



PLAN ESTRÁTEGICO DE TURISMO DE BOLÍVAR

2019- 2029

INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR

Lucy Espinosa Díaz

Directora General

Paola López Giraldo

Directora Técnica de Turismo

Hassam Castilla

Asesor Dirección General

María Alejandra Latorre

Asesora para Turismo

AGRADECIMIENTOS

Secretarios y coordinadores de cultura y turismo de Bolívar

Leidy Suarez Santos

COTELCO

UNICAFAM

TABLA DE CONTENIDOS

PRESENTACIÓN	5
ANTECEDENTES	7
MARCO NORMATIVO	12
METODOLOGÍA	25
HOJA DE RUTA “BOLÍVAR MÁS POR DESCUBRIR”	26
DIAGNÓSTICO DEL SECTOR TURÍSTICO EN BOLÍVAR	32
GOBERNANZA, PLANIFICACIÓN Y POLÍTICAS DE TURISMO EN EL DEPARTAMENTO	35
INSTANCIAS PARA LA GOBERNANZA, LA GESTIÓN Y LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA del DEPARTAMENTO	41
COMITÉ TURISMO, PAZ Y CONVIVENCIA PARA MONTES DE MARÍA Y SAN BASILIO DE PALENQUE- BOLÍVAR	41
COMITÉ DE PROMOCIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS Y BOLÍVAR.	41
COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD CARTAGENA Y BOLÍVAR	42
MESAS DE TURISMO	42
MERCADO TURÍSTICO	43
PERFIL DEL TURISTA NACIONAL	43
PERFIL DEL TURISTA INTERNACIONAL	45
DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO EN BOLÍVAR	48
COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	53
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y HOTELERA	53
FORMACIÓN TURÍSTICA	55
SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO	55
IMPACTO Y RESULTADOS DE LA ESTRATEGIA “BOLÍVAR MÁS POR DESCUBRIR”	58
ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO DEL DEPARTAMENTO DE BOLÍVAR	69
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DOFA - FACTORES INTERNOS	69
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DOFA - FACTORES EXTERNO	71
ANÁLISIS ESTRATÉGICO CAME	73
ANÁLISIS DEL ENTORNO	77
FACTORES CRÍTICOS	79

VISIÓN Y APUESTAS DE FUTURO _____	82
VISIÓN _____	82
APUESTAS DE FUTURO _____	82
OBJETIVO GENERAL _____	82
METAS GENERALES _____	83
EJES ESTRATÉGICOS _____	83
ACTORES CLAVES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PET _____	94
CONTROL Y SEGUIMIENTO: INDICADORES Y METAS _____	99
REFERENCIAS _____	111
ANEXOS _____	112

PRESENTACIÓN

El Plan Estratégico de Turismo de Bolívar 2029 se crea como herramienta que orienta las acciones en materia turística más allá de los periodos legislativos, sirviendo, al tiempo, de guía para dirigir inversiones, acciones y esfuerzos alineadas a fortalecer la oferta turística del Departamento.

La Gobernación de Bolívar, a través de su Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar – ICULTUR, tienen a cargo la realización y desarrollo del plan en articulación con los entes territoriales. ICULTUR, como ente rector de la política cultural y turística del Departamento, trabaja en los diferentes aspectos culturales con el objetivo de fomentar las artes, el cine y la literatura; apoyando y estimulando el folclor regional; la construcción y organización de los servicios culturales de las bibliotecas, los museos, las casas de la cultura, los centros culturales y los teatros; además apoya la música en sus diversas manifestaciones, divulga las diversas manifestaciones culturales, la conservación y divulgación de la memoria y patrimonio cultural, el fomento de los programas dirigidos al sector artesanal y la ejecución de las políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Departamento como destino turístico sostenible.

Este trabajo se emplea con el respaldo, apoyo, participación e implicación de todos los actores relevantes en materia de cultura y turismo del Departamento y sus entes gubernamentales, quienes son los encargados de preservar y mantener la sostenibilidad de las acciones en pro del fortalecimiento empresarial en torno al sector turístico. Por esta razón, para la realización y estructuración del plan estratégico se contó con el diagnóstico y planificación de propuestas del sector y la población involucrada en las diferentes mesas de turismo creadas en los diez municipios priorizados de la estrategia “Bolívar más por descubrir” y el vínculo directo con el comité del Programa Turismo, Paz y Convivencia en los Montes de María, como un espacio de concertación para planificar la visión del turismo en el Departamento a diez años.

“El plan estratégico de turismo es la herramienta más útil para lograr unas metas claras de lo que debería ser el sector durante una década, pues está estructurado de tal forma que pueda ser guía para los nuevos gobiernos y para las comunidades, sin dejar espacio a la suposición.

Desde su momento de creación supimos que, sólo teniendo este instrumento, nos orientaríamos como Departamento hacia los objetivos de consolidarnos como destino turístico competitivo. Por ello, nos tomamos el trabajo de diagnosticar, conocer y evaluar los potenciales que tenemos para desarrollar una política pública que, de manera firme y coherente con las tendencias, se implemente en los destinos que ven en el sector una oportunidad de desarrollo.

Esperamos que el PET que sea de utilidad y que consolide el sector a través de su práctica, contribuyendo al posicionamiento de un cada día más fuerte sector turístico Departamental.”

Lucy Espinosa Díaz

Directora General

Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar

ANTECEDENTES

La estrategia departamental de promoción turística “Bolívar más por descubrir”, nació bajo el nombre “Ruta de la Paz” en el año 2016, como una estrategia impulsada por el gobierno del “Bolívar Sí Avanza” e ICULTUR, para promover el desarrollo turístico y cultural en corregimientos y municipios que fueron significativamente afectados por el conflicto armado colombiano pero que hoy, son zonas llenas de valentía para contar sus historias, mostrar su belleza natural y compartir su riqueza cultural y general desarrollo económico del departamento a través de nuevas oportunidades de empleo. La estrategia incluye a los corregimientos y municipios validados con vocación turística por el ICULTUR en el Departamento: Galerazamba (Santa Catalina de Alejandría), Turbaco, Arjona, María la Baja, San Basilio de Palenque (Mahates), San Juan Nepomuceno, San Jacinto, El Carmen de Bolívar, Magangué y Santa Cruz de Mompox.

La Ruta como producto turístico se articula con tres (3) programas diseñados y liderados por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo -MINCIT-. El primero, Corredor Caribe, es implementado para lograr el fortalecimiento del empleo, la productividad, competitividad, sostenibilidad, formalización, seguridad y educación. Este reconoce en el corredor turístico del caribe a Santa Catalina, Turbaco, San Basilio de Palenque, San Juan Nepomuceno, San Jacinto, El Carmen de Bolívar y Santa Cruz de Mompox. Por otra parte, el Programa Turismo, Paz y Convivencia ha priorizado a los municipios de San Basilio de Palenque (Mahates), María la Baja, San Juan Nepomuceno, San Jacinto y El Carmen de Bolívar. Es en este espacio donde se ha recogido un gran insumo para realizar el plan estratégico, pues el Programa de Turismo, Paz y Convivencia desarrolla turísticamente destinos del territorio nacional afectados por el conflicto, garantizando su sostenibilidad, y en los Montes de María concretamente han organizado el modelo de co-creación en turismo, promoviendo una cultura alrededor del turismo y la paz y la construcción del tejido social que permita formar cadenas de valor y mejorar la calidad de vida Montemariana a través de prácticas responsables y sostenibles. El tercer y último, es el programa Colegios

Amigos del Turismo Sostenibles - CATS, en el cual, municipios como Santa Catalina, Turbaco, San Jacinto y Mompox cuentan con participación activa de cuatro (4) establecimientos educativos de categoría pública para la implementación de estrategias que promuevan la cultura turística desde temprana edad, que fomentan también la apropiación del territorio y el uso productivo del tiempo libre.

En ese sentido, el plan se convierte en el impulso para que a través de la constitución de la mesa de turismo se trabaje coordinadamente entre representantes públicos y del sector privado, para llevar a cabo las medidas que en este documento se incorporan bajo la guía, la orientación y el apoyo del ICULTUR. Solo de esta manera podrá consolidarse el turismo como una actividad dinamizadora de la economía en el departamento de Bolívar. Dado lo anterior, este plan se realiza como instrumento de participación partiendo de la importancia de establecer los medios, las metas y los objetivos en función del turismo explorando todas aquellas oportunidades y fortalezas en pro de la función turística tratando al mismo tiempo de proyectarse hacia el futuro para optimizar los resultados de la gestión local.

Este plan continuará con la guía y lineamientos del plan de desarrollo turístico realizado en el año 2012 por CAFAM, que pretendía posicionar al departamento de Bolívar como el primer destino turístico de la región Caribe Colombiana, a través del desarrollo sostenible y competitivo del turismo como sector generador de oportunidades e inclusión productiva para las comunidades de los municipios con vocación turística, consolidando los productos de naturaleza e histórico-cultural en los mercados nacional e internacional.

El plan se centraba en los factores de gestión, producción, soporte y atracción para generar propuestas y proyectos en los que se debía trabajar en los siguientes años. Para el factor de gestión, el plan se enfocó en lograr que la gestión que se adelante en mercadeo y promoción tenga un efecto en la realidad, se fortalezca lo institucional y el trabajo en alianza entre los sectores público y privado, minimizando los impactos derivados del turismo. Los programas propuestos bajo el factor de gestión eran: 1- Bolívar se vende, formulación y estrategias de mercadeo, 2- Conéctate Bolívar, fortalecimiento institucional de alianzas estratégicas, 3- Le cumplimos al

Departamento, sensibilización y prevención del ESCNNA. Para el factor de producción, su apuesta era dirigida hacia el mejoramiento y fortalecimiento de la calidad de los servicios de acogida. Los programas focos eran: 1- Bolívar hace empresa, formalización empresarial, mejoramiento de la competitividad turística en los clústeres, rutas o circuitos, fortalecimiento de la cadena de valor turística. En cuanto al factor de soporte, el objetivo estaba encaminado hacia la generación y fortalecimiento de infraestructura de soporte en especial lo relacionado con los planes de seguridad vial, el acompañamiento de la fuerza pública, para el mantenimiento y mejora en la percepción de la seguridad y confianza tanto de los pobladores como de los viajeros que visiten el destino. Los programas del factor soporten eran: 1- Bolívar seguro, mejoramiento de condiciones generales para la seguridad turística, 2- Bolívar le apuesta a una infraestructura de calidad para el turismo, fortalecimiento de las condiciones de soporte para un desarrollo turístico incluyente, 3- Bolívar somos todos, fortaleciendo las capacidades de empresarios y de las comunidades. En cuanto al factor atracción, la meta era desarrollar la oferta turística que aproveche la fortaleza de Cartagena como destino turístico de talla mundial y potencialice al resto del Departamento como micro clústeres, rutas y circuitos competitivos y sostenibles. Los programas del factor atracción eran los siguientes: 1- ¡Qué atractivo eres Bolívar!, mejoramiento y acondicionamiento de atractivos turísticos, 2- Bolívar destino diverso, diseño y organización de productos turísticos, mejoramiento de productos turísticos, 3- Bolívar sostenible, promoción de buenas prácticas de turismo sostenible.

Por otra parte, es importante mencionar la apuesta turística de ICULTUR que se centra fundamentalmente en robustecer los siguientes componentes en el ámbito turístico: la competitividad, la promoción, la infraestructura y la gobernanza.

- **Competitividad.**

Esta línea de trabajo se encarga especialmente en realizar asistencia técnica en diferentes enfoques dentro del contexto turístico, en pro de acompañar a nuevos emprendimientos y a empresarios para su crecimiento y mejora en sus competencias. Algunas de estas son: en formulación de proyectos, diseño de producto turístico,

proceso de formalización, estrategias de promoción y comercialización desde el enfoque teórico, buscando alianzas con entidades apropiadas para robustecer procesos de formación complementaria a prestadores de servicios turísticos (cursos ofertados por el SENA, diplomados, seminarios, talleres, entre otros. Además, programas técnicos y tecnológicos del SENA. Por otra parte, se realiza levantamiento de información como lo son los inventarios turísticos de los destinos que se priorizan por su vocación turística con la debida actualización y se realizan mediciones de impacto en el marco de eventos específicos, para identificar aspectos como, por ejemplo: la caracterización de impacto económico y del valor social y cultural, grado de satisfacción y percepción, entre otros. Bajo este componente también reconoce a aquellos empresarios que se destacan por su contribución a través de sus servicios, la calidad y sostenibilidad. En la primera versión de estos premios se categorizó de la siguiente manera: 1. Calidad turística, 2. Turismo sostenible, 3. Premio a la trayectoria y aporte al sector turístico, 4. Nuevas experiencias y 5. “Bolívar más por descubrir”. Finalmente, se construye, desarrolla y emplea el Plan Estratégico de turismo del Departamento de Bolívar, y brinda apoyo en la consecución de destinos certificados en sostenibilidad.

- **Promoción.**

La línea de trabajo de promoción permite desarrollar las estrategias de marketing y comercialización de los destinos turísticos. Desde este componente se prioriza la participación y/o organización de eventos de promoción nacional e internacional, viajes de familiarización turística (Famtrips) para agencias, inversionistas, empresas y periodistas (Press trips), caravanas turísticas y ruedas de negocios. Entre los más destacados se resalta la Vitrina Turística ANATO, siendo el evento con mayor relevancia en el país. Así mismo, se gestionan proyectos de promoción turística tanto de destinos como de eventos específicos que destacan la cultura turística, permitiendo dejar un beneficio a los municipios con la atracción de turistas a los destinos.

Adicionalmente, las estrategias como: rondas de medios, diseño de material promocional y promoción a través de redes sociales se realizan a la par de cada una

de las acciones anteriores. La elaboración del plan de marketing turístico del departamento de Bolívar, también se orienta desde esta línea.

- **Infraestructura.**

Esta línea de trabajo se relaciona con la gestión de proyectos de construcción, adecuaciones y dotación de nuevos espacios como herramientas que complementen la experiencia turística en los destinos priorizados, búsqueda de alianzas comerciales para la facilitación de conexiones viales y áreas, reconstrucción de bienes turísticos, dotación de puntos de información y señalización turística.

Las inversiones dentro de este componente permitirán el mejoramiento en la conectividad de los destinos priorizados y avanzar en el desarrollo económico no solo de prestadores de servicios, y la posibilidad de empaquetamiento turístico de rutas y circuitos, si no también impactando positivamente a toda la cadena turística y a la región en general.

- **Gobernanza.**

A través de la línea de trabajo de gobernanza se legitima, articula, gestiona y organiza aquellas acciones o temas que componen la legalidad del turismo, la seguridad, la asociatividad, promoción, facilitando el trabajo, al vincular a las entidades competentes dentro de cada comité. Actualmente existen el comité Departamental de Seguridad Turística, las mesas de turismo en los municipios, el comité de playas en Santa Catalina, el comité del programa turismo, paz y convivencia en Montes de María, el comité de promoción Cartagena y Bolívar y la comisión regional de competitividad turística Cartagena y Bolívar.

Dentro de estos comités, se ponen en marcha planes de acción en pro de articular y aunar esfuerzos competentes de las entidades competentes en cada comité.

MARCO NORMATIVO

En cuanto disposiciones normativas, se compila toda la reglamentación que compete al sector turismo:

- **LEY 32 DE 1990:** por medio de la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión del Agente de Viajes.
- **DECRETO NÚMERO 1095 DEL 30 DE MAYO DE 1994:** Por el cual se adopta el Código de Ética Profesional del Agente de Viajes y Turismo.
- **LEY 300 1996:** Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones.
- **DECRETO NÚMERO 972 DE 1997:** por el cual se reglamentan los planes de servicios y descuentos especiales en materia de turismo para la tercera edad.
- **DECRETO NÚMERO 505 DE 1997:** Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 300 de 1996.
- **DECRETO 504 DE 1997:** Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo.
- **DECRETO 503 DE 1997:** Por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Guía de Turismo.
- **DECRETO 502 DE 1997:** Por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996.
- **DECRETO 1076 DE 1997:** Por el cual se reglamenta el sistema de tiempo compartido turístico.
- **DECRETO 1075 DE 1997:** Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.
- **Resolución 220 de 1999:** Por la cual se deroga la resolución número 001 del 4 de agosto de 1997 y se reglamenta el consejo profesional de guías de turismo.
- **Resolución 221 de 1999:** Código de Ética del Guía de Turismo.

- **DECRETO 2395 DE 1999:** Por el cual se reglamenta la Ley 300 de 1996 en lo relacionado con la inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico.
- **DECRETO 2485 DE 1999:** Por el cual se establece la obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo a los equipajeros como prestadores de servicios turísticos. (Derogado).
- **Resolución 3537 de 2000:** Por la cual se autoriza el cambio de servicio de particular a público, de vehículos destinados a transporte especial y de turismo. Ministerio de Transporte.
- **Sentencia C-697 de 2000:** Derecho a ejercer profesión u oficio /Libertad de empresa. Agente de viajes y Turismo. (Corte Constitucional)
- **LEY 561 DE 2000:** Por medio de la cual se autoriza a la Asamblea Departamental del Meta para ordenar la emisión de la Estampilla de Fomento Turístico y se dictan otras disposiciones.
- **DECRETO 2194 DE OCTUBRE 27 DE 2000:** Por el cual se modifica el plazo para la actualización del Registro Nacional de Turismo.
- **DECRETO 53 DE ENERO 18 DE 2001:** Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de las Agencias de Viajes y se dictan otras disposiciones.
- **DECRETO 174 DE 2001:** Por el cual se reglamenta el Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Especial.
- **DECRETO 1912 DE 2001:** Reglamentación Tiempo Compartido.
- **DECRETO 1825 DE 2001:** Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los Guías de Turismo.
- **DECRETO 1824 DE 2001:** Disposiciones relacionadas con la actividad de los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
- **DECRETO 2107 DE 2001:** Por el cual se dictan disposiciones sobre la expedición de visas, control y regularización de extranjeros y se dictan otras disposiciones en materia de inmigración.
- **LEY 679 DE 2001:** Prevención contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso con menores de edad.

- **DECRETO 1524 DE 2002:** Por el cual se reglamenta el artículo 5° de la Ley 670 de 2001.
- **Resolución 3537 de 2002:** Por la cual se autoriza el cambio de servicio de particular a público, de vehículos destinados a transporte especial y de turismo. Ministerio de Transporte.
- **DECRETO 53 DE ENERO 18 DE 2002:** Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de las Agencias de Viajes y se dictan otras disposiciones.
- **Resolución 0049 de enero 22 de 2002:** Por la cual se establecen las tarifas de inscripción del Registro Nacional De Turismo.
- **Resolución 00738 de 2002:** Por medio de la cual se definen las tasas aeroportuarias.
- **Resolución 0119 de febrero 12 de 2002:** Por la cual se fijan unas reglas para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.
- **DECRETO 1336 DE JUNIO 26 DE 2002:** Por el cual se modifica el Decreto Reglamentario 505 del 28 de febrero de 1997.
- **LEY 731 DE 2002:** Por la cual se dictan normas para favorecer a las mujeres rurales.
- **LEY 768 DE JULIO 31 DE 2002:** Por la cual se adopta el Régimen Político, Administrativo y Fiscal de los Distritos Portuario e Industrial de Barranquilla, Turístico y Cultural de Cartagena de Indias y Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta.
- **DECRETO 2074 DEL 25 DE JULIO DE 2003:** Por el cual se modifica el Decreto 504 de 1997, sobre información del Registro Nacional de Turismo.
- **DECRETO 2755 DEL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2003:** Por medio del cual se reglamenta el artículo 207-2 del Estatuto Tributario.
- **DECRETO 210 DE 2003:** Por la cual se crean y organizan grupos internos de trabajo en la Dirección de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se determinan sus tareas y responsabilidades y se adoptan otras decisiones.

