figura 19. Turismo Interno: Turistas vs. Excursionistas.....	48
Figura 20. Motivación del Viaje	48
Figura 21. Tipo de Alojamiento utilizado (2018)	49
Figura 22. Principales Destinos de Viaje (2018).	50
Figura 23. Situación Geográfica del Departamento de Boyacá, Colombia	55
Figura 24. Principales Actividades Turísticas en potencia dentro del territorio Boyacense.....	59
Figura 25. Anillos Turísticos de Boyacá	61
Figura 26. Principales Municipios y Atractivos turísticos por vocación territorial.	66



RESUMEN

El turismo en Colombia ha mostrado en estos últimos años un crecimiento lento pero muy favorable. Un cambio que se inició hace ya dos décadas con la ley general de turismo (ley 300 de 1996) y la posterior implementación de políticas y planes para su desarrollo. Teniendo en cuenta esto, el presente trabajo centra su análisis en el desarrollo turístico del departamento de Boyacá; describiendo, analizando y contrastando las acciones establecidas en los más recientes planes concernientes al turismo, para posteriormente exponer a modo de conclusión, algunas reflexiones y consideraciones que permitirán comprender porque el sector del turismo no logra consolidarse como eje de desarrollo económico, social y ambiental en la región Boyacense.

Palabras clave: Boyacá, Colombia, Desarrollo turístico, Planes de desarrollo, Políticas públicas, Promoción turística, Productos turísticos, Tics.

ABSTRACT

Tourism in Colombia has shown a slow but favorable growth in recent years. This change began two decades ago with the general tourism law (law 300 of 1996) and the subsequent implementation of policies and plans for its development. Taking this into account, the current paper focus the analysis about tourism development of the Boyacá department; describing, analyzing and contrasting the actions set out in the most recent plans concerning tourism, and subsequently offering some reflections and considerations as a conclusion with the aim of understanding why the tourism industry has not been able to consolidate yet as an axis of economic, social and environmental development of the Boyacense region.

Keywords: Boyacá, Colombia, Tourism development, Development plans, Public Policies, touristic promotion, tourism products, ICT.



AGRADECIMIENTOS

Expresar mi agradecimiento de manera especial a mi esposo, por su paciencia y apoyo incondicional a cada paso que he dado durante la carrera.

De Igual forma, agradecer la gran labor impartida por el profesorado de la facultad y a la Universidad Rovira i Virgili por aceptar la propuesta del presente trabajo; especialmente a la Dra. Marta G. Nel-lo Andreu, por su apoyo y asesoría en la consecución de este objetivo.



3 INTRODUCCION: objetivo del trabajo, motivación e hipótesis

Colombia es un país que posee un gran atractivo turístico por su gran riqueza natural, cultural, e histórica, que la han ido convirtiendo a través de los años en un destino potencial, muy especialmente desde las dos últimas décadas, momento en el cual el sector del turismo comenzó a adquirir un papel relevante como industria y herramienta estratégica para el desarrollo económico y social de sus regiones y población; a tal punto, que hoy día se puede afirmar que el país se encuentra inmerso dentro del conjunto de países en vía de desarrollo que se han visto beneficiados por un crecimiento lento pero muy favorable en cuanto a llegadas de turistas, de acuerdo a las actuales tendencias del turismo y las cifras así reportadas por el barómetro de la OMT.

Ahora bien, teniendo en cuenta la anterior consideración, el presente trabajo se ha llevado a cabo con el objeto de analizar el desarrollo y papel que juega el sector turístico dentro del departamento de Boyacá, foco principal de este análisis; y determinar, hasta qué punto se ha visto beneficiado del crecimiento actual del sector dentro del país o si por el contrario su participación es nula, lo que nos llevará al mismo tiempo a indagar y analizar las causas de este hecho.

La razón de abordar este tema obedece al interés de encontrar respuestas del porque a pesar de las acciones emprendidas para promocionar el turismo, el sector no logra consolidarse; siendo Boyacá un departamento que cuenta con grandes recursos naturales y culturales, así como de elementos diferenciadores respecto a otros departamentos, tales como ser escenario y epicentro histórico en la gesta libertadora del país, poseer herencia patrimonial de una importante cultura prehispánica y su privilegiada localización geográfica respecto a la capital y otros centros urbanos; el turismo no adquiere un papel más protagónico como base fundamental en el desarrollo de la región y la población.

Los resultados del análisis nos dará una aproximación más real sobre el estado actual del turismo en el departamento a fin de poder evaluar y reflexionar y establecer nuevas consideraciones a tener en cuenta sobre todo aquello que no se



ha hecho o se ha dejado de hacer respecto al desarrollo de la región y el turismo como fuente canalizadora de progreso económico, social y ambiental para el departamento.



4. METODOLOGIA

El presente trabajo emplea como método de investigación, el análisis de tipo documental, el cual se estructura de la siguiente manera: en primer lugar, se realiza una revisión y análisis de los documentos más recientes en relación a políticas y planes de desarrollo nacional y departamental, plan sectorial del turismo, y planes de desarrollo turístico departamental, principalmente; en donde se sientan las bases actuales del turismo así como los diferentes objetivos, estrategias, programas y acciones que se han establecido en materia de turismo a nivel nacional y departamental, y en segundo lugar, se contrastará si la información contenida en dichos documentos se corresponden a la realidad para lo cual emplearemos el análisis de los principales indicadores turísticos disponibles, artículos y prensa nacional y gubernamental, de tal manera que la información obtenida nos brinde una información aproximada y suficiente que conteste a cada una de las inquietudes propuestas a fin de exponer las reflexiones y conclusiones oportunas del presente trabajo.

Cabe agregar que las fuentes estadísticas empleadas, son objeto también de análisis puesto que fueron puestas en marcha hace dos años aproximadamente como una de las principales acciones para el fortalecimiento de la información estadística nacional y departamental. Nos referimos a SITUR (Sistema de Información Turística de Boyacá) y CITUR (Centro de Información Turística de Colombia); por tanto, la información estadística que brinda, limita el alcance en la contrastación de los planes turísticos del departamento.



5. ORIGEN DEL TURISMO EN COLOMBIA.

El origen del turismo en Colombia data desde los años 20, cuando se inician las primeras construcciones de hoteles en las principales ciudades del país, hecho que se extiende en los siguientes años y se hace necesaria su reglamentación con la creación del Servicio Central del Turismo (Ley 86 de 1931).

Posteriormente, la institución de mayor relevancia en relación al turismo de esa época fue la Corporación Nacional de Turismo de Colombia (1968-1998), la cual reglamentó el sector, promovió la planificación turística y el apoyo a la inversión, adelanto gestiones en capacitación, relaciones internacionales y de promoción de los destinos y la Hotelería, en los siguientes 30 años que duró su funcionamiento (Toro, 2003).

La Ley 60 de 1968, da un empuje al sector apoyando la financiación para la construcción de hoteles y realización de inversiones con fin turístico y establece en primer lugar, el fomento y la protección del sector turismo, catalogado como fuente generadora de divisas y empleo y por tanto se asume que es un sector clave para el desarrollo económico del país y en segundo lugar, estipula la creación, restauración, conservación y mejora de los recursos turísticos del país como interés público y social.

Más adelante, en 1996 nace la primera Ley General del Turismo (Ley 300 de 1996), la cual establece los principios básicos en los que se rige el sector turístico; eleva el nivel de la actividad turística a industria, apoya la descentralización del turismo, determina zonas de desarrollo turístico prioritario, entre otros. Esta ley marcaría un cambio sustancial en la regulación, fomento, planificación y desarrollo del turismo en el país y la protección al consumidor y medio ambiente. (Díaz, 2015).

La ley 300 de 1996, ha sido modificada en dos ocasiones; la actual (La ley 1558 de 2012) continua con los mismos objetivos de desarrollo, promoción, competitividad para la industria turística, pero añade regulación sobre la optimización de la calidad turística.



En ese mismo año, se crea el Fondo de Promoción Turística, en la actualidad, Fondo Nacional del Turismo (FONTUR). Cuyo objetivo viene siendo desde entonces *“administrar los recursos que provienen de la contribución fiscal para la promoción y mejora de la competitividad de los destinos con el fin de incrementar turismo domestico y receptivo, de acuerdo a los lineamientos de la política turística definidos por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo”* (Fontur, 2019).

La siguiente tabla muestra la evolución del turismo para el periodo comprendido entre 1996 a 2001. Periodo en el cual entra en vigor la nueva Ley General del Turismo (ley 300de 1996) que elevaría la importancia del turismo en el país.

Figura 1. Situación del turismo a través de los principales indicadores turísticos en Colombia (1996-2001)

INDICADOR	1996	1997	1998	1999	2000	2001	% 2001-1996
Entrada turistas extranjeros (Miles)	630.510	639.250	674.425	546.035	557.281	664.945	5,4%
Ocupación hotelera %	N.A.	N.A.	40%	39.1%	40.8%	43.2%	3,2 P.P
Divisas generadas por Turismo (millones USD)	1.120	1.043	927	927	1.026	1.209	7,9%
Tasa de crecimiento de divisas por turismo	N.A.	-6,88%	-11,12%	0,0%	10,68%	17,84%	10.9P.P
Participación del turismo en las exportaciones de servicios	51,10%	48,50%	47,50%	49,30%	51,20%	56,10%	5 P.P
Crecimiento de la participación del turismo en las exportaciones	N.A.	-5,09%	-2,06%	3,79%	3,85%	9,57%	4.48P.P
% Participación del turismo en el PIB nacional (precios constantes de 1994)	2,3%	2,1%	2,09%	2,07%	2,07%	2,08%	- 0.2P.P
Tasa de crecimiento del PIB turístico	N.A.	-8,7%	-0,4%	-0,96%	0,0%	0,48%	
Número de empleos directos generados por el turismo	61.192	57.652	78.114	74.520	78.556	41.371	-16281
Tasa de crecimiento de generación de empleo en el sector turismo	N.A.	-5,78%	35,5%	-4,60%	5,42%	-47,34%	- 41.5 P.P

Fuente: Adaptado desde Mincit-Díaz, G. (2015).

De acuerdo a estos datos, las cifras más relevantes hacen referencia a un incremento moderado en relación a la llegada de turistas extranjeros al país para el año 2001 con un incremento de (+5%) respecto al año 1996; es decir, el país recibió 34.435 más turistas extranjeros que al inicio de ese periodo.

Por aquel entonces, la ocupación hotelera mantenía un promedio estable en torno al 40% y las divisas generadas por turismo presentaron un crecimiento del (+7,9%). La



participación del turismo en las exportaciones de servicios sumaban (+5 puntos porcentuales) y con un crecimiento de dicha participación de (4 P.P.).

Por otra parte, durante este periodo, la participación del turismo en el PIB nacional presentó un promedio moderado del 2% sin presentar ningún crecimiento; y el decrecimiento del empleo era cada vez más acentuado. En general, los datos mostraban un turismo que crecía lentamente pero sin cambios relevantes que demostraran que la industria se consolidaba en país.

Según Toro (2003), argumentaba que pese a los instrumentos ofrecidos por la ley general del turismo (Ley 300 de 1996) y la Corporación Nacional del Turismo (Ley 60 de 1968), el sector no era de especial interés para las regiones y sus municipios a causa de la falta de sensibilización sobre los efectos positivos de este, en la economía de sus regiones. Lo que deja entre ver que más allá del desarrollo de las políticas públicas, existía un problema de concienciación y falta de responsabilidad para asumir las competencias en materia de desarrollo.

Posteriormente, con el desarrollo del primer Plan Sectorial de Turismo (2003) y la primera política Sectorial del Turismo (CONPES 3397 de 2005), se evidenciaría la ausencia de competitividad del sector a causa principalmente de deficiencias en infraestructura, falta de seguridad para los viajeros debido al conflicto armado, necesidad de promoción y marketing para productos turísticos, baja formación y capacitación, falta de financiación e incentivos para la empresa turística, carencia de información y uso de las Tics. (Díaz, 2015).

Para hacer frente a estas problemáticas, la Política Sectorial del Turismo (PST, 2005), estableció estrategias dirigidas al fortalecimiento institucional para el desarrollo de la actividad y la mejora de cada uno de las problemáticas anteriormente expuestas. Desde entonces, los posteriores planes de desarrollo y planes sectoriales de turismo de los últimos años han venido trabajando en estrategias, programas y acciones con el fin de seguir haciendo frente a dichas deficiencias y debilidades, en miras de lograr un objetivo claro, y es la competitividad



de los destinos y los productos turísticos para consolidar el turismo doméstico y lograr atraer más turismo receptivo.

Ahora bien, para situarnos en el panorama actual del turismo en Colombia, se hace necesario hacer un repaso sobre las consignas establecidas en materia de turismo, las cuales se encuentran recogidas en los planes más recientes y en vigor, Plan Nacional de Desarrollo (PND 2010-2014), (PND 2014-2018), Plan Sectorial del Turismo (2014-2018), y la labor determinante del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el desarrollo del sector turístico.

5.1. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (Mincit): Principales acciones para la competitividad del sector.

De acuerdo a la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996), es el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit), el encargado de crear y llevar a cabo las políticas públicas en materia de turismo así como la de ejercer las actividades de planeación de acuerdo a los intereses de las regiones y los entes territoriales.

Del mismo modo, a través del decreto 2787 del 17 de agosto de 2006, se creó un Viceministerio de Turismo, cuya función es *“ejecutar y evaluar la política turística, los planes y programas que se deriven de esta con el fin de mejorar la competitividad y sostenibilidad de productos y destinos; y promover el turismo doméstico y receptivo”*. (Mincit).

Desde entonces y hasta la actualidad, el principal reto del Viceministerio es centrar sus esfuerzos en hacer de la industria turística, un sector más competitivo que consolide al país como destino preferente a nivel nacional e internacional.

Se busca por tanto, mejorar la competitividad a través de estrategias de gestión, que permitan fortalecer la cadena de valor y que involucre la colaboración de los diferentes actores del sector público y privado.



La competitividad es la asignatura pendiente desde hace dos décadas. Las principales directrices en política de competitividad son el fortalecimiento de la gestión integral del destino turístico, mejorar la calidad y la sostenibilidad de los servicios y destinos, lograr eficiencia en la formación del recurso humano que trabaja en el sector, promover el desarrollo y mantenimiento de la infraestructura turística estratégica y la facilitación turística.

Las principales acciones lideradas por el Mincit para la mejora de la competitividad en el sector Turístico, son:

- Consolidación de destinos de naturaleza; un ejemplo de esto son: El Camino a Teyuna (ciudad perdida) de la Sierra nevada de Santa Marta (Departamento de Magdalena), La serranía de la Macarena (en el departamento de Meta), Putumayo y Urabá – el Darién (Antioquía y Choco).
- Diseño de nuevos productos; sanear y recuperar activos turísticos bajo su administración; llevar a cabo nuevas obras de infraestructura turística y optimizar las ya existentes; la implementación de una campaña dirigida a empresarios del sector con el fin de obtener la certificación en normas técnicas de calidad en turismo; certificación de tres destinos como destinos turísticos sostenibles; creación de alianzas con instituciones especializadas en enseñanza para la implementación de una segunda lengua en turismo.
- Mejoras en infraestructura y conectividad aérea, marítima, fluvial, terrestre y digital de principales destinos como Bogotá D.C, Bolívar, Antioquia, Valle del cauca, San Andrés y Providencia, Atlántico, Norte de Santander, Santander, Magdalena, Risaralda, Nariño, Quindío, Cesar y Guajira. En este grupo no figura el departamento de Boyacá, objeto de nuestro análisis.
- Optimización de las estrategias en promoción turística, unificando campañas nacionales e internacionales en un único concepto para el turismo receptor y doméstico.
- Creación de un programa nacional para el fortalecimiento de capacidades regionales en gestión pública de turismo y destinación de recursos financieros para la investigación de mercados y el fortalecimiento de las estadísticas del



sector en coordinación con el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística).

- Implementación de políticas públicas y normativas en pro del equilibrio de las tensiones existentes entre competencias del orden nacional y territorial y los derechos adquiridos por particulares de buena fe.
- Gran parte de los trabajadores del sector turístico, trabajan en economía sumergida. El ministerio busca formalizar la actividad a través del Registro Nacional del Turismo (RTN), mediante incentivos tributarios y fiscales para todos aquellos que quieran ceñirse a la norma recogida en el artículo 61 de la ley 300 de 1996, modificado por el artículo 33 de la Ley 1558 de 2012 de la ley general de turismo.

5.2. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (2010-2014).

Existe un Plan Nacional de desarrollo (PND), que recoge los objetivos y lineamientos marcados por el gobierno electo en materia de desarrollo y crecimiento económico para el país en un periodo de cuatro años, siendo el Departamento Nacional de Planeación (DNP), el encargado de la gestión y evaluación de resultados obtenidos de las diferentes políticas, planes y programas diseñados en base a este plan.

De acuerdo a Castro (2007), suele ser una práctica frecuente en países en vía de desarrollo, el diseño y ejecución de políticas de desarrollo turístico a nivel central, ignorando así la participación de las poblaciones locales y sus posibles efectos negativos para el desarrollo de estas áreas en donde se llevan a cabo proyectos turísticos.

Teniendo en cuenta lo anterior consideración, se observa como El PND (2010-2014), bajo el lema "*Prosperidad para todos*", realizó un especial reconocimiento de la situación socio-económica, la disparidad y desigualdad existente entre sus diferentes regiones, para que a partir de esta información, se crearan políticas y programas que contribuyeran al desarrollo y crecimiento de cada una de estas, y de acuerdo a sus necesidades.



El objetivo era consolidar al país y el conjunto de sus regiones como un lugar más equitativo, seguro e incluyente, y con la colaboración estrecha del sector público y privado.

El plan reafirma la importancia del turismo y por ello hace énfasis sobre una serie de factores sobre los cuales se ha de trabajar ya que resultan determinantes para el desarrollo y crecimiento del sector, e insta a aunar esfuerzos para lograrlo. Algunos de los más importantes son:

- Baja calidad de servicios turísticos, no acordes a los estándares internacionales.
- Insuficiencia en infraestructura (vías, transportes, planta turística etc.)
- Escasa conexión aérea y marítima entre sus regiones, lo que imposibilita la comunicación y desarrollo entre regiones.
- Limitada aplicación de políticas nacionales e inaplicabilidad de planes de desarrollo a nivel local.
- Falta de coordinación entre las entidades de orden nacional entorno a las políticas en turismo
- Perdida de la articulación y manejo de los recursos públicos por parte del ministerio de industria comercio y turismo.
- Falta de formación especializada en turismo e idiomas.
- Concienciación sobre las oportunidades sociales y económicas que ofrece el sector.
- Políticas efectivas de desarrollo y financiación en el tejido empresarial.
- Puesta en valor del patrimonio turístico.



5.3. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (2014-2018).

El actual plan es la continuación y evolución del anterior, y su objetivo es reducir la pobreza y las brechas poblacional y territorial en cuanto a la provisión de servicios, salud, educación, servicios públicos, infraestructura y conectividad, teniendo en cuenta el concepto de competitividad como eje fundamental para la consecución de estos objetivos.

El plan recoge diferentes estrategias para lograr la internacionalización del sector productivo de bienes y servicios en pro de aumentar las exportaciones de estos. En lo que compete al turismo, una de estas acciones va encaminada a incrementar los ingresos de la cuenta de viajes y transportes de la balanza de pagos, mediante la ampliación de recursos destinados a la promoción y competitividad del sector, acción liderada por el Mincit y ejecutada por Procolombia y el Fondo Nacional de Turismo (Fontur).

Otra acción contenida en el plan, es la promoción de la cultura a través del fortalecimiento de su infraestructura, la valoración del patrimonio y el desarrollo de procesos de creación artística para garantizar el acceso y disfrute de los bienes y servicios culturales.

De igual forma, hace alusión al turismo verde (rural), planteando la creación de programas regionales que permitan posicionar aquellos productos y servicios provenientes de los ecosistemas de las regiones de la Amazonía, Pacífico, Caribe, centro y Orinoquía. Dichos programas facilitarían el desarrollo de negocios sostenibles basados en las ventajas competitivas regionales de actividades económicas como el ecoturismo, la agricultura orgánica, los alimentos, la farmacéutica y cosmetología, entre otros.

Ahora bien, centrándonos en lo que dice el PND respecto al departamento de Boyacá, el plan da prioridad a "*La conectividad*" de la región:

Boyacá se sitúa geográficamente en la región de Centro-Oriente y Bogotá D.C (compuesto por los departamentos de Cundinamarca, Norte de Santander,



Santander, Bogotá D.C y Boyacá, respectivamente). Se destaca por ser la región con mayor desarrollo económico y social del país; sin embargo, existen desequilibrios regionales en oportunidades y bienestar social entre las zonas urbanas y las zonas apartadas de oriente y occidente del territorio, en donde la falta de conectividad resulta ser la principal causa de estos desequilibrios.

Como principal objetivo se busca descongestionar y articular la red primaria de transporte y desconcentrar los centros logísticos; como segundo, potenciar servicios ambientales de la franja oriental, generar innovación en los sectores competitivos de la franja central y apoyar el emprendimiento cooperado de pequeños productores en la región; y finalmente, reducir el aislamiento y las brechas socio económicas de la franja oriental y occidental de la región. El fin no es otro que lograr integrar la región, mejorar la productividad y reducir la pobreza.

Lo anterior tendrá una repercusión positiva en todos los sectores económicos; entre ellos, el desarrollo de la industria turística ya que como es sabido cuanto mayor sea el desarrollo económico del destino, mayor será la renta disponible de la población, nivel de educación, bienestar social, avance tecnológico lo que finalmente dará paso al crecimiento de la actividad turística (Sancho, 1998).

Otros aspectos no menos importantes para el desarrollo de la región y sobre los cuales se han de aunar esfuerzos son:

El desempleo, el mal aprovechamiento de los recursos naturales, conflictos por mal uso de los suelos, desertificación, tratamiento de aguas, recuperación de ecosistemas estratégicos para el desarrollo de la región, necesidad de fomentar y fortalecer centros de desarrollo industrial en otros puntos de la región para el aumento de la competitividad y que beneficie a más gente, la deficiente capacidad para la construcción y mantenimiento de redes viales por parte de los departamentos, creación de un sistema intermodal de transporte para la descongestión de las principales vías, aprovechando la situación geográfica respecto al río Magdalena y el desarrollo de vías férreas, así como el mejoramiento de vías secundarias y terciarias.



5.4. PLAN SECTORIAL DEL TURISMO (2014-2018).

El plan sectorial de Turismo (PST), es un documento elaborado por el Ministerio de industria, comercio y Turismo (Ley General de Turismo 300 de 1996), en el cual se recogen los objetivos y estrategias a seguir para la consecución de objetivos concretos en materia de turismo.

El actual PST (2014-2018) tiene como principal objetivo impulsar el desarrollo económico regional y posicionar al país como destino turístico competitivo y sostenible; reconocido en el plano internacional.

De igual forma, el documento reafirma los objetivos y estrategias plasmadas en el PND 2014-2018 y se fundamenta en un turismo responsable y sostenible como medio para la construcción de la paz, acogéndose a las directrices marcadas por la OMT para la gestión sostenible en todas las formas de turismo y destinos.

Las estrategias propuestas en este plan son cuatro:

1. Competitividad para el desarrollo turístico regional y territorial.
2. Conectividad competitiva.
3. Promoción del Turismo Nacional e Internacional.
4. Articulación institucional Nación- Región.

1. Competitividad para el desarrollo turístico regional y territorial: Desarrollo competitivo a través del aprovechamiento responsable de los recursos naturales, culturales y étnicos. Para lograrlo, las acciones a seguir son:

- Mejora y construcción de infraestructuras sostenibles en el tiempo para un mejor acceso a los destinos.
- Desarrollo de productos turísticos más competitivos que comporte el uso responsable de los recursos naturales y culturales.
- Mejora de la calidad y la seguridad turística y el incremento de la productividad empresarial y la cualificación del capital humano.



- Promover un turismo responsable, social e inclusivo.

2. La conectividad competitiva: Como base fundamental para que sean efectivas las estrategias encaminadas hacia el desarrollo de los destinos y productos turísticos de potencial atractivo para el visitante.

Las acciones a seguir para mejorar la conectividad:

- Realizar estudios de conectividad, terrestre, marítima, fluvial para que se puedan identificar las necesidades reales de conectividad en los destinos.
- Facilitar el acceso a tecnologías de la información y la comunicación (Tics) de calidad.
- Mejorar los servicios en terminales aéreos, terrestres, marítimos y fluviales.
- Gestionar medios de acceso a los destinos turísticos y en concordancia a su mercado de procedencia.
- Apoyar gestiones de facilitación de viajes que favorezcan la competitividad de los destinos.

3. Promoción del turismo nacional e internacional: Otra estrategia fundamental es la promoción del turismo a nivel regional, nacional e internacional, a través de acciones innovadoras que involucren creatividad, inclusión, sensibilidad social y ambiental.

Principales acciones para la promoción del turismo interno:

- Crear programas de promoción turística para nuevos segmentos de mercado
- Diseñar campañas de promoción nacional de acuerdo a las necesidades de las regiones y el sector turístico.



- Fortalecer la promoción turística de los destinos y productos para el mercado interno, de acuerdo a los resultados de estudios e investigaciones llevados a cabo para tal fin.
- Promoción de rutas y redes turísticas de naturaleza, cultura y temáticas.
- Promoción del patrimonio cultural (ferias y fiestas, gastronomía festividades religiosas y lugares arqueológicos).
- Mejorar la gestión del programa “Negocia Turismo”, para una mejor gestión de venta de los destinos y productos turísticos a través de asistencia técnica y asesoría para la promoción y comercialización turística.
- Promover alternativas a la estacionalidad de la demanda nacional.
- Asistencia y orientación a entidades territoriales en su gestión de proyectos de promoción, para unificarlos a las acciones de campaña nacional.
- Diseñar y ejecutar un programa de promoción y mercadeo para los destinos piloto de territorios de paz.

Principales acciones para la promoción del turismo internacional:

- Desarrollar estudios que permitan conocer los mercados y segmentos de los viajeros por mercado.
- Desarrollar estudios de los principales productos a promocionar: cultura, náutico, cruceros y naturaleza para lograr tener una promoción mas segmentada.
- Posicionar la imagen del país en el exterior.
- Desarrollo de programas para atraer el turismo extranjero en temporadas bajas.
- Captar eventos de talla internacional para Colombia.
- Diversificar e innovar los productos turísticos a nivel regional para el crecimiento del sector.



- Focalizar acciones de promoción en productos, nichos y experiencias para un mejor posicionamiento del país como destino turístico a nivel internacional.
- Promocionar productos de mayor valor agregado para aumentar el gasto del visitante.
- Apoyar la conectividad internacional a través de la facilitación de nuevas frecuencias internacionales y aerolíneas, en el país.

4. Articulación institucional nación-región: Se hace imprescindible la participación, respaldo y articulación de las instituciones a través de la planificación, gestión y ejecución de normativas y políticas públicas a nivel nacional y local, en concordancia con acuerdos públicos y privados para una gestión más eficiente del turismo.

Principales acciones a seguir:

- Creación de un sistema de gobernanza turística y en coordinación con el Mincit para el desarrollo de los destinos bajo criterios de sostenibilidad y sustentabilidad.
- Difundir el marco normativo del turismo.
- Fortalecer el sistema de información turística y el buen uso de esta para la toma de decisiones.
- Fortalecer la comunicación entre el Mincit y las diferentes entidades en gestión de turismo a nivel territorial.
- Ampliar la cooperación internacional para ofertar fortalezas, recibir conocimiento y recursos para el desarrollo turístico.
- Participar activamente en los organismos internacionales de turismo y redes de conocimiento.



6. SITUACION ACTUAL DEL TURISMO EN COLOMBIA.

La importancia de la industria del turismo en la economía de un país se ve reflejada en su capacidad para generar renta, crear empleo, obtener ingresos mediante impuestos, generar empresas, recibir ingresos de divisas que ayudan en el equilibrio la balanza de pagos, contribuir en el desarrollo sostenible de los destinos con potencial turístico, entre muchos otros; y que por tanto, contribuyen a la generación de valor agregado, repercutiendo así, en la economía de los destinos donde se desarrolla la actividad turística.(Sancho,1998).

En Colombia, el turismo comenzó a adquirir apoyos y estímulos con la Ley 60 de 1968; sin embargo, es en 1996 tras la creación de la Primera Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996), la creación de la Dirección de turismo (DITUR) y la colaboración con el Departamento Nacional de Planeación, que se logran desarrollar los primeros Planes Sectoriales de Turismo (cuatro hasta la fecha) y la primera Política Sectorial del Turismo (2003); cuando verdaderamente la actividad turística adquiere especial relevancia y evoluciona en el país. (Díaz, 2015).

En la actualidad, la industria del turismo en el mundo atraviesa por su mejor momento. De acuerdo al Barómetro de la (OMT), en 2018 se registraron 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales, con una media de crecimiento del 6%. Una cifra alcanzada dos años antes de lo previsto y que supera los pronósticos hechos en 2010; de hecho 2018 es el segundo mejor año desde esta fecha.

Las principales (sub)regiones que lideran este comportamiento son Oriente Medio (+10%), África (+7%), Asia y Pacífico con un (+6%), los cuales reportan una media mundial del 6%. Le siguen Europa (6%) y América con un (3%) respectivamente.

Según el informe de la OMT, estos resultados se han visto incentivados por un entorno económico favorable, un crecimiento importante en la demanda de los principales mercados emisores como Rusia (+16%), Francia (+10%) y Australia (+9%), la recuperación de destinos que fueron afectados por las más recientes crisis económicas(Turquía, Grecia, Portugal, España); una mejora de la conectividad



aérea y la facilitación de los visados, lo que ha permitido un aumento de llegadas de turistas internacionales desde China, Arabia, y América.

En relación a América, esta registró un crecimiento del (+3%) con una cuota de participación del 15% del total de llegadas mundiales. Los principales destinos de la región fueron Estados Unidos, México y Canadá los cuales obtuvieron un resultado positivo con una media de crecimiento del 4%; por su parte, América del sur registró un crecimiento del (+3%), destacando los países de Colombia y Ecuador, gracias al aumento en la demanda de países de proximidad que les ha permitido continuar con los buenos resultados desde el 2017. (OMT, 2019).

En efecto, Colombia se ha visto beneficiada de esta demanda, un factor que se suma a la evolución que el sector viene asentando desde hace ya dos décadas tras la implementación de políticas públicas, planes y acciones que han influido favorablemente en el crecimiento de la industria.

A continuación, se presenta una tabla detallada con los principales indicadores turísticos que reflejan la evolución del sector en los últimos ocho años.



Figura 2. Evolución de los principales indicadores turísticos en Colombia
(2011-2018)

INDICADOR	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	18/ 17
Llegada Extranjeros no residentes(millones)	1.496.401	1.591.120	1.726.300	1.967.814	2.288.342	2.528.877	2.837.171	3.104.606	+9,4%
Flujo de pasajeros en vuelos Nacionales (millones)	10,4	16,10	18,9	20.1	22,2	23,1	22,4	23,3	4,02%
Ocupación Hotelera (%)	52	53,9	52,7	52,5	53,2	55,7	56	56,7	+0,7 p.p
Divisas generadas por Turismo (Millones de USD)	3.801	4.363	4.758	4.887	5.235	5.584	5.881	6.630	+12,7 %
Tasa de crecimiento de Divisas generadas por el Turismo (%)	10,50%	14,79%	9,05%	2,71%	7,13%	6,66%	5,31%	12,7%	
Empleo directo generado por el Turismo (millones)	1.599,42	1.682,6	1.726,4	1.783,1	1.818,0	1.823,9	1.902,9	1.974.0	+3,74 %
(%) Participación del Turismo (Hoteles y Rtes.) en el PIB Nacional	3,6	3,59	3,64	3,66	3,7	3,77	3,78	3,74	
Tasa crecimiento PIB Nacional	4,04	3,76	6,35	4,99	4,12	3,91	2,15	2,66	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Citur- Dane, 2019.

De acuerdo a estas cifras publicadas en la plataforma oficial del Centro de Información Turística de Colombia (CITUR), la evolución del turismo en el país durante este periodo, ha sido lenta pero favorable.