- **DECRETO 4000 DEL 30 DE NOVIEMBRE DE 2004:** Por el cual se dictan disposiciones sobre la expedición de visas, control de extranjeros y se dictan otras disposiciones en materia de migración.
- **DECRETO 2062 DEL 24 DE JUNIO DE 2004:** Por el cual se otorga la calidad de Zona Franca Turística a los muelles turísticos y marinas deportivas y los terminales de cruceros.
- **Resolución 1622 del 2 de agosto de 2005:** Por la cual se adopta el Manual de Señalización Turística Peatonal.
- **Resolución 0890 del 6 de julio de 2005:** Por cual se establece la forma y requisitos para solicitar ante las autoridades ambientales competentes la certificación de que trata el numeral 5 del artículo 207-2 del Estatuto Tributario. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial.
- **Resolución 0657 del 8 de abril 2005:** Por la cual se reglamenta la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje que prestan sus servicios en Colombia.
- **Resolución 0236 del 2 de febrero de 2005:** Por la cual se modifican las tarifas de inscripción y de actualización en el Registro Nacional de Turismo.
- **Resolución 0118 del 28 de enero de 2005:** Por la cual se establecen los criterios técnicos de las diferentes actividades o servicios de ecoturismo de conformidad con lo dispuesto en el parágrafo del artículo 12 del Decreto 2755 de 2003.
- **DECRETO 2785 DEL 17 DE AGOSTO DE 2006:** Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y se dictan otras disposiciones. Art. 5, 6 y 7.
- **Resolución 2322 del 12 octubre de 2006:** Por la cual se otorga un plazo (Amplia del plazo por 6 meses para usar la categorización por estrellas en los hoteles que se encuentran en proceso de certificación).
- **Resolución 2534 del 7 de noviembre de 2006:** Por la crean y organizan unos grupos internos de trabajo en las Direcciones de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo y de Análisis Sectorial y Promoción del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se determinan sus tareas y responsabilidades y se adoptan otras disposiciones.

- **LEY 1101 DEL 22 DE NOVIEMBRE DE 2006:** Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.
- **LEY 1110 DEL 27 DICIEMBRE DE 2006:** Por la cual se decreta el Presupuesto de Rentas y Recursos de Capital y la Ley de Apropriaciones para la vigencia fiscal del 1° de enero al 31 de diciembre de 2007. Art. 28 Disposición para bienes inmuebles.
- **LEY 1111 DEL 27 DICIEMBRE DE 2006:** Por la cual se modifica el estatuto tributario de los impuestos administrados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Art. 62 Exención del impuesto sobre las ventas de servicios.
- **Resolución 0347 del 27 de febrero de 2007:** Por la cual se definen los criterios para otorgar la calidad de turístico a los bares y restaurantes contemplados en la Ley 1101 de 2006.
- **Resolución 0348 del 27 de febrero de 2007:** Por la cual se determinan los sitios de interés turístico de qué tratan los numerales 1° y 2° del artículo primero de la Resolución 0347 de 2007.
- **Resolución 0385 de 2007:** Por la cual se modifican los formatos a que se refiere el artículo tercero de la Resolución 890 de 2005.
- **DECRETO 1036 DEL 30 DE MARZO DE 2007:** Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo a que se refiere la Ley 1101 de 2006.
- **DECRETO 1373 DEL 24 DE ABRIL DE 2007:** Por el cual se establece una semana de receso estudiantil en los establecimientos de educación preescolar, básica y media.
- **DECRETO 1400 DEL 26 DE ABRIL DE 2007:** Por el cual se amplía el plazo para el pago de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo correspondiente al primer trimestre de 2007.
- **DECRETO 1782 DEL 23 DE MAYO DE 2007:** Por medio del cual se reglamenta el Impuesto con destino al turismo.
- **Resolución 1143 del 13 de junio de 2007:** Por el cual se reglamenta el procedimiento de selección de representantes del sector privado al Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística.

- **Resolución 1280 del 27 de junio de 2007:** Por la cual se adiciona la Resolución 1143 de 2007 referente a la integración del Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística para el período 2007-2009.
- **DECRETO 1036 DE 2007.** Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo a que se refiere la Ley 1101 de 2006.
- **DECRETO 1373 DE 2007.** Por el cual se establece una semana de receso estudiantil en los establecimientos de educación preescolar, básica y media.
- **DECRETO 1400 DE 2007.** Por el cual se amplía el plazo para el pago de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo correspondiente al primer trimestre de 2007.
- **DECRETO 1782 DEL 23 DE MAYO DE 2007.** Por medio del cual se reglamenta el Impuesto con destino al turismo.
- **Resolución 0727 del 31 de marzo de 2008.** Por lo cual se definen los criterios para el manejo de los recursos del Fondo de Promoción Turística contemplados en la Ley 1101 de 2006.
- **Circular 001 del 25 de febrero de 2009.** Cláusula de responsabilidad en planes turísticos.
- **Resolución 3840 del 24 de diciembre de 2009.** Por la cual se establece el Código de Conducta contemplado en el artículo 1º de la Ley 1336 del 21 de julio de 2009 y se dictan otras disposiciones.
- **Resolución 3772 del 17 de diciembre de 2009.** Por la cual se determinan unos prestadores de servicios turísticos. (Modalidades de viviendas turísticas)
- **Resolución 4577 del 23 de septiembre 2009.** Por la cual se modifica parcialmente el Manual de Señalización Vial - Dispositivos para la Regulación de Tránsito en Calles, Carreteras y Ciclorrutas de Colombia, adoptado mediante la Resolución No. 001050 del 5 de mayo de 2004.
- **DECRETO 4933 DE 2009.** Por el cual se modifica el Decreto 2590 de 9 de julio de 2009. (Plazo para modificar los reglamentos de propiedad horizontal para la prestación del servicio de vivienda turística).
- **DECRETO 2590 DE 2009.** Por el cual se reglamentan las leyes 300 de 1996 y 1101 de 2006. Viviendas turísticas.

- **Ley 1329 de 2009.** Por medio del cual se modifica el Título IV de la Ley 599 de 2000 y se dictan otras disposiciones para contrarrestar la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
- **Ley 1336 de 2009.** Por medio de la cual se adiciona y robustece la Ley 679 de 2001, de lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes.
- **Resolución 3502 del 12 de noviembre de 2010.** Por el cual se otorga un plazo para cumplir los requisitos establecidos en la Resolución 0460 de 19 de febrero de 2010
- **LEY 1429 DE 2010:** Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.
- **DECRETO 4350 DE 2010.** Por el cual se modifica el inciso primero del artículo 8° del Decreto 2755 de 2003.
- **DECRETO 774 DE 2010.** Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con el derecho de retracto en la venta de tiempo compartido turístico.
- **Resolución 0958 del 20 de abril de 2010.** Por la cual se establecen unas disposiciones en desarrollo la Ley 1225 de 2008, sobre parques de diversiones, atracciones y dispositivos de entretenimiento, en todo el territorio nacional.
- **DECRETO 2438 DE 2010.** Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos.
- **Resolución 4322 de 2011.** Por la cual se reglamenta el artículo 6° de la Ley 1171 de 2007. Descuentos en servicios turísticos para adultos mayores de 62 años clasificados en los niveles I o II del SISBÉN.
- **Resolución 3513 del 14 de septiembre de 2011.** Por la cual se reglamentan las condiciones de representatividad nacional de que trata el artículo 9° de la Ley 1101 de 2006.
- **Resolución 2710 del 22 de julio de 2011.** Por la cual se aclara la Resolución 2318 de 2011.
- **Resolución 2349 del 29 de junio de 2011.** Por la cual se crea el Comité de Capacitación y Formación Turística y se dictan otras disposiciones.

- **Resolución 2331 del 28 de junio de 2011.** Por la cual se señala el período de los aportes de la contribución parafiscal para los efectos establecidos en la Resolución 2318 de 28 de junio de 2011.
- **Resolución 2318 del 28 de junio de 2011.** Por la cual se modifica la Resolución 1143 de 13 de junio de 2007.
- **Resolución 1065 del 30 de marzo de 2011.** Por la cual se establece la gradualidad de las multas previstas en el artículo 47 de la Ley 1429 de 2010.
- **Resolución 0557 de 23 de febrero de 2011.** Por la cual se crea el Comité Nacional de Turismo y se dictan otras disposiciones.
- **Resolución 4895 del 07 de diciembre de 2011.** Por la cual se incluyen unos centros comerciales para determinar aportantes de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo.
- **Resolución 4896 del 7 de diciembre de 2011.** Por la cual se establecen los requisitos para la actualización de la inscripción de los Guías de Turismo en el Registro Nacional de Turismo
- **DECRETO 2503 DE 2012.** Por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 22 de la Ley 1558 de 2012. "Reglamentación de la administración y venta de bienes con vocación turística extintos e incautados".
- **DECRETO 2251 DE 2012:** Por el cual se reglamentan los artículos 9 de la Ley 1101 de 2006 y 21 de la Ley 1558 de 2012 – Contratación de la Administración del Fondo Nacional de Turismo.
- **DECRETO 2125 DE 2012:** Administración inmuebles antigua Corporación Nacional de Turismo – CNT.
- **Resolución 0161 de 2012:** Por la cual se establecen los requisitos de inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los Arrendadores de Vehículos para Turismo y se deroga la Resolución 0460 de 2010.
- **Resolución 5033 de 2012:** Por la cual se establecen las normas para el otorgamiento de la Medalla al Mérito Turístico.
- **Resolución 0593 de 2012.** Por la cual se establecen los mecanismos de designación y elección de unos representantes ante el Comité de Capacitación y Formación Turística.

- **LEY 1558 DE 2012:** Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.
- **Resolución 3349 de 2013:** Por la cual se regula la exigencia de garantías de que trata el artículo 36 de la Ley 1558 de 2012.
- **Resolución 2002 de 2013:** Por la cual se reglamenta el procedimiento para la selección de los representantes de las organizaciones gremiales al Comité Directivo del Fondo Nacional de Turismo.
- **Resolución 3960 de 2013:** Por la cual se modifica el artículo 1º de la Resolución 2349 de 2011 del Comité de Capacitación y Formación Turística.
- **Resolución 4112 de 2013:** Por medio de la cual se aplaza la exigencia de un requisito.
- **Resolución 4367 de 2013:** Por la cual se deroga la Resolución 4896 de 2011.
- **Resolución 5945 de 2013:** Por la cual se modifica la Resolución 3349 de 2013 y se deroga la Resolución 4112 de 2013.
- **DECRETO 437 DE 2013:** Por el cual se reglamenta la Ley 1556 de 2012.
- **DECRETO 926 DE 2013:** Por medio del cual se reglamenta el procedimiento para la elección de los dos alcaldes que integran el Comité Directivo del Fondo Nacional de Turismo.
- **DECRETO 1591 DE 2013:** Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Consejo Consultivo de la Industria Turística.
- **DECRETO 1766 DE 2013:** Por el cual se reglamenta el funcionamiento de los Comités Locales para la Organización de las Playas del que trata el artículo 12 de la Ley 1558 de 2012.
- **DECRETO 1873 DE 2013:** Por el cual se reglamentan las funciones del Consejo Superior de Turismo y se dictan otras disposiciones.
- **DECRETO 2183 DE 2013:** Por el cual se regula la elaboración y registro de las estadísticas relacionadas con el sector turístico y se dictan otras disposiciones.
- **DECRETO 2646 DE 2013:** Por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para servicios turísticos.
- **Resolución 0405 de 31 de enero de 2014:** Por la cual se reglamentan parcialmente los artículos 5º y 33 de la Ley 1558 de 2012.

- **Resolución 5797 de 2013:** Por la cual se adiciona un párrafo al artículo 20 de la Resolución 0650 de 2008.
- **DECRETO 1097 DE 2014:** Por el cual se reglamenta la etapa previa de reclamación directa para ejercer la acción jurisdiccional de protección al consumidor de servicios turísticos o aéreos.
- **DECRETO 945 DE 2014:** Por el cual se reglamenta la conformación y el funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística de que trata el artículo 11 de la Ley 1558 de 2012.
- **Resolución 2804 de 2014:** Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística.
- **DECRETO 1293 DEL 10 JULIO DE 2014:** Por el cual se modifica el Decreto 503 de 1997 y se dictan otras disposiciones.
- **DECRETO 1903 DE 2014:** Por el cual se reglamenta la devolución del Impuesto sobre las ventas a los turistas extranjeros no residentes en Colombia por la compra de bienes en el territorio nacional y a los visitantes extranjeros no residentes en Colombia por la compra de bienes gravados, realizadas en las Unidades Especiales de Desarrollo Fronterizo.
- **Resolución 5605 de 16 de diciembre de 2014** Por la cual se modifica la Resolución 3349 de 2013 y se deroga la Resolución 5945 de 2013.
- **Resolución 3860 de 2015:** Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales expedida por las Unidades Sectoriales de Normalización para las actividades del denominado Turismo de Aventura y la Sostenibilidad Turística que deroga las Resoluciones 0405 de 2014 y 0148 de 2015.
- **Resolución 3722 de 2015:** Por la cual se deroga la Resolución 3349 de 2013 y la Resolución 5605 de 2014.
- **DECRETO 2183 DE 11 DE NOVIEMBRE DE 2015:** Por el cual se modifica el párrafo 1 ° del artículo 2.2.4.2.7.4 de la Sección 7 del Capítulo 2 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.

- **DECRETO 2127 DEL 04 DE NOVIEMBRE DE 2015:** Por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 88 de la Ley 1617 de 2013 sobre la Declaratoria de Recursos Turísticos en los Distritos Especiales y se adicionan unas disposiciones al Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
- **DECRETO 1949 DE 2015:** Por la cual se reglamenta el Fondo Cuenta creado por el artículo 15 de la Ley 1753 de 2015.
- **DECRETO 2094 DE 23 DE OCTUBRE DE 2015:** Por el cual se reglamenta la composición y el procedimiento para la selección de los representantes al Comité Directivo del Fondo Nacional de Turismo y se modifican las secciones 4 y 7 del Capítulo 2 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
- **Resolución No. 3160 de 05 de octubre de 2015:** Por la cual se establecen los requisitos para la certificación en Normas Técnicas Sectoriales obligatorias y voluntarias por medio de la plataforma virtual para la certificación en calidad turística.
- **Resolución 3159 de 2015:** Por la cual se crea el Comité de Turismo, Paz y Convivencia.
- **Resolución 2876 de 2015:** Por la cual se conforma el Comité de Bienes de Fontur y se establecen sus funciones.
- **Resolución 2877 de 2015:** Por la cual se conforma el Comité Interno de Proyectos del Fondo Nacional de Turismo – FONTUR- y se establecen sus funciones.
- **Resolución 148 de 2015:** Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística.
- **DECRETO 166 DE 2015:** Por el cual se modifica el Decreto 1766 de 2013.
- **DECRETO 1820 DE 2015:** Por el cual se dictan medidas dentro del estado de emergencia para incentivar la actividad económica y la creación de empleo.
- **Resolución 135 de 2016:** Por la cual se dicta el Código de Ética de la Profesión de Guionaje o Guianza Turística y se deroga la Resolución N° 221 del 8 de abril de 1999.

- **DECRETO 297 DE 2016:** Por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para los servicios turísticos, establecida en el literal d) del artículo 481 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 55 de la Ley 1607 de 2012.
- **Circular 004 de 2016:** Información sobre impacto del IVA en servicios.
- **Circular 003 de 2016:** Contratación de guías de turismo y prestadores de servicio turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo.
- **Circular 002 de 2016:** Cobro IVA por servicios prestadores.
- **DECRETO 2158 DE 2017:** Por el cual se adiciona el Capítulo 9 al Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamentan programas y descuentos para promover el turismo de interés social.
- **DECRETO 229 DE 2017:** Por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo y se modifican en su integridad las secciones 1,2 Y 3 del capítulo 1 del título 4 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo.
- **DECRETO 355 DE 2017:** Por el cual se modifican los artículos 1, 3, 5 Y 7 del Decreto 945 de 2014, el cual reglamentó la conformación y el funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística de que trata el artículo 11 de la Ley 1558 de 2012.
- **DECRETO 2063 DE 2018:** Por el cual se modifican los artículos 2.2.4.1.1.6., 2.2.4.1.1.10., 2.2.4.1.2.1., 2.2.4.1.2.2., 2.2.4.1.2.3., 2.2.4.1.2.4. Y 2.2.4.1.3.4. del Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto 1074 de 2015.

Adicionalmente, el plan estratégico de turismo se enmarca dentro del Plan de Desarrollo 2016-2019 del gobierno departamental de "Bolívar Si Avanza", en el cual se exponen los lineamientos a trabajar en el sector turístico en dicho período. A continuación, se expone la línea estratégica de turismo para el departamento:

LÍNEA ESTRATÉGICA 3. DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

3.1. TURISMO PARA LA PAZ

OBJETIVOS:

- Posicionar al departamento de Bolívar como un destino turístico que se consagra como territorio de paz; fortaleciendo la oferta turística actual y potencial del Departamento.
- Consolidar la oferta turística del departamento de Bolívar, mediante el diseño de productos turísticos especializados que articulen los recursos culturales y naturales.
- Construir el sistema de información turística del departamento.
- Promover e incentivar el ecoturismo, priorizando la Región de los Montes de María y los parques naturales.
- Desarrollar la infraestructura turística del Departamento de Bolívar con la construcción de paradores turísticos, puntos de información turística y señalización en municipios priorizados.

METODOLOGÍA

La metodología empleada para realizar el plan se basó en espacios concertados con los municipios, donde inicialmente se recopiló la información diagnóstica a través de talleres de identificación de inventario de atractivos turísticos y recursos. Luego, se organizó las propuestas y finalmente la socialización del plan. Esta metodología también contó con el apoyo y respaldo del programa turismo, paz y convivencia del MINCIT que estructuró el modelo de co-creación de la estrategia de turismo en los Montes de María, a través de mesas de trabajo donde se involucró a líderes de la base empresarial, líderes comunitarios y representantes del sector gubernamental.