En Colombia, al cierre del 2018 se registraron (3.104.606) llegadas de turistas extranjeros no residentes al país, un (+9,4%) que el año anterior. Un porcentaje significativo, teniendo en cuenta la media mundial (6%). Por otra parte, al observar la variación del periodo (2011-2018), este ha obtenido un incremento del (+89,5%), un 1,3 millones más de visitantes respecto a los 1,5 millones registrados en 2011.

El principal motivo de viaje fueron vacaciones, recreo y ocio (75,6%), y motivos profesionales (14,8%). Los destinos más visitados fueron Bogotá D.C (1.253.215 de turistas), seguido de Bolívar (511.874 turistas), Antioquia (379.138 turistas) y Valle del Cauca (184.164 turistas).

En relación al flujo de pasajeros a nivel nacional (por vía aérea), de los 10,5 millones registrados en 2011, ha pasado a 23,3 millones en 2018. Lo que significa un incremento del 122%.

La ocupación hotelera de los últimos 8 años se ha mantenido estable con una media del 54%. En cuanto a las exportaciones por viajes y transporte, se reportaron en el último año ingresos por 6.630 millones de dólares, esto es (+12,7%) que en 2017 y un (+72%) respecto al 2011. Lo que convierte al sector en un importante generador de divisas.

El empleo también crece con un total de 1,9 millones de personas trabajando al finalizar el 2018, un (+3,74%) respecto al año anterior. Durante los últimos 8 años se han generado 375 mil nuevos empleos, es decir, un (+23%) respecto a 2011.

En relación al PIB total del país, este cerró en 854 billones de pesos, presentando un crecimiento del 2,66% más que en 2017; mientras que la cuenta de Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares cerró con 32.904 miles de millones de pesos, un incremento del 3,74% respecto al año anterior. Lo que indica que el turismo creció por encima del PIB nacional.



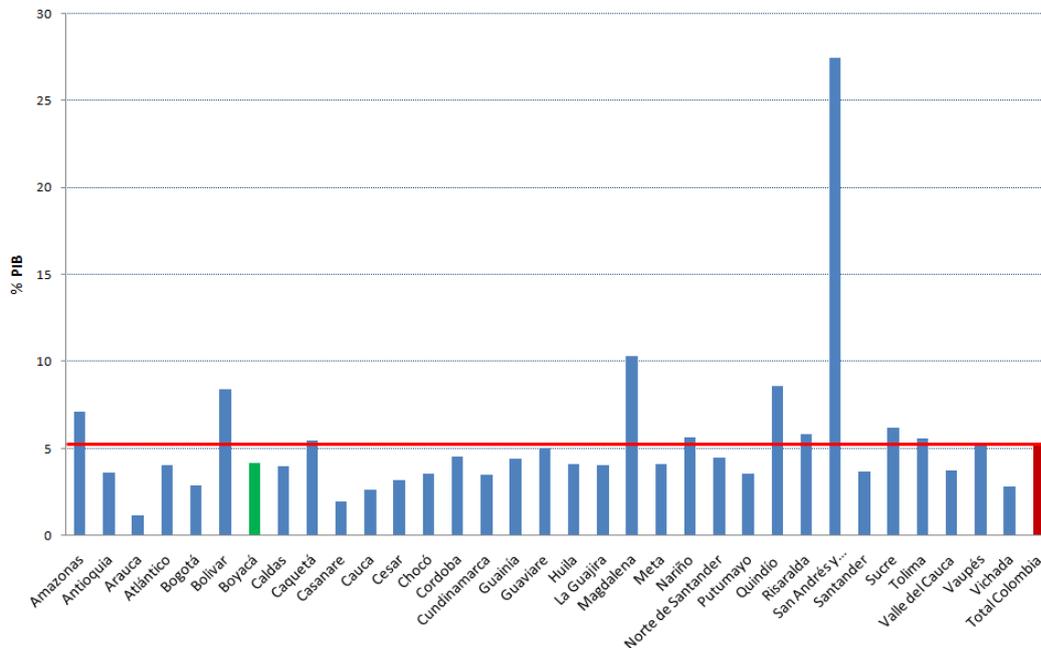
Estos buenos resultados hallan explicación no solo en el incremento de la demanda por países de proximidad como Estados Unidos (20,8%), Venezuela (12,83%), Argentina y Brasil con un (6,3%); sino también a los acuerdos comerciales firmados con otros países.

Tratados como el de Libre Comercio (TLC) con Canadá en 2009; el TLC con Estados Unidos en 2011 y el TLC ratificado con México también en ese mismo año; han contribuido a un aumento de las importaciones y exportaciones, inversión y capacitación que ha llevado al desplazamiento de pasajeros, generando así un mayor flujo en las entradas y salidas de viajeros, repercutiendo en un aumento de divisas para el país; de igual forma, también se puede hallar explicación en el estímulo a la inversión extranjera (Ley 1101 de 2006), que otorgaba exenciones en impuestos para quienes invertían en construcciones con fines turísticos (PDTSB-Fundecomercio, 2012).

En general, los resultados actuales son destacables en comparación a hace 20 años, aun así, cabe acentuar que la contribución del turismo al PIB nacional, aun dista del aporte que genera esta industria a nivel mundial, promedio del 10,4%.(WTTC, 2018).

A continuación, el siguiente gráfico muestra en que departamentos se concentra más la participación del turismo, tomando como punto de referencia la actividad económica de los hoteles y restaurantes (último año actual del cual se tienen datos para esta categoría), dentro del PIB departamental.

Figura 3. Participación porcentual de la actividad económica Hoteles y Restaurantes dentro del Producto Interior Bruto Departamental. (Año 2016^P)



Fuente: Elaboración Propia a partir de datos del Dane – Cuentas departamentales, 2016.

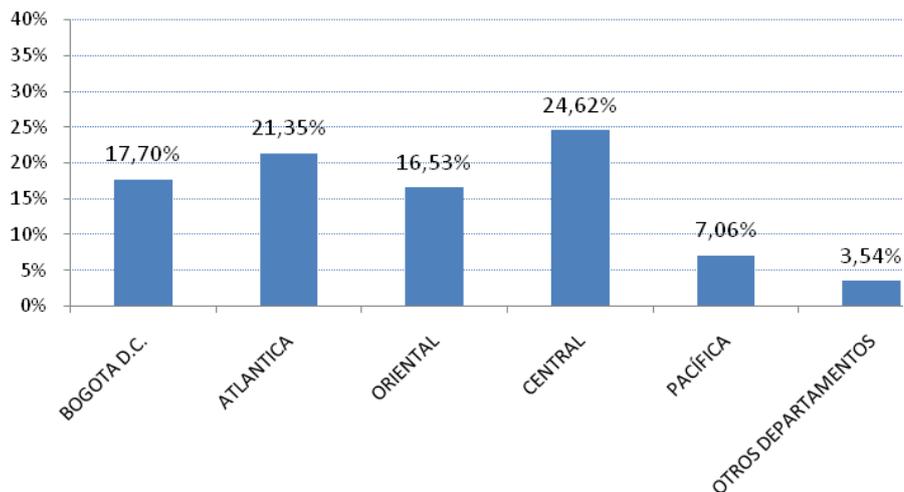
P: provisional

Los departamentos con mayor participación son San Andrés y Providencia (27,9%), Magdalena (9,9%), Quindío (8,7%), Bolívar (8,5%), Amazonas (6,7%), Sucre (6,1%), y Risaralda (5,8%). De los anteriores, cuatro pertenecen a la región del Caribe e Insular, lo que evidencia una importante participación de la región Atlántica (Caribe) e Islas insulares dentro del PIB departamental.

Ahora bien, haciendo referencia al departamento de Boyacá, este ocupa el décimo noveno lugar, con una participación del 4,2%. Un valor que dista bastante de los departamentos con mayor aporte y que además indicaría que el sector presenta un limitado desarrollo en el departamento, tal y como veremos más adelante en el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Boyacá (PDTSB 2012-2021).

Para continuar con el análisis, la siguiente gráfica muestra el valor agregado que genera esta actividad a nivel regional.

Figura 4. Valor agregado por regiones en la actividad económica de Hoteles y Restaurantes (Año 2016^P)



Fuente: Elaboración Propia a partir de datos del Dane – Cuentas departamentales, 2016.

P: provisional

Tal y como se observa, destacan las regiones Central, Oriente y Bogotá D.C (Boyacá se localiza en la región Oriental junto con los departamentos de Cundinamarca, Norte de Santander, Santander y Meta respectivamente), las cuales se encuentran geográficamente conexas.

Lo anterior puede hallar una explicación lógica en el hecho de que son las regiones más desarrolladas a nivel industrial y comercial del país, lo cual repercute positivamente en el consumo de servicios como alojamiento y alimentación, entre otros. En el caso de Boyacá, su localización geográfica constituye una gran ventaja estratégica para su desarrollo económico, al situarse cerca de la capital y grandes centros urbanos.

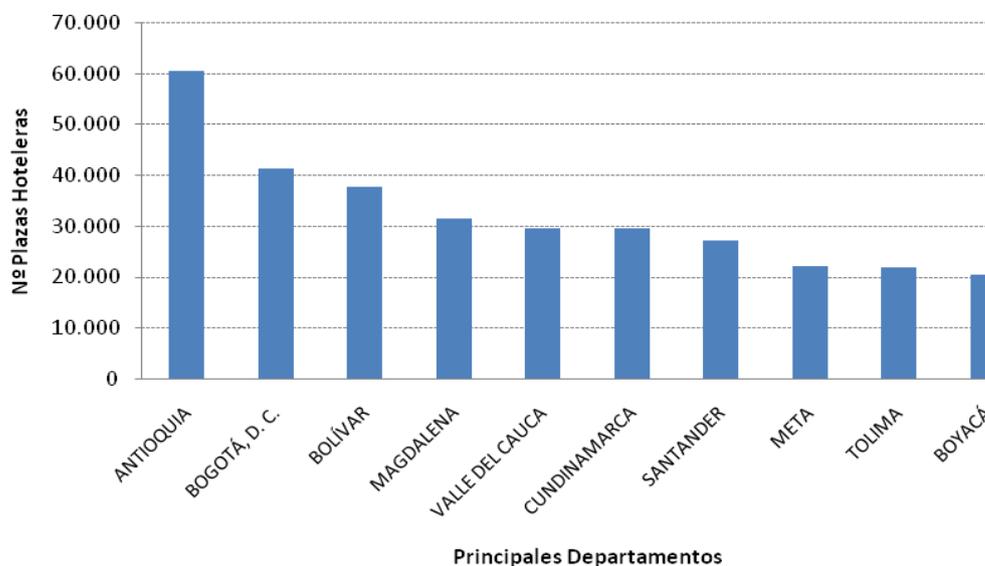
Por otra parte, se ratifica nuevamente la importancia de la región Atlántica (Caribe) en su participación del valor agregado de los hoteles y restaurantes dentro del total nacional. La región Caribe destaca por ser la zona más turística a nivel nacional,

principalmente por el turismo de sol y playa; pero además, por su diversidad cultural y parques naturales.

Para ir un poco más allá, el siguiente gráfico muestra que departamentos concentran mayor número de plazas hoteleras, ofertadas por los establecimientos de alojamiento y hospedaje.

Figura 5. Distribución de plazas en Alojamiento y Hospedaje por Departamento.

(Año 2017^{Pr})



Fuente: CITUR, 2019.

Pr: Preliminar

A nivel nacional, el total de plazas en Alojamiento y Hospedaje es de 484.197, destacando los siguientes departamentos:

Figura 6. Principales Departamentos con mayor número de plazas en Alojamiento y Hospedaje. (2017^{Pr})

Departamento	Establecimientos Alojamiento y Hospedaje	Plazas Hoteleras
1. Antioquía	1.899 Establecimientos	60.615
2. Bogotá D.C	853 Establecimientos	41.325
3. Bolívar	1.232 Establecimientos	37.799

Fuente: Elaboración propia partir de datos de CITUR, 2019.

Pr: preliminar

En el caso de Boyacá, este cuenta con 863 establecimientos y 20.391 plazas hoteleras, situándose entre los diez primeros departamentos con más oferta en Alojamiento y Hospedaje; por encima de departamentos como Quindío, Risaralda y Caldas, pertenecientes a la zona del eje cafetero, una de las zonas más visitadas del país.

No obstante, el departamento tiene una cifra similar en establecimientos de Alojamiento y Hospedaje a Bogotá D.C., pero oferta la mitad de las plazas respecto a esta, lo que indica que los hoteles en Boyacá son más pequeños.

7. PRINCIPALES ATRACTIVOS TURISTICOS DE COLOMBIA

Para dar a conocer la oferta turística del país, se hace necesario primero hablar de su localización geográfica y así empezar a comprender porque es un país con un alto potencial turístico. Colombia se sitúa en el continente Americano, concretamente en el noroeste de América del sur y cuenta con una extensión territorial de 1.139.000 kilómetros cuadrados.

Figura 7. Situación geográfica de Colombia.



Fuente: <https://maps.google.com>

El país se extiende hacia el norte hasta llegar a los 12°26'46" de latitud norte, y por el sur hasta los 4°12'30"; desde los 60°50'54" al occidente del meridiano de Greenwich por el oriente, hasta los 79°02'33" en el mismo meridiano, por el occidente. Limita por el norte con el Océano Atlántico, por el occidente con el océano Pacífico y Panamá, al oriente con el país de Venezuela, y en el sur con Brasil, Perú, Ecuador; y además, comparte fronteras marítimas con Costa Rica, Honduras, Jamaica, Nicaragua, República Dominicana y Haití.



Es el cuarto país más extenso de Suramérica con 2.900 kilómetros de costa, cinco regiones geográficas, 32 departamentos, 1.102 Municipios y una población de 49 millones de habitantes, aproximadamente.

Al situarse muy cerca de la línea ecuatorial, es característico el clima tropical. Factores como los vientos alisios, la continentalidad, la humedad y su altitud sobre el nivel del mar, hacen que el país posea un amplio abanico de microclimas. La temporada de lluvias se presenta en dos periodos (abril a junio y de agosto a noviembre), y el resto del año mantiene temperaturas más secas.

Cuando se oye hablar de Colombia, la primera imagen que nos viene a la mente es café, esmeraldas, Gabriel García Márquez; sin embargo, se desconoce la riqueza natural y herencia cultural que posee el país, el cual es producto de su privilegiada ubicación geográfica y de un proceso histórico que mezcló diferentes razas dando origen a un conjunto de regiones muy variadas en tradiciones, costumbres y gastronomía, lo que convierte a esta tierra en un destino muy atractivo para el turismo.

De acuerdo al Mincit, la oferta turística del país se compone principalmente de 7 productos (sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas; y ciudades capitales), inmersos dentro de las cinco regiones geográficas del país (R. Amazonía, R. Andina, R. Orinoquía, R. Pacífica, y R. Caribe e Insular).

Figura 8. Regiones geográficas de Colombia.



Fuente: slideshare.com

Los destinos turísticos más visitados a nivel nacional son sus ciudades, entre las que destacan su capital Bogotá D.C, Cartagena de Indias, Santa Marta, zona cafetera (departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda), Santa Fe de Antioquía, Villa de Leyva (Boyacá), San Andrés y Providencia.

Ahora bien, además de sus ciudades principales, el país también cuenta con 59 áreas que conforman el sistema de Parques Nacionales y Naturales. En total son aproximadamente 11.600 hectáreas que comprenden el 10% del territorio colombiano; entre los que destacan el *Parque Nacional Natural de los Nevados*, *Isla Gorgona*, *Amazonas*, *Alta Guajira*, *Ensenada de Utría*, *Parque Nacional del Puracé*, *Parque Nacional Tayrona*, e *Isla de Cortota*.

En general son varios los sitios web donde podemos encontrar información sobre la oferta turística que gira en torno a estas tipologías definidas por el Mincit; destacando sus regiones y los atractivos más representativos que van desde

paisajes exóticos, tradiciones, platos típicos, ferias y fiestas, artesanías, entre otros; que definen la identidad y autenticidad de cada una de ellas.

Analizando los productos turísticos que se encuentran en los diferentes portales de internet, se observa que la información sobre estos, en ocasiones se configura de manera distinta. Por ejemplo, *la guía oficial del turismo de Colombia*, presenta una clasificación de las principales tipologías de turismo así:

Figura 9. Principales Actividades Turísticas en Colombia.

PRODUCTO TURISTICO	ACTIVIDADES
Turismo de Aventura	Actividades de aventura en agua, tierra y aire
Turismo de Reuniones	Congresos y convenciones , viajes de incentivos, Golf, Eventos
Turismo Náutico	Cruceros, rutas en ríos, rutas en lagunas, yates y veleros
Turismo de Naturaleza	Avistamiento de ballenas, Avistamiento de Aves, Avistamiento de flora y fauna, Agroturismo, Parques Naturales
Turismo de Sol y Playa	Playa, sol y verano
Turismo LGTB	Actividades de sol y playa, actividades culturales
Turismo cultural	Turismo religioso, ciudades capitales, eventos culturales, destinos de patrimonio, turismo arqueológico, turismo gastronómico, costumbres y tradiciones

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de www.colombia.travel/es



Mientras que otras páginas web como *recorrecolombia.com*, ofrece información turística de los principales atractivos turísticos a través de rutas temáticas; o bien a través de circuitos denominados “experiencias”, las cuales se desarrollan a lo largo diferentes escenarios de la geografía colombiana, en una o más regiones.

Un ejemplo de esto puede ser, “Avistando por Colombia”, el cual recorre diferentes paisajes y escenarios para el avistamiento de aves. Los departamentos en los cuales se desarrolla esta experiencia son Caldas, Tolima, Boyacá, Magdalena, Risaralda, Guainía, Vichada, Nariño, Cundinamarca, Valle del Cauca, Chocó, Santander, Cartagena, Meta y Parque Nacional Gorgona. Los anteriores son departamentos que se encuentran situados a lo largo y ancho del país; y por tanto, prueba la amplia riqueza natural que posee el país.

La siguiente tabla muestra las diferentes rutas temáticas por región geográfica de acuerdo al sitio web *recorrecolombia.com*.

Figura 10. Rutas turísticas por región geográfica.

REGION	RUTAS
Región Atlántico (Caribe)	Ruta Aires Vallenatos, R. Puerto de Oro, R. Universo Wayuu, R. Sombrero Vueltiao, R. Río grande de la Magdalena y Rincones del Caribe.
Región Andina	Ruta Paisajeando, R. Expedición Botánica, R. Cafetera y Precolombina, R. Antioqueña, R. El Dorado, R. Independencia, R. Herencia Muisca, R. Libertadora, R. de la Constitución, Aventuras del Río Magdalena.
Región Pacífico	R. de la Caña, R. Sur, R. de la Buena Ventura, Somos Pacífico.
Región Orinoquía	R. Llanera, La Selva y el Llano, R. del Norte de los Llanos, R. desde la Puerta al Llano, R. de la Sierra y los Raudales.
Región Amazonas	R. Selva y R. Putumayo
Región Insular	Ruta Isleña

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de www.recorrecolombia.com

En el caso de Boyacá, este se encuentra localizado en la Región Andina y cuenta principalmente con seis rutas turísticas oficiales a nivel departamental, denominadas “Anillos Turísticos”, los cuales giran en torno a sus principales municipios y los atractivos culturales, históricos y naturales que los rodean.

Dichos Anillos harían parte o se identificarían con la ruta Precolombina, ruta de la Independencia/Libertadora, y ruta Herencia Muisca, ya que hablan de elementos históricos y culturales propios de esta tierra.

Cabe agregar que la información turística que se encuentra en los portales web a nivel nacional no hablan de los “Anillos turísticos” como tal, sino que aparecen



inmersos dentro de otras rutas de forma parcial o simplemente con otro nombre; lo que a primera vista da a entender que el producto no se promociona de acuerdo a como fueron diseñados oficialmente y por tanto, dejaría entre ver uno de los varios inconvenientes que presenta el departamento en relación a la promoción y desarrollo de sus productos turísticos (Anillos Turísticos); lo cual influye negativamente en la consolidación estos.

Otras páginas como Colombia.co (Marca país Colombia), es el resultado de una colaboración pública y privada (Proexport y empresas del sector privado) para promocionar una imagen auténtica y más positiva del país, con el fin de atraer turismo e inversión extranjera.

La web muestra los principales atractivos turísticos sobre los destinos y experiencias que se pueden encontrar en el territorio nacional. Destacan los principales pueblos patrimoniales (Villa de Leyva en Boyacá, es uno de ellos), Cultura, Ferias y Fiestas (arte, música y gastronomía nacional); e insta a los amantes del Ecoturismo a visitar los Parques Nacionales, Reservas Naturales y Santuarios de flora y fauna.

En general, la web ofrece información global de los principales atractivos del país sin centrarse en productos o destinos concretos, lo cual está muy bien si el objetivo es únicamente presentar una imagen más positiva del país.

Por su parte, el Mincit desde su página oficial, destaca un conjunto de destinos turísticos que representan lo más exótico del turismo a nivel nacional como La selva Amazónica; El Choco; El Cocuy y el Güicán (Boyacá); Pasaje Cultural Cafetero, La Leyenda del Dorado, La Sierra de la Macarena, Manaura y el Cabo de la Vela, San Agustín, San Andrés y Providencia y Santa Catalina, Zipaquirá y Nemocón.



8. SITUACION ACTUAL DEL TURISMO EN BOYACA.

Desde hace ya décadas, el turismo viene perfilándose como un sector fuerte que trae consigo crecimiento y desarrollo en la economía de aquellos países que apuestan por esta actividad. Los países en vía de desarrollo se han hecho eco de las grandes oportunidades y beneficios que trae el turismo para sus regiones, una industria que a diferencia de otras, no requiere millonarias inversiones.

Boyacá no es la excepción y siguiendo las directrices de los planes y políticas de orden nacional, mencionados en apartados anteriores; apuesta por el turismo como herramienta estratégica para el desarrollo económico, social y ambiental del departamento; lo que finalmente se traduce en reducción de la pobreza, mayor seguridad para sus pueblos y regiones, más equidad e inclusión tal y como lo expone el PND (2014-2018).

Un turismo que según las tendencias actuales ha de ser altamente competitivo, para así poder posicionarse como destino de preferencia a nivel nacional e internacional; pero además, que sea sostenible; que *“satisfaga las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”*. Brundtland, G.H. (1987).

Ahora bien, para que la actividad turística tenga lugar en un determinado destino ha de contar en primer lugar, con recursos susceptibles de turismo como pueden ser su cultura, fiestas y tradiciones, atractivos naturales, la flora y fauna propia del lugar, la historia que envuelve el destino, entre otros.

En segundo lugar, se ha disponer de un cierto grado de accesibilidad al destino turístico en cuanto a infraestructuras (vías, transporte, establecimientos turísticos etc.), tecnologías de la información y comunicación (Tics), cobertura de las necesidades básicas como la vivienda, educación, alimento, servicios públicos (agua, luz ,alcantarillado), salud y bienestar social para la población local.

Y en tercer lugar, se hace necesario contar con la actuación articulada de los diferentes entes públicos y la empresa privada para la creación de políticas públicas,

planes y estrategias para incentivar el desarrollo, gestión y promoción del destino turístico.

En el caso del departamento de Boyacá, este ya cuenta con recursos, puesto que está considerado como un destino potencialmente turístico a nivel nacional y se sitúa entre los principales departamentos que poseen más diversidad natural y riqueza histórica; sin embargo, no ocurre lo mismo en cuanto al segundo y tercer punto mencionado anteriormente.

A continuación, el siguiente gráfico muestra el estado actual del turismo del departamento a través de los principales indicadores disponibles en estos últimos cuatro años.

Figura 11. Evolución de los principales indicadores de Boyacá (2014-2018).

INDICADOR	2014	2015	2016	2017	2018	18 / 17
Visitantes extranjeros no residentes	3.007	3.979	4.631	5.549	5.837	5%
Visitantes parques nacionales naturales	22.739	24.861	14.992	17.296	21.947	27%
Salidas pasajeros terminal de transporte terrestre	1.019.018	1.417.009	1.376.950	1.326.917	1.166.479	-12%
Ocupación hotelera (%)	40	44,10	38,70	36,81	37,93	1,12%
Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	518	616	729	863	n.d	
Total Habitaciones de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	7.902	14.822	10.126	11.362	n.d	
Total Camas de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	14.484	21.967	17.882	20.391	n.d	
Prestadores de servicios turísticos activos en RNT	705	784	925	1.072	n.d	
Total de empleos sector turismo	n.d	n.d	6534	7785	6.985	

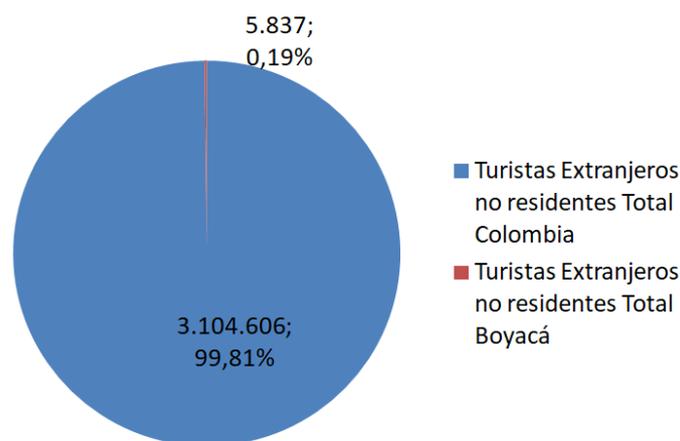
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Mincit-CITUR, 2019

Según datos de CITUR, de los (3.104.606) de turistas extranjeros no residentes que llegaron al país en 2018; (5.837) visitaron Boyacá en el último año.

Una cifra que es significativa si se compara con las llegadas de turistas extranjeros de hace cuatro años, y que a fecha actual, indica que ha habido un incremento del (+86,7%); es decir, el departamento recibió el pasado año, 2.711 más turistas extranjeros que hace 4 años.

Aún así y a pesar de este dato positivo, al comparar con el total del país, Boyacá tan solo recibió el 0,19% del total de extranjeros que visitaron territorio colombiano, en el 2018.

Figura 12. Participación del turismo extranjero en Boyacá vs. Total Colombia, 2018.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CITUR, 2019

Lo anterior, evidencia una escasa e ineficiente promoción para atraer más turismo extranjero al departamento, sumado a la escasez de productos turísticos de calidad, innovadores y singulares que puedan competir con otros departamentos con oferta similar. Es indudable entonces, que el departamento deba emplear mayores esfuerzos para atraer turismo extranjero de calidad y con más posibilidades consumo turístico.



Otro dato importante, es la creciente demanda de visitantes que están recibiendo sus parques Naturales. En el pasado año se registró un incremento de visitantes (nacionales y extranjeros) del (+27%) respecto al 2017. Lo anterior puede hallar explicación en las campañas publicitarias que se han venido efectuando a nivel departamental desde finales del 2017, las cuales invitan a recorrer los diferentes parques naturales y temáticos del departamento (Secretaria de Cultura y Turismo).

El uso de transporte público intermunicipal es el segundo medio más usado después del vehículo particular. El pasado año cerca de 1.166.479 de pasajeros transitaron por los principales terminales del departamento.

En cuanto al transporte aéreo, el departamento cuenta con tres aeropuertos principales que realizan vuelos a tres centros urbanos (Bogotá, Yopal y Bucaramanga), de manera intermitente; por tanto, no registra datos relevantes en cuanto a llegadas de pasajeros al tener escasas conexiones aéreas a causa de su baja demanda. Respecto a llegadas de pasajeros en vuelos internacionales, no hay datos a cuantificar puesto que no se cuenta con infraestructura aeroportuaria para tal fin.

La ocupación hotelera del último año se situó en el (37,9%); 2 puntos porcentuales menos que hace 4 años pero un (+1%) respecto al 2017, lo que puede significar una recuperación en la ocupación de mantenerse las tendencias actuales respecto a las llegadas de turistas al país. Aún así, si se compara con la media nacional (56,7%), la ocupación es baja.

En cuanto a la oferta de Alojamiento, el departamento cuenta con 863 hoteles y ocupa el décimo lugar en número de plazas ofertadas (20.391); aunque en 2016 se registró una oferta de hasta 4.085 menos plazas que en 2015, al año siguiente presentó una ligera recuperación de la oferta hotelera, que puede hallar explicación en el aumento en la demanda del turismo relacionado con la naturaleza.



Además de lo anterior, existen otros estímulos que han ayudado al sector hotelero como son los incentivos tributarios; turismo de inclusión social e implementación de un proyecto que se viene desarrollando desde el 2015 para el fortalecimiento del servicio hotelero (implementación de normas técnicas de calidad, uso de las Tics, etc., en pro de una mayor competitividad que repercute en la ocupación. (Secretaría de Cultura y Turismo, 2015).

En relación al número de prestadores de servicios turísticos en el sector, estos han ido en aumento durante los últimos años, pasando de 705 prestadores en 2014 a 1072 prestadores en la actualidad, es decir, 367 prestadores más. Este dato positivo puede guardar relación con una intensiva campaña a nivel nacional, liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit) con el objeto de formalizar el sector y que incluye beneficios tributarios y fiscales para todos aquellos que formalicen esta actividad económica. En cuanto al empleo, en los últimos tres años se han creado 451 nuevos empleos.

8.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

La OMT define la demanda turística como el conjunto de turistas que de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Para el caso que nos compete, analizaremos en concreto el turismo receptor y doméstico de Boyacá.

- **Turismo Receptor:** Para la OMT, este corresponde a las actividades realizadas por un visitante no residente en el país referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

Figura 13. Participación de Visitantes Extranjeros no Residentes, en Boyacá. (2018)

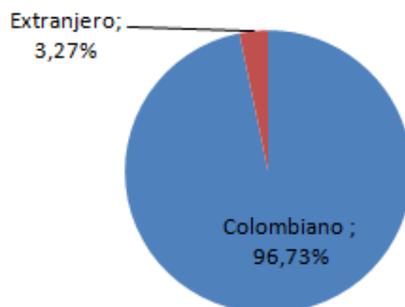
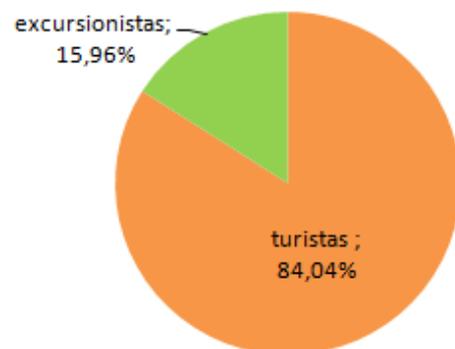


Figura 14. Visitantes Extranjeros no Residentes: Turistas vs. Excursionistas (2018)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SITUR Boyacá, 2019

De acuerdo al Sistema de Información Turística de Boyacá (SITUR), del total de visitantes que recibió el departamento el pasado año, una amplia mayoría de corresponde al turismo doméstico (97%); correspondiendo tan solo el 3% al turismo extranjero no residente. Dato que contrasta con la información presentada en el apartado anterior que indicaba un muy bajo porcentaje de visitantes extranjeros no residentes, en Boyacá.

Ahora bien, del total de turistas extranjeros no residentes que visitaron el departamento (5.837), el 84,04% pernoctaron en Boyacá por una estancia de entre una y dos noches. Los países de procedencia son principalmente México (0,80%), Estados Unidos (0,64%), Chile (0,41%), Perú (0,41%), Otros (3,32%).