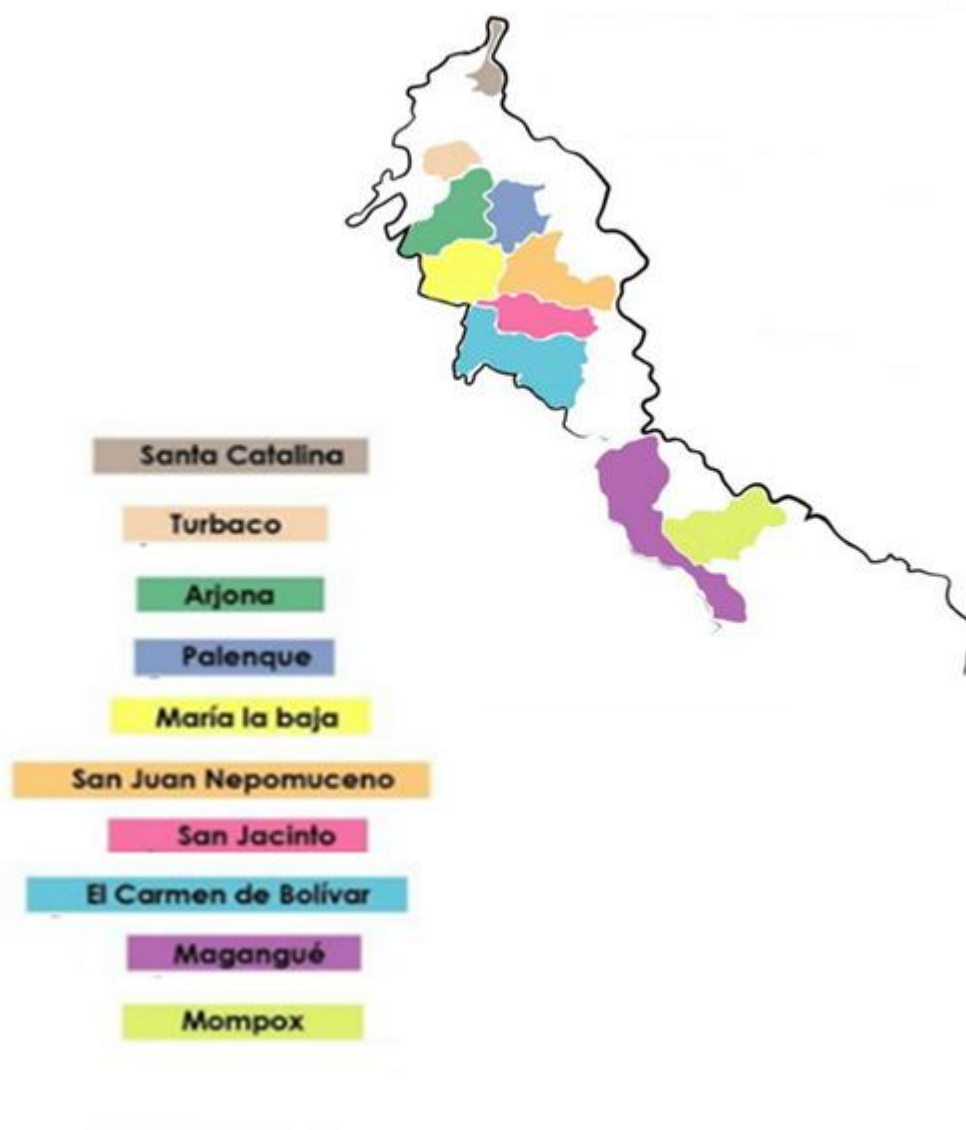
Fuente: Modelo TPC- MINCIT

También apoyándose en los lineamientos del plan sectorial de turismo 2018- 2022, apostándole a programas exitosos como el de Colegios Amigos del Turismo, con los planes de acción de las instituciones educativas vinculadas.

En igual medida, la metodología de este plan, pactada en este documento es el producto de tres años de trabajo de la mano con los actores, gestores y empresarios de los diferentes sectores, a través de las instancias de gobernanza que se desarrollan en los diferentes comités sólidos, que permite que se consoliden herramientas que dinamicen los planes de desarrollo turístico en aras de alcanzar los objetivos previstos beneficiosos para el conjunto de la población.

Es de aclarar que los municipios que se tendrán en cuenta para dicho plan son los establecidos por la hoja de ruta “Bolívar más por descubrir”, la cual validó e identificó

aquellos municipios que tienen vocación turística en el Departamento y que tienen potencialidades claras en contexto, cultura, naturaleza, política y economía.



Mapa municipios con vocación turística

HOJA DE RUTA “BOLÍVAR MÁS POR DESCUBRIR”

La Ruta de la Paz, hoy **Bolívar más por descubrir**, nace como una estrategia de gobierno necesaria para intervenir el sector turístico de la provincia y prepararlo para una demanda de mercado que urgía articular con el distrito de Cartagena

más productos turísticos que alargasen la estancia y la oferta que se ofrecía como destino.

En los años anteriores a la creación de la estrategia, las situaciones adversas derivadas de problemas económicos, sociales, políticos y de seguridad, impedían que los municipios y corregimientos del Departamento construyeran una oferta turística sólida y competitiva para la demanda ya disponible. El acuerdo de paz que inició en 2012 y finalmente se firmó en 2016, fue un paso esperanzador para las comunidades que sabían del potencial natural y cultural con el que contaban y que antes eran inviables conocerlos o visitarlos por los turistas y excursionistas.

Con la firma de la paz, los territorios de Bolívar comenzaron a ver en el turismo una oportunidad de desarrollo económico, respaldada por el Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar que, habiendo sido creado en el 2014 como ente rector de la cultura y el turismo del departamento, logró poner en discurso y como meta bandera el TURISMO PARA LA PAZ. Dicha priorización concretó el principal resultado que daría paso a los primeros municipios validados con vocación turística, aquellas comunidades que se identificaron como posibles emprendedores para la constitución de un verdadero clúster de turismo de Bolívar.

METODOLOGÍA DE ELECCIÓN Y VALIDACIÓN

Con el objetivo de focalizar y priorizar en materia de planeación, preparación de los destinos, promoción y marketing se realiza una evaluación y validación de destinos a aquellos municipios del Departamento que se encuentran listos para ser comercializados y exportados a nivel internacional. Esta evaluación se estructuró en distintas fases:

1. **Evaluación de la oferta turística:** Revisión e inventario de atractivos y servicios turísticos, condiciones y contexto del municipio postulante. Los criterios de evaluación se centran en materia de competitividad: cultural, ambiental, gestión de destinos, empresarial, estrategia de mercadeo e infraestructura. Cabe resaltar que estos criterios de evaluación están sujetos y basados en el índice de competitividad turística realizado por la Universidad de CAFAM y COTELCO.

2. **Diseño de producto turístico:** Esta fase se desarrolla una vez evaluada y aprobada la oferta turística mínima del municipio postulante (ver plan estratégico de turismo). El municipio sube de calificación según el número de diseños de productos turísticos desarrollados en la zona. Se debe tener en cuenta que el diseño de producto turístico es una fase constante, innovadora y en movimiento. En la fase de diseño de productos turísticos se puntúan según el siguiente cuadro:

Tabla de puntuación de municipios según diseño de productos turísticos desarrollados.	Número de diseños	Puntuación
	1 - 5	1
	6-10	2
	11- 15	3

3. **Formalización y consolidación de productos y servicios turísticos:** Según el número de empresas, servicios, productos y organizaciones conformadas se consolida la oferta turística del municipio, pues son ellos quienes empaquetan el producto en su conjunto y lo venden. En esta fase se puntúan los potenciales destinos según el siguiente cuadro:

Tabla de puntuación de municipios según empresas turísticas formalizadas.	Número de diseños	Puntuación
	1 - 10	0.2
	11-20	0.4
	21- 30	0.6
	31-40	0.8
	41- 50	1

4. **Mercadeo y comercialización nacional:** El destino pasa a una etapa de maduración que permite una estrategia de mercadeo local y nacional.

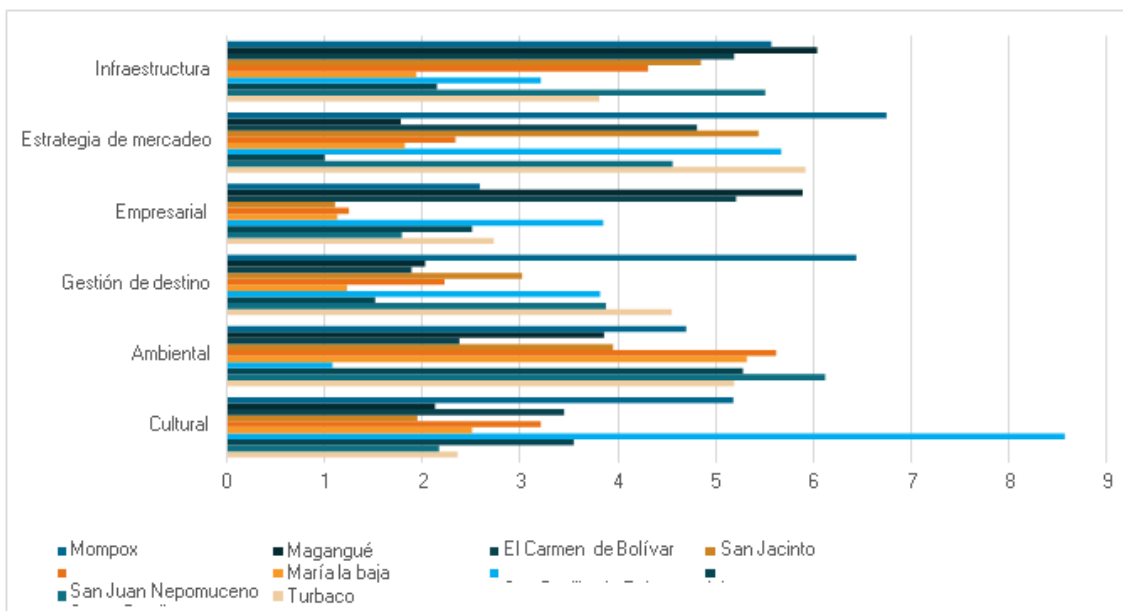
5. **Mercadeo y comercialización internacional:** En esta etapa el destino ya cumple las condiciones legales y el encadenamiento productivo para exportar turismo. Esto se realiza con apoyo de Procolombia.



Gráfica 1. Proceso de validación de los destinos turísticos en Bolívar.

La metodología evaluó y escogió a nueve municipios y un corregimiento en el Departamento. Los cuales son: Santa Catalina, Turbaco, Arjona, María la Baja, San Juan Nepomuceno, San Jacinto, El Carmen de Bolívar, Magangué, Santa Cruz De Mompox y el corregimiento de San Basilio de Palenque.

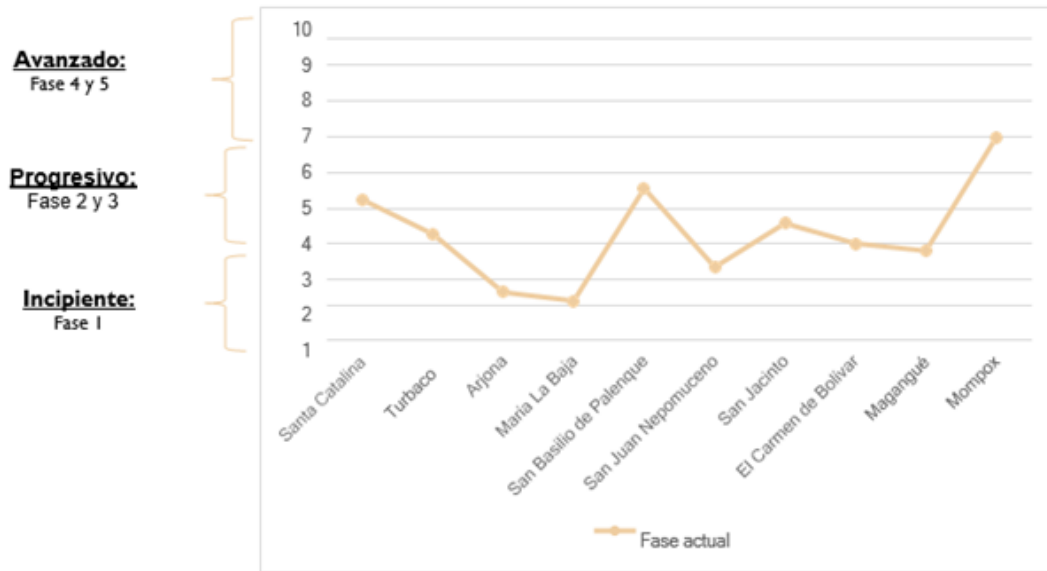
La estrategia realizó encuestas personalizadas a las instituciones públicas encargadas del turismo, en anexos se encuentra compilado el total de encuestas iniciales y el formato base. Estas encuestas determinaron la siguiente puntuación de los destinos, según los criterios evaluados en fase 1:



Gráfica 2. Evaluación de destinos por criterios bajo encuestas.

Una vez diagnosticado el municipio o corregimiento con vocación turística, se determinaba una evaluación de fase 2 y 3, diseños de productos y formalización. Los

cuales clasifican los destinos en una etapa progresiva. Para la fecha, 2019, se evalúan los destinos turísticos en las siguientes etapas:



Con el objetivo de focalizar y priorizar en materia de planeación, preparación de los destinos, promoción y marketing se realiza una evaluación y validación de destinos a aquellos municipios del Departamento que se encuentran listos para ser comercializados y exportados a nivel internacional. Esta evaluación se estructuró en distintas fases:

La metodología evaluó y escogió a nueve municipios y un corregimiento en el Departamento.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO DEL SECTOR TURÍSTICO EN BOLÍVAR

“Bolívar más por descubrir”

2019-2029

DIAGNÓSTICO DEL SECTOR TURÍSTICO EN BOLÍVAR

La población bolivarenses cuenta con una gran diversidad de origen, debido a la historia de esta región del país, tanto por los nativos indígenas que habitaban esta tierra antes de la llegada de los españoles en 1492, como por los africanos que fueron traídos como esclavos durante esa época colonial, lo que permitió que la población sea muy rica en mezclas culturales, tradiciones y grupos étnicos.

Bolívar hace parte de los 6 departamentos con mayor número de afrocolombianos. De acuerdo con el diagnóstico presentado en el Plan de Desarrollo “Bolívar si avanza 2016-2019” La población afro-descendiente en el departamento de Bolívar representa el 27.57% del total de sus habitantes (497.667 personas), asentada principalmente en el corregimiento de San Basilio de Palenque del municipio de Mahates y en el municipio de María La Baja. En cuanto a víctimas, de acuerdo con la Unidad para la Atención y Reparación Integral de las Víctimas (UARIV), el conflicto armado convierte a Bolívar en el segundo departamento, después de Antioquia-, con mayor número de víctimas a nivel nacional, equivalente a 590.081 personas.

Cabe mencionar que estas condiciones permiten a las comunidades tener espacios de participación ciudadana como los consejos comunitarios, de los cuales se concentran, según la Secretaría del Interior en el Departamento de Bolívar, en total 74 consejos comunitarios de poblaciones afrodescendientes; 28 ubicados en la ciudad de Cartagena, y el resto de ellos en el departamento de Bolívar.

Entorno económico y turístico

El departamento de Bolívar cuenta con una gran variedad de actividades económicas que sustentan la productividad. Desplazándose inicialmente de ser una región que solo se dedicaba a la producción y comercialización de productos del campo, hasta luego convertirse en un territorio en donde el sector industrial toma

fuerza y logra un importante crecimiento. Una de las actividades que ha tomado fuerza en materia económica es el turismo que, como consecuencia de la naturalidad de la prestación del servicio, da ventajas y espacios para la informalidad, foco de especial atención para la organización y la fijación de un norte claro sobre la prestación del mismo y las regulaciones existentes.

Una de las variables que demuestran el crecimiento económico es la del empleo y el índice variable de desempleo, que para el año 2018 fue de 5.8%, el segundo más bajo de Colombia según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. El empleo informal también juega un papel importante en términos de comportamiento del mercado, para el año 2007 la cifra de personas empleadas en el sector turismo de manera informal era de 58,2% y que para el año 2018 la cifra ascendería a 58,9%, lo que resulta en un trabajo arduo por parte de las instituciones en aras de formalizar a los prestadores de servicios turísticos del país y de la región. Así pues, a nivel país, para el año 2007, el total de la población en Colombia que se dedicada al turismo y que se encontraba formalizada era de 41.9% del total, y para el año de 2018 esta cifra ascendió al 46.1%, significando el aumento de casi seis puntos porcentuales.

Para el año 2017, según la Cámara de Comercio de Cartagena, se encontraban inscritos con Registro Nacional de Turismo – RNT 2.049 prestadores de servicios turísticos y operadores turísticos, cifra que ha venido creciendo gracias a la gestión de las instituciones involucradas, que permiten la solidificación del sector turístico en el departamento de Bolívar, pasando desde el año 2014 con 1.200 empresas inscritas con Registro Nacional de Turismo a 2017 con 2.049.

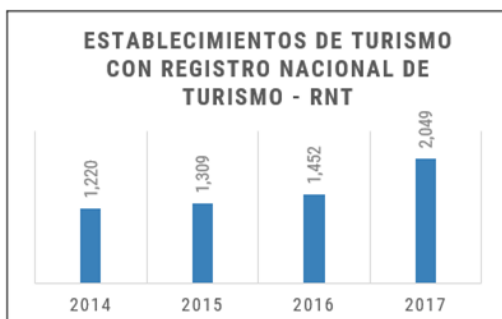


Gráfico 4. Datos tomados de CITUR, 2019. Gráfico elaborado por los autores.

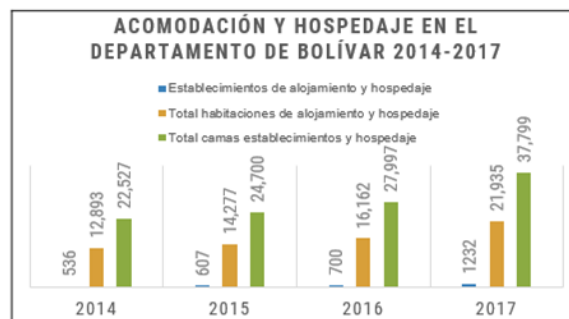


Gráfico 5. Datos tomados de CITUR, 2019. Gráfico elaborado por los autores.

Ahora bien, el crecimiento en materia económica y en la generación de prácticas económicas sustanciales para el desarrollo de la región, y puntualmente del departamento de Bolívar, radica en la creación de pequeñas y medianas empresas, que cada vez ven en el turismo una oportunidad para el crecimiento económico y la generación del sustento diario. En el Gráfico 5, se puede observar cómo ha evolucionado el tema concerniente a la acomodación y el hospedaje no solo Cartagena, el cual funciona como gran referente turístico a nivel mundial, sino también en los municipios de Bolívar.

En cuanto al movimiento y crecimiento de los indicadores de generación de empleo del sector turismo en el departamento de Bolívar reflejan que, para el año 2018, tal como se muestra en la siguiente el gráfico (Gráfico 6), las elevaciones porcentuales y graduales aumentan en la medida que se acercan las temporadas altas de enero diciembre y mitad de año.

Los índices anteriormente mencionados, tales como; establecimientos especializados y formalizados para el turismo, cifras para el alojamiento y empleo, tienen sentido e importancia una vez se cumpla con la visita y estadía de los turistas y que estos inviertan tiempo y dinero en la actividad turística.



Gráfico 6. Recuperado de: Ministerio de Industria Comercio y Turismo, SITUR, 2019.