Figura 15. Motivación del viaje

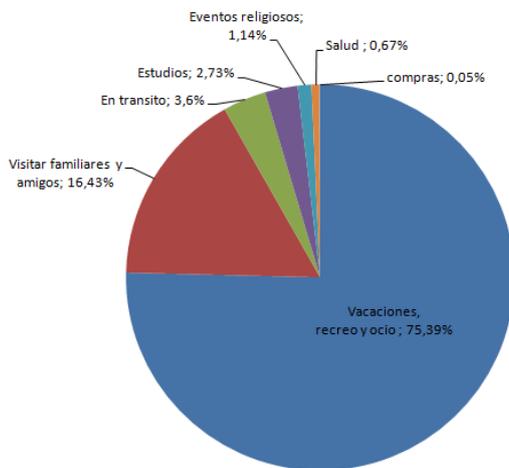
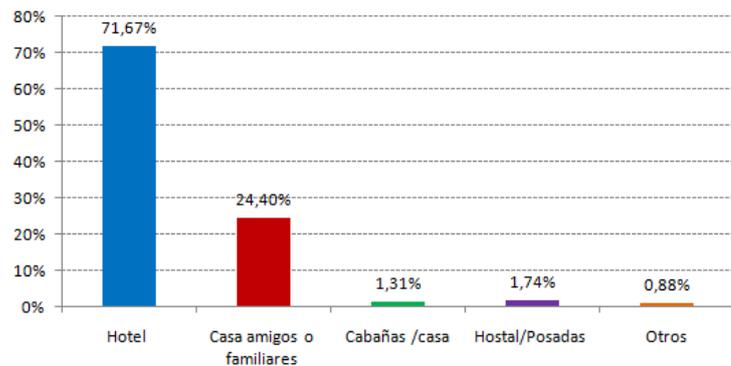


Figura 16. Tipo de Alojamiento utilizado (2018)

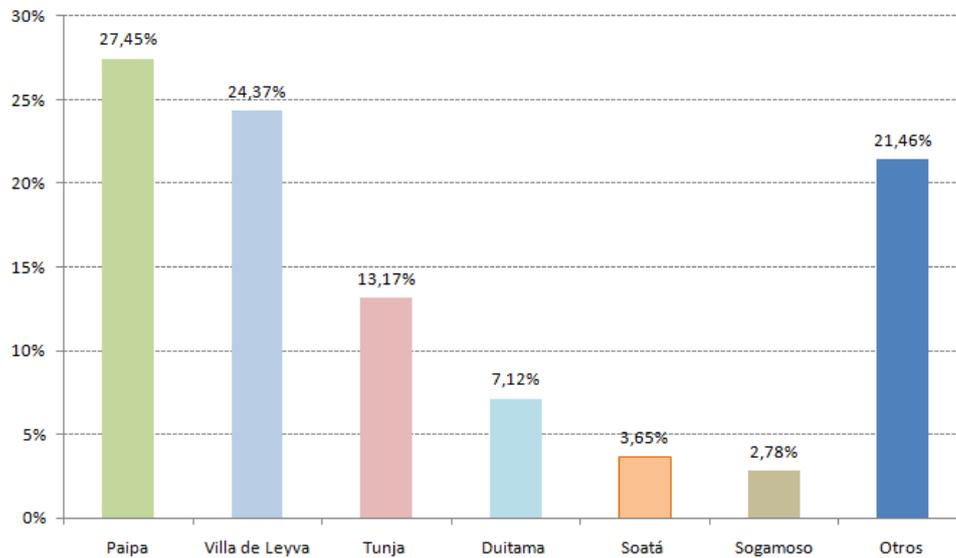


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SITUR Boyacá, 2019.

En cuanto a la motivación del viaje, un 75% lo hace en razón de disfrute de vacaciones, recreo y ocio; le sigue en segundo lugar, visitar amigos o familiares (16,4%), mientras que un pequeño porcentaje (3,6%) se encuentra en tránsito, ya que el departamento debido a su localización geográfica, comunica con las principales zonas urbanas del centro del país, incluyendo la capital; y en cuarto lugar estarían los eventos religiosos como fiestas patronales y semana santa (1,14%).

El tipo de alojamiento más empleado es el hotel (71,6%) y casa de amigos o familiares (24,4%). Sin embargo, la ocupación hotelera es baja y es porque una amplia mayoría de turistas que se hospedan en hotel, lo hacen entre una y dos noches máximo.

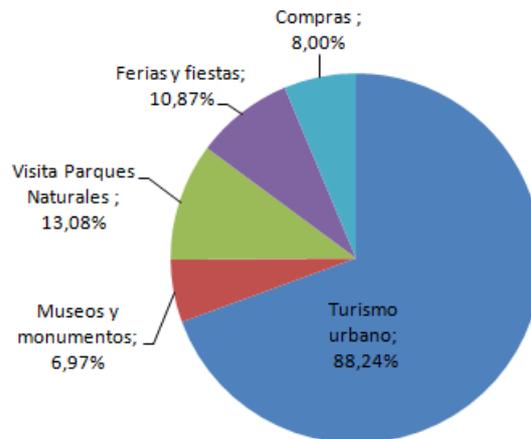
Lo anterior reafirma la necesidad de crear productos turísticos que incluyan diversas actividades atractivas al turista extranjero y nacional, con el objetivo de generar un mayor consumo turístico en alojamiento, restauración y otros servicios.

Figura 17. Principales Destinos de Viaje(2018)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SITUR Boyacá, 2019

Los destinos más visitados por el turista extranjero son sus principales Municipios (Paipa, Villa de Leyva y Tunja), donde hay una oferta turística más desarrollada en torno al patrimonio cultural e histórico del departamento. Uno de los pueblos más turísticos reconocidos a nivel nacional (patrimonio histórico) es Villa de Leyva, que en este caso ocupa una segunda posición respecto a Paipa; este último, destaca por tener un gran complejo hotelero que suele albergar convenciones, balnearios de aguas termales (turismo de salud), y eventos populares de carácter nacional; le sigue Tunja, capital y ciudad universitaria; y lugar de paso obligado en algunas rutas turísticas oficiales del departamento.

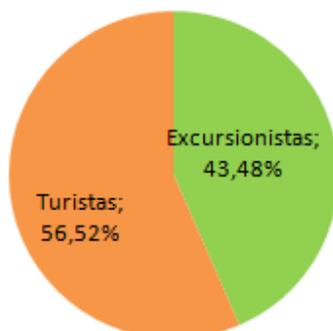
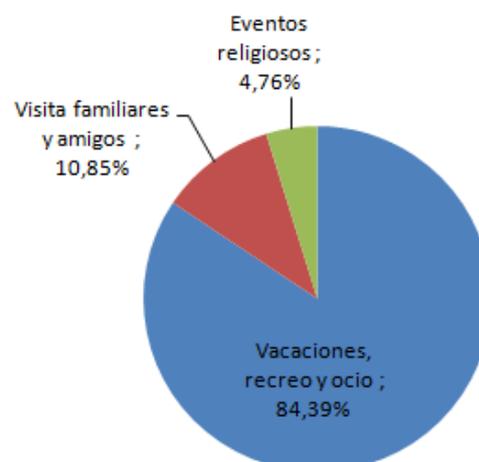
En cuanto a las actividades más realizadas, destaca el turismo urbano (88,24%), seguido de visita a Parques Naturales, ríos y cascadas (13,08%), Museos y monumentos (6,97%), Ferias y Fiestas (10,87%), y compras (8%).

Figura 18. Actividades realizadas

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SITUR Boyacá, 2019

Si bien el departamento cuenta con un amplio patrimonio cultural, de aquí que sean sus municipios los más visitados; el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para Boyacá (2016-2019), fija la necesidad de potenciar y consolidar el turismo de naturaleza; teniendo en cuenta que es el segundo recurso más importante y susceptible de turismo que tiene el departamento.

- **Turismo Interno:** de acuerdo a la OMT, corresponde a las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

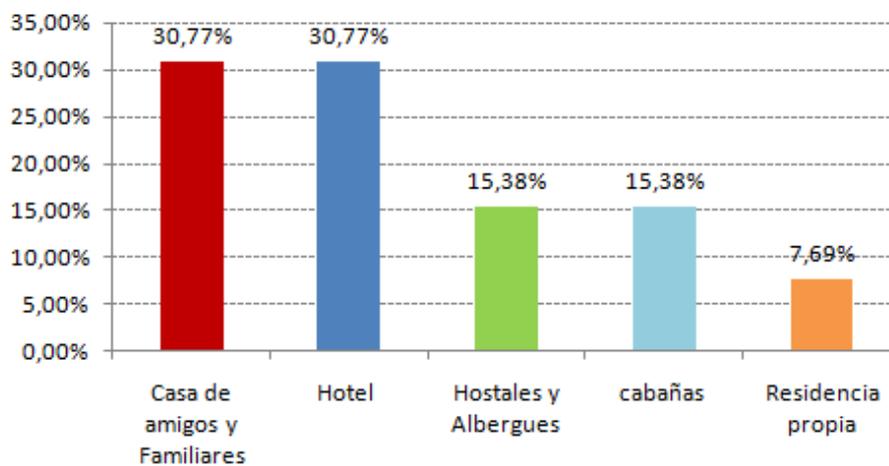
**Figura 19. Turismo Interno:
Turistas vs. excursionistas****Figura 20. Motivación del viaje**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SITUR Boyacá, 2019

Como se ha mencionado anteriormente, el turismo interno predomina en el departamento (96,7%) y proceden principalmente de Bogotá (53,8%), y los departamentos de Santander (7,6%), y Antioquia (7,1%).

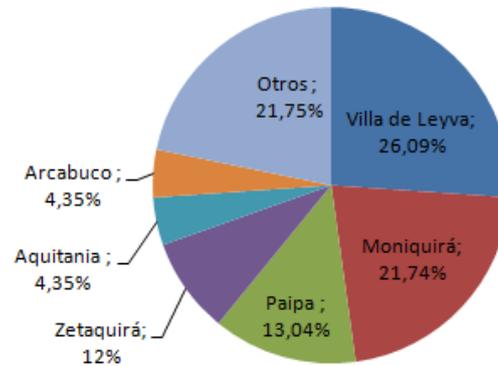
Del total de visitantes del departamento, más de la mitad son turistas (56,5%) que se hospedan en el territorio y su principal motivo de viaje es en razón de disfrute de vacaciones, recreo y ocio, seguido de visita de familiares y eventos religiosos.

Figura 21. Tipo de Alojamiento utilizado (2018)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SITUR Boyacá, 2019.

De los turistas que eligen alojarse en hotel, una amplia mayoría pernoctan entre una y dos noches, mientras que aquellos que se hospedan en casa de amigos y familiares, lo hacen por un periodo igual o superior a 10 noches.

Figura 22. Principales Destinos de Viaje. (2018)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SITUR Boyacá, 2019

Nuevamente los destinos más visitados fueron los municipios y en este caso destacan Villa de Leyva (26%), Moniquirá (21,7%) y Paipa (13%). Los sitios de interés más demandados por el visitante son turismo urbano, parques naturales, museos, monumentos, casas de cultura, etc.

En general, la mayoría de los visitantes que proceden de otros departamentos, y especialmente de la capital, suelen viajar por cuenta propia, bien sea porque ya conocen el lugar o bien porque tienen familiares y amigos en la zona. Situación que también se repite en los visitantes extranjeros.

Por otra parte, el hecho de que la mayoría de turistas se alojen en hoteles entre una y dos noches máximo, viajen por cuenta propia (uso de vehículo particular), o se hospeden en casa de familiares por un promedio de diez noches, hace pensar sobre la necesidad de desarrollo de productos turísticos más completos que involucren además de actividades turísticas, una oferta complementaria más competitiva y de calidad, capaz de estimular estancias más largas y por tanto generar un aumento en el consumo turístico.

Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores y lo contemplado en el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el Departamento de Boyacá 2012-2021, en donde se afirmaba ya en el año 2012, un bajo desarrollo en productos turísticos a



pesar de contar con grandes atractivos y recursos; se observa como seis años después, el turismo del departamento continua con esta misma necesidad.

En su día, el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para Boyacá, estableció una serie de estrategias que veremos a continuación; para dar respuesta a una serie de problemáticas que impedían que el turismo se consolidara pese a los esfuerzos emprendidos por la gobernación y la Secretaria de Cultura y Turismo.

8.2. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA BOYACA

El Plan de Desarrollo Turístico sostenible para Boyacá (PDTSB 2012-2021), realizado por Fondo de Promoción Turística (Fundecomercio); es un documento formulado de acuerdo a las directrices marcadas por el Mincit, la Ley general del turismo (Ley 1558 de 2012), la Política Sectorial de Turismo (Conpes 3397, 2005), La Agenda Interna para la Productividad y Competitividad del Turismo 2007, el Plan Sectorial de Turismo, y el PND 2010-2014.

Un documento que fue elaborado para dar respuesta principalmente a la falta de planificación turística y desarrollo de productos, la escasa infraestructura para el desarrollo del turismo (vías y señalización), uso de las Tics, alta informalidad de la actividad, baja calidad en servicio, necesidad de capacitación y formación, y la necesidad de mejorar la articulación institucional; problemáticas que se recogen nuevamente en el Plan de Desarrollo para Boyacá (PDB, 2016-2019).

Además de lo anterior, existen otros factores importantes a considerar y sobre los cuales se han de aunar esfuerzos con el fin de lograr un cambio en la mentalidad del pueblo Boyacense respecto a la importancia y ventajas que comporta el turismo.

Por una parte, está la falta de sentido de pertenencia, especialmente en las áreas rurales, en donde aún no están cubiertas sus necesidades básicas; y por tanto, otorgan más valor a todo aquello que viene de fuera, sin ser conscientes de la gran riqueza cultural y natural que posee el Departamento.



Y por otra, es la necesidad de estimular la asociación empresarial a través de la integración de activos y servicios turísticos, que den como resultado productos turísticos competitivos y adecuados a la demanda, tal y como lo expresa el PDTSB.

El plan apuesta por un modelo de desarrollo sostenible haciendo un uso adecuado de los recursos, preservando la autenticidad sociocultural del departamento y promoviendo una actividad económica viable en el tiempo con un beneficio socioeconómico bien distribuido para el departamento.

En definitiva, implantar el turismo sostenible como base fundamental para el desarrollo del departamento; en donde prime la protección y conservación de los recursos naturales y culturales; se facilite la atracción de inversión; y la generación de empleo para la mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

Las estrategias establecidas por el plan para el desarrollo turístico del territorio, son:

- *Fortalecimiento de las instituciones y la gestión pública turística a nivel nacional y regional.*
- *Mejoramiento de infraestructuras y servicios públicos para el desarrollo del turismo, los destinos y promover la formalización de la industria.*
- *Potenciar el ordenamiento territorial del destino.*
- *Aprovechamiento de la oferta turística actual y potencial del destino, lo que implica el fortalecimiento de productos turísticos especializados.*
- *Consolidación en la calidad del RRHH disponible para el turismo en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo.*
- *Inclusión social a través del turismo.*
- *Estrategia ambiental turística.*
- *Sostenibilidad de los recursos del departamento.*
- *Consolidar la competencia del sector privado en el turismo local.*
- *Gestión integral y competitiva del destino.*
- *Gestión de mercadeo turístico*
- *Gestión integral y competitiva del destino.*



8.3. PLAN DE DESARROLLO BOYACA (2016-2019).

El plan de desarrollo Boyacá (PND 2016-2019), es un documento que expone la hoja de ruta a seguir (planes, programas, obras públicas, etc.) por el gobierno departamental electo, en pro del desarrollo económico y social del territorio, abarcando diferentes aspectos entre los cuales figura el turismo.

El PND establece unas directrices estratégicas que se enfocan básicamente en crear un destino de calidad, mejorar el acceso al departamento (infraestructuras, información turística, señalización, Tics), hacer de Boyacá un destino diverso y emplear acciones para una mayor promoción del territorio.

El documento también hace una valoración respecto al estado actual del turismo, las debilidades y potencialidades que tiene el sector, así como de las diferentes iniciativas que se han venido llevando a cabo en cumplimiento del PDTSB 2012-2021.

Reafirma la necesidad de dar solución a una serie de problemáticas expuestas igualmente en el PDTSB, centrándose en la planificación turística, el diseño y promoción de productos turísticos de acuerdo a los recursos y la vocación turística del departamento. Todo lo anterior, a través de la creación de programas de capacitación, acciones de sensibilización, mejoramiento de infraestructura y mobiliario turístico, formalización de la actividad turística; mejora en la calidad de servicio y asociación del tejido empresarial.

De igual forma remarca que todo lo anterior no es posible si no hay una eficiente articulación entre el sector público y privado que permita mejorar la gestión en la consecución de los objetivos de competitividad y sostenibilidad en turismo.

Tanto el PDTSB como el PDB, hacen un especial énfasis en la puesta en valor del patrimonio natural, cultural e histórico del territorio Boyacense. De una parte, se busca potenciar el turismo de naturaleza a través de actividades sostenibles que no comprometan el medio ambiente como son la consolidación del Ecoturismo, turismo de Aventura, turismo Rural y Agroturismo.



Lo anterior, teniendo en cuenta el gran potencial y riqueza natural que posee el departamento como son sus páramos y para lo cual, en el caso del Ecoturismo, el PND establece acciones estratégicas para promover y mantener mesas de ecoturismo y de esta forma vincular a entidades y políticas (públicas y privadas) relacionadas con el turismo de naturaleza, para la búsqueda de alternativas y propuestas que permitan consolidar esta actividad. Crear senderos turísticos y actividades socio culturales relacionadas con estos; actualizar inventarios y capacidad de carga de los recursos naturales, recuperar espacios con potencial turístico; y llevar a cabo acciones para la obtención de recursos para el turismo. En la actualidad desde la Secretaria de Cultura y turismo se adelantan acciones para el desarrollo de senderos y rutas para Bici turismo.

Y por otra parte, se busca la puesta en valor de rutas turísticas que incluya los elementos históricos relacionados con “*La gesta libertadora*” (monumentos y escenarios en donde se llevaron a cabo batallas determinantes en la independencia de la nueva Granada, hoy Colombia y otros países vecinos).

Otras acciones en pro del aprovechamiento del potencial turístico del territorio son diseñar productos por épocas históricas como el Prehispánico (cultura ancestral Muisca), La Colonia (capillas de adoctrinamiento en Boyacá), el adoctrinamiento indígena, centros históricos y pueblos de patrimonio; los cuales están proyectados a medio y largo plazo, previo estudio, análisis y planificación para su puesta en valor.

Cabe añadir que en la actualidad desde la gobernación y la Secretaria de Cultura y Turismo se viene trabajando en las diferentes estrategias contenidas en el PDTSB, a través de planes operativos que se materializan en acciones y macro proyectos que buscan potenciar el turismo de naturaleza y valorizar otros de tipo histórico; no obstante, aún queda un largo camino por recorrer para su cumplimiento.

8.4. PRINCIPALES ATRACTIVOS TURISTICOS DE BOYACA

El departamento de Boyacá se encuentra localizado en el centro oriente de Colombia, en las coordenadas geográficas latitud 5°38' y longitud 72°55' oeste, sobre la cordillera oriental de los Andes a unos 4.275 m.s.n.m. Limita al norte con el departamento de Santander; por el sur con los departamentos de Meta y Cundinamarca; al oriente con Casanare, Arauca y el país de Venezuela; y al occidente con Antioquia.

Figura 23. Situación Geográfica del departamento de Boyacá, Colombia.



Fuente: <https://maps.google.com>

Posee una superficie de 23.189km², en donde predomina un relieve de tipo montañoso con presencia de sierras, picos y nevados que llegan hasta los 5.330 m.s.n.m., propios de la zona andina, que comprende todos los pisos biotérmicos, lo que permite que el departamento tenga variedad de climas, fríos y templados, con unas temperaturas que pueden oscilar entre los 14°C y los 25°C.

El departamento cuenta con una población de 1.413.064 habitantes, de los cuales el 50% habitan en los centros urbanos mientras que la otra mitad se distribuyen en áreas rurales.



Su ubicación geográfica cerca de la capital del país (120km) y otros centros urbanos, constituye una gran ventaja para el turismo. La forma de acceder al territorio es mayoritariamente por vía terrestre.

ANTECEDENTES HISTORICOS

La riqueza de Boyacá data desde la era paleolítica de acuerdo a hallazgos de restos de fósiles marinos y otros vestigios precolombinos de los primeros asentamientos sedentarios (período Herrera 400 A.C), así como otros de gran valor arqueológico pertenecientes a la cultura Muisca, la cual se asentó en la Región Cundiboyacence hasta la llegada de los españoles en 1537.

Gracias a estos descubrimientos, se han implementado a la fecha 34 museos de carácter público (14), privado (17) y mixto (2); localizados en 16 de los 123 municipios del departamento. Todos ellos de interés arqueológico y paleontológico. Algunos de estos son: Museo el Búho (Belén), Capilla de Exposición Arqueológica de Mongua, Museo de Muzo, convento del Desierto de la Candelaria, Museo arqueológico de Sogamoso, Museo Paleontológico de Villa de Leyva, entre otros.(Boyacá Cultural, 2009).

El nombre de Boyacá viene del vocablo chibcha muisca (Boiaca) que significa “cercado del cacique”; así como este, son varios los nombres de ciudades que tienen su origen en esta cultura, una muestra de la herencia transmitida hasta nuestros días y que se ha fundido con otras costumbres y tradiciones durante el proceso de evangelización y colonización dando origen a un valioso patrimonio histórico, cultural y arquitectónico que se ve reflejado hoy en tradiciones, fiestas patronales, platos típicos, artesanías, trajes y bailes folclóricos como seña de identidad y orgullo del pueblo Boyacense. (Ministerio de Comercio, s.f.)

En la actualidad, el departamento de Boyacá, además de ser una tierra de tradición agrícola y minera, está considerado como destino turístico a nivel nacional. Figura entonces como uno de los principales departamentos con más riqueza natural, cultural e histórica; gracias a su ubicación geográfica, su herencia precolombina, colonial y su



gran legado histórico (patrimonio nacional), al ser territorio determinante en la consecución de la independencia y conformación de la República de Colombia; lo que constituye un elemento diferenciador respecto a otros departamentos con oferta turística similar (PDB, 2016).

La mayoría de sus 123 municipios destacan por su arquitectura de tipo colonial, y que junto a sus fiestas religiosas y tradiciones resultan ser de especial interés para los amantes de la cultura, artesanías y espacios rurales.

PRODUCTO TURÍSTICO

El concepto de producto turístico hace referencia al conjunto de bienes y servicios que involucran elementos tangibles e intangibles como recursos y atractivos turísticos, infraestructuras, equipamientos, servicios, actividades etc.; que comportan unos beneficios capaces de atraer a un determinado grupo de consumidores, con el fin de satisfacer sus necesidades relacionadas con el ocio, divertimento, descanso y tiempo libre. (Sancho, 1998).

De acuerdo al inventario de recursos turísticos llevado a cabo por la Secretaria de Cultura y Turismo en 2015; los atractivos turísticos del departamento se componen principalmente de recursos naturales (28%) y culturales (72%); es decir, 670 recursos concernientes al turismo de naturaleza y otros 1683 recursos relacionados con el turismo cultural.

Dichos recursos se ven representados principalmente en sus municipios, pueblos y alrededores a través de la cultura; ferias y festividades; congresos y convenciones; turismo de salud y bienestar; y turismo de naturaleza como el Ecoturismo, turismo de Aventura y Rural, principalmente.

8.4.1 TURISMO DE NATURALEZA

Si hay algo por lo que sobresale Boyacá, es la singularidad de sus recursos naturales, los cuales son propios de su geografía. El territorio cuenta con 65 áreas protegidas entre las que destacan, el parque Natural del Pisba; el parque Nacional del Cocuy, el cual tiene picos de más de 5000 metros como Ritacuba Blanco, Negro y Norte; el Santuario de fauna y flora de Iguaque; sus exóticos Páramos que suman el 20% del total nacional, como por ejemplo, el Páramo del Sumapaz; el Páramo de Ocetá y Siscunsi; Páramo de Mamapacha y Bijagual; Serranía el Peligro; Serranía de las Quinchas; Reserva Natural Sucunama; Las Alfombras; Los Cristales; las reservas forestales de Malmo, entre muchos otros. (RUNAP, 2019).

Además de esto, otros lugares de especial interés son río El Palmar; Ríos Upía-Lengupá; Siachoque, Toquilla, las cascadas de La Periquera y el río Cane (villa de Leyva), Gachantivá vieja y el río Socha y Teatinos (entre Tunja y Samacá). Toda esta riqueza paisajística constituye una reserva natural idónea para la conservación de especies como el oso anteojos, el cóndor de los Andes y una gran variedad de aves, o la mariposa azul (Morphos).

Teniendo en cuenta todos estos recursos, es indudable el potencial que el departamento tiene para el desarrollo del ecoturismo y la prueba está en los 21.947 visitantes que recibieron sus parques nacionales y naturales en 2018, un (+27%) respecto al 2017.

Lo anterior puede encontrar explicación en las campañas publicitarias que se han venido efectuando a nivel departamental desde finales del 2017; las cuales invitaban a recorrer los diferentes parques naturales y temáticos del departamento; además de otras acciones lideradas por la Secretaria de Cultura y Turismo como la identificación y adecuación de rutas de senderismo y biciturismo, actividades eco turísticas de bajo impacto ambiental que beneficia a las zonas rurales y estimula el turismo, previendo un adecuado uso de los recursos naturales del departamento.

Otras tipologías que están tomando especial fuerza en estos últimos años son el agroturismo, turismo contemplativo, paisajístico, fotográfico, senderismo, turismo deportivo y de alta competencia.

A continuación, se muestran algunas de las actividades turísticas con gran potencial en el territorio; entre las que figura el ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural; productos que busca potenciar el PDTSB 2012-2021.

Figura 24. Principales Actividades turísticas en potencia dentro del territorio Boyacense.

Tipología	Actividades Turísticas
Turismo de Aventura	Rappel, canotaje, Espeleología, ciclo montañismo, Parapente, Cabalgata, Cuatrimotos
Turismo de Salud y Bienestar	Termales y Spa
Turismo de Naturaleza	Avistamiento de Aves, Ecoturismo, Senderismo, Turismo Rural y Parques Naturales
Turismo Cultural	Gastronomía, turismo Religioso, Artesanía, tradiciones y expresiones orales, Museos, Monumentos, Conjunto Arquitectónico, Arqueología, Observatorio Astronómico, sitios de interés, pueblos patrimonio

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del PDB, 2016-2019

Sin embargo, según el PDTSB 2012-2021; uno de los mayores inconvenientes que tiene el sector para poder generar productos turísticos es la falta de asociación y el apoyo de las autoridades públicas para articular al tejido empresarial de cara a la integración de activos y servicios turísticos que den como resultado un producto competitivo y de calidad y que cumpla las expectativas de la demanda.

8.4.2 TURISMO CULTURAL

De acuerdo al PDB, del total de recursos y atractivos de patrimonio cultural (1.683) que posee el departamento, un 53% corresponde a patrimonio material, seguido de festividades y eventos (31%), patrimonio inmaterial (16%) y el (0,02%) restante corresponde a grupos de especial interés (comunidades indígenas y afro descendientes).

Gran parte de este patrimonio material e inmaterial (monumentos históricos, iglesias, arquitectura colonial, museos, tradiciones, artesanías, entre otros), se encuentra reflejado en sus 123 municipios y en los denominados “Anillos turísticos”, rutas turísticas desarrolladas en torno a los atractivos turísticos de los principales municipios y alrededores).

- **Anillos Turísticos de Boyacá**

De acuerdo a la guía oficial de turismo en Boyacá, el departamento consta de seis rutas turísticas denominadas, “Anillos Turísticos”; los cuales integran los principales municipios y elementos naturales, culturales, históricos y hallazgos arqueológicos, propios del territorio.

Los anillos o rutas, están configurados de acuerdo a una temática en común; No obstante, fue un proyecto que nació con el Plan de Desarrollo de Boyacá (2004-2007) y que según el PDSTB (2012-2021), señala que son productos que no han cumplido las expectativas esperadas en el desarrollo del turismo al haber centrado sus principales recursos en la adecuación de vías de acceso sin una adecuada planificación que contemplara la necesidad de invertir en infraestructuras turísticas, señalización turística, oferta complementaria, formación y sensibilización comunitaria.

Según un estudio llevado a cabo por Callejas & Lesmes (2014); las principales causas del fracaso de los anillos turísticos se debieron principalmente a la inexistente articulación por parte de la gobernación para con los municipios y la empresa privada, la ausencia de participación de la comunidad y capacitación de esta, inversión prácticamente nula en infraestructura turística, escasa señalización,

falta de apoyo financiero y acompañamiento al comercio. En definitiva una escasa planificación y diseño de los anillos turísticos, que como indica el artículo, al final se trataba de anillos viales, dejando de lado su objetivo principal de incentivar el turismo como eje de desarrollo para el departamento y su población.

Figura 25. Anillos turísticos de Boyacá.

<i>RUTA TURÍSTICA</i>	<i>MUNICIPIOS Y ATRACTIVOS QUE LO INTEGRAN</i>
<i>Ruta 1. Anillo turístico de Las Hinojosa</i>	Monumento Puente de Boyacá-Tunja Soracá-Siachoqué-Toca-Tuta-Chivatá-Oicatá-Cómbita
<i>Ruta 2. Anillo turístico del Tundama y Sugamuxi</i>	Sotaquirá-Paipa-Duitama-Nobsa-Corrales-Gámeza-Mongua-Monguí-Sogamoso-Laguna de tota-Tota-Cuitiva-Pesca-Firavitoba-Iza
<i>Ruta 3. Anillo turístico de los Dinosaurios</i>	Villa de Leyva-Sáchica-Sutamarchán-Tinjacá-Ráquira-Chiquinquirá-Santa Sofía-Gachantivá
<i>Ruta 4. Anillo turístico de los Nevados</i>	Belén- Paz del Río-Betétiva-Tasco-Socha-Socotá-Jericó-Chitá-Páramo de Güina-Soatá (Opción 1. Tipacoque-Covarachía)/ Opción 2. Boavita-San Mateo-Guacamayas-Panqueba-Güicán-El Cocuy-Susacón
<i>Ruta 5. Anillo turístico del Centro</i>	Tunja-Soracá-Boyacá-Ramiriquí-Jenesano-Tibaná-Nuevo-Colón-Turmequé-Ventaquemada (puente de Boyacá)
<i>Ruta 6. Anillo turístico del Valle de Tenza</i>	Tunja-Soracá-Boyacá-Jenesano-Ramiriquí-Tibaná-Umbita-Pachavita-Chinavita-Garagoa (páramo de Mapachá y Reserva natural El Secreto)-Tenza-La Capilla-Sutatenza-Guateque-Guayatá-Somondoco-Almeida-Chivor-Garagoa-Macanal-Santa María y San Juan Nepomuceno.

Fuente: Adaptado a partir de la Guía Oficial de Turismo de Boyacá



- **Principales Municipios de Interés Turístico**

De acuerdo a la Guía Oficial Turística de Boyacá, los principales municipios de interés turístico son Villa de Leyva, Paipa, Sogamoso, Duitama, Chiquinquirá, Ráquira, El Cocuy, Güican, Aquitania, Tota, Monguí, Sáchica, Iza, Tibasosa, Nobsa, Tinjacá, Sutamarchán, Moniquirá, Toca, Gachantivá, Soatá, Corrales, Belén, Tumerqué, Chivor, Garagoa, Tenza y Puerto Boyacá.

A continuación se definen algunos de estos municipios con sus atractivos más destacables:

Tunja

Capital del departamento, que sobresale por su legado histórico y cultural como las fiestas y eventos religiosos en Semana Santa, La fiesta de nuestra señora del Milagro del Topo, La fiesta Internacional de la Cultura (uno de los mayores eventos culturales que atrae a cientos de visitantes). Durante la colonización, Tunja era la “ciudad cultural” más importante de ese entonces ya que llegó a albergar importantes literatos y poetas de la época (Juan de Castellanos, Hernando Domínguez, la Madre del Castillo, entre otros).

Principales atractivos turísticos:

“El Puente de Boyacá (Escenario histórico de la Batalla de Boyacá crucial en la que la independencia del país), Plaza de Bolívar, La Casa del Fundador de la ciudad, Gonzalo Suárez Rendón, que data desde 1539, La casa de Juan de Castellanos, Templo y Convento de Santo domingo, Catedral Basílica metropolitana, Convento de San Agustín (hoy convertida en la Biblioteca del Banco de la república) de Santa Bárbara, capilla de San Laureano, Templo del Topo, Templo de San Lázaro, Casa de los Holguín, Casa de Ruiz Mancipe, Pila del Mono, Plaza Real, Pozo de Hunzahúa (de Donato) El mono de la pila y, El paredón de los Mártires (en el parque del bosque de la república), cojines del Zaque”.