En este sentido, en la siguiente gráfica (Gráfica 7), podemos observar cómo se comporta el flujo proveniente a nivel nacional e internacional al departamento de

Bolívar. Asimismo, podemos ver que el mayor flujo de pasajeros se moviliza por vía terrestre y que el pico de mayor altitud fue el del año 2017, donde hubo mayor flujo de visitantes extranjeros no residentes a Bolívar, debido a diferentes consecuencias de acciones realizadas en materia de política pública y de seguridad, teniendo en cuenta que para esta fecha se ponía en marcha el fin de la guerra en Colombia.



Gráfico 7. Datos tomados de CITUR, 2019. Gráfico elaborado por los autores

GOBERNANZA, PLANIFICACIÓN Y POLÍTICAS DE TURISMO EN EL DEPARTAMENTO

La identificación de prácticas turísticas en los territorios de manera natural y sin regulación, atendiendo la economía de la informalidad y la falta de políticas claras desde el orden nacional y regional, producen una desarticulación de las capacidades productivas aunadas al turismo y a la diversificación de las potencialidades económicas de los territorios, en general una desconcentración de la capacidad productiva del turismo en los municipios. Por tanto, es necesario que, para apalancar el desarrollo de las regiones, se fortalezcan la operatividad y la implementación de mecanismos efectivos para la toma de decisiones desde las

instituciones de carácter macro, cuya finalidad encaminen procesos micro del turismo.

Ahora bien, la fundamentación institucional de dichas prácticas para formalización y la organización del turismo se consolidan en la creación de estrategias encaminadas a la concentración de los actores, públicos y privados. Estas estrategias apoyan la vinculación de los sectores en aras de proporcionar soluciones a problemáticas comunes y naturales del desarrollo y el auge del turismo en las comunidades. Por ende, será fundamental el acompañamiento de una política pública que integre la cadena turística productiva.

Así pues, las sinergias existentes entre los distintos sectores de la economía ayudarán a erradicar los conflictos de intereses entre los prestadores de servicios turísticos (públicos y privados), la comunidad y entre la institucionalidad. Lo que logrará una estandarización de los procesos, tarifas y planes en el sector turismo, trayendo como consecuencia el fortalecimiento del desarrollo turístico.

Desde el Gobierno Departamental, se ha procurado instaurar una política pública objetiva, para la formalización y estructuración de un norte en materia de turismo, siendo una limitante la falta de interés que se gestan desde las alcaldías. Sin embargo, gracias al empuje y mediación por parte del **Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar – ICULTUR**, el avance ha sido efecto y se puede evidenciar por medio de la siguiente tabla en donde analizamos la regulación e inclusión del turismo como parte fundamental de las líneas estratégicas de los Planes de Desarrollo Municipales para el periodo 2016-2019, así:

Tabla 1. INICIATIVAS DESDE LOS GOBIERNOS MUNICIPALES, PRIORIZADOS POR LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEPARTAMENTAL, DENOMINADA “BOLÍVAR MÁS POR DESCUBRIR”

MUNICIPIOS	LÍNEA O EJE ESTRATÉGICA/O DEL MUNICIPIO PARA	PROGRAMA A LA QUE LE APUNTA	ESTADO DE LA META
------------	--	-----------------------------	-------------------

	PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO		
EL CARMEN DE BOLÍVAR	Línea Estratégica 2: ciudad región hacia la transformación económica del campo con un desarrollo rural integral competitiva y emprendedora	Programa: Tecnología hacia el ecoturismo y agroturismo para el desarrollo y la paz	30%
ARJONA	No cumple	No cumple	No cumple
MARÍA LA BAJA	Eje estratégico: Transformar nuestro Municipio en un espacio adecuado, ordenado, agradable, seguro y equitativo que permita la sana convivencia de sus ciudadanos y visitantes y de esta manera promueva el turismo.	Programa: Transformar nuestro Municipio en un espacio adecuado, ordenado, agradable, seguro y equitativo que permita la sana convivencia de sus ciudadanos y visitantes y de esta manera promueva el turismo, con vías en buen estado.	20%
MAGANGUÉ	Eje: Magangué Pujante	Programa: Magangué Turística Programa de Apoyo Integral al Desarrollo del Sector Turístico Municipal	40%
SANTA CATALINA DE ALEJANDRÍA	Artículo 31. Desarrollo sustentable y sostenible	Programas: Programas y proyectos ambientales.	60%

		Ecosistemas estratégicos	
SAN JUAN NEPOMUCENO	Línea estratégica: promoción del desarrollo, empleo y turismo	Programa: Turismo Ecológico	30%
SAN JACINTO	No tiene línea estratégica enfocada al turismo	No cumple	No cumple
SANTA CRUZ DE MOMPOX	Línea estratégica: Promoción del desarrollo para la competitividad	Programas: <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo eco - turístico • Infraestructura turística • Dotación turística 	85%
SAN BASILIO DE PALENQUE (MAHATES)	Línea estratégica: Dimensión económica	Programa: Promoción del desarrollo, empleo y turismo	80%
TURBACO	Línea estratégica: Crecimiento económico para la construcción de paz	Programa: Promoción del desarrollo — empleo — turismo.	60%

En la tabla anterior, se plasman las iniciativas desde los gobiernos municipales, priorizados por la estrategia de promoción turística departamental, denominada “**Bolívar más por Descubrir**”, donde podemos apreciar como desde los municipios se interesan, algunos, por incluir los temas turísticos dentro de los Planes de Desarrollo Municipales, y que por su parte hay unos otros, calificados con “no cumple”, no tienen una estrategia clara para el fomento de las prácticas de carácter promocional y de impulso para esta actividad laboral.

A este tipo de problemáticas se suma, la falta de fomentar o promover la cultura turística por parte de la población local, inexistencia de programas y planes que capaciten a la comunidad y la falta de información en materia de contexto desde el

orden nacional para la aplicación de estrategias enfocadas al turismo de tipo integral. Siendo una causalidad, el poco aprovechamiento de la riqueza natural, histórica y cultural de los municipios del nuestro departamento. La práctica del turismo podría ser utilizada a favor de disminuir cifras de problemáticas sociales latentes, tales como; desempleo, informalidad, brecha social y baja calidad de vida, promoviendo nuevas alternativas de empleo y promoviendo el emprendimiento. También facilita la conservación, apropiación y en algunos casos recuperación del patrimonio y la cultura turística del territorio.

Por su parte, la inclusión de políticas municipales que inciten a la formalización y desarrollo del sector turismo en los territorios impulsa la idea de encaminar el desarrollo económico y de las regiones a partir de procesos nacientes en el turismo. Ahora bien, *“Lo anterior, armonizado con el concepto de alianzas público/ privadas y la participación activa y responsable de los distintos actores del turismo, como responsabilidad de todos. El resultado se traduce en gobernanza y gestión eficiente, centrados en la visión y dirección de las organizaciones turísticas para el cumplimiento óptimo de procesos”* (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2016. Pág. 45).

Tabla 2. Inclusión del turismo en los PDM

MUNICIPIO	TURISMO EN PDM	PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO MUNICIPAL
ARJONA	No	No
EL CARMEN DE BOLÍVAR	Si	Si
MARÍA LA BAJA	Si	Si
MAGANGUÉ	Si	No
SANTA CATALINA DE ALEJANDRÍA	Si	No
SAN JUAN NEPOMUCENO	Si	No
SAN JACINTO	Si	Si
SANTA CRUZ DE MOMPOX	Si	Si

SAN BASILIO DE PALENQUE	Si	Si
TURBACO	Si	No

En la tabla 2, evidenciamos cómo se avanza en la estructuración de una estrategia sólida desde los municipios con vocación turística de Bolívar, donde en la primera columna ubicamos la importancia que ha tomado el turismo en los municipios y su inclusión como líneas estratégicas en los **Planes de desarrollo municipales**, y en la siguiente columna si estos municipios cuentan con **Planes estratégicos de turismo**, teniendo esta tabla completa sincronía con la tabla 1, donde vemos el rezago de algunos municipios en temas de empoderamiento institucional del turismo.

RECOMENDACIONES PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DEL TURISMO

- Consolidación de estrategias, programas y proyectos de fomento turístico desde el gobierno departamental que impacten los nacientes emprendimientos, enfocados al turismo, de los municipios, corregimientos y veredas de Bolívar.
- Articulación de la cadena turística dedicada a este sector de la economía para la consolidación de metas fijas y la potencialización del turismo desde las comunidades.
- Participación de las comunidades para la toma de decisiones y consolidación de los planes de acción enfocados al turismo en el gobierno departamental y municipal.
- Mayor presencia institucional en los municipios para encaminar estrategias y programas en pro del progreso del turismo desde municipios y corregimientos de Bolívar.
- Mayor destinación de recursos e incentivos para el fomento del turismo en Bolívar.
- Ampliación de oferta de capacitación y asistencia técnica en la formulación de proyectos para la aplicación de convocatorias del orden nacional o internacional.
- Planificación turística con visión a largo plazo para el desarrollo integral de los destinos turísticos.

INSTANCIAS PARA LA GOBERNANZA, LA GESTIÓN Y LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO

COMITÉ TURISMO, PAZ Y CONVIVENCIA PARA MONTES DE MARÍA Y SAN BASILIO DE PALENQUE- BOLÍVAR

El Gobierno Departamental, a través del Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar – ICULTUR, desde el año 2017, ejerce la Gobernanza del Programa Turismo, Paz y Convivencia con Montes de María, conformado por San Juan Nepomuceno, María la Baja, San Jacinto, El Carmen de Bolívar y el corregimiento de San Basilio de Palenque. La estrategia está liderada por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, con el objetivo de desarrollar territorios para el turismo, suscitando la construcción del tejido social y una cultura alrededor del turismo y la paz, que permita generar cadenas de valor y mejorar la calidad de vida Montemariana por medio prácticas responsables y sostenibles. Gracias al programa turismo, paz y convivencia se desarrolló el Modelo de Gestión Estratégica de Turismo, Paz y Convivencia. Con base a ese modelo y a sus mesas de trabajo se ha desarrollado algunas de las políticas aquí expuestas.

COMITÉ DE PROMOCIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS Y BOLÍVAR.

Su objetivo es vincular a unos de los destinos más significativos de Departamento de Bolívar como lo es la ciudad de Cartagena de Indias y Bolívar, a través de la creación e incorporación de nuevos productos y servicios turísticos, generando nuevas experiencias de viaje con la participación de la comunidad, generando con esta actividad una cadena de valor en el destino para el desarrollo económico y social, formando alianzas estratégicas fuera de la industria, permitiendo mejorar la calidad de vida de las comunidades del Departamento de Bolívar consolidándose como un

tipo de marca territorial para promoción y conocimiento a nivel internacional como el destino turístico ideal en negocios e inversión.

COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD CARTAGENA Y BOLÍVAR

La Comisión Regional de Competitividad de la ciudad de Cartagena y del Departamento de Bolívar, es el órgano encargado de coordinar y articular al interior del Departamento los principales actores de los sectores público y privado en temas de competitividad, innovación y desarrollo empresarial con el fin de promover el desarrollo económico regional. De igual manera, es importante destacar que el atractivo turístico de Cartagena no sólo se deriva de sus playas y herencia histórica, pues la ciudad también es un importante centro de reuniones y convenciones ubicándose en segundo lugar a nivel nacional y en octava posición en Latinoamérica por la cantidad de reuniones realizadas.

MESAS DE TURISMO

Estas instancias son el espacio donde se persigue articular los destinos turísticos impulsando la competitividad de los mismos. Además, se adecuan las estrategias turísticas a las necesidades del departamento de Bolívar, para lo cual las entidades públicas y privadas competentes y responsables en el ámbito turístico adquieren un rol relevante y un tratamiento especializado con el objetivo de aumentar el desarrollo económico generado por el sector turístico. Estas mesas de turismo son lideradas por las alcaldías con vocación turística en el Departamento de Bolívar y acompañadas por los líderes empresariales, no sólo hoteleros y agencias, sino el sector gastronómico, artesanos y gestores culturales. Las mesas de turismo reciben el acompañamiento permanente del ICULTUR.

MERCADO TURÍSTICO

El departamento de Bolívar es un territorio que resume en toda su extensión la multiculturalidad, los ecosistemas, los paisajes más diversos y bellos, y comienza a consolidarse como importante destino del turismo nacional e internacional.

Según las cifras que maneja Centro de Información Turística de Colombia – CITUR del Viceministerio de Turismo, En el 2018, las entradas de viajeros internacionales que llegaron al departamento alcanzaron la cifra de 484.172, entre enero y diciembre, lo que significó un incremento del 34% respecto al mismo periodo del año Anterior (2017).

Llegada de Pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares, registró una cifra de 2.133.115 visitantes nacionales, que tuvo un incremento del 12% con respecto al año anterior. Otros indicadores como el número de visitantes extranjeros no residentes, y visitantes a parques naturales, registraron incrementos comparados al año anterior. Por otra para las salidas de pasajeros en terminales de transporte terrestre tuvieron una disminución del 26%.

INDICADOR	2018	Crec %18/17
Visitantes extranjeros no residentes	511.874,00	22%
Visitantes parques nacionales naturales	1.163.488,00	12%
Salidas pasajeros terminal de transporte terrestre	2.681.792,00	-26%
Pasajeros en Crucero	360.489,00	9%

Fuente: CITUR, 17/05/2019

PERFIL DEL TURISTA NACIONAL

En el año 2018, el Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar – ICULTUR, realizó un estudio para determinar el impacto en el desarrollo local de tres (3) festivales que se desarrollan en el departamento y que tiene una gran acogida en materia de turistas y visitantes. Los eventos seleccionados para el estudio fueron los siguientes;

Evento o Festival	Municipio	Fecha
Festival Nacional Autóctono de Gaitas de San Jacinto	San Jacinto	Agosto
Festival de Jazz de Mompox	Santa Cruz de Mompox	Septiembre
Festival de tambores de Palenque	Mahates, San Basilio Palenque	Diciembre

Como resultado del estudio, se logró establecer una caracterización del perfil de los turistas que visitan los municipios de Bolívar.

• FESTIGAITAS	• FESTIJAZZ	• FESTITAMBORES
Entre la población encuestada se encontró que el 66,7% tenía entre 25 y 44 años, seguidos por un 18,5% entre 18 y 24 años y 1,2% menor de 18 años.	El 49 % se encuentra entre 25 y 44 años de edad aproximadamente, más de 45 años el 31,70%, población joven entre 18 y 24 años 12,3% y menores de 18 el 7%.	Entre la población encuestada se encontró que el 45,3% tenía entre 25 y 44 años, seguidos por un 37.1% mayores a 45 años, entre 18 y 24 años y 12,1% menor de 18 años. 2,6%

En conclusión, podemos decir;

- Las personas que más prefieren la experiencia de turismo en Bolívar tienen edades que oscilan entre los 22 y 44 años.
- Respecto al género, se evidencia que presentan similitudes en cuanto a participación turística.
- Los turistas nacionales provienen principalmente de las ciudades de Cartagena, Barranquilla, Bogotá, Medellín y de los departamentos del Cesar,

Córdoba, Sucre, Norte de Santander, Risaralda. Y turistas extranjeros (Europa, Sudamérica y Norte América).

- El 41% de los visitantes viajaron con un acompañante, 31.9% con 3 o 4 personas, al igual que en grupos de 5 (27,1%).
- En lo referente al tipo de alojamiento, el 48% de visitantes se hospedaron en hoteles/resort, un 34% en hostales, 13% en casas o apartamentos familiares, y el restante 4% en casas arrendadas y pensiones.
- La motivación principal de viaje son las vacaciones (82%), la visita a amigos y/o familiares (13%) y el restante referente a trabajo y estudios (4%). Los turistas manifestaron que los elementos que más le atrajeron fue la cultura (45%), las fiestas (36%) y en menor medida por la geografía y el paisaje (9%).
- El tiempo de estadía de los turistas en el pueblo, fue principalmente tres (3) días (32%), seguido de una estadía entre 4 y 7 días (25%) y 2 días 15%).

Es de evidenciar también que el documento se nutre del Plan de Marketing Turístico del Departamento, en el que se extiende la información completa de los segmentos de mercado, perfil del turista y estrategias claves para avanzar en la promoción, comercialización, comunicación y marketing de los destinos.

PERFIL DEL TURISTA INTERNACIONAL

La entidad de promoción internacional de Colombia PROCOLOMBIA, ha desarrollado distintos estudios que definen detalladamente el perfil del turista internacional que visita el país. Para el caso de Bolívar, los estudios de PROCOLOMBIA establecen que los principales mercados turísticos extranjeros provienen de los países de Estados Unidos, Argentina y Brasil. Sin embargo, con la apertura de nuevas rutas aéreas en

Cartagena, se espera que el mercado se expanda hacia los países de Perú, Holanda, Alemania y México.

Para el 2018, PROCOLOMBIA define al perfil del turista estadounidense en Colombia con las siguientes características generales:

- Segundo emisor de viajes a Colombia, con un crecimiento de 6% 2016- 2017.
- La mayoría de viajeros tienen entre 21 a 40 años.
- Cartagena se encuentra en tercer lugar de sus ciudades colombianas preferidas para visitar.
- Los motivos de viaje principales fueron vacaciones, recreo y ocio (78%), negocios y motivos profesionales (13%), otros motivos (5%), eventos (3%) y salud y atención médica (0,70%).
- Primer emisor de viajeros de reuniones y negocios de Colombia.
- Norteamérica es la tercera región de donde provienen el mayor número de eventos realizados en el país. En los últimos 5 años se han llevado a cabo 118 eventos tipo ICCA.

En ese sentido, y considerando que la vocación turística de Bolívar se inclina al turismo de naturaleza y al turismo comunitario, se rescata las principales características que PROCOLOMBIA describe en sus distintos estudios, que perfilan a los turistas según el tipo de interés o motivación de viaje.

TURISMO DE NATURALEZA:

- Este tipo de turista gasta en promedio por día \$400 USD.
- Las principales tendencias en este segmento se visionan hacia una oferta entre naturaleza ligada a la cultura, a descubrir lugares inexplorados, tener contacto local (home-stay, food experience y home maid) y la conservación.
- Las experiencias más buscadas son la observación de flora y fauna, seguido de birdwatching, compartir con comunidades, aventura, senderismo y montañismo.

- Principalmente provienen de Estados Unidos, Alemania y España, quienes viajan más en pareja y en grupos. Este tipo de turista tiene un promedio de estancia de una semana.
- Bolívar no aparece como destino principal demandado en este segmento en Colombia. Como observación adicional, se necesita ampliar y articular la oferta de sol y playa de Cartagena con la provincia para poder activar este potencial mercado.

Cuenta con un sub segmento llamado turismo de aventura. Las tendencias en este sub segmento se direccionan principalmente hacia los surfistas, seguido del ciclismo, trekking, hacking y backpacking y grupos multigeneracionales. El mercado potencial proviene de Europa y Norteamérica. En Bolívar, se dimensionan playas potenciales para la práctica de surf (Santa Catalina) y lugares abiertos y montañosos para hacer ciclismo (Turbaco y Arjona).

TURISMO COMUNITARIO:

- Proviene de los países de Alemania, Holanda, y Francia, quienes viajan solos o con grupo máximo de hasta 6 personas.
- Existen tres tipos de turistas comunitarios: cultural, aventurero y consumidor consciente.
- Existe una demanda latente de mochileros jóvenes y de parejas de 50 o 60 años.
- El gasto promedio de un turista comunitario es de 50USD – 150 USD por día.
- La duración promedio de este turista es 7 a 10 días, en las que 3 de ellos realizan plenamente turismo comunitario y el resto lo combinan con otras actividades turísticas.
- Para el caso de Bolívar, el departamento cuenta con zonas potenciales para desarrollar y recibir turismo comunitario, debido a su historia y sus valores culturales y ancestrales. Estas zonas son San Basilio de Palenque, María la Baja y Galerazamba.

INDICADORES DE LA OFERTA

Según las cifras que maneja Centro de Información Turística de Colombia – CITUR del Viceministerio de Turismo, En el 2018, se registró que en el departamento existían 3.178 Prestadores de servicios turísticos activos en RNT, evidenciando un incremento del 55% respecto al año inmediatamente anterior.

INDICADOR	2018	Crec %18/17
Prestadores de servicios turísticos activos en RNT	3.178,	55%
Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	2.248,	82%
Ocupación hotelera (%)	66,68	4,96%
Total Habitaciones Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	24.418,	11%
Total Camas Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	43.356,	15%

Verificación de PST formales e informales

Prestadores Servicios Turísticos PST	Formales	Informales	Informalidad departamental	Informalidad a nivel nacional
BOLIVAR	1485	922	38.3%	5.11%

Fuente: © MINCIT - CITUR (17/05/2019)

DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO EN BOLÍVAR

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en el número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico. (UNWTO, s.f.)

Cuando decimos producto nos referimos a tipos que tienen una terminología consensuada a través de tesauros internacionales impartidos por organismos como la OMT – Organización Mundial del Turismo, o los mismos organismos Nacionales de Turismo.

En el departamento de Bolívar la oferta turística actual, de acuerdo al potencial referente a los atractivos y productos turísticos existentes se basa en las siguientes cuatro (4) tipologías principales del turismo: turismo de sol y playa, turismo cultural – histórico, turismo comunitario (dentro del cual se enmarcan el turismo étnico y el turismo de memoria y paz) y el turismo de naturaleza –que incluye el agroturismo y el ecoturismo-;

Tabla x. inventario de rutas turísticas de Bolívar

INVENTARIO RUTAS TURÍSTICAS			
#	MUNICIPIO	TIPO DE TURISMO	
		CULTURAL	NATURALEZA
1	SANTA CATALINA	1	1
2	TURBACO	2	3
3	ARJONA	0	0
4	MARIA LA BAJA	3	5
5	PALENQUE	7	1
6	SAN JUAN NEPOMUCENO	3	2
7	SAN JACINTO	2	4
8	EL CARMEN DE BOLÍVAR	1	0
9	MAGANGUÉ	1	0
10	MOMPOX	5	1
TOTAL DE RUTAS TURÍSTICAS		25	17

Fuente: ICULTUR, Dirección de Turismo. 2019

Turismo Naturaleza



Turismo Cultural - Histórico

- **Turbaco**
 - Museo Yurbaco. Ruta Teatral Tourbaco. Fiestas patronales 17 diciembre, corridas de toros.
- **María la Baja**
 - Festival Nacional del Bullerengue, juglares del folclor Gamero.
- **Palenque**
 - Ruta cimarrona, Sexteto Tabalá, casa museo Kombilesa Mi, peinados tradicionales, ritos y ceremonias.
- **San Juan Nepomuceno**
 - Fiestas patronales, Festival del Ñame, fiestas de San Pedro y San Pablo, fábrica de galletas María luisa
- **San Jacinto**
 - Museo Comunitario de San Jacinto, Gaiteros de San Jacinto, Festival Nacional Autóctono de Gaitas, artesanías y oficios san jacinteros.
- **El Carmen de Bolívar**

- El Festival de los Montes de María, homenaje por siempre a Lucho Bermúdez- Festimaría, Fiestas patronales de la Virgen del Carmen, Museo de la Memoria, Museo y escuela maestro Lucho Bermúdez.
- **Mompox**
 - Festival de Jazz de Mompox, artesanías y joyería, Arquitectura colonial, casa de la cultura, Mercado público, Escuela Taller, Semana Santa y Semana Santica.

Turismo Sol y Playa

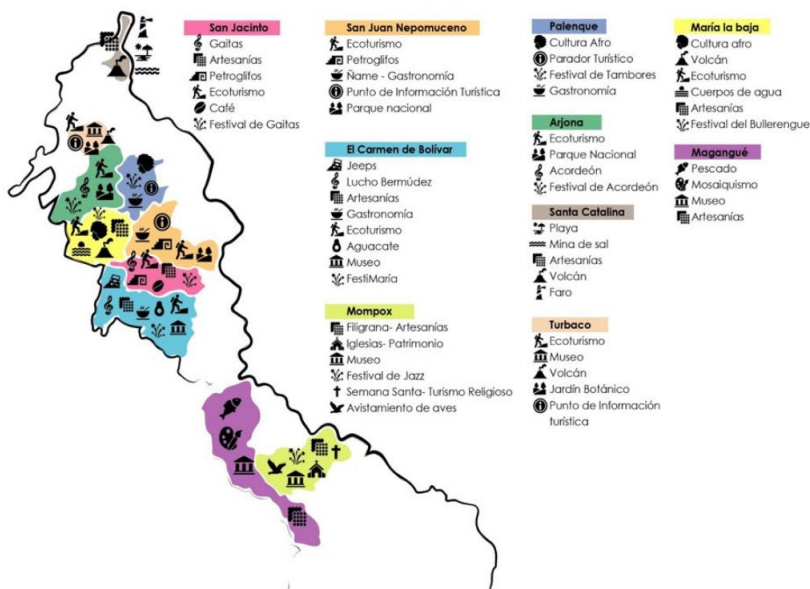
- **Santa Catalina**
 - Playas de Galerazamba para práctica de deportes náuticos, Museo etno-industrial de Galerazamba, Salinas de Galerazamba y Cristo de Sal, Volcán del Totumo, Faro de Galerazamba, Playas vírgenes de Lomita Arena.

Turismo comunitario

San Basilio de Palenque

- Ruta cimarrona, Sexteto Tabalá, Casa museo Kombilesa Mi, peinados tradicionales, ritos y ceremonias.

Diseño de producto turístico

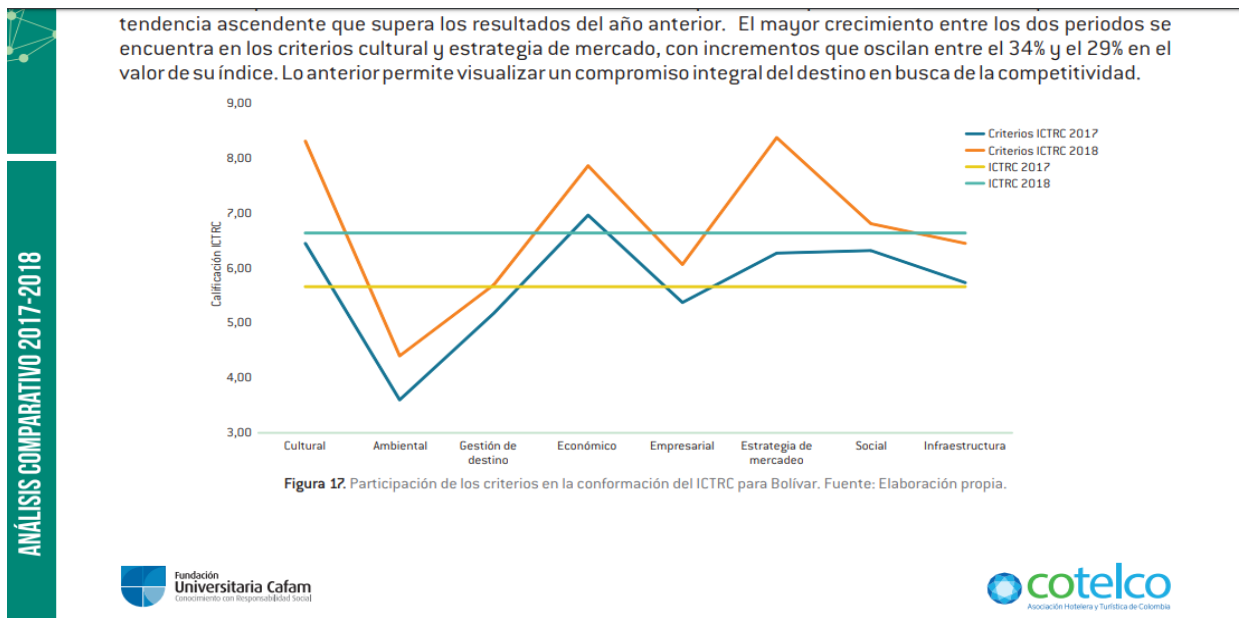


En 2018 ICULTUR consolidó el inventario de atractivos turísticos de los 11 municipios con vocación turística: Santa Catalina, Turbaco, Arjona, María la Baja, San Juan Nepomuceno, San Jacinto, El Carmen de Bolívar, Magangué, Cicuco y Mompox. Además, se adelantó por medio de recursos INC, proyectos de inventario patrimonio cultural en Turbaco, Arjona, San Jacinto, El Carmen de Bolívar y Magangué.

El ejercicio de conceptualizar el producto turístico de cada municipio priorizado con vocación turística es fundamental para visualizar, planificar y desarrollar de manera conjunta con los entes territoriales, empresarios, gestores, gremios y la comunidad en general interesada, las estrategias de fortalecimiento de la competitividad, de tal forma que se identifiquen los elementos identitarios de gran potencial, se proyecte el plan de trabajo en términos de formación, formalización y acompañamiento durante todo el ciclo. El consolidado de diseño de productos turísticos se adjunta como un anexo al plan.

COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

El departamento de Bolívar se ubicó en la segunda posición del ICTRC en la medición 2018, con un incremento del 17,2%, con respecto al ICTRC 2017. Todos los criterios de competitividad que conforman el Índice, presentan una tendencia ascendente que supera los resultados del año anterior. El mayor crecimiento entre los dos periodos se encuentra en los criterios cultural y GENERACIÓN DE EMPLEO Turismo en el empleo departamental estrategia de mercado, con incrementos que oscilan entre el 34% y el 29% en el valor de su índice. Lo anterior permite visualizar un compromiso integral del destino en busca de la competitividad.



Fuente: ICTRC 2018

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y HOTELERA

Los resultados de cifras de crecimiento en turismo del departamento, hablan de su posicionamiento, en materia de crecimiento desde 2015: 24% con 616 hoteles, 518 hostales, 87 apartahoteles, 36 alojamientos rurales, 20 alojamiento en centros vacacionales, 1854 número de restaurantes, 273 operadores turísticos, 4 misiones

comerciales con alrededor de 50 empresarios momposinos a ciudades como Bogotá, Medellín, Barranquilla y Valledupar.

En materia de Infraestructura: el gobierno departamental a través de ICULTUR se entregaron y activaron 4 Puntos de información turísticos, 3 de destinos fueron señalizados turísticamente y se gestionó la construcción de senderos ecológicos para el Santuario de Flora y Fauna los Colorados en San Juan Nepomuceno

GENERACIÓN DE EMPLEO

Participación del empleo generado por el sector turismo como proporción del empleo total en Bolívar fue el siguiente:

Departamento	Empleo departamental Número de trabajadores del sector turismo	Part
Bolívar	95.500	13,85%

Fuente: DANE-GEIH, Cálculo: CPTUR segundo Trimestre 2018

INFORMALIDAD LABORAL

% de ocupados sin aporte al sistema de pensiones

Departamento	Informalidad laboral Tasa de informalidad
Colombia	70,82%
Bolívar	78,67%

Fuente: DANE-GEIH, Cálculo: CPTUR segundo Trimestre 2018

SALARIO

Promedio simple por la actividad principal

Departamento	Salario (En pesos)
Antioquia	\$ 889.381
Atlántico	\$ 910.681
Bogotá D.C.	\$ 1.033.042
Bolívar	\$ 870.772

Fuente: DANE-GEIH, Cálculo: CPTUR segundo Trimestre 2018

FORMACIÓN TURÍSTICA

El Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar ICULTUR, en alianza con diferentes entidades como: Cámara de Comercio de Cartagena, SENA, MINCIT, FONTUR, PROCOLOMBIA han formado a más de 3737 gestores turísticos en los municipios con vocación turística.

Entre 2016 y 2019, las formaciones que se llevaron a cabo en el departamento son; servicio al cliente sector turístico, capacidad de carga turística en Mompox, manejo de la información turístico, cocina básica e internacional, higiene y manipulación de alimentos, normas técnicas sectoriales (NTS) de deportes de aventura y sostenibilidad, inventario y diseño de producto turístico, fijación de tarifas personalizadas, formulación de proyectos, guión turístico, diseño de paquete turístico, storytelling, eventos comerciales, eventos de aprendizaje.

A nivel de diplomado, técnico y tecnólogos también se gestionaron importantes formaciones en alianza con la Universidad de Cartagena, Universidad Tecnológica de Bolívar y SENA.

SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO

La apuesta en turismo sostenible significa mantener un equilibrio entre la comunidad, el sector empresarial y la cultura. Sabemos que para lograr ser sostenibles hay que lograr una gestión integral de destino y en ese sentido en departamento de Bolívar ha logrado (en 2017) la certificación como Destino de Turístico Sostenible de Santa Cruz de Mompox, de acuerdo a la norma técnica sectorial TS 001-1 de 2014, lo que lo convierte en un fortín turístico al mismo nivel de la ciudad capital de Bolívar, Cartagena.

Cero Basuras, Mejores Destinos

Una de las dinámicas que ha consolidado el departamento en articulación con otras entidades es el programa “Cero basuras, mejores destinos” lo cual busca empoderar

a las comunidades de los destinos turísticos entorno al manejo de los residuos sólidos y el tratamiento de ellos. Municipios como Santa Cruz de Mompox y el corregimiento de San Basilio de Palenque han sido destinos que se han comprometido con este programa.



Premios departamentales de calidad turística

La creación de estos premios departamentales para reconocer a los distintos empresarios del sector del turístico por su contribución y apoyo al fortalecimiento del Departamento de Bolívar, en términos de calidad y sostenibilidad turística, pretende incentivar y vincular las nuevas experiencias y los proyectos con los municipios con vocación turística, priorizados en la estrategia Bolívar más por descubrir de la mano de las empresas destacadas de la ciudad de Cartagena de Indias, nuestra capital Bolivarense.

La condecoración se distribuye en las siguientes categorías: 1. Calidad turística, 2. Turismo sostenible, 3. Premio a la trayectoria y aporte al sector turístico, y 4. Nuevas experiencias "Bolívar más por descubrir.

Seguridad turística

El departamento cuenta con un comité departamental de seguridad turística, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 945 del 21 de mayo de 2014, decreto 355 del 2017 y la ley 1558 del 2012. Su funcionamiento se acomoda a lo establecido en su reglamento, sin perjuicio de adaptación a una futura normativa. El objetivo es Implementar medidas para la seguridad de los turistas durante sus desplazamientos a través de los diferentes medios de transporte, incluidos los aéreos, terrestres, fluviales,

marítimos y lacustres, impulsando así la competitividad turística del departamento de Bolívar, permitiendo aumentar la riqueza y el empleo generado por el turismo.

Además, aborda los temas relacionados con la seguridad de los turistas durante su permanencia en los destinos como son: salud pública, control a prestadores de servicios turístico, prevención de la explotación sexual con menores, seguridad en carreteras, vigilancia y seguridad en playas, control de vendedores ambulantes y mejoramiento del espacio público e incremento del pie de fuerza de la policía de turismo.

Al Comité de Seguridad Turística del Departamento de Bolívar son invitados el Procurador, el Director del Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, el Jefe Seccional de Tránsito y Transportes de la Policía Nacional, un delegado del Ministerio de Transporte y un delegado del Ministerio de Cultura, representantes del sector privado del turismo, representantes de los aeropuertos, empresas de taxis y otras empresas de transporte y del sector educativo departamental con énfasis en turismo.

Apuestas departamentales en materia de seguridad turística.

1. Fortalecer y articular las entidades competentes a través del Comité Departamental de seguridad turística.
2. Como parte de la estrategia de turismo responsable se ejecutan acciones de prevención contra la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en el contexto del turismo.
 - Firma del pacto en contra de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en el contexto del turismo.
 - Estrategia de comunicación ejecutada permanentemente.
3. Aumentar el número de policías de turismo.

Sistema de información turística – SITBOL

SITBOL es un sistema estratégico de información turística del departamento de Bolívar que hace seguimiento a variables asociadas a la oferta y demanda de productos y servicios turísticos del departamento, con el fin de integrarlo al Centro

de Información Turística de Colombia – CITUR en línea con el Plan Estadístico Sectorial de Turismo – PEST. Actualmente nos encontramos estructurando el sistema. El SITBOL es importante implementarlo en cada destino porque:

- Recopila información cuantitativa concerniente a los visitantes y turistas que asisten a cada uno de los atractivos turísticos de Bolívar
- Tiene un sistema actualizado de información de prestadores turísticos, aliados estratégicos y atractivos de interés turístico del Departamento.
- Desarrolla planes y programas relacionados con el turismo por parte de los agentes presentes en el Departamento.
- El estudio de las cifras permite tomar decisiones para promover el turismo en el Departamento de Bolívar.

IMPACTO Y RESULTADOS DE LA ESTRATEGIA “BOLÍVAR MÁS POR DESCUBRIR”

- LOGROS GENERALES

- En 2015 la cifra de visitantes era de aproximadamente 5mil turistas. En 2019, sólo en la provincia se cierra la cifra de visitantes en 100mil turistas.
- 2do puesto en el índice de competitividad turística nacional durante los años 2016, 2018 y 2019.
- Finalistas nominados en los premios de promoción turística de PROCOLOMBIA.
- 2do departamento preferido de los turistas extranjeros.
- Según cifras del CITUR – Centro de Información Turística de Colombia, el Departamento registra a cierre de 2018 los siguientes datos:
- Llegada de pasajeros internacionales en vuelos aéreos regulares: 484172. Crecimiento: 34%.
- Llegada de pasajeros nacionales en vuelos regulares: 2.133.115. Crecimiento: 12%
- Visitantes extranjeros no residentes: 511.900. Crecimiento: 22%.
- Visitantes parques nacionales naturales: 2.396.976.