Villa de Leyva

Es el pueblo más turístico del departamento y está considerado como monumento nacional y pueblo patrimonio por mantener su estructura colonial intacta. La artesanía y el turismo es su principal actividad económica. Posee la plaza más grande a nivel nacional con sus 14.000 m²; y otros lugares de gran interés como la casa donde murió Antonio Nariño (precursor de la independencia), la casa de los portales (*de don Juan de Castellanos*), el museo del maestro don Luis Alberto Acuña, La fábrica de licores, el monasterio de las carmelitas descalzas, el museo de arte religioso, y la casa del General Gustavo Rojas Pinilla.

Anualmente tiene lugar el Festival Nacional de Cometas de gran interés turístico a nivel nacional, el festival del árbol, el festival de luces y el de gastronomía.

Chiquinquirá

Municipio de interés religioso en honor a la virgen de Chiquinquirá; en donde cientos de personas visitan su cuadro situado en la Basílica mayor. Es típica del lugar la artesanía en tagua y venta de caramelos artesanales. La ciudad también es un punto comercial en ganadería y comercio de esmeraldas de Muzo y Coscuez. Otros pueblos aledaños y de interés religioso y artesanal son Sáchica y Ráquira, Sutamarchán, Tinjacá.

Paipa

Destino idóneo para el turismo de salud, congresos y convenciones; ya que cuenta con centros de aguas termales y un gran complejo hotelero que rodea el lago Sochagota, que acoge diversos congresos profesionales y grupos vacacionales. Otro punto de interés turístico y que tiene lugar en sus alrededores es el monumento nacional del pantano de Vargas, en reconocimiento a una de las batallas más importantes de la campaña libertadora en 1810. Entre los eventos de más interés figuran el festival de bandas, reinado nacional de las ovejas o el festival de la almojábana.



Sogamoso

Entre los atractivos turísticos que tiene la ciudad, se encuentran el museo arqueológico de la cultura muisca, parque de la Villa, Catedral de San Martín de Tours. La localización estratégica de la ciudad permite fácil conexión con otros pueblos boyacenses de interés turístico como Nobsa, Topaga, Mongua, Pino y Monguí (centro histórico sostenible a nivel nacional); desde este último se accede a uno de los más exóticos páramos del departamento, El Ocetá y la laguna Siscunsi.

La Laguna de Tota (Tota)

Es uno de los destinos más atractivos por su exotismo y cálido paisaje, el cual atrae a turistas y amantes de la naturaleza en la práctica del ecoturismo, pesca y deportes náuticos. Algunos de los Lugares que podemos visitar allí son La Península, Los Arcos, Playa blanca o Las islas de San Pedro, Santa Elena y La custodia. En sus alrededores se encuentran los pueblos coloniales de Tota, Cuítiva e Iza, este último alberga aguas termales.

Otras ciudades y pueblos a destacar son Duitama, Ráquira conocida por sus artesanías, El Cocuy, Güicá, Aquitania, Sachica, Iza, Tibasosa, Nobsa, Tinjacá, Sutamarchan, Toca, Gachantivá, Soatá, Corrales, Belén, Turmequé, Chivor, Garagoa, Tenza, Puerto Boyacá, Santa Rosa de Viterbo, Belén, Cerinza, Tutaza, Sátiva Norte y Sativa Sur, Boavita, La Uvita, Guacamayas, Soatá entre otros.

GASTRONOMIA

En cuanto a la Gastronomía del departamento, esta es muy variada y está compuesta por platos típicos tradicionales elaborados en base a los productos propios de la tierra Boyacense como el maíz, cebada, trigo, variedad de verduras, tubérculos y carnes; entre otros. Los platos más tradicionales son el mote de maíz pelado, sopa de mondongo, cochuco de trigo (sopa), la trucha arcoíris, arepas boyacenses, tamal, cabrito asado, y productos artesanales hechos a partir de frutos y dátiles característicos de la región.



FIESTAS Y FESTIVIDADES

El departamento cuenta con más de 500 eventos realizados en todo el departamento a lo largo del año. Destacan las ciudades de Tunja, Villa de Leyva, Paipa, Sogamoso, Aquitania, Monquirá, Macanal, Turmequé, Tuta, Garagoa, Guateque; entre otros.

Entre los eventos más tradicionales y de gran relevancia se encuentran la celebración de semana santa; el Festival Internacional de la Cultura en el mes agosto, un evento que atrae a cientos de espectadores, el cual cada año tiene un país como invitado especial, reuniendo a más de 3000 artistas de talla internacional; y el Aguinaldo Boyacense en el mes de diciembre, que reúne exposiciones culturales y eventos musicales para celebrar la época navideña.

Otros de especial interés son el Festival Nacional de Bandas Musicales en Paipa y el gran Prix de canotaje, el Festival de Luces; y Festival del viento y las cometas en Villa de Leyva.

El PDB 2016, estableció una clasificación de los principales municipios del departamento de acuerdo a su vocación turística territorial, tal y como se ve en la siguiente tabla:

Figura 26. Principales Municipios y Atractivos turísticos por vocación territorial.

Tipología Turística	Principales Municipios/ áreas de Referencia
Turismo de Naturaleza	Lago de Tota, parque nacional del Cocuy, Santuario de Flora y Fauna de Iguaqué, Soatá, Garagoa
Turismo Cultural, Fiestas y festividades	Tunja, Paipa, Chiquinquirá, Villa de Leyva, Monguí Sogamoso, Aquitania, Moniquirá, Macanal, Turmequé, Tuta, Garagoa; Guateque
Artesanías	Nobsa, Ráquira, Tenza, Guacamayas, Villa de Leiva, Chinavita, Cerinza, Belén, La Capilla, Chiscas; Monguí, Iza, Güicán entre otros.
Turismo de Aventura	Santa Rosa de Viterbo, Provincia de Ricaurte
Turismo de Convenciones	Paipa, Villa de Leyva y Tunja
Turismo de salud y Bienestar	Paipa, Duitama

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del PDB (2016-2019).

El plan afirma que esta variada oferta es una oportunidad para el desarrollo de productos turísticos; es decir, hace un reconocimiento sobre la inexistencia o escasas de los mismos; hecho que se confirma al momento de buscar información turística sobre los municipios y que se hace evidente al no encontrar un sitio web oficial propio que brinde información sobre una oferta atractiva y competitiva de cara al turista.



La información que obtenemos entonces es a través de portales turísticos de carácter privado (tripadvisor; viajaporcolombia.com) y nacional (colombia.travel) y aún así se observa escases de productos y servicios turísticos.

Las propias páginas de los ayuntamientos contienen un apartado discreto con información de carácter general e informativo, la cual pasa desapercibida al no destacar visualmente, un fallo importante teniendo en cuenta que uno de los objetivos así propuestos por el PDTSB, es mejorar la promoción y la competitividad del destino. Esto último hace pensar que aún hay una falencia importante en el tema de promoción, el uso de internet y las redes sociales; además de la ausencia de iniciativas público-privadas en promoción, diseño y creación de productos turísticos.

Para citar un ejemplo de lo que sucede en la mayoría de los municipios, citamos como ejemplo el municipio de Paipa, que recibe el nombre de “*capital turística del oriente colombiano*”; esto ya nos da un indicio sobre su relevancia en el turismo. De acuerdo a la tabla anterior, el municipio tiene vocación en turismo cultural, fiestas y festividades; turismo de convenciones; y turismo de salud y bienestar, además de contar con elementos históricos en relación a “*La gesta libertadora*”. Por tanto, es evidente su potencial turístico.

Sin embargo, no posee sitio web propio y la información que muestra la página oficial del ayuntamiento es de carácter general e informativo. Se observa entonces una escasa oferta de producto o experiencia turística que pueda captar y satisfacer la necesidad de ocio y divertimento del turista y que además ofrezca singularidad respecto a ofertas de otros departamentos. Este hecho se extiende en otros municipios del departamento.

La mayoría de municipios destacan por sus diversos eventos, ferias y fiestas de interés nacional; sin embargo, estos son eventos que tienen lugar en una determinada fecha, de aquí la necesidad de promover experiencias que puedan ofrecerse de manera continua durante el año y no solo en época de temporada alta.



Ahora bien, al comparar la oferta turística real del departamento con las premisas establecidas en su día por el PDB (2016-2019) y el PDTSB (2012-2021); se observa en primer lugar, como algunas propuestas que se vienen tratando desde años atrás en otros planes de desarrollo, como es el caso de los anillos turísticos, continúan en la actualidad sin consolidarse y los actuales planes no ofrecen alternativas o propuestas para su recuperación y replanificación. Dado el potencial turístico que ofrecen los anillos, merece la pena su replanteamiento.

En cuanto al turismo de naturaleza, como ya se ha mencionado en otro apartado, el PDTSB fijó el compromiso de promover un turismo sostenible centrándose en potenciar actividades propias del ecoturismo, turismo de aventura, y el turismo rural, dadas las condiciones geográficas y la vocación del territorio.

En la actualidad, la gobernación del departamento viene trabajando en algunas de estas acciones como la mesa de ecoturismo, en donde además participan otros entes como la dirección de medio ambiente, Parques Nacionales de Colombia, corporaciones y entidades educativas, para el fomento de alternativas turísticas que logren atraer visitantes y que además impulse el desarrollo económico de la comunidad.

Por su parte, la Secretaria de Cultura y Turismo trabaja actualmente en la definición de corredores ambientales, capacidades de carga e inventarios de atractivos naturales para el desarrollo de senderos (proyecto “camina por Boyacá”), protección del ecosistema del departamento y rutas de biciturismo.

Otras acciones llevadas a cabo en materia de turismo, hace referencia a sensibilización y educación ambiental a través de foros, eventos de promoción de la marca “Soy Boyacá” (Marca identificación de productos artesanales y gastronómicos del departamento), y campañas de promoción turística (“Boyacá es para vivirla”), famtrips, desarrollo y celebración con motivo del Bicentenario (doscientos años de la gesta libertadora) a través del cual se busca generar mayor protagonismo a la cultura, la artesanía y el ecoturismo y sentar precedentes para el proyecto de la ruta libertadora.



Lo cierto es que pese a las estrategias y acciones propuestas por el PDB y PDTSB, encaminadas a potencializar el turismo de naturaleza y otros ya mencionados en los apartados concernientes a estos; son objetivos trazados a medio y largo plazo. El PDTSB sigue estando en vigencia hasta el 2021; para ese entonces se habrá de valorar si muchas de estas propuestas continúan estando en papel o si por el contrario se lograron llevar a cabo.

8.5. PROMOCION TURISTICA Y EL USO DE LAS TICS

La promoción del turismo es uno de los ítems que el Mincit contempla junto a inversión e infraestructuras, como prioridad a la hora de asignar los recursos en materia de turismo como una de las estrategias para la mejora de la competitividad del sector.

Otros entes y organismos que intervienen en el turismo son el Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de defensa, Proexport y demás entes regionales a través de la implementación de estrategias encaminadas a la promoción y posicionamiento del turismo en el ámbito internacional.

Hace dos décadas, la mayoría de la demanda turística del país provenía del turismo domestico (80%), y para consolidarlo se creó la política en seguridad democrática; a través de campañas como “Vive Colombia, viaja por ella”, y la campaña dirigida al mercado internacional “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar”; en los cuales Boyacá participó mediante videos promocionales que mostraban la riqueza natural, cultural e histórica del departamento. (Fundecomercio, 2012).

Por otra parte, en 2009, el Mincit lideró un convenio en colaboración con la gobernación y otros entes como Fontur y Proexport, para el posicionamiento del departamento como uno de los principales destinos eco turísticos para el 2025.

Igualmente, el ministerio ha desarrollado publicaciones turísticas como La guía de turismo de Boyacá, La guía de turismo termal y La guía de turismo religioso para la difusión de información turística sobre el turismo de Boyacá y otros departamentos.



En general, son tantos los atractivos que ofrece el departamento y diversos los medios que la difunden que no siempre se ofrece información adecuada y clara acerca de lo que el turista puede hacer en el departamento. Un ejemplo de esto son los Anillos turísticos, los cuales son promocionados con otros nombres, de manera parcial, aislada o dentro de otros productos turísticos. (Fundecomercio, 2012).

La anterior valoración fue hecha hacia el año 2012, sin embargo, en la actualidad al buscar información sobre estas rutas, se observa que se sigue promocionando de la misma manera. Si además a lo anterior se suma la falta de estructuras turísticas, oferta complementaria y participación comunitaria, se entiende el porqué los anillos turísticos pasan desapercibidos.

Ahora bien, con independencia de las campañas publicitarias que se han llevado a cabo para la promoción del turismo, existe otro factor fundamental para la consecución de la competitividad y son las Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics).

Según la OMT, las Tics se han convertido en un elemento fundamental en el desarrollo de la actividad turística. La oferta y la demanda han evolucionado a tal punto que actividades como el marketing, distribución, promoción etc. son posibles gracias a su uso.

Algunos estudios de investigación y literatura encontradas sobre la influencia de las Tics en el sector empresarial y turístico del departamento, determinan que existe una gran deficiencia en el uso e incorporación de estas tecnologías en la promoción y desarrollo del turismo. Para citar algunos ejemplos:

Para Fonseca (2013), existe un bajo uso de las Tics en el conjunto empresarial del departamento y afirma que: *“La tecnología no es usada de acuerdo a las necesidades de los negocios y muchos empresarios creen que están implementando eficientemente las Tics por el hecho de comprar ordenadores indiscriminadamente, tener una salida a internet y comprar software de contabilidad y planillas”*.



Por otro lado, un estudio llevado a cabo sobre el marketing de las empresas turísticas, afirman que solo el 18% de las empresas encuestadas disponen de página web, de las cuales la mitad, son agencias de viajes. En general las empresas asociadas al turismo, centran su publicidad fundamentalmente en radio, clientes y tarjetas. (Rojas, E., Sánchez, C. & Muñoz, J., 2016).

El bajo uso de las Tics dificulta el desarrollo, la promoción y la publicidad de los productos y servicios turísticos. La gran mayoría de empresas no cuentan con página web y no existe ningún vinculo colaborativo entre estas para la creación de estrategias de promoción. (Rodríguez, D., & Granados, P., 2017).

Ahora bien, son las empresas quienes crean, modifican y difunden los productos y servicios, pero en la era actual en la que vivimos, la de la información, es el turista quien a través de las redes sociales o plataformas de comunicación, intercambia sus propias experiencias y opiniones (*web 2.0*) o incluso cuelga fotografías e información del destino turístico (*travel 2.0*), influyendo así en las decisiones de otros potenciales turistas que hacen uso de internet para buscar y contratar un viaje o experiencia turística (Rodríguez, J., Alonso, M., 2009).

De acuerdo a las consideraciones anteriores se pueden concluir dos cosas, la primera, es la importancia de las tecnologías de la información y comunicación como una herramienta crucial para la productividad y competitividad de las empresas turísticas y para toda aquella empresa que busca su permanencia en el mercado ya que aquellas que no son competitivas e innovadoras están destinadas a extinguirse.

Y en segundo lugar, el uso de las Tics ha sido y continúan siendo una debilidad para el departamento; por tanto, se hace indispensable que como estrategia en pro de mejorar la competitividad del sector, se estimule una campaña de apoyo financiero y soporte técnico; pero además, es necesario despertar consciencia respecto a su uso y beneficio en el tiempo.



9. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL TURISMO EN BOYACA

El PDTSB 2012, en su momento, estableció un conjunto de debilidades a las cuales el departamento debía hacer frente por aquel entonces, como son:

- Mal uso o desaprovechamiento de los recursos naturales y culturales.
- Apertura y accesibilidad para la formación adecuada del recurso humano en turismo y la planificación de los recursos naturales y culturales.
- Falta de aplicación de las políticas públicas en el desarrollo del sector y de coordinación institucional
- Escasos recursos y deficiente gestión en el uso de los mismos, destinados al turismo.
- Deficiente planificación de infraestructura (uso inadecuado, falta de conservación, ausencia de vías y servicios públicos en determinadas zonas del departamento).
- Falta de articulación entre las autoridades públicas y la empresa privada a la hora de estructurar la oferta turística complementaria de los Anillos Turísticos.
- Distorsión de la imagen real sobre los tipos de turismo que se pueden realizar al no haber una información turística mejor estructurada.
- Aunque en la actualidad se están llevando a cabo campañas de registro y formalización de los prestadores de servicios turísticos, aun continúa esta, siendo una asignatura pendiente.
- Escasa infraestructura de transporte y acceso a los destinos
- La alta estacionalidad del sector que se concentra principalmente en Semana Santa, Vacaciones Junio y Julio, y Navidades.
- Falta de capacitación y formación en idiomas.