- Pasajeros en crucero: 360489. Crecimiento: 9%.
- Prestadores de servicios turísticos activos con RNT: 3178. Crecimiento: 55%
- Establecimientos de alojamiento y hospedaje: 2248.
- Ocupación hotelera: 66%
- Empleos generados por el sector: 30043
- 15 instituciones aliadas.
- Proyectos ejecutados: 10
- Creación de la estrategia turística Departamental “Ruta de la paz”, luego transformada en “Bolívar más por descubrir”. La estrategia priorizó 10 destinos turísticos validados y previamente determinados con vocación turística.
- Se logró vincular 7 de estos destinos en el corredor caribe del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Turbaco, Santa Catalina, San Basilio de Palenque, San Jacinto, el Carmen de Bolívar, San Juan Nepomuceno y Mompo), 5 de los priorizados se vincularon al programa, turismo, paz y convivencia (María la Baja, San Juan Nepomuceno, San Jacinto, El Carmen de Bolívar, San Basilio de Palenque) y uno de ellos se incluyó en la red de pueblos patrimonio de FONTUR (Mompo).
- La estrategia dividió acciones, programas y proyectos en las líneas de competitividad, promoción, infraestructura y gobernanza.

- **RESULTADOS EN COMPETITIVIDAD:**

- Plan de formación para la competitividad turística que capacitó a 3737 gestores del turismo, con 32 cursos, 2 certificaciones por competencias, 4 diplomados, 4 seminarios, 1 técnicos, 1 tecnólogo y 1 intercambio de experiencias turísticas. El compilado de formaciones fue el siguiente:
- Cursos cortos o capacitaciones en alianza con el SENA y MINCIT:
 - Normas técnicas sectoriales (NTS) de deportes de aventura.
 - Implementación en NTS de sostenibilidad.
 - Inventario y diseño de producto turístico.
 - Turismo comunitario.
 - Manejo de la información turística.

- Cocina básica.
 - Servicio al cliente.
 - Mesa, bar y coctelería.
 - Fijación de tarifas personalizadas.
 - Formulación de proyectos.
 - Guion turístico.
 - Diseño y paquete de productos turísticos (ANATO)
 - Capacidad de carga.
 - Planes de negocio.
 - Posicionamiento web.
 - Certificación por competencias con el SENA en artesanías (Santa Catalina) y manejo de la información turística (Santa Cruz de Mompox).
- Ciclo de diplomados de turismo:
 - Diplomado en turismo: Formación y asesoría en diseño y desarrollo de productos turísticos en Santa Catalina. Realizado en alianza con la alcaldía de Santa Catalina, Universidad de Cartagena y la Universidad Tecnológica de Bolívar.
 - Diplomado en formación para la competitividad turística en Mompox. Realizado en alianza con la alcaldía de Mompox, Universidad de Cartagena y Universidad Tecnológica de Bolívar.
 - Diplomado en gestión cultural, realizado con recursos propios de ICULTUR y donde se incluyó un módulo completo de gestión de turismo cultural.
 - Diplomado en agroturismo donde se consiguió que 8 gestores del Departamento participarán. El diplomado fue realizado por Fundación Panaca y FONTUR en la ciudad de Armenia.
 - Seminarios de internacionalización con Procolombia en San Jacinto y Mompox, los cuales incluyeron módulos sobre:
 - Identificación de tesoros.
 - Producto turístico.
 - Diseño de paquete turístico.

- Storytelling.
 - Eventos comerciales.
 - Eventos de aprendizaje.
 - Canales de comercialización.
 - Técnica de ventas.
 - Yo exporto turismo.
- Formación en gastronomía y en innovación de producto con chefs reconocidos, realizado en alianza con el Convention Bureau de Cartagena de indias.
 - Intercambio de experiencias en cooperación el Ministerio de Turismo de El Salvador: “Estrategia de fortalecimiento de promoción turística de la ruta de la paz en el departamento de Bolívar como herramienta de desarrollo social y económico”. Proyecto de intercambio ganado a través de convocatoria con Agencia Presidencial de Cooperación. Este intercambio incluyó dos formaciones presenciales en montes de maría con expertos en turismo del Salvador y dos viajes de intercambio de gestores turísticos de la estrategia Bolívar más por descubrir a el Salvador.
 - Seminario en gestión turística con la embajada popular de China. Se realizó uno en Haikou, China, donde participó la Dirección Técnica de Turismo y otro donde 30 gestores turísticos del Departamento participaron en Cartagena.
 - Gestión con el SENA para la apertura de: Técnica en guianza turística en Santa Catalina (proceso que continúa) y Tecnólogo a distancia en guianza turística para la provincia (proceso que se debe dar apertura en el primer semestre del 2020).
- Se elaboraron alianzas interinstitucionales con el SENA, ANATO, COTELCO, UNIVERSIDAD RAFAEL NUÑEZ, UNIVERSIDAD UNAB, UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR, CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA, PROCOLOMBIA, ACD CONSULTORAS (PROGRAMA MUJERES PRODUCTIVAS), FUNDACIÓN PINTUCO, CORPORACIÓN DE TURISMO CARTAGENA DE INDIAS, CORREDOR TURÍSTICO SOSTENIBLE, FONTUR, MINCIT y UNIVERSIDAD DE CARTAGENA para fortalecer el turismo del departamento de Bolívar.

- Se realizó ciclos de formalización turística y comercio justo. Con el MINCIT se organizó tres jornadas (incluyendo el bus de resultados) y con Cámara de Comercio se desarrollaron 15 en los municipios priorizados con vocación turística.
- Asesoría, acompañamiento y apoyo en el diseño de producto turístico a 8 iniciativas emprendedoras: Ruta etnoturística de San Basilio de Palenque, Ruta turística San Jacinto Cultura y Tradición de los Montes de María, Ruta gastronómica de Bolívar más por descubrir, Ruta musical de los montes de maría, Risas del sol tour, Avistamiento de aves en San Juan Nepomuceno, Ruta ecoturística petroglifos de San Jacinto y salinas de Galerazamba. Adicionalmente se impulsó las artesanías y a la gastronomía (Asofritur y Ñame San) como productos que aportan al turismo cultural, específicamente en la generación de alianzas comerciales y participación en eventos de promoción. Se les entrega a 4 emprendimientos catálogo de productos y servicios diseñados.

Este acompañamiento se realizó gracias a la gestión de recursos propios, alianzas con las universidades UTB y UDC, programa estímulos ICULTUR (SGR), MINCIT, programa INC y convocatoria estímulos MINCULTURA.

- Gestión y ampliación del programa Colegios Amigos del Turismo en Bolívar (4 en la provincia de Bolívar) del MINCIT. A raíz del programa se entregó 5 becas de estudios profesionales en turismo a estudiantes de Mompox, Santa Catalina y San Jacinto.
- Se gestionó y se logró la certificación de Mompox como destino turístico sostenible gracias al apoyo del MINCIT.
- Se logró la inclusión de municipios en el programa turismo, paz y convivencia del MINCIT. Gracias a este programa se construyó la estrategia de co-creación para los montes de maría y el diseño de producto turístico de la ruta musical. Además, se logró un premio en FITUR Madrid 2019 por el programa en Montes de María.
- Guión turístico de los 7 destinos de Bolívar incluidos en el corredor Caribe, gestionado y logrado ante el MINCIT.
 - Inventarios de atractivos turísticos y del patrimonio:

- 11 destinos, a través de recursos propios.
- Actualización de inventario turístico a 7 destinos, a través del MINCIT.
- 5 destinos, inventarios de patrimonio cultural con recursos de INC.
- Guión museológico y museográfico del museo de las víctimas de Mampujan, realizado con recursos de INC.
- Construcción del plan estratégico decenal de turismo del Departamento.
- Negociaciones con aerolíneas y aerotaxis interesadas en operar en el aeropuerto de Mompox.
- Medición de impacto turístico a través del Sistema de Información Turística (realizada con gestión propia) a los municipios priorizados y a los festivales de jazz de Mompox, tambores de palenque y gaitas de San Jacinto.
- Validación de empresas turísticas de Mompox para preparar la oferta de internacionalización del destino, en alianza con Procolombia.
- Entrega de dotación para guías turísticos de Mompox.
- Realización de un plan de incentivos para la calidad turística que incluyó los premios departamentales de calidad turística, en donde se premiaron 4 empresas del sector.
- Asesoría y participación de emprendimientos turísticos en los programas Innova Bolívar y Mujeres Productivas.
- Gestión y apoyo en la reactivación de la Red de Museos Cartagena y Bolívar.
- Articulación con FONDO EMPRENDER SENA para apoyo de proyectos e iniciativas en turismo de los municipios.
- Participación por primera vez en auditoría del centro histórico de Cartagena.
- 2 visitas académicas atendidas (UNAB, Universidad del externado)

RESULTADOS EN GOBERNANZA:

- Creación del comité departamental de seguridad turística donde se logró la mesa de seguridad de Turbaco, la creación de productos turísticos como ecotour villa Martha, asignación de policías de turismo, acuerdo de fijación de

tarifas de Mompox y la creación del comité de playas turísticas en Galerazamba.

- Creación del comité de playas turísticas, a través del cual se logró el proyecto de ordenamiento de playas financiado por MINCIT y apoyado por la Universidad del Magdalena.
- Comité de turismo, paz y convivencia donde se articulan las acciones propias del programa.
- Comité de promoción Cartagena y Bolívar donde se articula los gremios y autoridades de Cartagena con Bolívar. Este comité fue el gestor de Destination Next.
- Mesas de turismo en los municipios con vocación turística y con población víctima que ha manifestado su interés en participar del sector.

RESULTADOS EN INFRAESTRUCTURA:

- Señalización turística en Santa Catalina y El Carmen de Bolívar.
- Construcción de senderos y señalización turística en el Santuario de Flora y Fauna Los Colorados en San Juan Nepomuceno.
- 4 Jornadas de Colombia limpia y cero basuras mejores destinos.
- Embellecimiento y sostenimiento del parador turístico de San Basilio de Palenque.
- Estudios de pre inversión del teatro colonial de Mompox.
- Gestión y aprobación para la construcción y organización de la escuela taller museo Olivia Carmona en San Jacinto.
- 3 Puntos de información turística dotados y gestionados por FONTUR y Supergiros (Santa Catalina y San Jacinto).

RESULTADOS EN PROMOCIÓN:

- Campañas de promoción y apropiación del turismo que incluyó un plan de comunicaciones y piezas gráficas:
 - o Yo voy (Promoción del turismo interno).
 - o Seguro te va a encantar (turismo nacional).

- Con un mejor servicio yo construyo turismo para la paz (apropiación turística en Mompox).
- Yo soy el mejor anfitrión (apropiación turística en Mompox).
- Viajando por Bolívar (Turismo interno- campaña de seguridad vial).
- Yo vivo la ruta (turismo interno)
- ABC del turismo.
- ¿Qué hay para hacer?
- Temporada turística.
- Mes del turismo.
- Recomendado de fin de semana.
- 10 razones para visitar Bolívar.
- Campaña en contra de la explotación sexual de menores.
- Participación en la vitrina turística de ANATO 2016, 2017, 2018 y 2019.
 - La participación en la vitrina ayudó a preparar la oferta no sólo para la promoción sino para la comercialización. Gracias a ello, se formalizaron 12 empresas que ahora concretan acuerdos comerciales y de ventas en favor del turismo de su región.
 - En cifras:
 - # empresarios participantes: 276
 - Número de visitantes al Stand: 15.700
 - Citas de negocios: 6200
 - Misiones comerciales: 1 (2019) 13 empresarios
 - Misión de aprendizaje: 1. 5 empresarios
 - Preventa y reservas: \$ 224'500.000 (2019)
 - Proyecciones de ventas: \$960.000.000 (2019)
 - Participación Macrorrueda ProColombia Travel Mart: 10 empresarios de municipios
 - Estrategias y campañas lanzadas: Ruta de la Paz, Bolívar Más Por Descubrir, Cartagena y Bolívar Te Llamam.
 - Agendas culturales: 2 versiones
 - Ruedas de prensa: 4

- Se realizaron en total 16 fam trips de los cuales 5 fueron académicos, 3 fueron press trips y el resto fueron comerciales. Estas actividades se realizaron en los municipios de Santa Catalina, Mompox, San Basilio de Palenque, San Juan Nepomuceno, San Jacinto.
- Ruedas de negocios:
 - Rueda de negocios “Cartagena y bolívar te llaman” en alianza con ANATO y Corporación de Turismo Cartagena de Indias. 20 Empresas participaron.
 - Rueda de negocios “Bolívar es más” en alianza con Procolombia y ANATO. 50 empresas participaron.
 - Workshop caribe con ANATO.
 - 4 Rueda de negocios de empresarios turísticos de Mompox en Barranquilla, Valledupar, Medellín y Bogotá.
- 8 Rondas de medios para promocionar los destinos de Bolívar y la oferta de turismo cultural con los festivales. Estas rondas de medios se realizaron en cadenas locales y nacionales como Telecaribe, Caracol Radio, El Tiempo, el Herald, el Universal, RCN radio, La cariñosa, La mega, Tropicana, Caracol tv, Olímpica, La reina, Canal Cartagena, Canal 1, City tv, Tierra querida Magazine, El espectador, Semana, La República, Publímetro, Canal RCN.
- 3 Caravanas turísticas: 2 en el marco del festival de los montes de maría en los montes de maría y 1 de promoción turística de Turbaco.
- 3 rutas de ciclismo para incentivar el turismo deportivo en el Departamento.
- Construcción de un plan de marketing turístico del departamento de Bolívar.
- Realización y apoyo de eventos de promoción turística directa:
 - Festival de deportes náuticos de Galerazamba, rincón mágico del caribe.
 - 2 participaciones en la feria gastronómica cuchara e' palo.
 - Sail Cartagena (deportes náuticos).
 - 1er Encuentro Departamental de turismo.

- Juegos nacionales del bicentenario (turismo deportivo)
- Alianza con semana rural para la promoción de destinos en la App ARRANCA.
- Promoción del turismo deportivo a través de la ruta de ciclismo Bolívar 3.1.
- Construcción de una web de promoción de los destinos, alianza con el Universal "Bolívar para ver y contar".
- Promoción del destino turístico Mompox a través de video musical de la cantante Adriana Lucía titulado "VETE".
- Participación en eventos académicos:
 - Foro el turismo del futuro de Revista semana.
 - X encuentro de turismo comunitario en el Amazonas del MINCIT.
 - Foro de patrimonio y turismo cultural del MINCULTURA.
 - Día mundial del turismo 2017 de la Universidad de Cartagena.
 - Feria gastronómica Universidad de Cartagena. Panel de economía naranja.
 - Panel de economía naranja, Tecnológico Comfenalco.
 - Panel "Ruta de la paz" Colegio Mayor de Bolívar.
 - Economía naranja Cooperación española.
- Promoción de nuestros emprendimientos en el marco de eventos no propios de turismo:
 - Cumbre de gobernadores.
 - Cumbre de alcaldes.
 - Cumbre marítima mundial.
 - Ficci.
 - Expovida realizado por Olímpica.
 - Feria agropecuaria 2019.
- Producción de videos de promoción del turismo:
 - Acciones de promoción en Mompox, video diseñado para premios nacionales de turismo.
 - Bolívar more to discover.
 - Ruta de la paz.
 - Turismo cultural.

- Promoción semana santica.
- Promoción de Mompox como destino.
- Realización de eventos alternos de promoción del turismo:
 - Global big day.
 - Día mundial del turismo. En 2019 se realizó la agenda conjunta "Bolívar es más".
 - Día del chef, Unitecnar.
 - Feria artesanal.
- Realización de materiales de promoción:
 - Catálogo de museos de la red.
 - Directorios turísticos para 10 destinos.
 - Brochure general de la ruta de la paz y Bolívar más por descubrir.
 - Brochure ruta gastronómica.
- Proyecto de promoción del destino turístico de Mompox con apoyo de FONTUR:
 - En el marco de este proyecto se colocó tótems interactivos sobre Momos en 3 centros comerciales de Colombia.
 - Se realizó 3 fams de agencias y periodistas a Mompox.
 - 3 Misiones comerciales de empresarios turísticos de Mompox, y en el marco de ellas ruedas de negocios.
 - Promoción de piezas gráficas y audiovisuales en aeropuertos, radio, televisión, revistas, prensa y digital (a través de la estrategia google ads loader).

ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO DEL DEPARTAMENTO DE BOLÍVAR

A partir de las visitas realizadas a los municipios, se identificaron las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del sector turismo en el departamento, teniendo en cuenta cuatro pilares básicos de la gestión turística.



ANÁLISIS ESTRATÉGICO DOFA - FACTORES INTERNOS

La información fue consolidada con diferentes insumos, entrevistas a empresarios y autoridades, encuestas sobre el estado del destino, talleres, datos secundarios y observaciones de campo.

DEBILIDADES

- Falta de información y estadísticas.
- Desconocimiento del mercado y perfil de los turistas.
- Pocas acciones para el turismo en los planes de desarrollo.
- Ausencia de Planes de desarrollo turísticos.
- Falta de preparación para atender la demanda.
- Escasa Infraestructura para el turista.
- Pocos destinos certificados en sostenibilidad turística.

- No se aporta a la contribución parafiscal.
- Cumplimiento de las normas técnicas sectoriales.
- Prestadores de servicios turísticos certificado en calidad.
- Falta de posicionamiento en la social media.
- Previo a este plan no existía un plan de marketing turístico.
- No existe instancias públicas de turismo en los destinos.
- Pocas empresas turísticas agremiadas a diferencia de Cartagena.
- Inestabilidad de la oferta turística.
- Poco empaquetamiento turístico.
- Desconocimiento de la dinámica empresarial del sector.
- Deficiencia en Bilingüismo.
- Ausencia del Sistema de información turística departamental.
- Inexistencia de guías turísticos certificado en los destinos, diferentes a Cartagena.
- Poca información del destino en la web.
- Desaprovechamiento de las herramientas de promoción por parte de los empresarios del sector.
- Precariedad en políticas públicas en materia de turismo
- Falta de categorización hotelera.
- Escasa asignación en presupuesto públicos del turismo
- Funcionarios y/o servidores públicos encargados del sector turístico poco capacitados o idóneos.
- Baja calidad en la prestación de servicios restaurantes.
- Poca Planificación turística.

FORTALEZAS

- Participación y apropiación del turismo por parte de la comunidad y los gestores turísticos.
- Reconocimiento del destino.
- Señalización turística.

- Educación para el turismo.
- Asistencia técnica profesional al servicio del sector.
- Capacidades locales para la gestión y formulación de proyectos del sector.
- Diversidad natural y cultural.
- Áreas protegidas y parques naturales.
- Calidad en la prestación de servicios hoteleros.
- Campañas de promoción nacional.
- Empoderamiento empresarial.
- Aprovechamiento del patrimonio cultural.
- Posicionamiento destino.
- Articulación institucional y organización del sector.
- Liderazgo del ente rector a nivel departamental.
- Operación transporte terrestre.
- Atracción de público internacional.
- Participación en eventos, ferias y congresos de promoción y mercadeo turísticos.
- Cooperación y alianzas público privadas.
- Concentración de especies endémicas.
- Campañas de promoción internacional.
- Atractivos y declaratorias BIC.
- Financiación de proyectos del sector.
- Existencia y funcionalidad de los PITs.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DOFA - FACTORES EXTERNO

La información presentada a continuación fue consolidada con diferentes insumos, entrevistas a empresarios y autoridades, encuestas sobre el estado del destino, talleres, datos secundarios y observaciones de campo.

AMENAZAS

- Tráfico y comercialización de fauna.
- Gestión del riesgo y manejo ambiental.
- Explotación sexual asociada al turismo.
- Cobertura móvil y telecomunicaciones.
- Adaptación al cambio climático.
- Proceso y trámites del sector.
- Informalidad en el sector.
- Saneamiento básico.
- Baja calidad en la prestación de servicios de salud en los destinos.
- Limitados Servicios bancarios y ATM.
- Manejo de los residuos sólidos.
- Orden público y seguridad.
- Voluntad política interesada en el turismo.
- Cultura ciudadana.

OPORTUNIDADES

- Regulación institucional del turismo.
- Existencia de espacios para fomento de negocios y comercialización de productos (Ruedas de negocios).
- Incorporación de tics en el sector.
- Consolidación de la cadena de valor Cartagena – Bolívar.
- Infraestructura vial.
- Movilidad y Accesibilidad.
- Operación transporte aérea.
- Formalidad en el sector RNT.
- Cambios a nivel nacional de las políticas del sector.
- Monitoreo y seguimiento a políticas, programas y proyectos del sector.
- Escenarios atractivos para la financiación.

- Existencia de estrategias de promoción y mercadeo.
- Áreas de protección ambiental.
- Áreas naturales de uso turístico.
- Cobertura de servicios de acueducto.
- Cobertura del servicio de alcantarillado.
- Cobertura del servicio de aseo.
- Colegios con formación en turismo.
- Conectividad aérea nacional e internacional.
- Convenios de cooperación público privada.
- Disponibilidad de ambulancias.
- Ejecución de proyectos turísticos en alianza público privada.
- Facilidad para abrir una empresa.
- Índice de penetración del servicio de internet banda ancha.
- Participación en ferias nacionales e internacionales especializadas en turismo.
- Programas de posgrado en turismo.
- Reconocimientos ambientales internacionales.
- Velocidad de conexión a internet por banda ancha.
- Operación transporte terrestre.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CAME

	Análisis interno	Análisis externo
Factores positivos	<p><u>CORREGIR</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar un sistema de información y estadísticas turísticas con el fin de observar y analizar el perfil de mercado del Departamento. 	<p><u>AFRONTAR</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crear estrategias que prevengan el tráfico y comercialización de fauna relacionadas con turismo. 2. Construir un modelo de gestión turística sostenible que incluya la mitigación de

2. Realizar asistencia técnica para la inclusión del turismo en los planes y programas del plan de desarrollo de los municipios, además de una secretaría propia en turismo.
3. Desarrollar y asesorar técnicamente a los gobiernos municipales para el desarrollo de planes turísticos.
4. Preparar la oferta turística del departamento acorde a la demanda.
5. Invertir en el fortalecimiento de la infraestructura turística necesaria.
6. Incentivar la certificación de los destinos en sostenibilidad turística y a los prestadores de servicios en normas técnicas sectoriales.
7. Realizar asesorías para incentivar a la contribución parafiscal.
8. Crear una estrategia digital propia para el destino

- riesgo y el cuidado medio ambiental, además de la prevención contra la explotación sexual asociada al turismo.
3. Apoyar y articular programas de gobierno que pretendan ampliar la cobertura móvil y telecomunicaciones.
 4. Liderar procesos y trámites simples para el sector.
 5. Fomentar la formalidad en el sector.
 6. Apoyar y articular con programas de gobierno que tengan como objetivo ayudar al saneamiento básico y la prestación de servicios de salud en los destinos.
 7. Afrontar y planear acciones de mitigación de riesgo en caso de problemas con el orden público y la seguridad.
 8. Incentivar a los mandatarios a contribuir al turismo en discurso y recursos.
 9. Fomentar la cultura ciudadana en los municipios.

	<p>Bolívar, alineada con el plan de marketing turístico.</p> <p>9. Incentivar a la agremiación de empresas turísticas en los municipios.</p> <p>10. Desarrollar una estrategia de comercialización que promueva el diseño y el empaquetamiento de productos turísticos.</p> <p>11. Ampliar la oferta educativa profesional de turismo y bilinguismo a los municipios.</p> <p>12. Promover políticas públicas departamentales en materia de turismo.</p> <p>13. Asignar presupuesto público para fortalecer el sector turismo.</p> <p>14. Capacitar a funcionarios y/o servidores públicos encargados del sector turístico.</p>	
<p>Factores negativos</p>	<p><u>MANTENER</u></p> <p>1. Continuar con la participación y apropiación del turismo</p>	<p><u>EXPLOTAR</u></p> <p>1. Aprovechar la creciente regulación institucional del turismo para la formalización,</p>

- por parte de la comunidad y los gestores turísticos.
2. Posicionar el reconocimiento del destino.
 3. Sostener el apoyo a desarrollar señalización turística para la información y fortalecimiento de los destinos.
 4. Apoyar los programas educativos para el turismo en Cartagena.
 5. Proseguir con la asistencia técnica profesional al servicio del sector y sus capacidades para la gestión y formulación de proyectos.
 6. Agregar elementos naturales y culturales a los diseños de productos turísticos.
 7. Persistir y desarrollar modelos para la apropiación y uso sostenible en turismo en las áreas protegidas y parques naturales.

- planificación y políticas de turismo.
2. Aprovechar la existencia de espacios para fomento de negocios y comercialización de productos.
 3. Agregar valor a los productos turísticos y a las empresas a través de la Incorporación de tics en el sector.
 4. Aprovechar la consolidación de la cadena de valor Cartagena – Bolívar.
 5. Utilizar la infraestructura vial y aérea en buen estado para la optimización de las rutas turísticas.
 6. Agregar valor a los productos turísticos y equipamiento turístico a través de espacios más móviles y accesibles.
 7. Aprovechar los escenarios atractivos para financiación e inversión extranjera y nacional.
 8. Fortalecer las estrategias de promoción y mercadeo.
 9. Apoyar los programas de gobierno que fortalezcan la cobertura de servicios de

	<p>8. Fortalecer la calidad en la prestación de servicios hoteleros.</p> <p>9. Fortalecer las campañas de promoción nacional e internacional del destino turístico.</p> <p>10. Mantener el liderazgo del ICULTUR en la provincia.</p> <p>11. Robustecer la agenda de participación en eventos, ferias y congresos de promoción y mercadeo turísticos nacional e internacionalmente.</p> <p>12. Conservar las alianzas público privadas conseguidas en las administraciones pasadas.</p> <p>13. Disponer de apoyo para la existencia y funcionalidad de los PITs.</p>	<p>acueducto, alcantarillado, aseo.</p> <p>10. Aprovechar la oferta educativa en turismo.</p> <p>11. Impulsar las estrategias de conectividad aérea nacional e internacional.</p>
--	--	---

ANÁLISIS DEL ENTORNO

SITUACIÓN MUNDIAL

El creciente aumento del turismo a nivel mundial ha marcado una tendencia a desarrollo del mercado, representando ahora un 10% del PIB mundial y traducido en

1.4 mil millones de USD en exportaciones según la Organización Mundial del Turismo. El sector es ahora un generador de empleo (1 de cada 10 puestos de trabajo son del sector) que moviliza a más de 1323 millones de turistas alrededor de todo el mundo que, comparado con las cifras de entre 2008 a 2017) representó más de 393 millones más.

En cuanto al crecimiento de los continentes en temas turísticos es de resaltar que Europa es el continente que más turistas recibe con 672 mil millones y unos 519 mil millones USD de ingreso, seguido de Asia y el pacífico con unos 323 mil millones y unos 390 mil millones USD de ingreso. América se encuentra en el tercer lugar con unos 211 mil millones y unos 326 mil millones USD de ingreso, mostrando un leve crecimiento de un 5%. En cuanto a Sudamérica el crecimiento ha sido sostenido, sobre todo desde viajes de salida de Argentina que se alimentan de viajes a países vecinos. La OMT también señala que el crecimiento en llegadas fue registrado en doble dígito para Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay y Uruguay.

Por otro lado, también se resalta el apoyo y orientación de la OMT en los Objetivos de Desarrollo Sostenible aplicados en el sector turístico, haciendo especial énfasis en trabajo decente y crecimiento económico, producción y consumo responsable y vida submarina. Cuyas metas visionan prácticas de turismo sostenible que promuevan la cultural y productos locales, así como beneficios económicos que abarque la comunidad en general.

SITUACIÓN REGIONAL

En Colombia las cifras han dado un giro positivo, sobre todo a raíz del proceso de paz. En 2018, 6617 millones de dólares se recibieron por exportaciones de servicios de cuenta de viajes y transporte de pasajeros, representando un 3,8% del producto interno bruto nacional. Por su parte, la inversión extranjera directa en turismo fue de 1146 millones de dólares y unos 5.6 millones de dólares en importaciones por viajes y transporte.

En cuanto a la formalización y registro nacional de turismo de los prestadores de servicios turísticos, en 2018 se registró 31279. De los cuales, los establecimientos de alojamientos han registrado un total de número de camas en 525.469 y 307.458 habitaciones. Esto se refleja en una población ocupada en la rama de comercio, hoteles y restaurantes de 5.958.000, quienes se estima que un 46,1% es formal y un 53,9% está ejerciendo el turismo de manera informal.

Los flujos turísticos en Colombia han registrado en el CITUR la llegada de 2.709.043 visitantes extranjeros, quienes viajan en 75,56% por viajes de recreación y ocio, seguido de 14,8% motivados por los negocios, 6,57% por otros motivos y 2,15% por educación. Estos turistas extranjeros provienen mayoritariamente (récord de más de 100 mil visitantes) de Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, México, Perú, Estados Unidos y Venezuela.

Colombia registró en 2018, la visita de 232 cruceros, los cuales se estacionan principalmente en Cartagena. Mientras que por vía aérea se reportó más de 93 millones de salidas en 2017 y vía terrestre 93 millones de movilizaciones.

Con respecto a visitas en los parques nacionales naturales, el parque que más recoge visitas es el Parque Corales del Rosario y San Bernardo con más de 1 millón de turistas, seguido del Parque Tayrona con unos 446 mil y el Parque los Nevados con 54 mil.

FACTORES CRÍTICOS

Como factores obligatorios por cumplir y observar dentro de la planificación y ejecución de la política de turismo en el departamento de Bolívar, se han identificado los siguientes:

- | | |
|----------|---|
| 1 | Fortalecimiento de la gobernanza territorial y municipal en turismo, soportada en recursos de libre inversión y en inclusión dentro del plan de desarrollo. |
|----------|---|

2	Inversión en infraestructura turística para las zonas de concentración del turismo.
3	Apoyo a la creación y consolidación de productos y emprendimientos turísticos.
4	Actualización de la estrategia de marketing orientada al mercado internacional en articulación con los distintos destinos aledaños.
5	Robustecer la preparación de gestores turísticos en calidad, servicio al cliente y bilingüismo.

CAPÍTULO II

COMPONENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE BOLÍVAR

“Bolívar más por descubrir”

2019-2029

VISIÓN Y APUESTAS DE FUTURO

VISIÓN

En 2029, Bolívar será reconocido por ser el destino turístico más competitivo y sostenible de Colombia. Siendo la industria departamental de turismo el sector líder en impacto directo en el bienestar de las comunidades; gracias a la fortaleza de encadenamientos que compiten por calidad, innovación y productividad. Su posicionamiento se sustentará en la calidad de las experiencias que ofrece a sus visitantes y en productos de turismo cultural y de memoria histórica de alto valor agregado.

APUESTAS DE FUTURO

1	Consolidar una planta de servicios turísticos de calidad.
2	Modelo de gobernanza turística sostenible y robusto.
3	Transformación empresarial y productiva.
4	Mercadeo y posicionamiento de productos turísticos encadenados.
5	Fortalecimiento del estándar de calidad.

OBJETIVO GENERAL

Posicionar al departamento de Bolívar como el primer destino turístico de la región Caribe colombiana en los mercados nacional e internacional, a través de la consolidación de productos turísticos de naturaleza e histórico cultural que tiene cada uno de los municipios priorizados de la estrategia "Bolívar más por Descubrir".

METAS GENERALES

- Incrementar en un 7% el número de servicios y productos turísticos certificados en calidad y sostenibilidad.
- Ampliar la planta de servicios e infraestructura turística de calidad en zonas de influencia.
- Lograr un crecimiento interanual promedio de 8% en llegadas internacionales.
- Aumentar el número de mercados turísticos alcanzados para la zona de la provincia.
- Acrecentar el número de emprendimientos turísticos apoyados y preparados en calidad y sostenibilidad.

EJES ESTRATÉGICOS

ESTRATEGIAS DE GOBERNANZA- EG

EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEAS DE ACCIÓN
GOBERNANZA SOSTENIBLE Y ROBUSTA	Mejorar la institucionalidad y la capacidad de gestión de los actores públicos	Conformación del Consejo Departamental de Turismo
		Asistencia técnica para la elaboración de planes de desarrollo turísticos municipales.
		Desarrollo de campañas institucionales para la inserción del turismo en los

		planes de ordenamiento territorial municipales.
		Fortalecimiento técnico operativo del ICULTUR
		Fortalecimiento de la participación y apropiación del turismo por parte de la comunidad y los gestores turísticos
	Implementar acciones para la consolidación del turismo del Departamento.	Fortalecer la asignación de recursos en el presupuesto público para el desarrollo de los planes turísticos a nivel departamental y municipal.
		Consolidar alianzas con entidades de cooperación y alianzas público- privadas.
		Crear un modelo de gestión turística sostenible con el medio ambiente, la cultura y sus gestores.
		Definir una política pública de sostenibilidad turística acorde a los principios de calidad en el servicio.

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO Y MERCADO- EPM

EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN
PRODUCTOS ÚNICOS Y MERCADO CAUTIVO	Fortalecer la cadena de valor turística y promover el mejoramiento y diversificación de los productos turísticos, a fin de lograr una red empresarial que permita potencializar nuevas unidades productivas	Fortalecer el diseño de productos turísticos existentes.
		Apoyar a la consolidación de nuevos productos turísticos con alto grado de innovación y de valor cultural.
		Gestionar con entidades públicas y privadas recursos para la financiación de proyectos del sector turístico.
		Impulsar la integración y agremiación de los empresarios y operadores turísticos del Departamento.
		Realizar estrategias de empaquetamiento de productos turísticos entre empresarios y operadores.
Articular a Cartagena de indias y la región Caribe con el departamento de		

	Bolívar para la creación, incorporación y comercialización de productos turísticos.	Construir una estrategia de comunicación y promoción conjunta acorde con los valores de sostenibilidad, calidad y cultura.
	Consolidar estrategias de marketing que posicionen al Departamento.	Ejecutar el plan de marketing horizonte 2029.
	Fortalecer las estrategias de investigación de mercado para la creación y fortalecimiento de productos turísticos.	<p>Promover ante universidades de la región la realización de investigaciones y/o estudio en diferentes temáticas relacionadas al turismo, como estrategia de apropiación del conocimiento y fortalecimiento del mercado local.</p> <p>Crear el Observatorio de Turismo Departamental para fomentar la investigación de datos del Departamento y unificar los sistemas de información turística que actualmente existen.</p>

ESTRATEGIAS DE INFRAESTRUCTURA - EI

EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DE CALIDAD	Gestionar ante las entidades correspondientes el mejoramiento de la infraestructura y conectividad para el turismo.	Gestionar el mejoramiento de las condiciones de la prestación de servicios de salud, cobertura de servicios de acueducto, cobertura del servicio de alcantarillado, cobertura del servicio de aseo.
		Gestionar conectividad aérea nacional del aeropuerto San Bernardo de Mompox y el aeropuerto de El Carmen de Bolívar.
		Gestionar el incremento de Servicios bancarios y ATM en los destinos.
		Gestionar el mejoramiento de cobertura móvil y telecomunicaciones.
		Gestionar el mejoramiento de cobertura digital y puntos TICs.

		Gestionar el mejoramiento de la infraestructura vial y la movilidad y accesibilidad a los destinos.
		Gestionar inversión privada y extranjera para el desarrollo del sector.
		Tramitar la ampliación de señalética vial.
	Aumentar y mejorar la planta de servicios y equipamientos turísticos de los destinos.	Ampliar el número de destinos turísticos señalizados en zonas de influencia turística.
		Aumentar el número de senderos ecológicos construidos, especialmente en zonas de reserva natural o patrimonial.
		Diseñar y construir centros turísticos tipo paradores, museos, zonas de descanso y artesanales, que congreguen la oferta turística cultural de la región.
		Colocar puntos de información turística digitales.

		Adecuar el acceso a zonas de interés turístico tales como el volcán del totumo, represa San José del Playón, Santuario de Flora y Fauna los Colorados, Cerro la Cansona y Hundible, Cerro Maco y zona de petroglifos.
		Mejorar el acceso inclusivo a la información turística y a los servicios.
		Diseñar y construir muelles y malecones turísticos para el aprovechamiento turístico de los cuerpos de agua.

ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD- EC

EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN
OFERTA, GESTORES Y SERVICIOS COMPETITIVOS	Gestionar programas de formación turística para el mejoramiento del capital humano del sector.	Gestionar formación en guianza turística con el SENA para los municipios priorizados.
		Desarrollar programas de formación para preparar la

		oferta turística en calidad y sostenibilidad.
		Gestionar la participación de empresarios, operadores y artesanos en los programas de formación exportadora en turismo de Procolombia teniendo en cuenta las nuevas tendencias de turismo.
		Vinculación de nuevas instituciones educativas al Programa Colegios Amigos del Turismo.
		Diseñar estrategias de fortalecimiento que apoyen el desarrollo de la metodología del Programa Colegios Amigos del Turismo
		Aumentar la presencia de programas profesionales en turismo en los destinos turísticos.
		Apoyar la profesionalización de jóvenes con interés en el turismo.

		Gestionar el incremento de programas de posgrado en turismo en el departamento.
		Promover la formación del bilingüismo para empresarios y operadores del sector turístico.
	Fortalecimiento de la seguridad y la conectividad como estrategia para atraer los turistas.	Fortalecer el Comité de Seguridad Turística Departamental.
		Garantizar acciones para la prevención del tráfico y comercialización de fauna.
		Desarrollar campañas de seguridad turística.
		Desarrollar campañas para la prevención de Explotación sexual asociada al turismo.
		Gestionar el aumento del pie de fuerza de policías de turismo.
	Promover programas de desarrollo empresarial y emprendimiento para	Desarrollar un programa de mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios hoteleros

	los prestadores de servicios turísticos.	
	Posicionar al departamento de Bolívar como un modelo de gestión de sostenibilidad turística.	Implementar estrategias para la elaboración de planes y programas de un turismo sostenible en cada uno de los municipios.
		Sensibilización a empresarios sobre normas técnicas sectoriales y contribuciones parafiscales.
		Promover la certificación en calidad turística para empresarios y operadores del departamento.
		Promover la protección y la preservación de la diversidad natural y cultural.
		Aprovechar las áreas protegidas y parques naturales para la implementación de turismo sostenible.
	Fomentar la formalización	Incrementar el número de empresas del turismo formalizadas.

	empresarial del turismo.	Apoyar proyectos normativos que regularicen y formalicen acorde al contexto de los prestadores de servicios turísticos, especialmente con la guianza turística.
--	--------------------------	---

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN - EPR

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN
PROMOCIÓN ASERTIVA	Posicionar la marca Bolívar más por descubrir como un destino sostenible, competitivo y de calidad turística atractivo por su diversidad y multiculturalidad.	Aprovechamiento de las herramientas de promoción por parte de los empresarios del sector.
		Implementar un programa de promoción nacional del destino.
		Implementar un programa de promoción internacional del destino.