No obstante, según estudios llevados a cabo por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit), las principales fortalezas para Boyacá como destino turístico son:

- Localización geográfica privilegiada al situarse cerca de los principales centros urbanos de la zona central del país, incluyendo la capital del país.
- Legado histórico (Prehispánico, Colonial y Republicano), importante por ser territorio determinante en la consecución de la independencia del país y ser escenario de patrimonio Prehispánico, los cuales constituyen un elemento diferenciador con respecto a otros departamentos.
- Amplia riqueza cultural expresada en sus tradiciones, fiestas patronales, actos religiosos, bailes, gastronomía, artesanía, eventos, ferias y fiestas, además de sus monumentos, arquitectura colonial, escenarios y museos.
- Existencia de 65 áreas protegidas entre las cuales destacan el Parque Nacional del Cocuy, Parque Natural del Pisba, el Santuario de flora y fauna de Iguaque, Reserva Natural del Malmo, Sucunama, entre otros.
- Clima y geografía idónea para la conservación de especies tan importantes como el oso anteojos y el cóndor de los Andes.
- Concentración del 20% de los Páramos a nivel nacional.
- Un mayor ambiente de seguridad y paz tras la firma del acuerdo de Paz (2016), finalizando así setenta años del conflicto armado.
- Existencia de centros educativos especializados para la formación del recurso humano.
- Existencia de políticas públicas en turismo y su territorialización.
- Nuevas dinámicas empresariales y de desarrollo en la región.
- Existencia de canales de acceso a los mercados turísticos.

En la actualidad, si bien es cierto que desde la Gobernación y la Secretaria de Turismo han venido trabajando en las diferentes estrategias y acciones contenidas en el PDTSB con el fin de aprovechar cada una de estas fortalezas y hacer frente a estas debilidades; lo cierto es que aún queda un largo camino para que puedan notarse sustancialmente los avances en materia de turismo.



10. REFLEXIONES Y CONSIDERACIONES

Colombia ya está inmersa dentro del grupo de países en vía desarrollo que apuestan por el turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico y social para sus regiones, y así lo confirman las cifras estadísticas que señalan un crecimiento lento pero muy favorable y acorde con las previsiones de la OMT.

Un turismo que no solo genera empleo e ingresos sino que también ejerce la función de proteger; poner en valor los recursos naturales y culturales y fomentar la calidad ambiental de los destinos turísticos, propiciando el desarrollo de infraestructuras y servicios públicos que mejoran la calidad de vida de las poblaciones.

Es indudable que en las últimas dos décadas, el turismo ha evolucionado cobrando un mayor protagonismo hasta el punto de ser considerado un eje fundamental para el desarrollo económico, social y ambiental del país. Una evolución que empezó con la ley general de turismo de 1996, para posteriormente dar paso a la implementación de políticas públicas y planes de desarrollo a favor del sector.

Sin embargo, cabe precisar que los actuales planes de desarrollo deberían mostrar una evolución significativa respecto a otros anteriormente desarrollados pero esto no ocurre puesto que uno tras otro, continúan reafirmando las debilidades y deficiencias que tiene el país y especialmente en este caso Boyacá; lo cual demuestra que a pesar de la evolución del sector, dos décadas después, aún continúan siendo una asignatura pendiente en materia de desarrollo y de competitividad para la consolidación de destinos turísticos. Estas debilidades y deficiencias a día de hoy continúan siendo:

- Necesidad de mayor infraestructura turística
- Necesidad de formación, capacitación en turismo y aprendizaje de una segunda lengua extranjera.
- Mayor acceso a las Tics
- Inversión en servicios públicos básicos para el bienestar de la población y el turismo (transporte, agua, luz, alcantarillado, salud)



- Estímulos que atraigan una mayor inversión para el sector.
- Mejor articulación de las autoridades públicas y la empresa privada del turismo.
- Mayores recursos económicos para la inversión en proyectos turísticos.
- Planificación adecuada, realista y eficiente de los destinos y desarrollo de productos y servicios turísticos estructurados.

El hecho de que no se hayan alcanzado aun estas premisas, indica que la competitividad es un objetivo a muy largo plazo y que más de allá de la implementación de políticas en turismo, se requiere aun todavía de un mayor compromiso por parte de las autoridades públicas; una mayor asociación por parte de las empresas y una mayor participación de la comunidad local. Las anteriores son consideraciones que también se han tomado en cuenta en los planes de desarrollo y sin embargo, no se ven plasmados en la realidad.

Por ello, se hace necesario incidir en promover una mayor sensibilización y sentido de pertenencia; creer en el potencial que tiene Boyacá respecto a la riqueza cultural y natural que tiene para mostrar, pues no se puede pretender que otros quieran conocer el departamento, si la propia comunidad Boyacense no cree, valora y conoce lo que se posee.

Se ha observado que el turismo en el departamento tiene una participación muy baja respecto a otros departamentos con más tradición y vocación turística. Teniendo en cuenta esto, el desarrollo de productos turísticos constituye una oportunidad para incentivar el turismo en la región; es por esto que se ha de tomar en consideración poder retomar los actuales anillos turísticos para su reorientación, puesta en valor y adecuada promoción, de tal manera que puedan ser identificados y aprovechados como tal por el visitante y la misma comunidad local.

Existe un factor que aunque no es objeto de análisis del presente trabajo, es un problema que afecta considerablemente en el desarrollo y crecimiento de los países, especialmente en aquellos en vía de desarrollo, y es la corrupción política. Una realidad latente en el país que afecta al crecimiento económico y social de sus



regiones. Colombia es un país en donde las iniciativas se frustran muy rápido cuando los proyectos de infraestructuras y desarrollo se quedan a medias o simplemente no se llevan a cabo a causa de los fraudes que cometen políticos y contratistas. Un problema añadido que dificulta aún más el crecimiento de la región y por ende, el del turismo.

No obstante, no todo es negativo y la prueba está en las acciones que se vienen adelantando desde la Gobernación y la Secretaria de Cultura y Turismo en relación al desarrollo del ecoturismo (creación de senderos y rutas de bici turismo), ejecución de proyectos de apoyo al sector hotelero para la mejora de la calidad en servicio; capacitación y formación del sector hotelero y las campañas de formalización de la actividad turística y creación de nuevos PITS (Puntos de información turística) en los principales atractivos turísticos.

Otro gran avance a nivel nacional y departamental es la creación de CITUR (Centro de Información Turística de Colombia) y SITUR (Sistema de Información Turística de Boyacá), las cuales llevan dos años desde su lanzamiento y aunque aún deben fortalecer, ampliar y precisar mucho más en la información que se ofrece, especialmente SITUR; sin duda contribuirán a consolidar el sistema de información estadística del sector, como herramienta estratégica para el desarrollo de políticas y toma de decisiones concernientes al desarrollo del turismo.

En cuanto a la promoción del departamento a nivel nacional, la promoción del departamento pasa un poco inadvertida, especialmente, porque casi siempre se centran en los municipios y atractivos con más tradición turística como es el caso de Villa de Leyva, restando así protagonismo a otros destinos, con lo que al final la promoción se queda en un círculo vicioso.

Por otra parte, respecto a la promoción a nivel departamental, el principal fallo es que se intenta promocionar destinos en donde no hay productos turísticos sólidos, la capacitación y participación ciudadana es casi nula, y no se cuenta con apoyo financiero y acompañamiento al pequeño comercio, con lo cual se cae de nuevo en el círculo vicioso de visitar los mismos destinos de siempre.



Teniendo en cuenta la importancia que tiene la incorporación y uso de las Tics; es evidente que aunque estas tecnologías tengan presencia en el territorio, el acceso y mantenimiento de las mismas, es de coste elevado para la pequeña y mediana empresa, esto sin contar el escaso conocimiento que existe por parte de la población sobre el tema. Se hace necesario por tanto incentivar una campaña de acompañamiento técnico y apoyo financiero aplicado a todo el tejido empresarial, llevada a la práctica real para que no figure solo en papel.

Dicho todo lo anterior, son cuatro los términos clave en los cuales el departamento debe aun continuar trabajando en miras de posicionar el turismo sostenible como eje de desarrollo económico, social y ambiental para la región y la población boyacense; y estos son competitividad; conectividad; promoción; y articulación institucional, teniendo claro que el principal cambio comienza por mejorar la educación, formación y sensibilización ciudadana.

11. BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA

Benavides, G. F. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano.

Suma de Negocios, 6(13), 66–73. Retrieved from

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X15000117>

Brundtland, G. (1987). Nuestro Futuro Común. (Informe Brundtland). Comisión

Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU. Recuperado desde

http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_Lecture_1/CM MAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf

Callejas-Rodríguez, N. Y., & Lesmes-Ortiz, L. V. (2014). "Los anillos turísticos como

Factor Generador de Turismo en los Municipios de Boyacá". In *Vestigium*

Ire, 8(1), PP. 180-192. . Retrieved from

<http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1008>

Consejo Nacional de política económica. (2010). Documento CONPES 3397.

Retrieved from

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3640.pdf>

Cuentas económicas - Cuenta satélite de turismo -CST-(2017). Dane. Retrieved

February 5, 2019, from [https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuentas-economicas-cuenta-satelite-de-turismo-cst)

[tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuentas-economicas-cuenta-satelite-de-turismo-cst](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuentas-economicas-cuenta-satelite-de-turismo-cst)

Díaz olariaga, O. (2015). Análisis de la aplicación de políticas públicas en el sector

turismo. El caso de Colombia. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, (14),

106–121. Recuperado desde <https://doi.org/10.24965/gapp.v0i14.10292>

DNP. (2010). Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 "Prosperidad para todos".

Bogotá: Departamento Nacional de Planeación. Recuperado desde

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/Bases%20PND%202010-2014%20Versi%C3%B3n%205%2014-04-2011%20completo.pdf>



- DNP. (2014). Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país”. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación. Recuperado desde <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/PND%202014-2018.pdf>
- DNP. (2014). Plan Sectorial de Turismo 2014-2018. “Turismo para la construcción de la paz”. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Recuperado desde http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/155.Plan_sectorial_de_turismo_2014_2018.pdf
- Fondo de Promoción Turística (2012). Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Departamento de Boyacá. Tunja: Fundecomercio. Recuperado desde <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=76ef7604-e284-42b3-91e4-a2e6af1be3da>
- Fonseca Pinto, D. E. (2013). La prospectiva y el conocimiento de las Tics en las pymes del departamento de Boyacá (Colombia). Pensamiento & Gestión, (34). Recuperado desde <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n33/n33a09.pdf>
- Gobernación de Boyacá. (2016). Plan de Desarrollo 2016-2019: Creemos en Boyacá Tierra de paz y libertad. Tunja. Recuperado desde <http://www.boyaca.gov.co/gobernacion/politicas-planes-y-programas/9498-pdd-boyaca-2016-2019>
- Gobernación de Boyacá. (2015). Gobernación entrego inventarios turísticos de Boyacá. Prensa Secretaria de Cultura y Turismo. Retrieved March 30, 2019, from <http://www.boyaca.gov.co/SecCultura/240-gobernación-entregó-a-mincomercio,-industria-y-turismo-inventarios-turisticos-de-boyacá>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2010). Guía Turística Boyacá. Retrieved from http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/17628/guias_turisticas_de_colombia



- Ministerio de Comercio, I. y T. (s.f.). Guía oficial de turismo de Colombia. Retrieved March 17, 2019, from <http://www.colombia.travel/es>
- Ministerio de Comercio, I. y T. (1968). LEY 60 DE 1968. Retrieved April 3, 2019, from <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1789448>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, D. N. de T.-D. (1996). Ley General de Turismo (Ley 300 de 1966). Retrieved from <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/historico-normatividad/1996/ley-300-de-1996-por-el-cual-se-expide-la-ley-gener/ley-300-de-1996-2.pdf.aspx>
- Organización Mundial del Turismo. (2009). Colombia de nuevo en el mapa del turismo mundial: OMT: EBSCOhost. Retrieved from <http://web.b.ebscohost.com/sabidi.urv.cat/ehost/detail/detail?vid=0&sid=4a382a7d-02e2-4ed9-ac83-14f51a8edabc%40sessionmgr120&bdata=JnNpdGU9ZWwhvc3QtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRI#db=buh&AN=39245890>
- Organización Mundial del Turismo. (2005-2007). Glosario Básico del Turismo. OMT. Recuperado de <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryterms.pdf>
- Pinilla Pérez, P. (2012). Factores socio-culturales que intervienen en el desarrollo turístico de Boyacá (Colombia). PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 10(1). <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.019>
- Registro Único Nacional de Áreas Protegidas. (2019). RUNAP. Retrieved March 31, 2019, from <http://runap.parquesnacionales.gov.co/departamento/927>
- Rodríguez Antón, J. M., Alonso Almeida, M., & Alonso, L. E. (2009). Nuevas tendencias y retos en el sector turismo : un enfoque multidisciplinar. Collado Villalba (Madrid): Delta. Retrieved from http://cataleg.urv.cat/record=b1290741~S13*cat



- Rodríguez Moreno, D. C., & Granados Ávila, P. N. (2017). Diagnóstico de competitividad del turismo en Boyacá (Colombia). *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 25(2), 193–205. <https://doi.org/10.18359/rfce.3073>
- Rojas, E. B. R. D. B., Sánchez, C. F. G., & Muñoz, J. A. P. (2016). Marketing en las empresas prestadoras de servicios turísticos de Boyacá. In *Vestigium Ire*, 10(1), 12-31. Recuperado de <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/viewFile/1178/1144>
- Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). "Introducción al turismo". Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Toro, G. (2003). La Política Pública de Turismo en Colombia. *Turismo y Sociedad*, 2, 9–16. Retrieved from <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2204/1948>
- Turner, R., & Freiermuth, E. (2019). The Economic Impact of Travel and Tourism 2019. World Travel and Tourism Council. Retrieved from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>
- UNWTO. (2019). World Tourism Barometer. Volume 14, May. Article (Vol. 17). Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometeresp.2019.17.1.1>

Principales Páginas Web:

- Página Oficial del Centro de Información Turística de Colombia. Recuperado (18 de Febrero de 2019) desde la dirección URL: <http://www.citur.gov.co/estadisticas>
- Página Oficial del Sistema de Información Turística de Boyacá. Recuperado (05 de Marzo de 2019) desde la dirección URL: <https://www.situr.boyaca.gov.co/>



Página Oficial de Recorre Colombia. Recuperado (19 de Marzo de 2019) desde la dirección URL: <https://www.recorrecolombia.com/>

Página de la Guía Oficial del Turismo de Colombia. Recuperado (19 de Marzo de 2019) desde la dirección URL: <http://www.colombia.travel/es>

Página Oficial de la Marca País Colombia. Recuperado (19 de Marzo de 2019) desde la dirección URL: <https://www.colombia.co/>

Página Oficial del Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Recuperado (20 de Febrero de 2019) desde la dirección URL: <http://www.dane.gov.co/>

Página Oficial del Fondo Nacional de Turismo. Recuperado (06 de abril de 2019) desde la dirección URL: <https://fontur.com.co/>

Página Oficial de la Gobernación de Boyacá. Recuperado (20 de Marzo de 2019) desde la dirección URL: <http://www.boyaca.gov.co/prensa-publicaciones/noticias/26768-avanzan-jornadas-de-implementaci%C3%B3n-de-la-norma-t%C3%A9cnica-sectorial-de-sostenibilidad-en-boyac%C3%A1>

Página Oficial de la Organización Mundial del Turismo. Recuperado (Abril 18 de 2019) desde la dirección URL: <http://unwto.org/es>

Página Oficial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Recuperado (Febrero 15 de 2019) desde la dirección URL: <http://www.mincit.gov.co/>

Página Oficial de Boyacá Cultural. (2009). MUSEOS DE BOYACÁ - CUADRO RESUMEN. Recuperado (Marzo 15 de 2019) desde la dirección URL: http://boyacacultural.com/index.php?option=com_content&view=article&id=343&Itemid=46