		Participar en eventos, ferias y congresos de promoción y mercadeo turísticos.
--	--	---

ACTORES CLAVES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PET

ACTORES DEL SECTOR PÚBLICO:	ROLES
Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar - ICULTUR	Liderar la articulación de los diferentes actores del turismo a favor de los objetivos propuestos en el PEDT.
	Dirigir y coordinar la gestión de recursos para la implementación de programas, proyectos y actividades contenidos en el Plan.
	Liderar la construcción de la política pública sectorial de turismo para el departamento.
	Incentivar las inversiones públicas y privadas necesarias para el emprendimiento turístico.
	Coordinar el monitoreo y seguimiento de las acciones y el avance de los indicadores.
SENA	Apoyar la formación técnica pertinente a empresarios del turismo.
Universidad de Cartagena	Apoyar la formación profesional pertinente a empresarios del turismo.
FONTUR	Apoyar las acciones de promoción del destino y el mejoramiento de la competitividad del sector turístico en el departamento.
	Apoyar las acciones contempladas en el PET para el mejoramiento de la competitividad y

Viceministerio de Turismo- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	sostenibilidad de los productos turísticos y de los destinos.
	Fortalecer la promoción del destino a nivel nacional e internacional.
	Patrocinar los procesos de formalización y certificación de los prestadores de servicios turísticos del departamento.
ProColombia	Apoyar la promoción del destino y sus empresarios en el mercado internacional.
Ministerios: Ministerio de Transporte, Ministerio de Salud, Ministerio de TICs, Ministerio de Cultura	Gestionar y desarrollar desde su experticia acciones y obras que apoyen la gestión turística del Departamento.
Procuraduría	Vigila el cumplimiento de compromisos, leyes y actos administrativos para la defensa de los derechos de los colectivos.
Parques Nacionales Naturales	Conserva espacios naturales y culturales que tienen gran valor multicultural y de diversidad natural.
Gobernación de Bolívar- Secretarías departamentales	Gestionar y realizar obras y acciones desde su experticia que apoyen y aporten al turismo.
Colegio Mayor de Bolívar	Formar profesionales y técnicos en áreas afines al sector turismo.
Corpoturismo	Apoyar en promoción turística del destino Cartagena de Indias.
Alcaldías de los destinos turísticos priorizados- Secretarías de turismo	Apoyar y gestionar acciones que mejoren la competitividad turística de los municipios.
Fuerza naval	Garantizar la seguridad marítima.

Fuerza aérea	Ejercer y mantener el dominio del espacio aéreo colombiano para defender la soberanía, integridad territorial y el orden constitucional.
Ejército Nacional	Defensa de la soberanía, la independencia, la integridad del territorio nacional y del orden constitucional terrestre.
Defensa civil	Previene y prepara a la población civil en caso de desastre o de situación en peligro.
Cuerpo de bomberos	Realizar labores de extinción de incendios, búsqueda, salvamento, rescate y siniestros y otras actividades tales como: receptoría, vigilancia, enfermería, cocina, conducción de las unidades bomberiles etc., cumpliendo con las normas y procedimientos.
Cruz Roja	Prevenir y aliviar, en cualquier circunstancia en la cual sea su deber intervenir, el sufrimiento y la desprotección de las personas afectadas por contingencias ocasionales.
Migración Colombia	Ejercer las funciones de autoridad de vigilancia y control migratorio y de extranjería del Estado Colombiano.
Aeronáutica civil	Control y regulación de la aviación civil.
Escuela Taller	Formación para el trabajo y el desarrollo Humano de jóvenes vulnerables en oficios tradicionales y recientes relacionados con el patrimonio cultural.
Colegios amigos del turismo	Generar cultura turística desde la infancia y la adolescencia.
Asamblea departamental	Reglamentar el ejercicio de las funciones y la prestación de los servicios a cargo del Departamento.

Consejos municipales	Reglamentar el ejercicio de las funciones y la prestación de los servicios a cargo de la ciudad.
Consejos comunitarios (Makankamaná)	Administrar internamente las tierras de propiedad colectiva que se les adjudique.
Policía Nacional- Policías de Turismo	Lidera los procesos de seguridad en los destinos.
ACTORES DEL SECTOR PRIVADO	ROLES
Prestadores de servicios turísticos- agencias de viajes, turoperadores, servicios de alojamiento, guías turísticos, servicios de alimentos y bebidas.	Fortalecer la calidad de los servicios a través del cumplimiento de las normas y la calificación de su recurso humano.
	Participar activamente en la mesa sectorial del turismo a nivel municipal para el apoyo al desarrollo del sector.
Anato Capítulo Noroccidente	Acompañamiento a las agencias de viajes turísticas para la promoción y la competitividad conjunta.
Cámara de Comercio de Cartagena y Magangué	Liderar los procesos de formalización de los operadores turístico del municipio.
	Implementar procesos de fortalecimiento de la gestión empresarial en las empresas del turismo de los municipios del departamento.
	Apoyar el proceso de certificación de las empresas turísticas.
Cotelco Capítulo Cartagena	Acompañamiento a los hoteles para la promoción y la competitividad conjunta.
Asotelca	Acompañamiento a los hoteles para la promoción y la competitividad conjunta.
Invest in	Atracción de inversión turística nacional e internacional hacia los destinos.
Convention bureau Cartagena de Indias	Posicionar a la ciudad de Cartagena como lugar para celebrar reuniones. Ayudar al

	desarrollo en el largo plazo bajo estrategias de turismo, viajes y reuniones.
Fenalco	Fomentar el desarrollo del comercio, de orientar, representar y proteger sus intereses, dentro de un criterio de bienestar.
Universidad Tecnológica de Bolívar	Fomentar la especialización y la profesionalización del turismo.
Acodres	Representar y defender los intereses de la industria gastronómica.
Operadores Salinas de Galerazamba- Cabrales Paffen	Organizar y administrar el espacio minero de las salinas de Galerazamba.
Puerto de Cartagena- terminal de cruceros	Facilita el comercio exterior y la conectividad náutica.
SACSA	Administra el Aeropuerto Internacional Rafael Núñez.
Medios de comunicación	Difunden la información de interés del sector turístico.
Unicolombo	Fomentan la formación profesional de capital humano del departamento con énfasis en bilingüismo.
Tecnológico Comfenalco	Fomentan la formación del capital humano a nivel técnico y tecnológico.
Tecnar	Fomentan la formación del capital humano a nivel técnico y tecnológico.
Terminal de transportes	Administra la conectividad terrestre.

CONTROL Y SEGUIMIENTO: INDICADORES Y METAS

Con el fin de hacer trazabilidad del plan estratégico de turismo, se sugiere revisar el acumulado por metas de manera anual. Así mismo, de conformidad a los acuerdos y previa verificación en el consejo departamental turístico, se estipula la actualización del documento. Esto con el único de objetivo de dar cumplimiento a la demanda turística y las necesidades latentes de los destinos turísticos. Es pertinente que las instancias institucionales aquí plasmadas sean el principal mecanismo de evaluación de los indicadores y difusión de las metas asociadas al plan.

ESTRATEGIAS DE GOBERNANZA- EG “GOBERNANZA SOSTENIBLE Y ROBUSTA”			
OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADORES	META(S)
Mejorar la institucionalidad y la capacidad de gestión de los actores públicos	Conformación del Consejo Departamental de Turismo	Nº consejo departamental creados	1
	Asistencia técnica para la elaboración de planes de desarrollo turísticos municipales.	Nº de municipios asistidos técnicamente	10
	Desarrollo de campañas institucionales para la inserción del turismo en los planes de ordenamiento territorial municipales.	Nº campañas realizadas	10

	Fortalecimiento técnico operativo del ICULTUR	Nº proyecto de fortalecimiento ejecutados	>10
	Fortalecimiento de la participación y apropiación del turismo por parte de la comunidad y los gestores turísticos	Nº proyecto de fortalecimiento ejecutados	>10
Implementar acciones para la consolidación del turismo del Departamento.	Fortalecer la asignación de recursos en el presupuesto público para el desarrollo de los planes turísticos a nivel departamental y municipal.	Incremento % de la asignación de los presupuestos públicos para el sector turismo	60%
	Consolidar alianzas con entidades de cooperación y alianzas público-privadas.	Nº de alianzas realizadas	2
	Crear un modelo de gestión turística sostenible con el medio ambiente, la cultura y sus gestores.	Nº de Modelos de gestión creados	1
	Definir una política pública de sostenibilidad turística acorde a los principios de calidad en el servicio.	Existencia Política Pública de sostenibilidad	1

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO Y MERCADO- EPM “PRODUCTOS ÚNICOS Y MERCADO CAUTIVO”			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADORES	META(S)
Fortalecer la cadena de valor turística y promover el mejoramiento y diversificación de los productos turísticos, a fin de lograr una red empresarial que permita potencializar nuevas unidades productivas	Fortalecer el diseño de productos turísticos existentes.	Nº de diseños de productos fortalecidos	10
	Apoyar a la consolidación de nuevos productos turísticos con alto grado de innovación y de valor cultural.	Nº de nuevos diseños de producto turístico	5
	Gestionar con entidades públicas y privadas recursos para la financiación de proyectos del sector turístico.	Alianzas realizadas con entidades públicas y privadas recursos para la financiación de proyectos	2
	Impulsar la integración y agremiación de los empresarios y operadores turísticos del Departamento.	Porcentaje (%) de operadores turísticos integrados o agremiados	20
Articular a Cartagena de indias y la región Caribe con el departamento de Bolívar para la	Realizar estrategias de empaquetamiento de productos turísticos entre empresarios y operadores.	Estrategias de empaquetamiento de productos gestionadas	5

creación, incorporación y comercialización de productos turísticos.	Construir una estrategia de comunicación y promoción conjunta acorde con los valores de sostenibilidad, calidad y cultura.	Estrategia implementada	1
Consolidar estrategias de marketing que posicionen al Departamento.	Ejecutar el plan de marketing horizonte 2029.	% de ejecución o implementación del plan	100
Fortalecer las estrategias de investigación de mercado para la creación y fortalecimiento de productos turísticos.	Promover ante universidades de la región la realización de investigaciones y/o estudio en diferentes temáticas relacionadas al turismo, como estrategia de apropiación del conocimiento y fortalecimiento del mercado local.	N° de investigaciones o estudios realizados propios o en alianza con universidades.	10
	Crear el Observatorio de Turismo Departamental para fomentar la investigación de datos del Departamento y unificar los sistemas de información turística que actualmente existen.	Observatorio de Turismo departamental creado	1

ESTRATEGIAS DE INFRAESTRUCTURA – EI “INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DE CALIDAD”			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADORES	META(S)
Gestionar ante las entidades correspondientes el mejoramiento de la infraestructura y conectividad para el turismo.	Gestionar el mejoramiento de las condiciones de la prestación de servicios de salud, cobertura de servicios de acueducto, cobertura del servicio de alcantarillado, cobertura del servicio de aseo.	Porcentaje o Nivel de satisfacción en la prestación de servicios al turista	70
	Gestionar conectividad aérea nacional del aeropuerto San Bernardo de Mompox y el aeropuerto del Carmen de Bolívar.	Número de convenios o alianzas de operación aérea realizadas	3
	Gestionar el incremento de Servicios bancarios y ATM en los destinos.	Porcentaje o Nivel de satisfacción en la prestación de servicios al turista	70
	Gestionar el mejoramiento de cobertura móvil y telecomunicaciones.	Porcentaje o Nivel de satisfacción en la prestación de servicios al turista	70

	Gestionar el mejoramiento de cobertura digital y puntos TICs.	Porcentaje o Nivel de satisfacción en la prestación de servicios al turista	70
	Gestionar el mejoramiento de la infraestructura vial y la movilidad y accesibilidad a los destinos.	Porcentaje o Nivel de satisfacción en la prestación de servicios al turista	70
	Gestionar inversión privada y extranjera para el desarrollo del sector.	Recursos de inversión privada o/y extranjera canalizados para el turismo en Bolívar	>1.000.000 USD
	Tramitar la ampliación de señalética vial.	Incremento en las unidades de la señalética turística vial.	50
Aumentar y mejorar la planta de servicios y equipamientos turísticos de los destinos.	Ampliar el número de destinos turísticos señalizados en zonas de influencia turística.	Número de destinos señalizados	10
	Aumentar el número de senderos ecológicos construidos, especialmente en zonas de reserva natural o patrimonial.	Número de senderos ecológicos construidos	3

	Diseñar y construir centros turísticos tipo paradores, museos, zonas de descanso y artesanales, que congreguen la oferta turística cultural de la región.	Centros Turísticos diseñados y construidos	2
	Colocar puntos de información turística digitales.	Número de puntos de información digital	10
	Adecuar el acceso a zonas de interés turístico tales como el volcán del totumo, represa San José del Playón, Santuario de Flora y Fauna los Colorados, Cerro la Cansona y Hundible, Cerro Maco y zona de petroglifos.	Número de zonas de acceso turístico adecuadas	7
	Mejorar el acceso inclusivo a la información turística y a los servicios.	Número de proyectos de mejoramiento accesible implementados	2
	Diseñar y construir muelles y malecones turísticos para el aprovechamiento turístico de los cuerpos de agua.	Muelles y malecones diseñados y construidos	1

ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD- EC “OFERTA, GESTORES Y SERVICIOS COMPETITIVOS”			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADORES	META(S)
Gestionar programas de formación turística para el mejoramiento del capital humano del sector.	Gestionar formación en guianza turística con el SENA para los municipios priorizados.	Número de nuevas formaciones en turismo ofertados	2
	Desarrollar programas de formación para preparar la oferta turística en calidad y sostenibilidad.	Número de operadores y empresarios turísticos beneficiados	>3500
	Gestionar la participación de empresarios, operadores y artesanos en los programas de formación exportadora en turismo de Procolombia teniendo en cuenta las nuevas tendencias de turismo.	Número de operadores y empresarios turísticos beneficiados	>150
	Vinculación de nuevas instituciones educativas al Programa Colegios Amigos del Turismo.	Nuevas I.E. de Bolívar integradas al programa Colegios amigos del turismo	3

	Diseñar estrategias de fortalecimiento que apoyen el desarrollo de la metodología del Programa Colegios Amigos del Turismo	Estrategias de fortalecimiento implementadas en las I.E. PCAT	4
	Aumentar la presencia de programas profesionales en turismo en los destinos turísticos.	Número de nuevos programas de formación profesional en los destinos	1
	Apoyar la profesionalización de jóvenes con interés en el turismo.	Número de apoyos entregados	10
	Gestionar el incremento de programas de posgrado en turismo en el departamento.	Número de nuevos programas gestionados	1
	Promover la formación del bilingüismo para empresarios y operadores del sector turístico.	Número de beneficiarios en el destino	>50
Fortalecimiento de la seguridad y la conectividad como estrategia para atraer los turistas.	Fortalecer el Comité de Seguridad Turística Departamental.	Comité de Seguridad Turística Departamental fortalecido	1
	Garantizar acciones para la prevención del tráfico y comercialización de fauna.	Disminución de delitos tráfico y comercialización de fauna.	30%

	Desarrollar campañas de seguridad turística.	Número de campañas desarrolladas	5
	Desarrollar campañas para la prevención de Explotación sexual asociada al turismo.	Número de campañas desarrolladas	5
	Gestionar el aumento del pie de fuerza de policías de turismo.	Incremento del número efectivos Policiales en el destino	>50
Promover programas de desarrollo empresarial y emprendimiento para los prestadores de servicios turísticos.	Desarrollar un programa de mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios hoteleros	Número de operadores o empresas certificadas en calidad	10
Posicionar al departamento de Bolívar como un modelo de gestión de sostenibilidad turística.	Implementar estrategias para la elaboración de planes y programas de un turismo sostenible en cada uno de los municipios.	Planes y programas de un turismo sostenible elaborados	3
	Sensibilización a empresarios sobre normas técnicas sectoriales y contribuciones parafiscales.	Número de empresarios beneficiados	>100

	Promover la certificación en calidad turística para empresarios y operadores del departamento.	Empresarios y operadores certificados	>10
	Promover la protección y la preservación de la diversidad natural y cultural.	Áreas protegidas	10
	Aprovechar las áreas protegidas y parques naturales para la implementación de turismo sostenible.	Número de áreas protegidas aprovechadas	10
Fomentar la formalización empresarial del turismo.	Incrementar el número de empresas del turismo formalizadas.	Formalización de nuevas empresas	>200
	Apoyar proyectos normativos que regularicen y formalicen acorde al contexto de los prestadores de servicios turísticos, especialmente con la guianza turística.	Número de beneficiarios	>50

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN – EPR “PROMOCIÓN ASERTIVA”			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADORES	META(S)

<p>Posicionar la marca Bolívar más por descubrir como un destino sostenible, competitivo y de calidad turística atractivo por su diversidad y multiculturalidad.</p>	<p>Aprovechamiento de las herramientas de promoción por parte de los empresarios del sector.</p>	<p>Número de empresarios y operadores que aprovechan herramientas de promoción</p>	<p>> 10</p>
	<p>Implementar un programa de promoción nacional del destino.</p>	<p>Programa de promoción nacional anual</p>	<p>1</p>
	<p>Implementar un programa de promoción internacional del destino.</p>	<p>Programa de promoción internacional anual</p>	<p>1</p>
	<p>Participar en eventos, ferias y congresos de promoción y mercadeo turísticos.</p>	<p>Número de eventos de promoción turística en la que el destino participa</p>	<p>20</p>

REFERENCIAS

- Bolefín de empleo del sector turístico en Colombia del Centro de Pensamiento Turístico – Cotelco –Unicafam, <file:///C:/Users/Laptop/Downloads/342dbc10-90ab-4a99-b659-2f3406be6596.pdf>
- CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA - CITUR. República de Colombia. Bogotá D.C. © 2019,
- Comisión Regional de Competitividad de Cartagena y Bolívar (2008) Plan Regional de Competitividad Cartagena y Bolívar 2008 – 2032 [en línea] disponible en:
https://www.cccartagena.org.co/sites/default/files/publicaciones/prc_de_cartagena_y_bolivar_2008-2032.pdf
- Gobernación de Bolívar (2016). Plan de Desarrollo Departamental de Bolívar “Bolívar sí Avanza 2016 – 2019” [en línea], disponible en:
<https://bolivar.gov.co/index.php/gobiernotransparente/normatividad/categoriy/481-plan0>
- Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - ICTRC 2018
- Ministerio de Industria, comercio y turismo, 2016. *Plan Sectorial de Turismo 2014-2016*. Pilar 4. Gobernanza y Gestión eficiente. Pág. 45.

ANEXOS

- Plan de Marketing Turístico de Bolívar. Horizonte 2029.
- Hoja de Ruta "Bolívar más por descubrir".
- Consolidado diseño de productos turísticos.